

ESTE DOCUMENTO É UMA MINUTA INICIAL SUJEITA A ALTERAÇÕES E COMPLEMENTAÇÕES, TENDO SIDO ARQUIVADA NA ANBID E NA CVM PARA FINS EXCLUSIVOS DE ANÁLISE E EXIGÊNCIAS POR PARTE DESSAS INSTITUIÇÕES. ESTE DOCUMENTO, PORTANTO, NÃO SE CARACTERIZA COMO O PROSPECTO PRELIMINAR DA OFERTA E NÃO CONSTITUI UMA OFERTA DE VENDA OU UMA SOLICITAÇÃO PARA OFERTA DE COMPRA DE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS NO BRASIL, NOS ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA OU EM QUALQUER OUTRA JURISDIÇÃO. OS POTENCIAIS INVESTIDORES NÃO DEVEM TOMAR NENHUMA DECISÃO DE INVESTIMENTO COM BASE NAS INFORMAÇÕES CONTIDAS NESTA MINUTA.

PROSPECTO PRELIMINAR DE OFERTA PÚBLICA DE DISTRIBUIÇÃO PRIMÁRIA E SECUNDÁRIA DE AÇÕES ORDINÁRIAS DE EMISSÃO DA



BR Malls Participações S.A.

Companhia Aberta de Capital Autorizado – CVM n.º 19.909
Av. Afrânio de Melo Franco 290, salas 102, 103 e 104, CEP 22430-060, Rio de Janeiro, RJ
CNPJ n.º 06.977.745/0001-91 – NIRE 35300316614 – ISIN BRBRLACNOR9

Código de Negociação na BM&F BOVESPA S.A. – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (“BM&FBOVESPA”): “BRML3”.

[*] Ações Ordinárias

Valor da Oferta – R\$[*]

BR Malls Participações S.A. (“Companhia”) e Private Equity Partners A, LLC, Private Equity Partners B, LLC, Dyl Empreendimentos e Participações S.A. e Sr. Richard Paul Matheson (em conjunto, “Acionistas Vendedores”) estão realizando, respectivamente, uma (i) oferta pública de distribuição primária (“Oferta Primária”) de [*] ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de emissão da Companhia (“Ações da Oferta Primária”); e (ii) oferta pública de distribuição secundária (“Oferta Secundária”) de [*] ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de emissão da Companhia de titularidade dos Acionistas Vendedores, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus ou gravames (“Ações da Oferta Secundária” e, em conjunto com as Ações da Oferta Primária, “Ações”).

As Ações serão ofertadas (i) no Brasil (“Ações da Oferta Brasileira”), sob a coordenação do Banco Itaú BBA S.A. (“Coordenador Líder”), do Banco UBS Pactual S.A. (“UBS Pactual”) e do Banco Santander (Brasil) S.A. (“Santander”) e, em conjunto com o Coordenador Líder e o UBS Pactual, “Coordenadores da Oferta Brasileira”, em mercado de balcão não organizado, nos termos da Instrução da Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”) n.º 400, de 29 de dezembro de 2003, e alterações posteriores (“Instrução CVM 400”), e demais disposições legais aplicáveis, com esforços de colocação no exterior pelos Coordenadores da Oferta Internacional (conforme definido abaixo), nos Estados Unidos da América, para investidores institucionais qualificados, conforme definidos na Rule 144A, editada pela Securities and Exchange Commission dos Estados Unidos da América (“SEC”), em operações isentas de registro em conformidade com o disposto no U.S. Securities Act of 1933, conforme alterado (“Securities Act”), e nos regulamentos editados ao amparo do Securities Act, e, nos demais países, exceto o Brasil e os Estados Unidos da América, em conformidade com os procedimentos previstos no Regulation S, editado pela SEC, respeitada a legislação vigente no país de domicílio de cada investidor, por meio dos mecanismos de investimento regulamentados pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil e pela CVM (“Investidores Institucionais Estrangeiros”) (“Oferta Brasileira”); e (ii) no exterior (“Ações da Oferta Internacional”), sob a forma de Global Depositary Shares (“GDSs”), representadas por Global Depositary Receipts (“GDRs”), cada GDS representando duas Ações, sob a coordenação do Itaú Securities, Inc., do UBS Securities LLC e do Santander Investment Securities Inc. (“Coordenadores da Oferta Internacional”), para Investidores Institucionais Estrangeiros (“Oferta Internacional”) e, em conjunto com a Oferta Brasileira, “Oferta Global”).

Do total das Ações, a quantidade de Ações da Oferta Brasileira e de Ações da Oferta Internacional será determinada pelos Coordenadores da Oferta Brasileira e pelos Coordenadores da Oferta Internacional, de acordo com o resultado do Procedimento de Bookbuilding (conforme definido abaixo), e constará do Prospecto Definitivo (conforme definido neste Prospecto). Poderá haver realocação de Ações entre a Oferta Brasileira e a Oferta Internacional, em função da demanda verificada no Brasil e no exterior durante o curso da Oferta Global.

Nos termos do artigo 24 da Instrução CVM 400, a quantidade total das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações Adicionais (conforme definido abaixo)) poderá ser acrescida em até 15%, ou seja, até [*] ações ordinárias de emissão da Companhia, nas mesmas condições e preço das Ações inicialmente ofertadas (“Ações do Lote Suplementar”), conforme opção a ser outorgada no contrato de distribuição da Oferta Brasileira (“Contrato de Distribuição”) [pelos Acionistas Vendedores] ao UBS Pactual, as quais serão destinadas a atender eventual excesso de demanda que venha a ser constatado no decorrer da Oferta Brasileira (“Opção de Lote Suplementar”). O UBS Pactual terá o direito exclusivo, a partir da data de assinatura do Contrato de Distribuição e por um período de até 30 dias contados, inclusive, da data de publicação do anúncio de início da Oferta Brasileira (“Anúncio de Início”), de exercer a Opção de Lote Suplementar, no todo ou em parte, em uma ou mais vezes, após notificação aos demais Coordenadores da Oferta Brasileira, desde que a decisão de sobrealocação das Ações da Oferta Brasileira no momento em que for fixado o Preço por Ação (conforme definido abaixo) tenha sido tomada em comum acordo pelos Coordenadores da Oferta Brasileira. Nos termos do artigo 14, parágrafo 2º, da Instrução CVM 400, até a data de publicação do Anúncio de Início, inclusive, a quantidade total das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar) poderá, a critério [da Companhia [e dos Acionistas Vendedores]], em comum acordo com os Coordenadores da Oferta Brasileira, ser acrescida em até 20%, ou seja, até [*] ações ordinárias de emissão da Companhia, nas mesmas condições e preço das Ações inicialmente ofertadas (“Ações Adicionais”).

O preço por Ação (“Preço por Ação”) será fixado após a conclusão do procedimento de coleta de intenções de investimento a ser realizado com Investidores Institucionais (conforme definido neste Prospecto) pelos Coordenadores da Oferta Brasileira e pelos Coordenadores da Oferta Internacional, conforme previsto no artigo 44 da Instrução CVM 400 (“Procedimento de Bookbuilding”).

Oferta	Preço (R\$) ⁽¹⁾	Comissões (R\$) ^{(1) (2)}	Recursos Líquidos (R\$) ^{(1) (2) (3)}
Por Ação	[*]	[*]	[*]
Total	[*]	[*]	[*]

⁽¹⁾ Com base no valor de R\$[*], correspondente à cotação das ações ordinárias de emissão da Companhia na BM&FBOVESPA em [*] de [*] de 2009.

⁽²⁾ Sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais.

⁽³⁾ Sem dedução das despesas da Oferta Global.

A Oferta Primária foi aprovada pelo Conselho de Administração da Companhia, em reunião realizada em 10 de junho de 2009, cuja ata será arquivada na Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro (“JUCERJA”) e publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro (“DOERJ”) e no jornal “Valor Econômico”. O Conselho de Administração da Companhia, previamente à concessão do registro da Oferta Global pela CVM, em reunião cuja ata será publicada no jornal “Valor Econômico” na data de publicação do Anúncio de Início e será arquivada na JUCERJA e publicada no DOERJ, aprovou o Preço por Ação. A Oferta Secundária foi aprovada pelos Acionistas Vendedores pessoas jurídicas, de acordo com seus respectivos atos constitutivos.

Este prospecto preliminar (“Prospecto”) não é, nem deve ser, considerado uma oferta pública das Ações da Oferta Internacional, e as Ações da Oferta Internacional não são e nem devem ser consideradas objeto de oferta ao público no Brasil. Qualquer investimento nas Ações, nos termos da Oferta Brasileira, deverá ser feito única e exclusivamente por meio das Ações da Oferta Brasileira.

Exceto pelo registro da Oferta Global pela CVM, a Companhia, os Acionistas Vendedores e os Coordenadores da Oferta Brasileira não pretendem realizar nenhum registro da Oferta Global ou das Ações em qualquer agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país.

A Oferta Global foi registrada pela CVM em [*] de [*] de 2009, sob o n.º CVM/SRE/REM/2009/[*] (Oferta Primária) e o n.º CVM/SRE/SEC/2009/[*] (Oferta Secundária). O Programa de GDRs foi registrado pela CVM em 3 de abril de 2007, sob o n.º [*].

O registro da presente distribuição não implica, por parte da CVM, garantia de veracidade das informações prestadas ou em julgamento sobre a qualidade da companhia emissora, bem como sobre as Ações a serem distribuídas.

Este Prospecto não deve, em nenhuma circunstância, ser considerado uma recomendação de investimento nas Ações. Ao decidir por investir nas Ações, potenciais investidores deverão realizar sua própria análise e avaliação da situação financeira da Companhia, de suas atividades e dos riscos decorrentes do investimento nas Ações. Os investidores devem ler a seção “Fatores de Risco”, iniciada na página [*] deste Prospecto, para ciência de certos fatores de risco que devem ser considerados com relação ao investimento nas Ações.



Coordenadores da Oferta Brasileira



Coordenadores Contratados

[LOGOS]

Corretoras

[LOGOS]

A data deste Prospecto Preliminar é [*] de [*] de 2009.

[página intencionalmente deixada em branco]

Índice

Definições.....	7
Considerações Sobre Estimativas e Declarações Acerca do Futuro.....	19
Apresentação das Informações Financeiras e Outras informações.....	20
Participação de Mercado e Outras Informações	20
Informações sobre nossos <i>Shopping Centers</i>	20
Arredondamento	21
Informações Cadastrais da Companhia	22
Sumário da Companhia	23
Visão Geral	23
Vantagens Competitivas	25
Estratégia	26
Eventos Recentes e Composição Acionária	29
Endividamento	29
SUMÁRIO das Informações Financeiras e OPERACIONAIS	30
Conciliação do EBITDA com o Lucro operacional	34
Conciliação do Lucro/Prejuízo do Exercício com Lucro Líquido Ajustado	34
Outros Dados Financeiros	34
Identificação de Administradores, Consultores e Auditores.....	59
Fatores de Risco	61
Riscos Relacionados à Companhia e ao Setor de <i>Shopping Centers</i>	61
Riscos Relacionados a Fatores Macroeconômicos	65
Riscos Relativos à Oferta e às Ações	66
Destinação dos Recursos	69
Capitalização	70
Diluição	71
Informações Financeiras selecionadas	74
Conciliação do EBITDA com o Lucro operacional	78
Conciliação do Lucro/Prejuízo do Exercício com Lucro Líquido Ajustado	78
Outros Dados Financeiros	78
Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais.....	80
Visão Geral	80
Cenário Macroeconômico Brasileiro	82
Efeitos das Condições Econômicas Gerais do Brasil e das Variações Cambiais em nossos Resultados das Operações e Situação Financeira	83
Apresentação das Informações Trimestrais Consolidadas em 31 de março de 2009.....	84
Apuração do resultado do exercício.....	84
Caixa e equivalentes de caixa	85
Instrumentos derivativos e atividades de <i>hedge</i>	85
Diferido.....	85
Redução ao valor recuperável de ativos.....	85
Participação nos lucros e bônus	85
Nossas Principais Fontes de Receita.....	85
Fatores da Indústria e Operacionais que Afetam os Nossos Resultados	85
Outros Fatores que Afetam os Nossos Resultados.....	86
Mudanças nas Práticas Contábeis	86
Práticas Contábeis Críticas	87
Outras Políticas Contábeis	87
Formação dos Resultados das Operações	87
EBITDA.....	91
EBITDA Ajustado	91
Conciliação do EBITDA com o Lucro operacional.....	91
Comparação entre os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2007 e em 31 de dezembro de 2008	94
Comparação entre os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006 e em 31 de dezembro de 2007	97

Análise das Principais Variações nas Contas Patrimoniais, em Base Histórica, em 31 de dezembro 2008 e 31 de março de 2009	99
Análise das Principais Variações nas Nossas Contas Patrimoniais, em Base Histórica, em 31 de dezembro de 2006, 2007 e 2008	101
<i>Endividamento</i>	103
Contratos Financeiros	104
Liquidez e Recursos de Capital	105
Fluxos de Caixa	106
Perspectivas Futuras de Investimento	106
Obrigações Pecuniárias Decorrentes de Compromissos Contratuais Relevantes	107
Operações não Refletidas nas Demonstrações Financeiras	107
Informações Qualitativas e Quantitativas sobre Riscos de Mercado	107
Visão Geral do Setor	108
Indústria Mundial de <i>Shopping Centers</i>	108
Indústria Brasileira de <i>Shopping Centers</i>	109
Panorama da Indústria Brasileira de <i>Shopping Centers</i>	110
Classificação dos <i>Shopping Centers</i>	112
Concorrência	113
Funcionamento	113
Receitas e Despesas	113
Formas de Financiamento	113
Regulamentação Relativa aos <i>Shopping Centers</i>	114
Condomínio	114
Condomínio Civil	114
Condomínio Edilício	114
Convenção de Condomínio	115
Contrato de Locação em <i>Shopping Centers</i>	115
Características Gerais das Locações Comerciais	115
Renovação Compulsória da Locação	115
Revisão do Aluguel	115
Direito de Preferência	115
Características Específicas da Locação em <i>Shopping Center</i>	115
Escritura de Normas Gerais	116
Acordo de Co-Proprietários (Convenção de Condomínio)	116
Associação dos Lojistas	116
Contrato de Administração e Regimento Interno	116
Aspectos Ambientais	117
Licenças e Autorizações Ambientais	117
Resíduos Sólidos e Tratamento de Efluentes	117
Responsabilização Ambiental	117
ATIVIDADES	118
Visão Geral	118
Vantagens Competitivas	120
Estratégia	121
Eventos Recentes e Composição Acionária	124
Sociedades Controladas Relevantes	124
Investimentos e Desinvestimentos desde 2004	128
Segmentos e Mercados de Atuação	128
Participação em <i>Shopping Centers</i>	128
Administração de <i>Shopping Centers</i>	129
Comercialização de Lojas e Espaços de Malls e Merchandising	130
Empreendimentos	130
Além disso, o Shopping possui uma outra expansão em andamento, que deverá adicionar cerca de 1,0 mil m ² de ABL, contribuindo para uma reafirmação perante seus concorrentes diretos como sendo o maior Shopping Center do Rio de Janeiro	131
Serviços de Administração, Comercialização, <i>Mall</i> e <i>Merchandising</i> e Gerenciamento de <i>Marketing</i>	145
Projetos em Desenvolvimento	146
Expansão do Norte Shopping	147

Essa expansão irá adicionar 1.317 m ² de ABL ao Norte Shopping, além de uma nova âncora (Riachuelo) com área de 5,0 mil m ² . Sobre a expansão está sendo erguida uma torre comercial, com 360 salas com previsão de fluxo diário de 3 mil pessoas, contribuindo desta forma para uma reafirmação perante seus concorrentes diretos como o maior Shopping Center do Rio de Janeiro.....	147
Expansão do Niterói Plaza.....	147
Expansão do Osasco Shopping.....	147
Será realizada uma expansão, que acrescentará 16,0 mil m ² de ABL ao shopping.....	147
Desenvolvimento.....	148
A BR Malls acredita que a construção de novos Shopping Centers em áreas com potencial de consumo não atendido pode gerar alto retorno. Assim, mantém sua estratégia de investimento em greenfields, com previsão de início das obras de dois novos projetos ainda este ano: Granja Vianna e Sete Lagoas.....	148
Concorrência.....	149
Políticas de Relacionamento com Clientes e Parceiros.....	149
Política Comercial.....	150
Política de Cobrança e Inadimplência.....	150
Sazonalidade.....	151
Propriedade Intelectual.....	151
Propriedades.....	151
Responsabilidade Social e Patrocínio e Incentivo Cultural.....	154
Empregados e Aspectos Trabalhistas.....	156
Pendências Judiciais e Administrativas.....	157
Cível.....	157
Trabalhista.....	159
Tributário.....	159
Endividamento.....	162
Administração e Conselho DE ADMINISTRAÇÃO.....	165
Diretoria.....	166
Conselho Fiscal.....	167
Remuneração.....	167
Acordos ou outras Obrigações Relevantes entre a Companhia e seus Administradores.....	168
Ações e Valores Mobiliários Conversíveis de Titularidade, Direta ou Indireta, dos Administradores.....	168
Plano de Opção de Compra de Ações.....	168
Principais Acionistas E ACIONISTAS VENDEDORES.....	170
Composição Societária dos Controladores.....	170
Acordos de Acionistas.....	173
Alterações Relevantes da nossa Composição Acionária nos Últimos Três Exercícios Sociais.....	173
Operações com Partes Relacionadas.....	175
Valores Mobiliários Emitidos.....	176
Ações.....	176
Negociação das Ações de Nossa Emissão na BM&FBOVESPA.....	176
Debêntures.....	176
Negociação das Debêntures.....	177
Fonte: SND.....	177
Outros Valores Mobiliários.....	177
Descrição do Capital Social.....	178
Geral.....	178
Capital Social.....	178
Objeto Social.....	179
Direitos das Ações Ordinárias.....	179
Assembleias Gerais.....	180
Quorum.....	180
Convocação.....	181
Competência para Convocar Assembleias Gerais.....	181
Local da Realização de Assembleia Geral.....	181
Legitimação e Representação.....	181
Conselho de Administração.....	181
Conselho Fiscal.....	182
Direito de Retirada.....	182

Direito de Resgate.....	183
Direito de Preferência	183
Restrições à Realização de Determinadas Operações por nós, nossos Acionistas Relevantes, nossos Administradores e Membros do Conselho Fiscal	183
Política de Negociação.....	184
O Conselho de Administração da Companhia aprovou, em 20 de março de 2009, em conformidade com a Instrução CVM 358, Política de Negociação de Valores Mobiliários de Emissão da Companhia (“Política de Negociação”). A Política de Negociação tem por objetivo estabelecer regras, procedimentos e diretrizes a serem observadas por aqueles que venham ou possam vir a ter acesso à informações privilegiadas, visando a assegurar a observância de práticas de boa conduta e preservar a adequada transparência e o tratamento equitativo na negociação de valores mobiliários, nos termos da Instrução CVM 358.	184
Cancelamento do Registro de Companhia Aberta	184
Saída do Novo Mercado	184
Alienação de Controle	184
Aquisição pela Companhia de Ações de sua Própria Emissão	184
Divulgação de Informações	185
Divulgação de Informações Eventuais e Periódicas	185
Divulgação de Negociação por Parte de Acionista Controlador, Conselheiro, Diretor ou Membro do Conselho Fiscal ..	185
Divulgação de Ato ou Fato Relevante	186
Negociação em Bolsas de Valores.....	186
Dividendos e Política de Dividendos.....	187
Alocação do Lucro Líquido e Distribuição de Dividendos.....	187
Reservas.....	187
Pagamento de Dividendos e Juros Sobre Capital Próprio.....	188
Dividendos.....	188
Juros sobre o Capital Próprio.....	189
Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa	190
Conselho de Administração	190
Conselho Fiscal.....	190
Dispersão Acionária em Distribuição Pública	191
Percentual Mínimo de Ações em Circulação após Aumento de Capital.....	191
Alienação do Controle	191
Negociações de Valores Mobiliários e seus Derivados pelo Acionista Controlador	191
Cancelamento de Registro de Companhia Aberta	191
Saída do Novo Mercado	192
Política de Divulgação de Informações ao Mercado.....	192
Cláusula Compromissória (Arbitragem).....	192
Informações Periódicas a CVM.....	193
Reunião Pública com Analistas	193
Calendário Anual	194
Planos de Opções de Compra de Ações.....	194
Contratos com o Mesmo Grupo.....	194
Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC.	194

ANEXOS

Estatuto Social da Companhia, conforme aprovado na Assembleia Geral Extraordinária de Acionistas realizada em [•].....	[•]
Ata da Reunião do Conselho de Administração da Companhia, realizada em [•], autorizando a realização da Oferta.....	[•]
Ata da Reunião do Conselho de Administração da Companhia, realizada em [•], aprovando o Preço por Ação e o aumento do capital social da Companhia.....	[•]
Informações Anuais – IAN da Companhia.....	[•]
Declaração da Companhia nos termos do Artigo 56 da Instrução CVM 400.....	[•]
Declaração do Coordenador Líder nos termos do Artigo 56 da Instrução CVM 400.....	[•]

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Demonstrações Financeiras Consolidadas da Companhia relativas aos Exercícios Sociais encerrados em 31 de Dezembro de 2007, 2008 e as demonstrações financeiras <i>pro-forma</i> do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006 e respectivos Pareceres dos Auditores Independentes	303
Informações Trimestrais (ITR) referentes aos Períodos de Três Meses Findos em 31 de Março de 2008 e 2009, bem como Relatório de Revisão Especial dos Auditores Independentes.....	337

DEFINIÇÕES

Para os fins deste Prospecto, os termos “nós” e “nossos” e verbos na primeira pessoa do plural referem-se à Companhia em conjunto com suas sociedades controladas, direta ou indiretamente. Os termos indicados abaixo terão o significado a eles atribuídos nesta seção, salvo referência diversa neste Prospecto.

ABC	Área bruta comercial, que corresponde ao somatório de todas as áreas comerciais dos <i>Shopping Centers</i> , ou seja, a ABL somada às áreas comerciais de propriedade de terceiros.
ABEP	Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa.
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> .
Acionistas Relevantes	Os acionistas que assinaram o Contrato de Participação no Novo Mercado, na qualidade de titulares do Controle Difuso da Companhia, notadamente: (i) Equity International (através da EI Brazil Investment LLC); (ii) Grupo GP (através da Private Equity Partners A, LLC e da Private Equity Partners B, LLC); (iii) Richard Paul Matheson; e (v) Dyl Empreendimentos e Participações S.A.
Acionistas Vendedores	Private Equity Partners A, LLC, Private Equity Partners B, LLC, Dyl Empreendimentos e Participações S.A. e Richard Paul Matheson.
Ação ou Ações	Ações ordinárias de emissão da Companhia (incluindo ações ordinárias de emissão da Companhia sob a forma de GDSs), todas nominativas, escriturais e sem valor nominal, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus ou gravames, objeto da Oferta Primária e da Oferta Secundária.
Ações Adicionais	Até [•] de ações ordinárias de emissão da Companhia, equivalentes a até 20% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar), que, nos termos do artigo 14, parágrafo 2º, da Instrução CVM 400, até a data de publicação do Anúncio de Início, inclusive, poderão, a critério da [Companhia [e dos Acionistas Vendedores]], em comum acordo com os Coordenadores da Oferta Brasileira, ser acrescidas à Oferta, nas mesmas condições e preço das Ações inicialmente ofertadas.
Ações da Oferta Brasileira	[•] Ações a serem ofertadas no Brasil, com esforços de colocação no exterior.
Ações da Oferta Internacional	Ações a serem ofertadas no exterior, sob a forma de GDSs, representados por GDRs, cada GDS representado duas Ações, no âmbito da Oferta Internacional.
Ações da Oferta Primária	[•] ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão objeto de Oferta Primária.
Ações da Oferta Secundária	[•] ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão de titularidade dos Acionistas Vendedores, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus ou gravames, objeto de Oferta Secundária.

Ações do Lote Suplementar	Até [•] de ações ordinárias de emissão da Companhia, equivalentes a até 15% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações Adicionais), que, nos termos do artigo 24 da Instrução CVM 400, conforme Opção de Lote Suplementar, poderão ser acrescidas à Oferta Brasileira, nas mesmas condições e preço das Ações inicialmente ofertadas.
ADM. Osasco	Administradora Osasco Plaza Shopping S/C Ltda.
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.
Ancar	Ancar S.A.
Âncora	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> .
Anúncio de Encerramento	Anúncio de encerramento da Oferta Global, nos termos do artigo 29 da Instrução CVM 400, a ser publicado no jornal “Valor Econômico”.
Anúncio de Início	Anúncio de início da Oferta Global, nos termos do artigo 52 da Instrução CVM 400, a ser publicado no jornal “Valor Econômico”.
Anúncio de Retificação	Anúncio comunicando a revogação ou qualquer modificação da Oferta, nos termos do artigo 27 da Instrução CVM 400, a ser eventualmente publicado no jornal “Valor Econômico”.
ASB	ASB Administração e Incorporação Ltda.
ASCR	ASCR – Administradora Shopping Center Recife 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.
Aviso ao Mercado	Aviso ao mercado da Oferta Global, nos termos do artigo 53 da Instrução CVM 400, publicado em [•] de [•] de [•] e a ser republicado em [•] de [•] de 2009, no jornal “Valor Econômico”.
B. Sete	B. Sete Participações S.A.
Banco Central	Banco Central do Brasil.
BNB	Banco do Nordeste do Brasil S.A.
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES.
BM&FBOVESPA	BM&FBOVESPA S.A. – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros.
BR Malls ou Companhia	BR Malls Participações S.A.

BR Malls Administração	BR Malls Administração e Comercialização Ltda., a qual tem como principal atividade a atuação no segmento de administração e <i>marketing</i> de <i>Shopping Centers</i> . Tal empresa é a nova razão social da EGECE – Empresa Gerenciadora de Empreendimentos Comerciais S.A. Tal empresa também incorporou a Dacom - Gestão Comercial Ltda., a Dacom – Desenvolvimento e Avaliação Comercial de Shopping Center Ltda. e a Deico Desenvolvimento Imobiliário Ltda.
BR Malls Desenvolvimento	BR Malls Desenvolvimento Participações Ltda.
BR Malls Finance	BR Malls International Finance Ltd.
BR Malls Serviços Compartilhados	BR Malls Serviços Compartilhados Ltda.
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.
Brasil	República Federativa do Brasil.
Bônus Perpétuo	Em 05 de novembro de 2007, a Companhia emitiu US\$ 175 milhões em títulos de crédito perpétuo (" <i>perpetual bonds</i> ") através de sua subsidiária BR Malls Finance e com garantia fidejussória da BR Malls Participações e das controladas ECISA Participações, ECISA Engenharia e Proffito. Os títulos são denominados em dólares dos Estados Unidos da América do Norte americanos e com pagamentos trimestrais de juros à taxa de 9,75% ao ano. A BR Malls Finance tem a opção de recompra dos títulos a partir de 08 de novembro de 2012.
CADE	Conselho Administrativo de Defesa Econômica.
Campo Grande Parking	Campo Grande Parking Ltda.
Capef	Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Nordeste do Brasil – Capef.
CBRE	CB Richard Ellis.
CDI	Certificado de Depósito Interbancário.
CEMHS	Centro Empresarial Mário Henrique Simonsen.
CERES	Ceres – Fundação de Seguridade Social dos Sistemas Embrapa.
CETIP	CETIP S.A. – Balcão Organizado de Ativos e Derivativos.
CFC	Conselho Federal de Contabilidade.
Christaltur	Christaltur Empreendimentos e Participações S.A.
Citi	Citigroup Global Markets Brasil Corretora de Câmbio Títulos e Valores Mobiliários Brasil S.A.

Classes 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.
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica.
Código Civil	Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, e alterações posteriores.
COFAC	COFAC – Companhia Fluminense de Administração e Comércio S.A.
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.
Contrato de Distribuição	Contrato de Coordenação, Subscrição e Distribuição de Ações Ordinárias de Emissão de BR Malls Participações S.A., entre a Companhia, os Acionistas Vendedores, os Coordenadores da Oferta Brasileira e a BM&FBOVESPA.
Contrato de Distribuição da Oferta Internacional	<i>International Agency and Purchase Agreement</i> , que regula os esforços de colocação de Ações da Oferta Brasileira no exterior e a Oferta Internacional, entre a Companhia, os Acionistas Vendedores e os Coordenadores da Oferta Internacional.
Contrato de Estabilização	Contrato de Prestação de Serviços de Estabilização de Preço de Ações Ordinárias de Emissão de BR Malls Participações S.A., entre a Companhia, os Acionistas Vendedores, o UBS Pactual, a UBS Pactual Corretora e o Coordenador Líder.
Contrato de Participação no Novo Mercado	Contrato celebrado em 15 de março de 2007, entre a BM&FBOVESPA, a Companhia, seus administradores e os Acionistas Relevantes, contendo obrigações relativas à listagem da Companhia no Novo Mercado, cuja eficácia teve início em 03 de abril de 2007.
Coordenadores Contratados	[•], [•] e [•].
Coordenador Líder	Itaú BBA.
Coordenadores da Oferta Brasileira	Coordenador Líder, UBS Pactual e Santander.
Coordenadores da Oferta Internacional	Itaú Securities, Inc., UBS Securities LLC e Santander Investment Securities Inc., em conjunto.
Corretoras Consorciadas	Corretoras autorizadas a operar na BM&FBOVESPA e outras instituições financeiras que não sejam autorizadas a operar na BM&FBOVESPA, subcontratadas pelos Coordenadores da Oferta, para efetuar exclusivamente esforços de colocação das Ações da Oferta Brasileira aos Investidores Não Institucionais.
CRI	Em 22 de fevereiro de 2008 a Companhia celebrou com o Banco Itaú BBA uma operação estruturada de securitização de recebíveis que deu origem à emissão de Certificados de Recebíveis Imobiliários – CRIs no valor total de R\$ 470,0 milhões.
CSLL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido.

Cuiabá	Cuiabá Participações S.A.
CVM	Comissão de Valores Mobiliários.
Data de Liquidação	A data de liquidação física e financeira das Ações da Oferta Brasileira (exceto pelas Ações do Lote Suplementar) que deverá ocorrer até o último dia do Período de Colocação.
Data de Liquidação das Ações do Lote Suplementar	Data da liquidação física e financeira das Ações do Lote Suplementar, que deverá ocorrer até o terceiro dia útil após a respectiva data de exercício da Opção de Lote Suplementar, mas não antes da data de publicação do Anúncio de Início.
Debêntures	Em 15 de julho de 2007, emitimos no mercado de capitais brasileiro 32.000 debêntures não conversíveis em ações, da espécie quirografária e com garantia fidejussória de nossas controladas ECISA Participações, ECISA Engenharia e Proffito, todas com valor nominal unitário de R\$10.000,00, sendo a 1ª série no valor de R\$50,0 milhões e 2ª série no valor de R\$270,0 milhões, no valor total de R\$320,0 milhões.
Debêntures Araguaia	Em 27 de fevereiro de 2007, adquirimos, por meio de nossa subsidiária SPE Indianápolis, a totalidade das debêntures privadas da Maia e Borba S.A., sociedade responsável pela exploração do Araguaia Shopping. Tais Debêntures Araguaia nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido do Araguaia Shopping.
DOERJ	Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro.
Dólar, Dólar americano dos Estados Unidos da América do Norte ou US\$	Moeda corrente dos Estados Unidos da América do Norte.
Dyl	Dyl Empreendimentos e Participações S.A.
EBITDA	Medição não contábil elaborada por nossa administração, calculada observando as disposições do Ofício Circular CVM n.º 01/2006, consistindo no lucro operacional acrescido de resultado financeiro líquido e depreciação e amortização. O EBITDA não é uma medida reconhecida pelo BR GAAP, não possui um significado padrão e pode não ser comparável a medidas com títulos semelhantes fornecidas por outras companhias. Divulgamos o EBITDA para medir o nosso desempenho. O EBITDA não deve ser considerado isoladamente ou como um substituto do lucro (prejuízo) ou da receita operacional, como um indicador de desempenho operacional ou fluxo de caixa ou para medir a liquidez ou a capacidade de pagamento de dívida.
EBITDA Ajustado	Medição não contábil elaborada por nossa administração, calculado conforme o EBITDA ajustado com base nas despesas não recorrentes dentre as quais as despesas relacionadas com as ofertas públicas de ações da Companhia realizadas em abril e outubro de 2007, custos de reestruturação e receitas financeiras da operação envolvendo as Debêntures Araguaia.
ECISA	ECISA Engenharia conjuntamente com a ECISA Participações, as quais têm como principal atividade a participação, direta ou indireta, em <i>Shopping Centers</i> .
ECISA Engenharia	ECISA – Engenharia Comércio e Indústria Ltda.

ECISA Participações	ECISA Participações Ltda.
EMCE	EMCE – Empresa Cogeneradora de Energia Ltda.
EPI	Empresa Patrimonial Industrial IV Ltda.
Equity International	Equity Investment Management, LLC, suas subsidiárias e afiliadas.
Estatuto Social	Estatuto Social da Companhia.
EUA ou Estados Unidos	Estados Unidos da América do Norte.
Exímia	Exímia Participações e Empreendimentos Ltda.
Fashion Mall	Fashion Mall S.A.
FGTS	Fundo de Garantia do Tempo de Serviço.
FGV	Fundação Getulio Vargas.
GDR ou GDRs	<i>Global Depositary Receipts</i> , cada um representando um GDS, conforme programa de GDRs aprovado sob nº [•], em [•] de [•] de 200[•] pela CVM.
GDS ou GDSs	<i>Global Depositary Shares</i> , cada um representando duas Ações
Governo Federal	Governo do Brasil.
GP Investmens	GP Investments, Ltd.
Grupo GP Investments	Investimentos da GP Investments na Companhia através de duas sociedades subsidiárias estrangeiras: a Private Equity Partners A, LLC e Private Equity Partners B, LLC.
Grupo GP	Representa as companhias pelas as quais a GP Investments e suas controladas e subsidiárias vêm conduzindo suas atividades ao longo do tempo sob o nome GP, consideradas em conjunto.
GS	GS Shopping Center S.A.
IASB	International Accounting Standards Board - IASB
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis.
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.
IBRACON	Instituto dos Auditores Independentes do Brasil.
ICMS	Imposto sobre Operações Relativas a Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação.
ICSC	<i>International Council of Shopping Centers</i> .
IFRS	<i>International Financial Reporting Standards</i> , correspondente às normas internacionais de contabilidade.

IGP-DI	Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna, divulgado pela FGV.
IGP-M	Índice Geral de Preços do Mercado, divulgado pela FGV.
IMA	Instituto Motivo e Ação.
INPC	Índice Nacional de Preços ao Consumidor divulgado pelo IBGE.
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial.
Instituições Participantes da Oferta Brasileira	Os Coordenadores da Oferta Brasileira, os Coordenadores Contratados e as Corretoras, considerados conjuntamente.
Instrução CVM 247	Instrução CVM nº 247, de 27 de março de 1996, e alterações posteriores.
Instrução CVM 325	Instrução CVM nº 325, de 27 de janeiro de 2000, e alterações posteriores.
Instrução CVM 358	Instrução CVM nº 358, de 3 de janeiro de 2002, e alterações posteriores.
Instrução CVM 361	Instrução CVM nº 361, de 5 de março de 2002, e alterações posteriores.
Instrução CVM 400	Instrução CVM nº 400, de 29 de dezembro de 2003, e alterações posteriores.
Investidores Institucionais	Investidores institucionais, incluindo fundos de investimento, fundos de pensão, entidades administradoras de recursos de terceiros registradas na CVM, entidades autorizadas a funcionar pelo Banco Central, condomínios destinados à aplicação em carteira de títulos e valores mobiliários registrados na CVM e/ou na BM&FBOVESPA, seguradoras, sociedades de capitalização, entidades abertas e fechadas de previdência privada complementar e pessoas físicas e jurídicas e clubes de investimento registrados na BM&FBOVESPA relativamente a ordens específicas que excederem o limite máximo de investimento para Investidores Não Institucionais.
Investidores Institucionais Estrangeiros	Investidores institucionais qualificados, sendo, nos Estados Unidos, conforme definidos na Regra 144A, em operações isentas de registro em conformidade com o disposto no <i>Securities Act</i> e nos regulamentos editados ao amparo do <i>Securities Act</i> , e, nos demais países, exceto o Brasil e os Estados Unidos, em conformidade com os procedimentos previstos no Regulamento S, respeitada a legislação vigente no país de domicílio de cada investidor por meio dos mecanismos de investimento regulamentados pelo CMN, pelo Banco Central e pela CVM.
Investidores Não Institucionais	Investidores pessoas físicas ou jurídicas, residentes e domiciliados ou com sede no Brasil, inclusive clubes de investimento registrados na BM&FBOVESPA que não sejam considerados Investidores Institucionais e que tenham realizado Pedido de Reserva em montante entre o valor mínimo de investimento de R\$3.000,00 e o valor máximo de investimento R\$300.000,00.
IPC Target 2006	Índice de Potencial de Consumo – IPC Target 2006. Por meio deste índice calcula-se o potencial de consumo de um município. A informação obtida é apresentada em forma de índice de participação da despesa do município na despesa total do Brasil, com leitura percentual.
IPCA	Índice de Preços ao Consumidor Amplo, divulgado pelo IBGE.

IPDM	Instituto de Pesquisas e Desenvolvimento de Mercado de 2003.
IPESPE	Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas.
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano.
IR	Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza.
ISS	Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza.
Itaú BBA	Banco Itaú BBA S.A.
Itaú Securities	Itaú Securities, Inc.
ITPM	Instituto Target de Pesquisa de Mercado.
JUCERJA	Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro.
JUCESP	Junta Comercial do Estado de São Paulo.
KGM37	KGM37 Empreendimentos Ltda.
Klace	Klace Pisos e Azulejos S.A.
L5 Corporate LLC	L5 Corporate LLC
Lei 11.638	Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007.
Lei 11.941	Lei nº 11.941, de 27 de maio de 2009.
Lei das Sociedades por Ações	Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e alterações posteriores.
Lei de Condomínio e Incorporações	Lei nº 4.591, de 16 de dezembro de 1964, e alterações posteriores.
Lei de Locação	Lei nº 8.245, de 18 de outubro de 1991, e alterações posteriores.
Lucro Líquido Ajustado	Lucro líquido ajustado com base nas despesas com a Oferta, custos de reestruturação e depreciação/amortização.
Magus	Magus Investimentos 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.
Milburn	Milburn do Brasil Ltda.
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.

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.
National Research Bureau	National Research Bureau.
Nattca	Nattca 2006 Participações S.A.
Novo Mercado	Segmento especial de negociação de valores mobiliários da BM&FBOVESPA, disciplinado pelo Regulamento do Novo Mercado.
Oferta Brasileira	Oferta pública de distribuição primária das Ações da Oferta Brasileira em mercado de balcão não organizado, a ser realizada no Brasil nos termos da Instrução CVM 400 e demais disposições legais aplicáveis, com esforços de colocação no exterior nos Estados Unidos aos Investidores Institucionais Estrangeiros.
Oferta de Varejo	Oferta das Ações da Oferta Brasileira destinada aos Investidores Não Institucionais, que tenham realizado Pedido de Reserva.
Oferta Global ou Oferta	A Oferta Brasileira e a Oferta Internacional, consideradas conjuntamente.
Oferta Institucional	Oferta das Ações da Oferta Brasileira destinada aos Investidores Institucionais.
Oferta Internacional	Oferta pública de Ações da Oferta Internacional, sob a forma de GDSs, a ser realizada no exterior, pelos Coordenadores da Oferta Internacional, para Investidores Institucionais Estrangeiros, de acordo com as disposições do Contrato de Distribuição da Oferta Internacional.
Oferta Primária	Oferta pública das Ações da Oferta Primária.
Oferta Secundária	Oferta pública das Ações da Oferta Secundária.
Opção de Lote Suplementar	Opção a ser outorgada no Contrato de Distribuição [pelos Acionistas Vendedores] ao UBS Pactual, nos termos do artigo 24 da Instrução CVM 400, a quantidade total das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações Adicionais) poderá ser acrescida em até 15% , ou seja, até [•] ações ordinárias de emissão da Companhia, nas mesmas condições e preço das Ações inicialmente ofertadas, as quais serão destinadas a atender eventual excesso de demanda que venha a ser constatado no decorrer da Oferta Brasileira. O UBS Pactual terá o direito exclusivo, a partir da data de assinatura do Contrato de Distribuição e por um período de até 30 dias contados, inclusive, da data de publicação do Anúncio de Início, de exercer a Opção de Lote Suplementar, no todo ou em parte, em uma ou mais vezes, após notificação aos demais Coordenadores da Oferta Brasileira, desde que a decisão de sobrealocação das Ações da Oferta Brasileira no momento em que foi fixado o Preço por Ação tenha sido tomada em comum acordo pelos Coordenadores da Oferta Brasileira.
País ou Brasil	República Federativa do Brasil.
Pedido de Reserva	Formulário específico para realização de pedido de reserva das Ações da Oferta Brasileira pelos Investidores Não Institucionais, no âmbito da Oferta de Varejo.

Período de Colocação	Prazo para a colocação e subscrição das Ações, que será de até três dias úteis a contar da data de publicação do Anúncio de Início.
Período de Reserva	Prazo para os Investidores Não Institucionais terem formulado Pedido de Reserva, no âmbito da Oferta de Varejo, iniciado em [•] de [•] de 2009 e encerrado em [•] de [•] de 2009, inclusive.
Pessoas Vinculadas	Investidores Não Institucionais que sejam (a) Acionistas Relevantes ou administradores da Companhia; (b) controladores ou administradores de quaisquer dos Acionistas Vendedores; (c) controladores ou administradores de quaisquer das Instituições Participantes da Oferta Brasileira ou de quaisquer dos Coordenadores da Oferta Internacional; (d) outras pessoas vinculadas à Oferta Global; ou (e) cônjuges, companheiros, ascendentes, descendentes ou colaterais até o segundo grau de qualquer uma das pessoas referidas nas alíneas (a), (b), (c) ou (d) acima.
PIB	Produto Interno Bruto do Brasil.
PIS	Programa de Integração Social.
Plano de Opção de Compra	Plano através do qual a Companhia, com o objetivo de buscar a retenção de seus principais executivos, outorgou opções de compra de ações aos membros da administração e aos funcionários indicados pela Diretoria.
Preço por Ação	R\$[•].
Pricewaterhousecoopers ou Auditores Independentes	PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes.
Procedimento de <i>Bookbuilding</i>	Procedimento de coleta de intenções de investimento realizado com Investidores Institucionais pelos Coordenadores da Oferta Brasileira e pelos Coordenadores da Oferta Internacional, conforme previsto no artigo 44 da Instrução CVM 400.
Proffito	Proffito Holding Participações S.A.
Prospecto Definitivo	O prospecto definitivo da Oferta.
Prospecto Definitivo da Oferta Internacional	O prospecto definitivo da Oferta Internacional.
Prospecto Preliminar da Oferta Internacional	O prospecto preliminar da Oferta Internacional.
Prospecto Preliminar ou Prospecto	Este prospecto preliminar da Oferta.
Prospectos Brasileiros	O Prospecto Preliminar e o Prospecto Definitivo, em conjunto.
Prospectos Internacionais	O Prospecto Preliminar da Oferta Internacional e o Prospecto Definitivo da Oferta Internacional.
Rai-Rhodes	Rai-Rhodes Administração de Imóveis Ltda.
Ras	Ras Shopping Centers Ltda.
Real ou R\$	Moeda corrente do Brasil.
Recife Locadora	Recife Locadora de Equipamentos para Autogeração Ltda.
Recife Parking	Recife Parking Ltda.

Regra 144A	<i>Rule 144A</i> , editada pela SEC ao amparo do <i>Securities Act</i> , conforme alterado.
Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado	Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado, e alterações posteriores, que disciplina o procedimento de arbitragem ao qual serão submetidos todos os conflitos estabelecidos na cláusula compromissória inserida no Estatuto Social e constante do Contrato de Adesão ao Novo Mercado, celebrado por nós, pelos Acionistas Relevantes, por nossos administradores, e dos termos de anuência a serem assinados pelos nossos administradores, nos termos do Regulamento do Novo Mercado.
Regulamento do Novo Mercado	Regulamento de Listagem do Novo Mercado da BM&FBOVESPA, que disciplina os requisitos para a negociação de valores mobiliários de companhias abertas listadas no Novo Mercado, estabelecendo regras diferenciadas para estas companhias.
Regulamento S	<i>Regulation S</i> , editado pela SEC ao amparo do <i>Securities Act</i> .
Resolução CMN 2.689	Resolução CMN n.º 2.689, de 26 de janeiro de 2000, e alterações posteriores.
Santander	Banco Santander (Brasil) S.A.
Satélites	Lojas, sem características estruturais e mercadológicas especiais, que normalmente variam entre 30 e 200m² de ABL, localizadas no entorno das Âncoras e destinadas ao comércio em geral. Satélites são normalmente a maior fonte de receita para os empreendimentos, pois os preços pagos por m² por ABL são maiores.
SBDC	Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.
SDR	SDR – Empreendimentos Imobiliários Ltda.
SEC	<i>Securities and Exchange Commission</i> , a comissão de valores mobiliários dos Estados Unidos da América do Norte.
Securities Act	<i>Securities Act of 1933</i> dos Estados Unidos da América do Norte, conforme alterado.
SELIC	Taxa média dos financiamentos diários, com lastro em títulos federais, apurados no Sistema Especial de Liquidação e Custódia.
SESC	Serviço Social do Comércio.
SFH	Sistema Financeiro de Habitação.
SFI	Sistema Financeiro Imobiliário.
Shopping Centers ou Shoppings	Empreendimentos e centros comerciais que reúnem em um só um conjunto arquitetônico lojas comerciais, podendo incluir serviços de utilidade pública, casas de espetáculo, cinemas, estacionamento, dentre outros estabelecimentos comerciais.
Shopping Center Mooca	Shopping Center Mooca Empreendimentos Imobiliários S.A.
SISA	SISA – Sociedade Independência Imóveis S.A.
SPE Azione	SPE Azione Gestão e Participação Ltda.

SPE Classic	SPE Classic Participações Ltda.
SPE Concorrenza	SPE Concorrenza Participações Ltda.
SPE Fortuna	SPE Fortuna Gestão e Participação Ltda.
SPE Indianópolis	SPE Indianópolis Participações Ltda.
SPE Mônaco	SPE Mônaco Participações S.A.
SPE Monza	SPE Monza Participações S.A.
SPE Sfida	SPE Sfida Gestão e Participação Ltda.
Spinacia	Spinacia Participações S.A.
SPE Xangai	SPE Xangai Participações S.A.
SRF ou Receita Federal	Secretaria da Receita Federal.
Taxa DI	Taxa média diária de depósitos interfinanceiros expressa na forma percentual ao ano, calculada e divulgada pela CETIP e expressa e, taxa efetiva anual.
TJLP	Taxa de Juros de Longo Prazo, conforme determinada pelo CMN.
UBS Pactual	Banco UBS Pactual S.A.
UBS Pactual Corretora	UBS Pactual Corretora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.
US GAAP	Princípios contábeis geralmente aceitos nos Estados Unidos da América do Norte.
Villa-Lobos Parking	Villa-Lobos Parking Ltda.

CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTIMATIVAS E DECLARAÇÕES ACERCA DO FUTURO

Este Prospecto inclui estimativas e declarações acerca do futuro, inclusive, mas não se limitando, nas seções “Fatores de Risco” na página [•], “Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais” na página [•], “Visão Geral do Setor” na página [•] e “Atividades” na página [•].

Nossas estimativas e declarações futuras têm por embasamento, em grande parte, nossas expectativas atuais e estimativas sobre eventos futuros e tendências que afetam ou possam potencialmente vir a afetar os nossos negócios, condição financeira, liquidez e resultados. Embora estas estimativas e declarações futuras encontrem-se baseadas em premissas razoáveis, estas estimativas e declarações estão sujeitas a diversos riscos, incertezas e suposições e são feitas com base nas informações de que atualmente dispomos.

Nossas estimativas e declarações futuras podem ser influenciadas por diversos fatores, incluindo, mas não se limitando a:

- Os efeitos da crise financeira e econômica internacional no Brasil;
- conjuntura econômica, política e de negócios no Brasil e, em especial, nos mercados geográficos em que atuamos;
- inflação, variação cambial e flutuações na taxa de juros;
- flutuação da atividade econômica dos setores de *Shopping Centers*, imobiliário e varejista no Brasil;
- capacidade de implementarmos integralmente e com sucesso nossas estratégias de negócios, incluindo nossa habilidade de: (i) adquirir participação adicional nos *Shopping Centers* em que atualmente temos participação; (ii) adquirir participação em *Shopping Centers* de terceiros; (iii) identificarmos novas propriedades para a construção de novos *Shopping Centers*; e (iv) expansões de *Shopping Centers* de nosso portfólio.
- capacidade de dirigirmos com êxito nossos negócios no futuro;
- capacidade em contratarmos novos financiamentos em condições razoáveis;
- alterações no desempenho das vendas no mercado de varejo no Brasil;
- edição de novas leis e regulamentos e/ou alterações nas leis e regulamentos existentes aplicáveis aos setores de *Shopping Centers*, imobiliário e varejista no Brasil, inclusive de caráter ambiental e de zoneamento urbano;
- intervenções governamentais resultando em alteração na economia, tributos, tarifas ou ambiente regulatório no Brasil;
- concorrência no setor de *Shopping Centers* no Brasil como um todo e particularmente em nossas áreas de atuação; e
- outros fatores de risco apresentados na seção “Fatores de Risco” na página [•] deste Prospecto.

As palavras “acreditamos”, “entendemos”, “podemos”, “poderemos”, “estimamos”, “continuamos”, “antecipamos”, “pretendemos”, “esperamos”, “buscamos” e palavras similares têm por objetivo identificar estimativas. Tais estimativas referem-se apenas à data em que foram expressas, sendo que não podemos assegurar que atualizaremos ou revisaremos quaisquer dessas estimativas em razão da disponibilização de novas informações, de eventos futuros ou de quaisquer outros fatores. Estas estimativas envolvem riscos e incertezas, inclusive em virtude dos fatores mencionados acima, e não consistem em garantia de um desempenho futuro, sendo que os reais resultados ou desenvolvimentos podem ser substancialmente diferentes das expectativas descritas nas estimativas e declarações futuras. Tendo em vista os riscos e incertezas envolvidos, as estimativas e declarações acerca do futuro constantes deste Prospecto podem não vir a ocorrer. Por conta dessas incertezas, o investidor não deve se basear nestas estimativas e declarações futuras para tomar uma decisão de investimento.

APRESENTAÇÃO DAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Nossos balanços patrimoniais e nossas demonstrações de resultado relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006 (*pro-forma*), 2007 e 2008 foram extraídos das nossas demonstrações financeiras (*pro-forma*), para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nossas demonstrações financeiras consolidadas auditadas para os exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2008 e 2007. Nossas demonstrações financeiras consolidadas anexas a este Prospecto foram auditadas por nossos auditores, PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, conforme indicado no respectivo parecer anexo a este Prospecto.

Nossos balanços patrimoniais e nossas demonstrações de resultado relativos aos períodos de três meses findos em 31 de março de 2008 e 2009 foram extraídos das nossas informações trimestrais consolidadas não auditadas para esses períodos. As informações trimestrais referentes aos períodos de três meses findos em 31 de março de 2008 e de 2009 foram objeto de revisão limitada pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes e o relatório de revisão limitada, com as Informações Trimestrais (ITR) referentes a 31 de março de 2008 e de 2009, também se encontram anexados a este Prospecto.

Nossas demonstrações financeiras *pro-forma* têm como objetivo refletir as operações da Companhia, baseando-se na apresentação histórica da estrutura societária em 31 de dezembro de 2006, exceto com relação à EGEC, à DACOM G e à DACOM D, cujos resultados estão consolidados em nossas demonstrações financeiras *pro-forma* a partir de 10 de outubro de 2006, data em que adquirimos participação em tais sociedades. Dessa forma, as demonstrações financeiras históricas do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006 não são utilizadas neste Prospecto, inclusive no que se refere ao “Sumário da Companhia”, “Sumário das Informações Financeiras e Operacionais”, “Informações Financeiras Seleccionadas” e “Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais”. Para tais seções, utilizamos as demonstrações financeiras *pro-forma* para o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006. Para mais informações sobre os critérios utilizados para a elaboração de nossas demonstrações financeiras *pro-forma* do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006, vide nota 1(b) da respectiva demonstração financeira *pro-forma* e a seção “Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais”.

Nossas demonstrações financeiras consolidadas dos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006 (*pro-forma*), 2007 e 2008 e nossas informações trimestrais consolidadas para os períodos de três meses findos em 31 de março de 2008 e 2009 foram preparadas de acordo com o BR GAAP, que difere em aspectos relevantes do US GAAP e do IFRS.

Em 28 de dezembro de 2007, foi promulgada a Lei nº 11.638, que alterada pela Medida Provisória nº 449, de 04 de dezembro de 2008, que modificaram e introduziram novos dispositivos à Lei das Sociedades por Ações. Essa Lei e a referida Medida Provisória tiveram como principal objetivo atualizar a legislação societária brasileira para possibilitar o processo de convergência das práticas contábeis adotadas no Brasil com aquelas constantes nas normas internacionais de contabilidade que são emitidas pelo IASB. A aplicação das referidas são obrigatórias para as demonstrações financeiras do exercício social iniciado em 1º de janeiro de 2008.

Nossas informações trimestrais consolidadas devem ser lidas em conjunto com as nossas demonstrações financeiras consolidadas e demais informações trimestrais anexas a este Prospecto, as respectivas notas explicativas e parecer dos Auditores Independentes, bem como com as seções “Sumário das Informações Financeiras e Operacionais”, “Informações Financeiras Seleccionadas” e “Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais”, dentre outras.

Participação de Mercado e Outras Informações

As informações de mercado e sobre a posição competitiva no nosso setor de atuação, incluindo estimativas de mercado, apresentadas ao longo deste Prospecto, foram obtidas por meio de pesquisas internas, pesquisas de mercado, informações públicas e publicações do setor. Fazemos tais declarações com base em informações obtidas de fontes que consideramos confiáveis, tais como ABRASCE, ABEP, CBRE, IBOPE, IBGE e Banco Central, entre outras.

Publicações correlatas à nossa atividade e publicações governamentais mencionadas neste Prospecto declaram que as informações foram obtidas em fontes tidas como confiáveis, mas que não garantem a precisão e completude das informações apresentadas. Apesar de não termos motivos para acreditar que quaisquer dessas informações ou publicações sejam imprecisas em qualquer aspecto relevante, não verificamos, independentemente, a posição competitiva, a participação de mercado, o tamanho do mercado, o crescimento do mercado e outras informações constantes de tais publicações.

Informações sobre nossos Shopping Centers

Ao descrever nossos *Shopping Centers*, fazemos uso de indicadores utilizados no setor, como ABL e a ABC. A ABL é um indicador da capacidade de geração de aluguel de um *Shopping Center* aos seus empreendedores. A ABC é utilizada como indicador do tamanho da propriedade e da quantidade de área comercial oferecida ao consumidor de *Shopping Center*. Ainda, ao descrever nossos *Shopping Centers*, exceto se de outra forma indicado, fazemos uso de informações e estimativas preparadas pela administração dos próprios *Shopping Centers*, como, por exemplo, o número de visitantes, o qual é calculado com base em médias anuais. Além disso, todas as referências aos nossos *Shopping Centers* incluem *Shopping*

Centers cuja propriedade já foi formalmente transferida para nós e a *Shopping Centers* cuja propriedade está em fase de transferência para nós, quais sejam **quais sejam: 35,0% do Top Shopping, 100,0% do Shopping Tamboré e 0,06% do Shopping Amazonas.**

Arredondamento

Alguns dos percentuais e outros valores incluídos neste Prospecto 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 procedem.

INFORMAÇÕES CADASTRAIS DA COMPANHIA

Identificação da Companhia	BR Malls Participações S.A., companhia aberta, inscrita no CNPJ sob o n.º 06.977.745/0001-91, com seus atos constitutivos originalmente arquivados perante a JUCESP sob o NIRE 35300316614 e atualmente registrados perante a JUCERJA sob o NIRE 33300281703.
Registro na CVM	Registro de companhia aberta perante a CVM, concedido sob o nº 19.909 (código CVM) em 04 de janeiro de 2006.
Sede	Av. Afrânio de Melo Franco, n. 290, salas 102, 103 e 104, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, CEP 22430-060
Diretoria de Relações com Investidores	A nossa Diretoria de Relações com Investidores localiza-se em nossa sede. O Sr. Leandro Bousquet Viana é o responsável por esta Diretoria e pode ser contatado pelo telefone (21) 3138-9997 e 3138-9998 e endereço de correio eletrônico ri@brmall.com.br .
Página na Internet	www.brmalls.com.br . As informações constantes da página da Companhia na Internet não são parte integrante deste Prospecto, nem se encontram incorporadas por referência a este.
Auditores Independentes	PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes.
Instituição Depositária	Banco Itaú S.A.
Novo Mercado	As ações de nossa emissão estão listadas para negociação no Novo Mercado sob o código “BRML3”, e integram o Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada – IGC da BM&FBOVESPA.
Jornais nos quais a Companhia divulga informações	DOERJ e Valor Econômico.
Informações Adicionais	Quaisquer informações complementares sobre a Oferta Global poderão ser obtidas nos seguintes endereços e páginas da rede mundial de computadores: Companhia – BR Malls Participações S.A. , Av. Afrânio de Melo Franco, n. 209, sala 102, 103 e 104, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, CEP 22430-060 (www.brmalls.com.br); Coordenadores da Oferta Brasileira – Banco UBS Pactual S.A. , Av. Brig. Faria Lima 3729, 8º a 10º andares, CEP 04538-133, São Paulo, SP (http://www.ubs.com/1/p/ubslatinamerica/capital_markets.html); Banco Itaú BBA S.A. , Av. Brig. Faria Lima 3400, 4º andar (parte), CEP 04538-132, São Paulo, SP (www.itaubba.com.br/portugues/atividades/prospectos.asp); Banco Santander (Brasil) S.A. , Rua Hungria 1400, 7º andar, CEP 01455-000, São Paulo, SP (www.superbroker.com.br); Coordenadores Contratados – [•], [endereço], [site] ; BM&FBOVESPA S.A. – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros , Praça Antonio Prado 48, CEP 01010-901, São Paulo, SP (www.bovespa.com.br); Comissão de Valores Mobiliários – CVM , Rua Sete de Setembro 111, 5º andar, CEP 20159-900, Rio de Janeiro, RJ, e Rua Cincinato Braga 340, 2º, 3º e 4º andares, CEP 01333-010, São Paulo, SP (www.cvm.gov.br); e Associação Nacional dos Bancos de Investimento – ANBID , Av. das Nações Unidas 8501, 21º andar, CEP 05425-070, São Paulo, SP (www.anbid.com.br).
Declarações	As declarações da Companhia e do Coordenador Líder, nos termos do artigo 56 da Instrução CVM 400, encontram-se anexas a este Prospecto.

SUMÁRIO DA COMPANHIA

Apresentamos a seguir um sumário de nossas atividades, nossas vantagens competitivas e estratégias. Este sumário não contém todas as informações que um potencial investidor deve considerar antes de decidir investir em nossas Ações. Para uma melhor compreensão das nossas atividades e da Oferta Global, o potencial investidor deverá ler cuidadosa e atentamente todo este Prospecto, incluindo as informações contidas nas seções "Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações" (página [•]), "Informações Financeiras Seleccionadas" (página [•]), "Fatores de Risco" (página [•]), "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais" (página [•]), dentre outras, bem como nas nossas demonstrações financeiras, respectivas notas explicativas e parecer dos Auditores Independentes, também incluídos neste Prospecto.

Visão Geral

Somos a companhia líder no setor e a maior proprietária de *Shopping Centers* do País, em termos de ABL total, ABL própria e número de *Shopping Centers*, e a maior prestadora de serviços de administração e comercialização de lojas, *Mall* e *Merchandising* para *Shopping Centers*, em termos de ABC, conforme dados da ABRASCE divulgados em setembro de 2007.

Na data deste Prospecto, detemos participação em 34 *Shopping Centers*, que, em conjunto, possuem aproximadamente seis mil lojas e totalizam 1.001,8 mil m² de ABL, sendo 43,6% ou 436,5 mil m² deste total detidos pela Companhia, considerando a média ponderada de nossa participação imobiliária na ABL dos referidos *Shopping Centers*, exceto pelo Araguaia Shopping em que nossa participação se dá por meio das Debêntures Araguaia com participação nos lucros. Adicionalmente, prestamos serviços de administração e/ou comercialização para 27 *Shopping Centers*, sendo: (i) serviços de administração para 21 dos 34 *Shopping Centers* que detemos participação; (ii) serviços de comercialização para 25 dos 34 *Shopping Centers* que detemos participação; e (iii) serviços de administração e comercialização para dois *Shopping Centers* que não detemos participação. Dentre o total das receitas de locação, menos de 10% da provenientes de Lojas Âncoras, sendo que nenhuma dessas lojas respondem, isoladamente, por mais do total da receita líquida.

Somos a única companhia do setor de *Shopping Centers* com participação em *Shoppings* distribuídos em todas as cinco regiões do País. Além disso, nosso portfólio é estrategicamente diversificado por segmento de renda, atendendo a consumidores de todas as diferentes classes sociais.

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

Em 31 de março de 2009

(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)

Carteira de <i>Shopping Centers</i> em que Detemos Participação	Estado	Part. (%) ⁽¹⁾	ABL Total (m²)	ABL Próprio (m²)	Lojas (unidades)
NorteShopping	RJ	74,1%	76.756	56.838	334
Shopping Recife	PE	31,1%	61.085	18.970	403
Shopping Estação ⁽²⁾	PR	100,0%	54.716	54.716	149
Shopping ABC	SP	0,7%	47.059	318	267
Pantanal Shopping	MT	10,0%	42.760	4.276	179
Amazonas Shopping	AM	17,9%	34.250	6.131	200
Shopping Del Rey	MG	65,0%	37.444	24.338	177
Minas Shopping	MG	1,0%	36.710	360	188
Shopping Center São Luis	MA	15,0%	34.119	5.118	138
Shopping Metro Tatuape	SP	3,0%	32.859	986	280
Campinas Shopping ⁽³⁾	SP	100,0%	30.082	30.082	157
Shopping Tamboré	SP	100,0%	31.466	31.466	163
Niteroi Plaza	RJ	100,0%	31.402	31.402	224
Shopping Iguatemi Caxias do Sul ⁽⁴⁾	RS	45,5%	30.324	13.797	146
West Shopping	RJ	30,0%	30.999	9.300	154
Shopping Campo Grande	MS	65,1%	28.574	18.590	159
Shopping Piracicaba	SP	19,0%	27.806	5.294	138
Shopping Villa Lobos	SP	39,7%	27.171	10.792	213
Shopping Mueller Joinville	SC	10,4%	26.643	2.771	145
Shopping Iguatemi Maceio	AL	34,2%	24.923	8.531	176
Esplanada Shopping	SP	3,4%	23.961	817	158
Shopping Curitiba	PR	35,0%	23.884	8.359	144
Shopping Independência	MG	8,0%	23.291	1.863	153
Ilha Plaza	RJ	100,0%	19.736	19.736	116

Pátio Belém	PA	13,3%	20.615	2.742	194
Araguaia Shopping ⁽⁵⁾	GO	50,0%	20.856	10.428	118
Top Shopping	RJ	35,0%	18.144	6.350	120
Big Shopping	MG	13,0%	17.536	2.280	84
Goiânia Shopping	GO	48,2%	20.513	9.877	160
Natal Shopping	RN	50,0%	17.024	8.512	110
Fashion Mall	RJ	100,0%	14.979	14.979	112
Osaco Plaza Shopping	SP	39,6%	14.534	5.755	142
Center Shopping	RJ	30,0%	12.673	3.802	106
Rio Plaza	RJ	100,0%	6.947	6.947	31
Total		43,6%	1.001.838	436.522	

⁽¹⁾ Considera nossa participação na data deste Prospecto.

⁽²⁾ Inclui área do Estação Convention Center, uma Âncora com 27,9 mil m² de ABL.

⁽³⁾ Em 05 de março de 2009, a ECISA Participações adquiriu 100% da ASB, que possui 100% da participação imobiliária no Campinas Shopping.

⁽⁴⁾ A Expansão do Iguatemi Caxias do Sul foi inaugurada em 28 de abril de 2009 adicionando 17.229 m² de ABL ao *Shopping Center*.

⁽⁵⁾ Participação por meio das Debêntures Araguaia, que contam participação nos lucros, que nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50,0% do resultado líquido desse *Shopping Center* e o direito de indicar seus administradores.

Nossa receita bruta provém de nossas atividades principais, que, no período de três meses findo em 31 de março de 2009, foram distribuídas da seguinte forma: (i) 90,2% decorrentes da locação de lojas, espaços no *Mall* e *Merchandising*, da exploração de estacionamento e taxa de cessão (luvas) de *Shopping Centers*; e (ii) 9,8% decorrentes de serviços de administração e comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising* para *Shopping Centers*.

Em linha com nossa estratégia de negócios, desde outubro de 2007, ampliamos nossa participação em seis *Shopping Centers* da nossa carteira e concluímos aquisições de participações em sete novos *Shopping Centers*, adicionando, aproximadamente, 67 mil m² de ABL próprio à nossa carteira, sendo adquiridos: (i) 10,0% do Fashion Mall (RJ) em 04 de outubro de 2007 e 7,6% em 1º de novembro de 2007 (aumentos de participação); (ii) 10,0% do Shopping Mueller Joinville (SC) em 19 de outubro de 2007 (aquisição de participação) e 0,4% em 22 de janeiro de 2008 (aumento de participação); (iii) 4,0% do Goiânia Shopping (GO) em 22 de outubro de 2007 (aumento de participação); (iv) 1,0% do Esplanada Shopping (SP) em 14 de novembro de 2007 (aumento de participação); (v) 1,1% do Pátio Belém (PA) (aumento de participação) e 3,0% do Shopping Metro Tatuapé (SP) (aquisição de participação) todas em 05 de dezembro de 2007; (vi) 5,0% do Shopping Center São Luis (MA) em 05 de dezembro de 2007 (aquisição de participação) e 10,0% em 06 de maio de 2008 (aumento de participação); (vii) 35,0% do Osasco Plaza Shopping (SP) em 24 de março de 2008 (aquisição de participação), 2,1% em 15 de maio de 2008 e 2,5% em 03 de junho de 2008 (aumentos de participação); (viii) 1,9% do Shopping Piracicaba (SP) em 04 de junho de 2008 e 5,7% em 23 de julho de 2008 (aumentos de participação); (ix) 5,0% do Natal Shopping (RN) em 13 de junho de 2008 (aumento de participação); (x) 30,0% do Center Shopping (RJ) (aquisição de participação) e 30,0% do West Shopping (RJ) (aquisição de participação), ambas em 1º de julho de 2008; e (xi) 100,0% do Shopping Campinas (SP) em 05 de março de 2009 (aquisição de participação).

Acreditamos ter uma sólida posição financeira, tendo apresentado crescimento consistente de nossas receitas líquidas e EBITDA desde 2006, conforme quadro abaixo, o qual apresenta algumas de nossas informações financeiras e operacionais consolidadas, incluindo dados *pro-forma*, para os períodos e exercícios indicados:

	Exercício Social encerrado em 31 de dezembro de		
	2006 ⁽¹⁾⁽⁶⁾	2007	2008
	(em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)		
Receita Líquida	85.951	207.039	323.883
EBITDA ⁽²⁾	53.751	127.671	242.248
Margem de EBITDA ⁽³⁾	62,5%	61,7%	74,8%
EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	53.751	143.029	245.328
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁵⁾	62,5%	66,7%	75,6%
Lucro (Prejuízo) Líquido	30.348	(70.361)	(30.457)
Margem Líquida	35,3%	(34,0)%	(9,4)%
ABL <i>Shopping Centers</i> (mil m ²) ⁽⁶⁾	235,8	896,4	984,1
ABL Companhia (mil m ²) ⁽⁷⁾	101,4	372,3	428,6

⁽¹⁾ Para mais informações acerca das demonstrações financeiras *pro-forma* ver a seção "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais" na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA e sua reconciliação para o lucro operacional, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

⁽³⁾ Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

⁽⁴⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

⁽⁵⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.

⁽⁶⁾ Reflete a ABL total de cada *Shopping Center* no qual detemos participação (e, consequentemente, não reflete a nossa participação em cada *Shopping Center*).

⁽⁷⁾ Representa a parcela de ABL da Companhia correspondente aos *Shopping Centers* em que possuímos participação.

⁽⁸⁾ Os valores relativos aos mil m² de ABL *Shopping Centers* e de ABL Companhia do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006 não incluem expansão do NorteShopping (janeiro de 2006).

	Período de três meses findo em 31 de março de	
	(em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)	
	2008	2009
Receita Líquida	66.523	81.555
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	62.346
Margem de EBITDA ⁽²⁾	69,5%	76,4%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	46.821	63.264
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	70,4%	77,6%
Lucro Líquido Ajustado ⁽⁵⁾	357	36.944
Margem Líquida	0,5%	45,3%
ABL <i>Shopping Centers</i> (mil m ²) ⁽⁶⁾	909,2	1.001,8
ABL Companhia (mil m ²) ⁽⁷⁾	380,2	436,4

⁽¹⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

⁽³⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

⁽⁴⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida. ⁽⁵⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do Lucro Líquido Ajustado, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

⁽⁶⁾ Reflete a ABL total de cada *Shopping Center* no qual detemos participação (e, consequentemente, não reflete a nossa participação em cada *Shopping Center*). ⁽⁷⁾ Representa a parcela de ABL da Companhia correspondente aos *Shopping Centers* em que possuímos participação.

Vantagens Competitivas

Acreditamos que nossas principais vantagens competitivas são as seguintes:

- **Portfólio de *Shopping Centers* estrategicamente diversificado.** Nossa carteira de *Shopping Centers* está estrategicamente diversificada, tanto do ponto de vista geográfico, como por segmento de renda, incluindo o Shopping Recife (PE), que acreditamos ser um dos maiores da região Nordeste em termos de ABL, e o NorteShopping (RJ), que acreditamos ser um dos maiores *Shopping Centers* do Brasil destinado especificamente ao público de Classe B. A ABL dos nossos *Shopping Centers* está distribuída nas diversas regiões do País da seguinte forma: 57,0% no Sudeste, 11,0% no Centro-Oeste, 14,0% no Nordeste, 12,0% no Sul e 6,0% no Norte. Nossa carteira inclui desde *Shopping Centers* destinados ao público de Classe C, como o Araguaia Shopping (GO) até *Shopping Centers* destinados ao público de Classe A, como o Shopping Villa-Lobos (SP) e o Fashion Mall (RJ). Acreditamos que nossa presença em todas as regiões do País e nossa experiência na operação de *Shopping Centers* voltados para diferentes segmentos de renda: (i) permitem que nos beneficiemos do crescimento econômico de cada região ou classe de renda; (ii) representam uma proteção contra flutuações das economias regionais ou setoriais; e (iii) representam uma importante vantagem competitiva na implementação de nossa estratégia de crescimento/consolidação.
- **Administração profissional e base de acionistas diferenciada.** Temos um grupo de profissionais reconhecidos no mercado com grande experiência na indústria de *Shopping Centers*, no setor imobiliário, no setor financeiro e na administração de empresas. Nossa política de remuneração procura alinhar os interesses dos nossos profissionais com os dos nossos acionistas, por meio de um programa de remuneração variável e um programa de opção de ações baseado na meritocracia e cumprimento de metas. Os nossos principais acionistas combinam: (i) mais de 50 anos de experiência da ECISA no setor de construção e de *Shopping Centers*; (ii) o reconhecido sucesso do Grupo GP em investimentos em *private equity*, com destaque nos últimos anos para a Gafisa S.A., Equatorial Energia S.A., Lupatech S.A., ALL – América Latina Logística do Brasil S.A. e Submarino S.A.; e (iii) a participação da Equity International, liderada por Samuel Zell, um dos maiores investidores do mercado imobiliário mundial, com casos reconhecidos em mercados emergentes, como Gafisa S.A. e Desarrolladora Homex S.A.
- **Capacidade diferenciada para consolidação da indústria de *Shopping Centers*.** Acreditamos que o setor de *Shopping Centers* apresenta excelente cenário para o nosso crescimento. A combinação de crescimento nas vendas no varejo e redução nas taxas de juros, juntamente com as características de fragmentação do mercado brasileiro de *Shopping Centers*, criam um cenário propício tanto para o desenvolvimento de novos projetos de *Shopping Centers*, como para a aquisição de participação em *Shopping Centers* existentes. Acreditamos possuir vantagens competitivas para a implementação da nossa estratégia de crescimento, tais como: (i) comprovada e bem sucedida experiência da nossa equipe e de nossos acionistas em operações de fusões e aquisições; (ii) nossa constante busca por oportunidades de investimento tanto em participações minoritárias como majoritárias; e (iii) acesso privilegiado a oportunidades geradas pela extensa rede de contatos dos nossos acionistas. Desde outubro de 2007, concluímos aquisições de participações em sete novos *Shopping Centers*, adicionando à nossa carteira, aproximadamente, 63,2 mil m² de ABL próprio.
- **Reconhecida, bem sucedida e crescente atividade de prestação de serviços.** Nossa atividade de prestação de serviços de administração e comercialização para *Shopping Centers*, representou cerca de 9,8% de nossa receita bruta no período de três meses findo em 31 de março de 2009. Ao longo de mais de dez anos de atuação, construímos uma sólida reputação neste segmento de mercado, que resultou na conquista sistemática de novos clientes e na manutenção da base de clientes. Acreditamos que a proximidade com os proprietários dos *Shopping Centers* que administramos, além do conhecimento operacional dos mesmos, poderá constituir importante vantagem competitiva na implementação de nossa estratégia de crescimento e consolidação. Prestamos serviços para 27 *Shopping Centers*.

Acreditamos que a nossa atividade de prestação de serviços poderá ser uma importante alavanca para nossa estratégia de crescimento.

- **Potencial de crescimento com elevadas margens e forte geração de caixa.** Apresentamos, no período entre 1º de janeiro de 2006 e 31 de dezembro de 2008, crescimento elevado e consistente da nossa receita líquida, com crescimento composto de 94,1% ao ano e variação de 22,6% entre o período de três meses findo em 31 de março de 2008 e o mesmo período de 2009, com a maior margem entre as companhias abertas do setor (margem de EBITDA de 62,5% em 2006, 61,7% em 2007, 74,8% em 2008 e margem de EBITDA de 76,4% no período de três meses findo em 31 de março de 2009), que poderá crescer ainda mais com o desenvolvimento de novos *Shopping Centers* e expansões que estão em nosso pipeline, resultando em uma forte geração de caixa operacional.
- **Forte relacionamento com grandes lojistas.** A extensa base de clientes dos *Shopping Centers* com os quais nos relacionamos nos coloca em posição de destaque no setor, dado que estabelecemos relacionamento, em decorrência da prestação de serviços bem como decorrente de nossos contratos de locação com um grande número de lojistas no Brasil, dentre os quais destacamos: Lojas Americanas, Ponto Frio, Marisa, Casa&Video, Leader Magazine, C&A, Riachuelo, Pernambucanas, Renner, Carrefour, Casas Bahia, Hiper Bompreço e Pão de Açúcar. Além disso, nossa grande capacidade em identificar e atrair as lojas Âncoras para novos projetos de *Shopping Center*, colabora para o fortalecimento do nosso relacionamento com os demais lojistas.

Estratégia

Acreditamos que a implementação das nossas principais estratégias comerciais, financeiras e de investimentos, descritas abaixo, proporcionará melhorias no desenvolvimento de nossas atividades, maximizando a lucratividade dos nossos acionistas e proporcionando vantagens sobre nossos concorrentes.

Nossas principais estratégias comerciais, financeiras e de investimentos são:

- **Foco na criação de valor através da aquisição de participações em Shopping Centers.** Pretendemos continuar a concentrar todos os esforços da nossa equipe para a implantação da nossa estratégia de crescimento por meio de aquisições. Possuímos uma equipe dedicada à prospecção, análise e execução de aquisições de *Shopping Centers*, com foco em: (i) participações adicionais em *Shopping Centers* integrantes da nossa carteira; (ii) participação em *Shopping Centers* que administramos e que não fazem parte de nossa atual carteira; (iii) participação em *Shopping Centers* de terceiros; e (iv) aquisição de companhias que, como nós, atuam no setor de *Shopping Centers*. Nossa estratégia de crescimento seguirá unicamente o critério de adição de valor para nossos acionistas por meio de aquisições que permitam retorno adequado, independentemente de localização, segmento de renda, percentual mínimo de participação ou controle imediato da administração do *Shopping Center*. Pretendemos utilizar a nossa *expertise* na administração de *Shopping Centers* para melhorar o desempenho operacional dos *Shopping Centers* que viermos a adquirir, adicionando valor ao investimento realizado.
- **Intensificar a Expansão de Shopping Centers existentes e desenvolvimento de novos Shopping Centers.** Pretendemos manter parte de nossos esforços para aproveitar as possíveis oportunidades para expansões e desenvolvimento de novos *Shopping Centers*. Acreditamos que o mercado brasileiro de *Shopping Centers* possui grande potencial para desenvolvimento de novos projetos e a BR Malls já aprovou os termos e condições gerais que regerão a construção, implementação e exploração conjunta de cinco novos *Shopping Centers*. (para mais informações, ver seção “Atividades – Projetos em Desenvolvimento – Expansões Previstas para [•]” na página [•] deste Prospecto). Adicionalmente, em expansões dos *Shopping Centers* nos quais já temos participação, acreditamos que possamos obter: (i) ganhos de escala, na medida em que determinados custos fixos não são substancialmente afetados pela expansão do *Shopping Center*; e (ii) maximização de nossas receitas decorrentes do sucesso desses *Shopping Centers*. Nesse contexto, inauguramos: (i) no início de maio de 2009, a primeira etapa da expansão do Shopping Goiânia (GO), que respondeu por quase 30,0% do ABL previsto para a expansão; (ii) no final de abril de 2009, a expansão do Shopping Caxias do Sul (RS), que adicionou 17.229 m² de ABL, mais que dobrando os 13.095 m² do tamanho original; e (iii) em janeiro de 2007 uma expansão no NorteShopping (RJ), que adicionou ao Shopping 33,0 mil m² de ABL. Além disso, estamos em processo de expansão de outros oito *Shopping Centers*.
- **Expansão das atividades de prestação de serviços.** Nossa atividade de prestação de serviços de administração e comercialização deverá beneficiar-se do acelerado crescimento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil. Além disso, o aumento do profissionalismo na gestão de propriedades imobiliárias deverá ampliar o mercado de prestação desses serviços. Nesta estratégia, nossos esforços permanecerão voltados para a ampliação da nossa atividade de prestação de serviços: (i) para os *Shopping Centers* que pretendemos desenvolver; (ii) para os *Shopping Centers* nos quais detemos participações; e (iii) para *Shopping Centers* nos quais ainda não prestamos tais serviços.
- **Implementação de padrões de excelência em gestão operacional, financeira e de pessoas.** Seguindo a mesma estratégia adotada por nossos acionistas nas companhias em que investem, pretendemos ampliar a implementação de padrões de excelência na nossa gestão operacional, financeira e de pessoas, intensificando a adoção de práticas como orçamento base-zero, remuneração variável com base em metas previamente definidas e acompanhamento

sistemático dos nossos indicadores de desempenho. Manteremos a dedicação especial à atração, à retenção e ao incentivo dos nossos profissionais, buscando alinhar seus interesses aos interesses da Companhia e de nossos acionistas, inclusive por meio de programa de opção de ações.

- **Foco no aprimoramento de controles, sistemas e processos.** Desde o início da nossa fundação, temos focado no aprimoramento dos nossos controles, processos e sistemas. Em 2007 implementamos um sistema integrado de gestão (*Oracle Business*) no nosso escritório central e iniciamos a implementação desse sistema nos nossos Shoppings. Em 2008 criamos nossa Central de Serviços Compartilhados (CSC) que centraliza os serviços administrativos, financeiros, contábeis e de tecnologia da informação, do nosso escritório e de nossos Shoppings, possibilitando um ganho de eficiência e escala ocasionados pela padronização, flexibilidade e segurança nos controles internos, sistemas e processos. Na data deste Prospecto, o CSC presta serviços para 13 *Shoppings Centers*, dos quais 11 detemos participação. Até o final deste ano esperamos implementar tais processos em mais cinco dos *Shopping Centers* que detemos participação.

Organograma Societário

O organograma a seguir mostra nossa composição acionária, bem como nossa participação em *Shopping Centers* na data deste Prospecto:

Para mais informações sobre composição acionária de nossos Acionistas Relevantes, ver seção “Principais Acionistas” na página [•] deste Prospecto.

Eventos Recentes e Composição Acionária

Plano de Opções

Em reunião do Comitê do Plano de Opção realizada em 14 de abril de 2009, foi aprovada, nos termos do Plano de Opção de Compra, a abertura do quarto programa de opção de compra das ações ordinárias de emissão da Companhia, o qual prevê um volume global de 2.729.659 ações ordinárias, que serão exercidas pelo preço de R\$11,43 por ação, acrescido do índice de correção do referido plano. Adicionalmente, determinou-se que os participantes do segundo e terceiro programas que aderirem, até 31 de julho de 2009, ao quarto programa de opção de compra das ações ordinárias de emissão da Companhia, por meio da assinatura dos respectivos Contratos de Outorga de Opção de Compra de Ações, concordarão automaticamente com a revogação dos segundo terceiro programas, conforme o caso, inclusive do correspondente Contrato de Outorga de Opção de Compra de Ações, tornando os mesmos sem efeitos. Desta forma, mesmo as ações remanescentes dos lotes anuais já incorporados e exercidos parcialmente não poderão ser subscritas ou adquiridas na forma prevista nos segundo e terceiro programas.

Alteração da Composição Acionária

Em 1º de abril de 2009, os acionistas EI Brazil Investments LLC, Private Equity Partners A, LLC e Private Equity Partners B, LLC, venderam 5.500.000 ações ordinárias de emissão da Companhia, em leilão organizado na BM&FBOVESPA. Os recursos desta venda foram utilizados para liquidar a totalidade da dívida contraída para financiar a aquisição original de nossas controladas ECISA Engenharia e ECISA Participações. A Equity International e o Grupo GP venderam, cada uma, aproximadamente 10,0% de suas respectivas participações e, após as referidas transações, passaram a deter, respectivamente, 17,64% e 14,45% do capital social da Companhia.

Expansões Inauguradas

Em 28 de abril de 2009 inauguramos a expansão do Shopping Caxias do Sul, que adicionou 17.229 m² de ABL, mais que dobrando os 13.095 m² do tamanho original. Adicionalmente, em 06 de maio de 2009 inauguramos a primeira etapa da expansão do Shopping Goiânia, que respondeu por quase 30,0% do ABL previsto para a expansão, adicionando 1.959 m².

Endividamento

A tabela abaixo fornece informações sobre nosso endividamento em 31 de março de 2009:

Endividamento	Em 31 de março de 2009 (R\$ mil)
Curto Prazo	109.932
Longo Prazo	1.365.614
Total	1.475.546
Caixa e Disponibilidades ⁽¹⁾	730.224
Dívida Líquida	745.322
Dívida Líquida/ EBITDA ⁽²⁾	2,99

⁽¹⁾ Sem considerar as Debêntures do Araguaia

⁽²⁾ EBITDA de 31 de Março de 2009, anualizado.

Para mais informações sobre nosso endividamento, vide página [•] deste Prospecto.

Nossa sede está localizada na Avenida Afrânio de Melo Franco, nº 290, salas 102, 103 e 104, Leblon, CEP 22430-060, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, e os telefones do nosso Departamento de Relações com Investidores são (21) 3138-9914 e (21) 3138-9992. Nosso endereço de correio eletrônico é ri@brmall.com.br.

SUMÁRIO DAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OPERACIONAIS

As tabelas abaixo apresentam um sumário do balanço patrimonial e da demonstração de resultado e outras informações para os períodos ali indicados. As informações financeiras abaixo devem ser lidas em conjunto com nossas demonstrações financeiras, suas respectivas notas explicativas e pareceres ou relatório dos Auditores Independentes anexas a este Prospecto, bem como com as seções "Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações" (página [•]), "Informações Financeiras Seleccionadas" (página [•]) e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais" (página [•]), dentre outras.

Nossos balanços patrimoniais e nossas demonstrações de resultado relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006 (*pro-forma*), 2007 e 2008 foram extraídos das nossas demonstrações financeiras (*pro-forma*), para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nossas demonstrações financeiras consolidadas auditadas para os exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2008 e 2007. Nossas demonstrações financeiras consolidadas anexas a este Prospecto foram auditadas por nossos auditores, PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, conforme indicado no respectivo parecer anexo a este Prospecto.

Nossos balanços patrimoniais e nossas demonstrações de resultado relativos aos períodos de três meses findos em 31 de março de 2008 e 2009 foram extraídos das nossas informações trimestrais consolidadas não auditadas para esses períodos. As informações trimestrais referentes aos períodos de três meses findos em 31 de março de 2008 e de 2009 foram objeto de revisão limitada pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes e o relatório de revisão limitada, com as Informações Trimestrais (ITR) referentes a 31 de março de 2008 e de 2009, também se encontram anexados a este Prospecto.

Nossas demonstrações financeiras *pro-forma* têm como objetivo refletir as operações da Companhia, baseando-se na apresentação histórica da estrutura societária em 31 de dezembro de 2006, exceto com relação à EGEC, à DACOM G e à DACOM D, cujos resultados estão consolidados em nossas demonstrações financeiras *pro-forma* a partir de 10 de outubro de 2006, data em que adquirimos participação em tais sociedades. Dessa forma, as demonstrações financeiras históricas do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006 não são utilizadas neste Prospecto, inclusive no que se refere ao "Sumário da Companhia", "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras Seleccionadas" e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais". Para tais seções, utilizamos as demonstrações financeiras *pro-forma* para o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006. Para mais informações sobre os critérios utilizados para a elaboração de nossas demonstrações financeiras *pro-forma* do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006, vide nota 1(b) da respectiva demonstração financeira *pro-forma* e a seção "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais".

Nossas demonstrações financeiras consolidadas dos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006 (*pro-forma*), 2007 e 2008 e nossas informações trimestrais consolidadas para os períodos de três meses findos em 31 de março de 2008 e 2009 foram preparadas de acordo com o BR GAAP, que difere em aspectos relevantes do US GAAP e do IFRS.

Em 28 de dezembro de 2007, foi promulgada a Lei nº 11.638, que alterada pela Medida Provisória nº 449, de 04 de dezembro de 2008, que modificaram e introduziram novos dispositivos à Lei das Sociedades por Ações. Essa Lei e a referida Medida Provisória tiveram como principal objetivo atualizar a legislação societária brasileira para possibilitar o processo de convergência das práticas contábeis adotadas no Brasil com aquelas constantes nas normas internacionais de contabilidade que são emitidas pelo IASB. A aplicação das referidas são obrigatórias para as demonstrações financeiras do exercício social iniciado em 1º de janeiro de 2008.

Nossas informações trimestrais consolidadas devem ser lidas em conjunto com as nossas demonstrações financeiras consolidadas e demais informações trimestrais anexas a este Prospecto, as respectivas notas explicativas e parecer dos Auditores Independentes, bem como com as seções "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras Seleccionadas" e "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais", dentre outras.

	Exercício Social encerrado em 31 de dezembro de						Varição	Varição
Informações Sobre o Resultado Consolidado	2006	AV (%)	2007	AV (%)	2008	AV (%)	2006/2007	2007/2008
	(Pro-Forma)						(%)	(%)
	(valores em milhares de reais)							
Receita de Aluguel e Serviços	93.449	108,7%	222.652	107,5%	351.244	108,4%	138,3%	57,8%
Impostos, Contribuições e Outros	(7.498)	(8,7)%	(15.613)	(7,5)%	(27.361)	(8,4)%	108,2%	75,2%
Receita Líquida de Aluguel e Serviços	85.951	100,0%	207.039	100,0%	323.883	(100,0)%	140,9%	56,4%
Custo dos Aluguéis e Serviços	(19.609)	(22,8)%	(48.436)	(23,4)%	(55.137)	(17,0)%	147,0%	13,8%
Lucro Bruto	66.342	77,2%	158.603	76,6%	268.746	83,0%	139,1%	69,4%
Receitas (Despesas) operacionais	(22.970)	(26,7)%	(215.022)	(103,9)%	(261.666)	(80,8)%	836,1%	21,7%
Despesas Comerciais	(1.849)	(2,2)%	(3.593)	(1,7)%	(6.538)	(2,0)%	94,3%	82,0%
Despesas Administrativas	(11.142)	(13,0)%	(43.790)	(21,2)%	(42.670)	(13,2)%	293,0%	(2,6)%
Despesas Legais e Tributárias	(6.101)	(7,1)%	(5.558)	(2,7)%	(2.204)	(0,7)%	(8,9)%	(60,3)%
Depreciações e Amortizações	(3.878)	(4,5)%	(62.262)	(30,1)%	(76.589)	(23,6)%	1.505,5%	23,0%
Equivalência Patrimonial	-	-	1.505	0,7%	779	0,2%	-	(48,2)%
Resultado Financeiro Líquido	(2.061)	(2,4)%	(103.793)	(50,1)%	(135.755)	(41,9)%	4.936,1%	30,8%
Outros Receitas (Despesas) Operacionais	-	-	2.469	1,2%	1.311	0,4%	-	(46,9)%
Lucro (Prejuízo) Operacional	41.311	48,1%	(56.419)	(27,3)%	7.080	2,2%	(236,6)%	(112,5)%
Resultado Não Operacional, Líquido	(652)	(0,8)%	-	-	-	-	-	-
Lucro (Prejuízo) antes da Tributação e das Participações	40.659	47,3%	(56.419)	(27,3)%	7.080	2,2%	(238,8)%	(112,5)%
IR e CSLL	(9.525)	(11,1)%	(13.592)	(6,6)%	(34.934)	(10,8)%	42,7%	157,0%
Lucro Antes das Participações	31.134	36,2%	(70.011)	(33,8)%	(27.854)	(8,6)%	(324,9)%	(60,2)%
Participação dos Minoritários	(786)	(0,9)%	(350)	(0,2)%	(2.603)	(0,8)%	(55,5)%	643,7%
Lucro líquido do exercício	30.348	35,3%	(70.361)	(34,0)%	(30.457)	(9,4)%	(331,8)%	(56,7)%

Informações Sobre o Resultado Consolidado	Período de três meses findo em 31 de março de				
	2008 (Não Auditado)	AV (%)	2009 (Não Auditado)	AV (%)	Variação 2008/2009 (%)
	(valores em milhares de reais)				
Receita de aluguel e serviços	71.812	108,0%	89.132	109,3%	24,1%
Impostos, Contribuições e Outros	(5.289)	(8,0)%	(7.577)	(9,3)%	43,3%
Receita Líquida de Aluguel e Serviços	66.523	100,0%	81.555	(100,0)%	22,6%
Custo dos Aluguéis e Serviços	(13.895)	(20,9)%	(14.172)	(17,4)%	2,0%
Lucro Bruto	52.628	79,1%	67.383	(82,6)%	28,0%
Receitas (Despesas) Operacionais	(45.272)	(68,1)%	(26.961)	(33,1)%	(40,4)%
Despesas Comerciais	(2.188)	(3,3)%	(1.862)	(2,3)%	(14,9)%
Despesas Administrativas	(9.980)	(15,0)%	(10.406)	(12,8)%	4,3%
Depreciações e Amortizações	(13.046)	(19,6)%	(6.751)	(8,3)%	(48,3)%
Despesas Legais e Tributárias	0	0,0%	(191)	(0,2)%	0,0%
Resultado de Equivalência Patrimonial	135	0,2%	183	0,2%	35,6%
Resultado Financeiro Líquido	(20.908)	(31,4)%	(8.072)	(9,9)%	(61,4)%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	715	1,1%	138	0,2%	(80,7)%
Lucro (Prejuízo) Operacional Líquido	7.356	11,1%	40.422	49,6%	449,5%
Lucro (prejuízo) antes da Tributação e Participações	7.356	11,1%	40.422	49,6%	449,5%
IR e CSLL	(6.683)	(10,0)%	(3.108)	(3,8)%	(53,5)%
Prejuízo antes das Participações	673	1,0%	37.314	45,8%	5.444,4%
Participação dos Minoritários	(316)	(0,5)%	(370)	(0,5)%	17,1%
Lucro Líquido do Exercício	357	0,5%	36.944	45,3%	10.248,5%

	Em 31 de dezembro de							
Informações Sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados	2006 (Pro-Forma)	AV (%)	2007	AV (%)	2008	AV (%)	Variação 2006/2007 (%)	Variação 2007/2008 (%)
	(valores em milhares de reais)							
Ativo								
Circulante								
Disponibilidades	6.576	1,0%	17.050	0,6%	3.388	0,1%	159,3%	(80,1)%
Títulos e valores mobiliários	105.640	15,5%	548.986	19,7%	755.094	22,1%	419,7%	37,5%
Contas a receber	17.532	2,6%	58.311	2,1%	63.883	1,9%	232,6%	9,6%
Impostos a recuperar	3.761	0,6%	11.937	0,4%	30.598	0,9%	217,4%	156,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	9.430	1,4%	6.742	0,2%	3.630	0,1%	(28,5)%	(46,2)%
Diferencial de swap a receber	-	-	-	-	2.241	0,1%	-	-
Adiantamentos a condomínios	2.977	0,4%	6.885	0,2%	5.773	0,2%	131,3%	(16,2)%
Outros valores a receber	4.044	0,6%	17.177	0,6%	20.629	0,6%	324,8%	20,1%
Despesas antecipadas	-	-	-	-	7.946	0,2%	-	-
Total do circulante	149.960	22,0%	667.088	23,9%	893.182	26,2%	344,8%	33,9%
Realizável a longo prazo								
Títulos e valores mobiliários	-	-	16.119	0,6%	14.696	0,4%	-	(8,8)%
Contas a receber	2.130	0,3%	2.655	0,1%	15.386	0,5%	24,6%	479,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-	-	-	-	10.303	0,3%	-	-
Ativo fiscal diferido	35.072	5,1%	73.997	2,7%	65.434	1,9%	111,0%	(11,6)%
Diferencial de swap a receber	-	-	-	-	42.469	1,2%	-	-
Depósitos e cauções	1.353	0,2%	6.729	0,2%	10.843	0,3%	397,3%	61,1%
Outros valores a receber	2.008	0,3%	-	-	4.361	0,1%	-	-
Total do realizável a longo prazo	40.563	6,0%	99.500	3,6%	163.492	4,8%	145,3%	64,3%
Permanente								
Investimentos avaliados ao custo	2.341	0,3%	2.479	0,1%	2.825	0,1%	5,9%	14,0%
Imobilizado	166.036	24,4%	1.481.955	53,1%	1.817.006	53,2%	792,6%	22,6%
Diferido	472	0,1%	8.240	0,3%	8.173	0,2%	1.645,8%	(0,8)%
Intangível	321.878	47,2%	531.538	19,0%	528.671	15,5%	65,1%	(0,5)%
Total do permanente	490.727	72,0%	2.024.212	72,5%	2.356.675	69,0%	312,5%	16,4%
Total do ativo	681.250	100,0%	2.790.800	100,0%	3.413.349	100,0%	309,7%	22,3%
Passivo								
Circulante								
Empréstimos e financiamentos	25.188	3,7%	42.790	1,5%	76.762	2,2%	69,9%	79,4%
Debêntures	-	-	17.063	0,6%	13.948	0,4%	-	(18,3)%
Fornecedores	2.699	0,4%	25.451	0,9%	10.435	0,3%	843,0%	(59,0)%
Impostos e contribuições a recolher	45.722	6,7%	33.530	1,2%	37.168	1,1%	(26,7)%	10,8%
Impostos e contribuições - parcelamentos	861	0,1%	4.559	0,2%	4.988	0,1%	429,5%	9,4%
Salários e encargos sociais	302	-	15.346	0,5%	11.906	0,3%	4.981,5%	(22,4)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	8.216	1,2%	19.758	0,7%	18.168	0,5%	140,5%	(8,0)%
Diferencial de swap a pagar	-	-	-	-	1.208	-	-	-
Adiantamento de clientes	-	-	-	-	2.281	0,1%	-	-
Outros valores a pagar	3.447	0,5%	5.654	0,2%	310	-	64,0%	(94,5)%
Total do circulante	86.435	12,7%	164.151	5,9%	177.174	5,2%	89,9%	7,9%
Exigível a longo prazo								
Empréstimos e financiamentos	39.342	5,8%	455.394	16,3%	1.029.290	30,2%	1.057,5%	126,0%
Debêntures	-	-	320.000	11,5%	342.215	10,0%	-	6,9%
Fornecedores	-	-	-	-	8.031	0,2%	-	-
Impostos e contribuições - parcelamentos	2.153	0,3%	18.942	0,7%	14.304	0,4%	779,8%	(24,5)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	21.716	3,2%	23.811	0,9%	9.273	0,3%	9,6%	(61,1)%
Provisão para contingências	7.676	1,1%	22.178	0,8%	23.193	0,7%	188,9%	4,6%
Provisão para imposto de renda e contribuição social	-	-	-	-	17.736	0,5%	-	-
Diferencial de swap a pagar	-	-	-	-	6.620	0,2%	-	-
Outros valores a pagar	6.144	0,9%	7.507	0,3%	-	-	22,2%	-
Total do exigível a longo prazo	77.031	11,3%	847.832	30,4%	1.450.662	42,5%	1.000,6%	71,1%
Receitas diferidas	-	-	-	-	4.918	0,1%	-	-
Participação dos minoritários	406	0,1%	9.425	0,3%	36.744	1,1%	2.221,4%	289,9%
Patrimônio líquido								
Capital social	516.918	75,9%	1.839.293	65,9%	1.846.253	54,1%	255,8%	0,4%
Reserva de capital	126	0,0%	126	-	6.508	0,2%	-	5.065,1%
Ações em tesouraria	-	-	-	-	(5.390)	(0,2)%	-	-
Lucros (Prejuízos) acumulados	334	0,0%	(70.027)	(2,5)%	(103.520)	(3,0)%	(21.066,2)%	47,8%
Total do patrimônio líquido	517.378	75,9%	1.769.392	63,4%	1.743.851	51,1%	242,0%	(1,4)%
Total do passivo e patrimônio líquido	681.250	100,0%	2.790.800	100,0%	3.413.349	100,0%	309,7%	22,3%

Informações Sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados	Em 31 de Dezembro de		Em 31 de Março de		Variação 2008/2009 (%)
	2008	AV (%)	2009	AV (%)	
	(Auditado)		(Não Auditado)		
	(valores em milhares de reais)				
Ativo					
Circulante					
Disponibilidades	3.388	0,1%	4.562	0,1%	34,7%
Títulos e valores mobiliários	755.094	22,1%	673.869	19,0%	(10,8)%
Contas a receber	63.883	1,9%	53.178	1,5%	(16,8)%
Impostos a recuperar	30.598	0,9%	31.869	0,9%	4,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.630	0,1%	3.753	0,1%	3,4%
Diferencial de swap a receber	2.241	0,1%	10.357	0,3%	362,2%
Adiantamentos a condomínios	5.773	0,2%	6.076	0,2%	5,2%
Outros valores a receber	20.629	0,6%	23.905	0,7%	15,9%
Despesas antecipadas	7.946	0,2%	8.227	0,2%	3,5%
Total do circulante	893.182	26,2%	815.796	23,0%	(8,7)%
Realizável a longo prazo					
Títulos e valores mobiliários	14.696	0,4%	66.489	1,9%	352,4%
Contas a receber	15.386	0,5%	18.969	0,5%	23,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	10.303	0,3%	12.318	0,3%	19,6%
Ativo fiscal diferido	65.434	1,9%	63.303	1,8%	(3,3)%
Diferencial de swap a receber	42.469	1,2%	43.056	1,2%	1,4%
Depósitos e cauções	10.843	0,3%	10.887	0,3%	0,4%
Outros valores a receber	4.361	0,1%	2.661	0,1%	(39,0)%
Total do realizável a longo prazo	163.492	4,8%	217.683	6,1%	33,1%
Permanente					
Investimentos avaliados ao custo	2.825	0,1%	2.825	0,1%	-
Imobilizado	1.817.006	53,2%	1.858.810	52,3%	2,3%
Diferido	8.173	0,2%	7.523	0,2%	(8,0)%
Intangível	528.671	15,5%	648.209	18,3%	22,6%
Total do permanente	2.356.675	69,0%	2.517.367	70,9%	6,8%
Total do ativo	3.413.349	100,0%	3.550.846	100,0%	4,0%
Passivo					
Circulante					
Empréstimos e financiamentos	76.762	2,2%	92.080	2,6%	20,0%
Debêntures	13.948	0,4%	17.852	0,5%	28,0%
Fornecedores	10.435	0,3%	9.304	0,3%	(10,8)%
Impostos e contribuições a recolher	37.168	1,1%	38.338	1,1%	3,1%
Impostos e contribuições - parcelamentos	4.988	0,1%	4.760	0,1%	(4,6)%
Salários e encargos sociais	11.906	0,3%	8.687	0,2%	(27,0)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	18.168	0,5%	67.580	1,9%	272,0%
Diferencial de swap a pagar	1.208	-	1.984	0,1%	64,2%
Adiantamento de clientes	2.281	0,1%	5.404	0,2%	136,9%
Outros valores a pagar	310	-	1.212	-	291,0%
Total do circulante	177.174	5,2%	247.201	7,0%	39,5%
Exigível a longo prazo					
Empréstimos e financiamentos	1.029.290	30,2%	1.019.679	28,7%	(0,9)%
Debêntures	342.215	10,0%	345.935	9,7%	1,1%
Fornecedores	8.031	0,2%	8.267	0,2%	2,9%
Impostos e contribuições - parcelamentos	14.304	0,4%	13.766	0,4%	(3,8)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	9.273	0,3%	57.627	1,6%	521,4%
Provisão para contingências	23.193	0,7%	26.995	0,8%	16,4%
Provisão para imposto de renda e contribuição social	17.736	0,5%	10.346	0,3%	(41,7)%
Diferencial de swap a pagar	6.620	0,2%	4.757	0,1%	(28,1)%
Total do exigível a longo prazo	1.450.662	42,5%	1.487.372	41,9%	2,5%
Receitas diferidas	4.918	0,1%	7.152	0,2%	45,4%
Participação dos minoritários	36.744	1,1%	39.471	1,1%	7,4%
Patrimônio líquido					
Capital social	1.846.253	54,1%	1.847.931	52,0%	0,1%
Reserva de capital	6.508	0,2%	7.499	0,2%	15,2%
Ações em tesouraria	(5.390)	(0,2)%	(19.204)	(0,5)%	256,3%
Lucros (Prejuízos) acumulados	(103.520)	(3,0)%	(66.576)	(1,9)%	(35,7)%
Total do patrimônio líquido	1.743.851	51,1%	1.769.650	49,8%	1,5%
Total do passivo	3.413.349	100,0%	3.550.846	100,0%	4,0%

Conciliação do EBITDA com o Lucro operacional

	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de		
	2006 (Pro-Forma)	2007	2008
	(valores em milhares de reais)		
Lucro Operacional	41.311	(56.419)	7.080
(+) Depreciação e Amortização	10.379	81.802	100.192
(+) Resultado Financeiro Líquido	2.061	103.793	135.755
(-) Equivalência Patrimonial	-	(1.505)	(779)
EBITDA ⁽¹⁾	53.751	127.671	242.248
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	53.751	143.029	245.328

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

	Período de três meses findo em 31 de março de	
	2008	2009
	(Não Auditado)	(Não Auditado)
	(valores em milhares de reais)	
Lucro Operacional	7.356	40.422
(+) Depreciação e Amortização	18.083	14.035
(+) Resultado Financeiro Líquido	20.908	8.072
(-) Equivalência Patrimonial	(135)	(183)
(+) Debêntures Araguaia	609	918
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	62.346
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	46.821	63.264

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

Conciliação do Lucro/Prejuízo do Exercício com Lucro Líquido Ajustado

	Exercícios encerrados em 31 de dezembro de		
	2006 (pro forma)	2007	2008
	(valores em milhares de reais)		
Lucro (Prejuízo) do Exercício	30.348	(70.361)	(30.457)
(+) Outras Despesas não Recorrentes	-	7.744	78
(+) Despesas com IPO	-	59.630	-
Lucro Líquido Ajustado ⁽¹⁾	30.348	(2.987)	(30.379)

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do Lucro Líquido Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

Outros Dados Financeiros

	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de		
	2006 (pro forma)	2007	2008
	(valores em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)		
Receita Líquida de Aluguéis e Serviços	85.951	207.039	323.883
EBITDA ⁽¹⁾	53.751	127.671	242.248
Margem de EBITDA ⁽²⁾	62,5%	61,7%	74,8%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	53.751	143.029	245.328
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	62,5%	66,7%	75,6%
Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício	30.348	(2.987)	(30.379)

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

⁽³⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽⁴⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.

	Período de três meses findo em 31 de março de	
	2008 (Não Auditado)	2009 (Não Auditado)
	(em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)	
Receita Líquida	66.523	81.555
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	63.364
Margem de EBITDA ⁽²⁾	69,5%	76,4%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	46.821	63.264
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	70,4%	77,6%
Lucro Líquido (Prejuízo)	357	36.944
Lucro Líquido (Prejuízo) Ajustado ⁽⁵⁾	357	36.944

⁽¹⁾ EBITDA ajustado para 31 de março de 2009. Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

⁽³⁾ EBITDA Ajustado ajustado para 31 de março de 2009. Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽⁴⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.⁽⁵⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do Lucro Líquido Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

SUMÁRIO DA OFERTA

Companhia	BR Malls Participações S.A.
Acionistas Vendedores	Private Equity Partners A, LLC, Private Equity Partners B, LLC, Dyl Empreendimentos e Participações S.A. e Richard Paul Matheson.
Coordenador Líder	Itaú BBA.
Coordenadores da Oferta Brasileira	O Coordenador Líder, o UBS Pactual e o Santander.
Coordenadores Contratados	[•] e [•].
Instituições Participantes da Oferta Brasileira	Os Coordenadores da Oferta Brasileira, os Coordenadores Contratados e as Corretoras, em conjunto.
Coordenadores da Oferta Internacional	Itaú Securities, Inc., UBS Securities LLC e o Santander Investment Securities Inc.
Oferta Global	A Oferta Brasileira e a Oferta Internacional, em conjunto.
Oferta Primária	Oferta pública das Ações da Oferta Primária.
Oferta Secundária	Oferta pública das Ações da Oferta Secundária.
Oferta Brasileira	Oferta pública das Ações da Oferta Brasileira, a ser realizada no Brasil, pelos Coordenadores da Oferta Brasileira, em mercado de balcão não organizado, nos termos da Instrução CVM 400 e demais disposições legais aplicáveis, com esforços de colocação no exterior, nos Estados Unidos da América, pelos Coordenadores da Oferta Internacional, aos Investidores Institucionais Estrangeiros, de acordo com as disposições do Contrato de Distribuição da Oferta Internacional.
Oferta Internacional	Oferta pública de Ações da Oferta Internacional, sob a forma de GDSs, a ser realizada no exterior, pelos Coordenadores da Oferta Internacional, para Investidores Institucionais Estrangeiros, de acordo com as disposições do Contrato de Distribuição da Oferta Internacional.
Ações	Ações da Oferta Primária e Ações da Oferta Secundária, em conjunto.
Ações da Oferta Primária	[•] ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão objeto da Oferta Primária.
Ações da Oferta Secundária	[•] ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão e de titularidade dos Acionistas Vendedores, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus ou gravames, objeto da Oferta Secundária.
Ações da Oferta Brasileira	Ações a serem ofertadas no Brasil, com esforços de colocação no exterior, nos Estados Unidos da América, no âmbito da Oferta Brasileira.
Ações da Oferta Internacional	Ações a serem ofertadas no exterior, sob a forma de GDSs, representados por GDRs, cada GDS representando duas Ações, no âmbito da Oferta Internacional.
Ações do Lote Suplementar	Até [•] ações ordinárias de nossa emissão, equivalentes a até 15% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações Adicionais), que, nos termos do artigo 24 da Instrução CVM 400, conforme a Opção de Lote Suplementar, poderão ser acrescidas à Oferta, nas mesmas condições e preço das Ações inicialmente ofertadas.

Ações Adicionais	Até [•] ações ordinárias de nossa emissão, equivalentes a até 20% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar), que, nos termos do artigo 14, parágrafo 2º, da Instrução CVM 400, até a data de publicação do Anúncio de Início, inclusive, poderão, [a nosso critério [e a critério dos Acionistas Vendedores]], em comum acordo com os Coordenadores da Oferta Brasileira, ser acrescidas à Oferta, nas mesmas condições e preço das Ações inicialmente ofertadas.
Preço por Ação	O Preço por Ação será fixado após a conclusão do Procedimento de <i>Bookbuilding</i> .
Valor Total da Oferta Global	R\$[•] (com base na cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009 e sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais), sendo R\$[•] decorrentes da Oferta Primária e R\$[•] decorrentes da Oferta Secundária.
Público Alvo da Oferta Brasileira	Investidores Não Institucionais, no âmbito da Oferta de Varejo, e Investidores Institucionais Locais e Investidores Institucionais Estrangeiros, no âmbito da Oferta Institucional, sendo que os Investidores Institucionais Estrangeiros deverão observar os mecanismos de investimento regulamentados pelo CMN, pelo Banco Central e pela CVM.
Oferta de Varejo	No contexto da Oferta de Varejo, o montante de, no mínimo, 10% e, a critério dos Coordenadores da Oferta Brasileira, o montante de, no máximo, 11% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais), será destinado prioritariamente à colocação pública para Investidores Não Institucionais que tenham realizado Pedido de Reserva.
Período de Reserva	Será concedido aos Investidores Não Institucionais o prazo entre [•] de [•] de 2009 e [•] de [•] de 2009, inclusive, para a realização dos respectivos Pedidos de Reserva.
Oferta Institucional	As Ações da Oferta Brasileira destinadas à Oferta de Varejo que não tiverem sido alocadas serão destinadas à Oferta Institucional, juntamente com as demais Ações da Oferta Brasileira.
Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas	Poderá ser aceita a participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no processo de fixação do Preço por Ação, mediante a participação destes no Procedimento de <i>Bookbuilding</i> , até o limite de 15% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais). Caso seja verificado excesso de demanda superior a um terço das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais), não será permitida a colocação, pelos Coordenadores da Oferta Brasileira ou pelos Coordenadores Contratados, de Ações da Oferta Brasileira aos Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas, sendo as intenções de investimento realizadas por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas automaticamente canceladas. Os investimentos realizados em decorrência de operações com derivativos (<i>total return swaps</i>) não serão considerados investimentos por Pessoas Vinculadas para os fins da Oferta Brasileira. A participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de <i>Bookbuilding</i> poderá impactar adversamente a formação do Preço por Ação, e o investimento nas Ações por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas poderá promover redução da liquidez das ações ordinárias de emissão da Companhia e/ou dos GDSs da Companhia no mercado secundário.

Data de Liquidação	A liquidação física e financeira das Ações da Oferta Brasileira (exceto as Ações do Lote Suplementar) ocorrerá até o último dia do Período de Colocação.
Data de Liquidação das Ações do Lote Suplementar	A liquidação física e financeira das Ações do Lote Suplementar deverá ocorrer até o terceiro dia útil contado da respectiva data de exercício da Opção de Lote Suplementar, mas não antes da data de publicação do Anúncio de Início.
Garantia Firme de Liquidação	Observadas as condições previstas no Contrato de Distribuição, os Coordenadores da Oferta Brasileira realizarão a colocação da totalidade das Ações da Oferta Brasileira (exceto pelas Ações do Lote Suplementar) de acordo com os limites individuais indicados na seção “Informações Sobre a Oferta – Contrato de Distribuição – Garantia Firme de Liquidação”, na página [•] deste Prospecto, em regime de garantia firme de liquidação, de forma individual e não solidária, observado o disposto no Contrato de Distribuição. Se, ao final do Período de Colocação, as Ações da Oferta Brasileira não tiverem sido totalmente liquidadas, cada um dos Coordenadores da Oferta Brasileira, de forma individual e não solidária, subscreverá ou adquirirá, no último dia do Período de Colocação, pelo Preço por Ação, na proporção e até o limite individual de cada um dos Coordenadores da Oferta Brasileira, conforme indicado na seção “Informações Sobre a Oferta – Contrato de Distribuição – Garantia Firme de Liquidação”, na página [•] deste Prospecto, a totalidade do respectivo saldo resultante da diferença entre (i) a quantidade de Ações da Oferta Brasileira indicada no Contrato de Distribuição (exceto pelas Ações do Lote Suplementar); e (ii) a quantidade de Ações da Oferta Brasileira efetivamente liquidada pelos investidores que as subscreveram ou adquiriram. A proporção prevista acima poderá ser realocada de comum acordo entre os Coordenadores da Oferta Brasileira. Tal garantia é vinculante a partir do momento em que for concluído o Procedimento de <i>Bookbuilding</i> e celebrado o Contrato de Distribuição.
Direitos, Vantagens e Restrições das Ações	As Ações conferirão aos seus titulares os direitos e as vantagens e estarão sujeitas às restrições decorrentes da Lei das Sociedades por Ações, do Regulamento do Novo Mercado e do Estatuto Social, dentre os quais: (i) direito de voto nas nossas assembleias gerais, sendo que cada Ação corresponderá a um voto; (ii) direito ao dividendo obrigatório, em cada exercício social, equivalente a 25% do lucro líquido ajustado nos termos do artigo 202 da Lei das Sociedades por Ações; (iii) direito de alienação das Ações nas mesmas condições asseguradas ao acionista controlador alienante, em caso de alienação, direta ou indireta, a título oneroso, do nosso controle, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas (<i>tag along</i> de 100% do preço); e (iv) direito ao recebimento integral de dividendos e demais proventos de qualquer natureza que viermos a declarar a partir da Data de Liquidação.

Restrições a Negociações com Ações Ordinárias de Nossa Emissão (Lock-up)

Pelo prazo de 90 dias contados da data de publicação do Anúncio de Início, nós estaremos obrigados a não ofertar, vender, contratar a venda, onerar, outorgar opção de compra, ou de outra forma dispor ou outorgar quaisquer direitos, em qualquer caso, com relação às ações ordinárias de nossa emissão ou a valores mobiliários representativos ou conversíveis em ações ordinárias de nossa emissão, exceto se mediante prévio consentimento por escrito dos Coordenadores da Oferta Brasileira. [A restrição acima não será aplicável (i) nos casos de cessão ou empréstimo de ações para atividade de formador de mercado; (ii) no âmbito dos programas aprovados ou que venham a ser aprovado de acordo com o Plano de Opção de Compra; e (iii) em operações que representem acréscimo de ativos e/ou participações imobiliárias ou societárias, não havendo, consequentemente, qualquer restrição para aprovar e realizar operações de incorporação, incorporação de ações, fusão, permuta ou, ainda, qualquer outra operação com mencionado objetivo], desde que, em nenhuma hipótese, represente uma oferta pública de ações ordinárias de nossa emissão ou de valores mobiliários representativos ou conversíveis em ações ordinárias de nossa emissão]]. Durante o mesmo período, os Acionistas Vendedores, os membros do nosso Conselho de Administração e os membros da nossa Diretoria estarão obrigados a não ofertar, vender, contratar a venda, onerar, outorgar opção de compra ou de outra forma dispor ou outorgar quaisquer direitos, em qualquer caso, com relação às ações ordinárias de nossa emissão ou a valores mobiliários representativos ou conversíveis em ações ordinárias de nossa emissão.

Conselho Fiscal

Nos termos do nosso Estatuto Social, nosso Conselho Fiscal, de caráter não permanente, somente será instalado quando por solicitação dos acionistas na forma da Lei das Sociedades por Ações, e será composto de três membros e suplentes em igual número, acionistas ou não, eleitos pela Assembleia Geral em que for requerido o seu funcionamento.

Resolução de Conflitos por Meio de Arbitragem

Nos termos do nosso Estatuto Social, nós, nossos acionistas, os membros do nosso Conselho de Administração, os membros da nossa Diretoria e os membros do nosso Conselho Fiscal obrigamo-nos 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 Banco Central 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.

Inadequação da Oferta Brasileira a Certos Investidores

Não há inadequação específica da Oferta Brasileira a certo grupo ou categoria de investidor. Como todo e qualquer investimento em valores mobiliários de renda variável, o investimento nas Ações apresenta certos riscos e possibilidades de perdas patrimoniais que devem ser cuidadosamente considerados antes da tomada de decisão de investimento (ver seções “Fatores de Risco” e “Descrição do Capital Social”, nas páginas [•] e [•], respectivamente, deste Prospecto).

Aprovações Societárias

O nosso Conselho de Administração, em reunião realizada em 10 de junho de 2009, cuja ata foi arquivada na JUCERJA em [•] de [•] de 2009 e publicada no DOERJ em [•] de [•] de 2009 e no jornal "Valor Econômico" em [•] de [•] de 2009, aprovou o aumento do capital social da Companhia, dentro do limite do capital autorizado previsto em seu Estatuto Social, mediante a emissão das Ações da Oferta Primária, com exclusão do direito de preferência e sem prioridade aos então acionistas, nos termos do artigo 172 Lei das Sociedades por Ações, para colocação por meio da Oferta Primária, [com a possibilidade de emissão das Ações Adicionais,] e autorizou a Diretoria da Companhia a praticar todos os atos e assinar todos os documentos necessários à realização dessas

deliberações. Previamente à concessão do registro da Oferta Global pela CVM, o nosso Conselho de Administração, em reunião cuja ata será publicada no jornal "Valor Econômico" na data de publicação do Anúncio de Início e será arquivada na JUCERJA e publicada no DOERJ, aprovará o Preço por Ação, a ser calculado de acordo com o artigo 170, parágrafo 1º, inciso III, da Lei das Sociedades por Ações e aferido tendo como parâmetro a cotação das ações ordinárias de emissão da Companhia na BM&FBOVESPA e o resultado do Procedimento de *Bookbuilding*.

A Oferta Secundária foi aprovada pelos Acionistas Vendedores pessoas jurídicas, de acordo com seus respectivos atos constitutivos.

Listagem

No dia útil subsequente à data de publicação do Anúncio de Início, as Ações serão negociadas na BM&FBOVESPA sob o código "BRML3" e listadas no Novo Mercado.

Exceto pelo registro da Oferta Global pela CVM, nós, os Acionistas Vendedores e os Coordenadores da Oferta Brasileira não pretendemos realizar nenhum registro da Oferta Global ou das Ações nos Estados Unidos e nem em qualquer agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país.

Instituição Escriutadora das Ações Ordinárias de Nossa Emissão

Banco Itaú S.A.

Programa de GDRs

O Programa de GDRs foi registrado pela CVM em 3 de abril de 2007, sob o n.º [•].

Destinação dos Recursos

Os recursos obtidos pela Companhia com a Oferta Primária serão utilizados, em princípio, para financiar: (i) a concepção, incorporação e administração de novos *Shopping Centers*; (ii) a aquisição de maior participação nos nossos *Shopping Centers*; (iii) a aquisição de participação em *Shopping Centers* de terceiros e empresas que atuem no mesmo setor; (iv) a expansão das operações de nossos *Shopping Centers*; e (v) a amortização ou quitação de financiamentos.

Fatores de Risco

Para uma descrição dos fatores que devem ser considerados antes da decisão de investimento nas Ações, ver seção "Fatores de Risco", na página [•] deste Prospecto, além de outras informações incluídas neste Prospecto.

Declarações

Nossa declaração, as declarações dos Acionistas Vendedores e a declaração do Coordenador Líder, nos termos do artigo 56 da Instrução CVM 400, estão anexas a este Prospecto.

Informações Adicionais

Para mais informações sobre a Oferta Global, ver seção "Informações Sobre a Oferta Global", na página [•] deste Prospecto. Nós, os Acionistas Vendedores e o Coordenador Líder solicitamos o registro da Oferta Global em [10] de junho de 2009, estando a Oferta Global sujeita à análise prévia da ANBID e prévia aprovação pela CVM. Mais informações sobre a Oferta poderão ser obtidas com as Instituições Participantes da Oferta nos endereços indicados na seção "Identificação de Administradores, Consultores e Auditores", na página [•] deste Prospecto.

CRONOGRAMA ESTIMADO DA OFERTA BRASILEIRA

Encontra-se abaixo um cronograma estimado das principais etapas da Oferta Brasileira:

N.º	Evento	Data de Realização/ Data Prevista(1)
1.	Publicação do Aviso ao Mercado (sem logotipos das Corretoras) Disponibilização do Prospecto Preliminar Início das apresentações para potenciais investidores Início do Procedimento de Bookbuilding	[•].[•].2009
2.	Republicação do Aviso ao Mercado (com logotipos das Corretoras) Início do Período de Reserva	[•].[•].2009
3.	Encerramento do Período de Reserva	[•].[•].2009
4.	Encerramento das apresentações para potenciais investidores Encerramento do Procedimento de Bookbuilding Fixação do Preço por Ação Reunião do Conselho de Administração da Companhia [e deliberações dos Acionistas Vendedores] para aprovar o Preço por Ação Assinatura do Contrato de Distribuição e de outros contratos relacionados à Oferta Global Início do prazo para exercício da Opção de Lote Suplementar	[•].[•].2009
5.	Registro da Oferta Global pela CVM Publicação do Anúncio de Início Disponibilização do Prospecto Definitivo	[•].[•].2009
6.	Início das negociações das Ações na BM&FBOVESPA	[•].[•].2009
7.	Data de Liquidação	[•].[•].2009
8.	Encerramento do prazo para exercício da Opção de Lote Suplementar	[•].[•].2009
9.	Data limite para a liquidação das Ações do Lote Suplementar	[•].[•].2009
10.	Data limite para a publicação do Anúncio de Encerramento	[•].[•].2009

(1) As datas previstas para os eventos futuros são meramente indicativas e estão sujeitas a alterações, atrasos e antecipações sem aviso prévio, a critério da Companhia, dos Acionistas Vendedores, dos Coordenadores da Oferta Brasileira e dos Coordenadores da Oferta Internacional.

INFORMAÇÕES SOBRE A OFERTA GLOBAL

Composição do Capital Social

Na data deste Prospecto, nosso capital social é de R\$1.847.930.152,16, totalmente subscrito e integralizado, representado por 171.509.788 ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal. Nosso capital social autorizado poderá ser aumentado independentemente de reforma estatutária, até o limite de 250.000.000 de ações ordinárias, por deliberação do Conselho de Administração, que fixará o preço de emissão, a quantidade de ações ordinárias a serem emitidas e as demais condições de subscrição e integralização das ações dentro do capital autorizado.

Na data deste Prospecto, a composição do nosso capital social é a seguinte:

Espécie e Classe	Capital Social da Companhia Subscrito e Integralizado
	Quantidade
Ordinárias	171.509.788
Total	171.509.788

Após a conclusão da Oferta Global, a composição do nosso capital social será a seguinte, sem considerar as Ações Adicionais (as Ações do Lote Suplementar são exclusivamente da Oferta Secundária):

Espécie e Classe	Capital Social Subscrito e Integralizado	
	Quantidade	Valor (R\$)
Ordinárias	[•]	[•]
Total	[•]	[•]

Após a conclusão da Oferta Global, a composição do nosso capital social será a seguinte, considerando as Ações Adicionais:

Espécie e Classe	Capital Social Subscrito e Integralizado	
	Quantidade	Valor (R\$)
Ordinárias	[•]	[•]
Total	[•]	[•]

O quadro a seguir apresenta os acionistas titulares de 5% ou mais das ações ordinárias de nossa emissão, assim como o percentual representativo dessas ações em relação ao nosso capital social (i) na data deste Prospecto e (ii) após a conclusão da Oferta Global, sem considerar as Ações do Lote Suplementar e sem considerar as Ações Adicionais.

Acionistas ⁽¹⁾	Na Data deste Prospecto		Após a Oferta Global	
	Ações	Capital Total (%)	Ações	Capital Total (%)
EI Brazil Investments, LLC	24.750.000	14,4%	[•]	[•]
EI Brazil Investments III	5.467.008	3,2%	[•]	[•]
Private Equity Partners A, LLC	23.322.051	13,6%	[•]	[•]
Private Equity Partners B, LLC	1.427.949	0,8%	[•]	[•]
Richard Paul Matheson	19.790.039	11,5%	[•]	[•]
Dyl Empreendimentos e Participações S.A.	19.790.038	11,5%	[•]	[•]
Carlos Medeiros ⁽²⁾	497.003	0,3%	[•]	[•]
HSBC Investments Gestão de Recursos Ltda. ⁽³⁾	11.695.021	6,8%	[•]	[•]
Fundação Vale do Rio Doce de Seguridade Social	12.286.900	7,2%	[•]	[•]
Tesouraria	1.924.876	1,1%	[•]	[•]
Outros	54.208.103	31,6%	[•]	[•]
Total	143.966.139	100,0%	[•]	100,0%

⁽¹⁾ Para uma descrição mais detalhada sobre nossos acionistas titulares de mais de 5% do nosso capital social, inclusive sua composição societária, ver seção "Principais Acionistas" na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Também detém participação na GP Investments.

⁽³⁾ O total de ações de titularidade do HSBC Investimentos Gestão de Recursos Ltda. é atualizado frequentemente. A posição pode não refletir o total exato na data deste Prospecto.

O quadro a seguir apresenta os acionistas titulares de 5% ou mais das ações ordinárias de nossa emissão, assim como o percentual representativo dessas ações em relação ao nosso capital social (i) na data deste Prospecto e (ii) após a conclusão da Oferta Global, considerando as Ações do Lote Suplementar e sem considerar as Ações Adicionais.

Acionistas ⁽¹⁾	Na Data deste Prospecto		Após a Oferta Global	
	Ações	Capital Total (%)	Ações	Capital Total (%)
EI Brazil Investments, LLC	24.750.000	14,4%	[●]	[●]
EI Brazil Investments III	5.467.008	3,2%	[●]	[●]
Private Equity Partners A, LLC	23.322.051	13,6%	[●]	[●]
Private Equity Partners B, LLC	1.427.949	0,8%	[●]	[●]
Richard Paul Matheson	19.790.039	11,5%	[●]	[●]
Dyl Empreendimentos e Participações S.A.	19.790.038	11,5%	[●]	[●]
Carlos Medeiros ⁽²⁾	497.003	0,3%	[●]	[●]
HSBC Investments Gestão de Recursos Ltda. ⁽³⁾	11.695.021	6,8%	[●]	[●]
Fundação Vale do Rio Doce de Seguridade Social	8.637.700	5,0%	[●]	[●]
Tesouraria	1.924.876	1,1%	[●]	[●]
Outros	54.208.103	31,6%	[●]	[●]
Total	143.966.139	100,0%	[●]	100,0%

⁽¹⁾ Para uma descrição mais detalhada sobre nossos acionistas titulares de mais de 5% do nosso capital social, inclusive sua composição societária, ver seção “Principais Acionistas” na página [●] deste Prospecto.

⁽²⁾ Também detém participação na GP Investments.

⁽³⁾ O total de ações de titularidade do HSBC Investimentos Gestão de Recursos Ltda. é atualizado frequentemente. A posição pode não refletir o total exato na data deste Prospecto.

O quadro a seguir apresenta os acionistas titulares de 5% ou mais das ações ordinárias de nossa emissão, assim como o percentual representativo dessas ações em relação ao nosso capital social (i) na data deste Prospecto e (ii) após a conclusão da Oferta Global, considerando as Ações do Lote Suplementar e considerando as Ações Adicionais.

Acionistas ⁽¹⁾	Na Data deste Prospecto		Após a Oferta Global	
	Ações	Capital Total (%)	Ações	Capital Total (%)
EI Brazil Investments, LLC	24.750.000	14,4%	[●]	[●]
EI Brazil Investments III	5.467.008	3,2%	[●]	[●]
Private Equity Partners A, LLC	23.322.051	13,6%	[●]	[●]
Private Equity Partners B, LLC	1.427.949	0,8%	[●]	[●]
Richard Paul Matheson	19.790.039	11,5%	[●]	[●]
Dyl Empreendimentos e Participações S.A.	19.790.038	11,5%	[●]	[●]
Carlos Medeiros ⁽²⁾	497.003	0,3%	[●]	[●]
HSBC Investments Gestão de Recursos Ltda. ⁽³⁾	11.695.021	6,8%	[●]	[●]
Fundação Vale do Rio Doce de Seguridade Social	8.637.700	5,0%	[●]	[●]
Tesouraria	1.924.876	1,1%	[●]	[●]
Outros	54.208.103	31,6%	[●]	[●]
Total	143.966.139	100,0%	[●]	100,0%

⁽¹⁾ Para uma descrição mais detalhada sobre nossos acionistas titulares de mais de 5% do nosso capital social, inclusive sua composição societária, ver seção “Principais Acionistas” na página [●] deste Prospecto.

⁽²⁾ Também detém participação na GP Investments.

⁽³⁾ O total de ações de titularidade do HSBC Investimentos Gestão de Recursos Ltda. é atualizado frequentemente. A posição pode não refletir o total exato na data deste Prospecto.

Descrição da Oferta Global

A Oferta Global compreende a distribuição pública das Ações (i) no Brasil (Ações da Oferta Brasileira), sob a coordenação dos Coordenadores da Oferta Brasileira, em mercado de balcão não organizado, nos termos da Instrução CVM 400 e demais disposições legais aplicáveis, com esforços de colocação no exterior, nos Estados Unidos da América, pelos Coordenadores da Oferta Internacional, para Investidores Institucionais Estrangeiros, de acordo com as disposições do Contrato de Distribuição; e (ii) no exterior, sob a forma de GDSs, para Investidores Institucionais Estrangeiros, de acordo com as disposições do Contrato de Distribuição da Oferta Internacional.

Nos termos do artigo 24 da Instrução CVM 400, a quantidade total das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações Adicionais) poderá ser acrescida das Ações do Lote Suplementar, conforme Opção de Lote Suplementar. O UBS Pactual terá o direito exclusivo, a partir da data de assinatura do Contrato de Distribuição e por um período de até 30 dias contados, inclusive, da data de publicação do Anúncio de Início, de exercer a Opção de Lote Suplementar, no todo ou em parte, em uma ou mais vezes, após notificação aos demais Coordenadores da Oferta Brasileira, desde que a decisão de sobrealocação das Ações da Oferta Brasileira no momento em que for fixado o Preço por Ação tenha sido tomada em comum acordo pelos Coordenadores da Oferta Brasileira.

Nos termos do artigo 14, parágrafo 2º, da Instrução CVM 400, até a data de publicação do Anúncio de Início, inclusive, a quantidade total das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar) poderá, a nosso critério [e dos Acionistas Vendedores], em comum acordo com os Coordenadores, ser acrescida das Ações Adicionais.

Exceto pelo registro da Oferta Global pela CVM, nós, os Acionistas Vendedores e os Coordenadores da Oferta Brasileira não pretendemos realizar nenhum registro da Oferta Global ou das Ações nos Estados Unidos e nem em qualquer agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país.

Preço por Ação

O Preço por Ação será fixado após a conclusão do Procedimento de *Bookbuilding*. Nos termos do artigo 170, parágrafo 1º, inciso III, da Lei das Sociedades por Ações, a escolha do critério para determinação do Preço por Ação é justificada pelo fato de que o Preço por Ação não promoverá a diluição injustificada dos nossos então acionistas e de que as Ações serão distribuídas por meio de oferta pública, em que o valor de mercado das Ações será aferido tendo como parâmetro (i) a cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA; e (ii) o resultado do Procedimento de *Bookbuilding*, que refletirá o valor pelo qual os Investidores Institucionais apresentarão suas intenções de investimento no contexto da Oferta Global. Os Investidores Não Institucionais, no âmbito da Oferta de Varejo, não participarão do Procedimento de *Bookbuilding*, e, portanto, não participarão da fixação do Preço por Ação.

Poderá ser aceita a participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no processo de fixação do Preço por Ação, mediante a participação destes no Procedimento de *Bookbuilding*, até o limite de 15% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais). **A participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de *Bookbuilding* poderá impactar adversamente a formação do Preço por Ação, e o investimento nas Ações por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas poderá promover redução da liquidez das ações ordinárias de nossa emissão e/ou dos nossos GDSs no mercado secundário.**

Oferta Global	Preço ⁽¹⁾ (R\$)	Comissões ^{(1) (2)} (R\$)	Recursos Líquidos ^{(1) (2) (3)} (R\$)
Por Ação	[•]	[•]	[•]
Total	[•]	[•]	[•]

⁽¹⁾ Com base na cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009.

⁽²⁾ Sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais.

⁽³⁾ Sem dedução das despesas da Oferta Global.

Quantidade, Valor, Espécie e Recursos Líquidos

Após a conclusão da Oferta, sem considerar as Ações do Lote Suplementar e sem considerar as Ações Adicionais:

Oferta	Quantidade	Valor ⁽¹⁾ (R\$)	Comissões ⁽¹⁾ (R\$)	Recursos Líquidos ⁽¹⁾⁽²⁾ (R\$)
Por Ação	[•]	[•]	[•]	[•]
Oferta Primária	[•]	[•]	[•]	[•]
Oferta Secundária	[•]	[•]	[•]	[•]
Total	[•]	[•]	[•]	[•]

⁽¹⁾ Com base na cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009.

⁽²⁾ Sem dedução das despesas da Oferta.

Após a conclusão da Oferta, considerando as Ações do Lote Suplementar e sem considerar as Ações Adicionais:

<u>Oferta</u>	<u>Quantidade</u>	<u>Valor⁽¹⁾ (R\$)</u>	<u>Comissões⁽¹⁾ (R\$)</u>	<u>Recursos Líquidos⁽¹⁾⁽²⁾ (R\$)</u>
Por Ação	[•]	[•]	[•]	[•]
Oferta Primária	[•]	[•]	[•]	[•]
Oferta Secundária	[•]	[•]	[•]	[•]
Total	[•]	[•]	[•]	[•]

⁽¹⁾ Com base na cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009.

⁽²⁾ Sem dedução das despesas da Oferta.

Após a conclusão da Oferta Global, considerando as Ações do Lote Suplementar e considerando as Ações Adicionais:

<u>Oferta Global</u>	<u>Quantidade</u>	<u>Valor⁽¹⁾ (R\$)</u>	<u>Comissões⁽¹⁾ (R\$)</u>	<u>Recursos Líquidos⁽¹⁾⁽²⁾ (R\$)</u>
Por Ação	[•]	[•]	[•]	[•]
Oferta Primária	[•]	[•]	[•]	[•]
Oferta Secundária	[•]	[•]	[•]	[•]
Total	[•]	[•]	[•]	[•]

⁽¹⁾ Com base na cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009.

⁽²⁾ Sem dedução das despesas da Oferta Global.

Reserva de Capital

[A totalidade dos recursos líquidos provenientes da Oferta Primária será alocada à nossa conta de capital social.]

Custos da Oferta Global

Os custos da Oferta Global relativos às taxas de registro e de análise da ANBID e da CVM serão pagos por nós [e pelos Acionistas Vendedores, na proporção das Ações ofertadas por cada um de nós]. A tabela abaixo indica os custos da Oferta Global, sem considerar as Ações do Lote Suplementar e sem considerar as Ações Adicionais:

<u>Custos</u>	<u>Custo Total⁽¹⁾ (R\$)</u>	<u>% em Relação ao Valor Total da Oferta Global</u>	<u>Custo por Ação⁽¹⁾ (R\$)</u>	<u>% em Relação ao Preço por Ação</u>
Comissões	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Comissão de Coordenação	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Comissão de Colocação	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Comissão de Garantia Firme de Liquidação	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Comissão de Incentivo	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Despesas⁽²⁾	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Registro da Oferta Global	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Advogados ⁽³⁾	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Auditores ⁽³⁾	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Publicidade ⁽³⁾	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Outros ⁽³⁾	[•]	[•]%	[•]	[•]%
Total de Comissões e Despesas	[•]	[•]%	[•]	[•]%

⁽¹⁾ Com base na cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009.

⁽²⁾ Despesas estimadas.

⁽³⁾ Serão pagas pelos Coordenadores da Oferta Brasileira.

Além da remuneração prevista acima, nenhuma outra será contratada ou paga aos Coordenadores da Oferta Brasileira, direta ou indiretamente, por força ou em decorrência do Contrato de Distribuição sem prévia manifestação da CVM.

Aprovações Societárias

O nosso Conselho de Administração, em reunião realizada em 10 de junho de 2009, cuja ata foi arquivada na JUCERJA em [•] de [•] de 2009 e será publicada no DOERJ e no jornal "Valor Econômico", aprovou o aumento do nosso capital social, dentro do limite do capital autorizado previsto no nosso Estatuto Social, mediante a emissão das Ações da Oferta Primária, com exclusão do direito de preferência e sem prioridade aos então acionistas, nos termos do artigo 172 Lei das Sociedades

por Ações, para colocação por meio da Oferta Primária, [com a possibilidade de emissão das Ações Adicionais,] e autorizou a nossa Diretoria a praticar todos os atos e assinar todos os documentos necessários à realização dessas deliberações. Previamente à concessão do registro da Oferta Global pela CVM, o nosso Conselho de Administração, em reunião cuja ata será publicada no jornal "Valor Econômico" na data de publicação do Anúncio de Início e será arquivada na JUCERJA e publicada no DOERJ, aprovará o Preço por Ação, a ser calculado de acordo com o artigo 170, parágrafo 1º, inciso III, da Lei das Sociedades por Ações e aferido tendo como parâmetro a cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA e o resultado do Procedimento de *Bookbuilding*.

A Oferta Secundária foi aprovada pelos Acionistas Vendedores pessoas jurídicas, de acordo com seus respectivos atos constitutivos.

Público Alvo

Os Coordenadores da Oferta Brasileira efetuarão a Oferta Brasileira para Investidores Não Institucionais, no âmbito da Oferta de Varejo, e para Investidores Institucionais Locais, no âmbito da Oferta Institucional, de acordo com o disposto no Contrato de Distribuição, por si e/ou por meio dos Coordenadores Contratados e/ou das Corretoras.

Os Coordenadores da Oferta Internacional realizarão esforços de colocação das Ações da Oferta Brasileira no exterior para Investidores Institucionais Estrangeiros, nos termos do Contrato de Distribuição da Oferta Internacional, sendo que os Investidores Institucionais Estrangeiros deverão observar os mecanismos de investimento regulamentados pelo CMN, pelo Banco Central e pela CVM.

Cronograma Estimado da Oferta Brasileira

Ver seção “Sumário da Oferta – Cronograma Estimado da Oferta Brasileira”, na página [•] deste Prospecto.

Procedimento da Oferta Brasileira

As Instituições Participantes da Oferta Brasileira efetuarão a colocação pública das Ações da Oferta Brasileira no Brasil, em mercado de balcão não organizado, observado o disposto na Instrução CVM 400 e os esforços de dispersão acionária previstos no Regulamento do Novo Mercado, por meio de Oferta de Varejo e de Oferta Institucional, sendo a Oferta Institucional realizada exclusivamente pelos Coordenadores da Oferta Brasileira e pelos Coordenadores Contratados.

O plano da Oferta Brasileira, organizado pelos Coordenadores da Oferta Brasileira, nos termos do artigo 33, parágrafo 3º, da Instrução CVM 400, com a nossa expressa anuência e dos Acionistas Vendedores, leva em consideração as relações com clientes e outras considerações de natureza comercial ou estratégica nossa, dos Acionistas Vendedores e dos Coordenadores da Oferta Brasileira, observado, entretanto, que os Coordenadores da Oferta Brasileira deverão assegurar a adequação do investimento ao perfil de risco de seus clientes, bem como o tratamento justo e equitativo aos investidores e realizar os esforços de dispersão acionária previstos no Regulamento do Novo Mercado.

No contexto da Oferta de Varejo, o montante de, no mínimo, 10% e, a critério dos Coordenadores da Oferta Brasileira, o montante de, no máximo, 11% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais), será destinado prioritariamente à colocação pública para Investidores Não Institucionais que tenham realizado Pedido de Reserva de acordo com as condições ali previstas e o procedimento abaixo indicado:

- (i) durante o Período de Reserva, cada um dos Investidores Não Institucionais interessados em participar da Oferta Brasileira deverá realizar pedido de reserva de Ações, irrevogável e irretratável, exceto pelo disposto nos incisos (ix) e (x) abaixo e no segundo parágrafo abaixo, mediante preenchimento de Pedido de Reserva com uma única Instituição Participante da Oferta Brasileira, sem necessidade de depósito prévio do valor do investimento pretendido, observados o valor mínimo de investimento de R\$3.000,00 e o valor máximo de investimento de R\$300.000,00 por Investidor Não Institucional, sendo que tais Investidores Não Institucionais poderão estipular, no Pedido de Reserva, um preço máximo por Ação como condição de eficácia de seu Pedido de Reserva, sem necessidade de posterior confirmação, sendo que, caso o Preço por Ação seja fixado em valor superior ao valor estabelecido pelo Investidor Não Institucional, o respectivo Pedido de Reserva será automaticamente cancelado. As Instituições Participantes da Oferta Brasileira somente atenderão Pedidos de Reserva realizados por Investidores Não Institucionais titulares de conta corrente ou de conta-investimento nelas aberta ou mantida pelo respectivo investidor. Recomenda-se aos Investidores Não Institucionais interessados na realização de Pedidos de

Reserva que leiam cuidadosamente os termos e condições estipulados no Pedido de Reserva, especialmente os procedimentos relativos à liquidação da Oferta Brasileira e as informações constantes deste Prospecto, e que verifiquem com a Instituição Participante da Oferta Brasileira de sua preferência, antes de realizar o seu Pedido de Reserva, se essa, a seu exclusivo critério, exigirá a manutenção de recursos em conta-investimento nela aberta e/ou mantida, para fins de garantia do Pedido de Reserva;

- (ii) os Investidores Não Institucionais deverão realizar seus Pedidos de Reserva no período de [•] de [•] de 2009 a [•] de [•] de 2009, inclusive (Período de Reserva), sendo que os Investidores Não Institucionais que sejam (a) acionistas da Companhia que assinaram o Contrato de Participação no Novo Mercado ou administradores da Companhia; (b) controladores ou administradores de quaisquer dos Acionistas Vendedores; (c) controladores ou administradores de quaisquer das Instituições Participantes da Oferta Brasileira ou de quaisquer dos Coordenadores da Oferta Internacional; (d) outras pessoas vinculadas à Oferta Global; ou (e) cônjuges, companheiros, ascendentes, descendentes ou colaterais até o segundo grau de qualquer uma das pessoas referidas nas alíneas (a), (b), (c) ou (d) acima (em conjunto, "Pessoas Vinculadas") deverão, necessariamente, indicar no Pedido de Reserva a sua condição de Pessoa Vinculada;
- (iii) caso seja verificado excesso de demanda superior a um terço das Ações da Oferta Brasileira (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais), não será permitida a colocação, pelas Instituições Participantes da Oferta Brasileira, de Ações da Oferta Brasileira aos Investidores Não Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas, sendo os Pedidos de Reserva realizados por Investidores Não Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas automaticamente cancelados;
- (iv) caso o total de Ações da Oferta Brasileira objeto dos Pedidos de Reserva seja igual ou inferior ao montante de Ações da Oferta Brasileira destinadas à Oferta de Varejo, não haverá Rateio (conforme definido abaixo), sendo integralmente atendidos todos os Pedidos de Reserva e as Ações da Oferta Brasileira remanescentes, se houver, serão destinadas aos Investidores Institucionais;
- (v) caso o total de Ações da Oferta Brasileira objeto dos Pedidos de Reserva exceda o total de Ações da Oferta Brasileira destinadas à Oferta de Varejo, será realizado rateio entre os Investidores Não Institucionais, sendo que (a) até o limite de R\$3.000,00, inclusive, o critério de rateio será a divisão igualitária e sucessiva das Ações da Oferta Brasileira destinadas à Oferta de Varejo entre os Investidores Não Institucionais que tiverem apresentado Pedido de Reserva limitada ao valor individual de cada Pedido de Reserva e à quantidade total das Ações da Oferta Brasileira destinadas à Oferta de Varejo; e (b) uma vez atendido o critério descrito na alínea (a) acima, as Ações da Oferta Brasileira destinadas à Oferta de Varejo remanescentes serão rateadas proporcionalmente ao valor dos respectivos Pedidos de Reserva entre todos os Investidores Não Institucionais, desconsiderando-se, entretanto, em ambos os casos, as frações de Ações da Oferta Brasileira ("Rateio"). Opcionalmente, a critério dos Coordenadores da Oferta Brasileira, a quantidade de Ações da Oferta Brasileira destinadas à Oferta de Varejo poderá ser aumentada para até 11% das Ações da Oferta Brasileira inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais) para que os Pedidos de Reserva excedentes possam ser total ou parcialmente atendidos, sendo que, no caso de atendimento parcial, será observado o mesmo critério de Rateio;
- (vi) até as 16 horas do primeiro dia útil subsequente à data de publicação do Anúncio de Início, serão informados a cada Investidor Não Institucional pela Instituição Participante da Oferta Brasileira que tenha recebido o respectivo Pedido de Reserva, por meio do seu respectivo endereço eletrônico, ou, na sua ausência, por fac-símile, telefone ou correspondência, a Data de Liquidação, a quantidade de Ações da Oferta Brasileira alocadas (ajustadas, se for o caso, em decorrência do Rateio), o Preço por Ação e o valor do respectivo investimento, sendo que, em qualquer caso, o valor do investimento será limitado àquele indicado no respectivo Pedido de Reserva;
- (vii) até as 10h30min da Data de Liquidação, cada Investidor Não Institucional deverá efetuar o pagamento, em recursos imediatamente disponíveis, do valor indicado no inciso (vi) acima à Instituição Participante da Oferta Brasileira que tenha recebido o respectivo Pedido de Reserva, sob pena de, em não o fazendo, ter seu Pedido de Reserva automaticamente cancelado;
- (viii) na Data de Liquidação, a Instituição Participante da Oferta Brasileira que tenha recebido o respectivo Pedido de Reserva entregará as Ações da Oferta Brasileira alocadas ao respectivo Investidor Não

Institucional de acordo com os procedimentos previstos no Contrato de Distribuição, desde que efetuado o pagamento previsto no inciso (vii) acima;

- (ix) caso (a) seja verificada divergência relevante entre as informações constantes deste Prospecto e do Prospecto Definitivo que altere substancialmente o risco assumido pelo Investidor Não Institucional ou a sua decisão de investimento; (b) a Oferta Global seja suspensa, nos termos do artigo 20 da Instrução CVM 400; e/ou (c) a Oferta Global seja modificada, nos termos do artigo 27 da Instrução CVM 400, o Investidor Não Institucional poderá desistir do respectivo Pedido de Reserva, devendo, para tanto, informar sua decisão à Instituição Participante da Oferta Brasileira que tenha recebido o respectivo Pedido de Reserva (i) até as 16 horas do quinto dia útil subsequente à data de disponibilização do Prospecto Definitivo, no caso da alínea (a) acima; e (ii) até as 16 horas do quinto dia útil subsequente à data em que for comunicada por escrito a suspensão ou a modificação da Oferta Global, nos casos das alíneas (b) e (c) acima. Caso o Investidor Não Institucional não informe sua decisão de desistência do Pedido de Reserva nos termos deste inciso, o Pedido de Reserva será considerado válido e o Investidor Não Institucional deverá efetuar o pagamento do valor do investimento. Caso o Investidor Não Institucional já tenha efetuado o pagamento nos termos do inciso (vii) acima e venha a desistir do Pedido de Reserva nos termos deste inciso, os valores depositados serão devolvidos sem juros ou correção monetária, sem reembolso e com dedução, se for o caso, dos valores relativos aos tributos incidentes, no prazo de três dias úteis contados do pedido de cancelamento do respectivo Pedido de Reserva; e
- (x) caso não haja conclusão da Oferta Global ou em caso de rescisão do Contrato de Distribuição, todos os Pedidos de Reserva serão cancelados e a Instituição Participante da Oferta Brasileira que tenha recebido o respectivo Pedido de Reserva comunicará ao respectivo Investidor Não Institucional o cancelamento da Oferta Global, o que poderá ocorrer, inclusive, mediante publicação de aviso ao mercado. Caso o Investidor Não Institucional já tenha efetuado o pagamento nos termos do inciso (vii) acima, os valores depositados serão devolvidos sem juros ou correção monetária, sem reembolso e com dedução, se for o caso, dos valores relativos aos tributos incidentes, no prazo de três dias úteis contados da comunicação do cancelamento da Oferta Global.

As Ações da Oferta Brasileira destinadas à Oferta de Varejo que não tiverem sido alocadas serão destinadas à Oferta Institucional, juntamente com as demais Ações da Oferta Brasileira, de acordo com o seguinte procedimento:

- (i) os Investidores Institucionais interessados em participar da Oferta Brasileira deverão apresentar suas intenções de investimento durante o Procedimento de *Bookbuilding*, inexistindo pedidos de reserva ou limites máximos de investimento;
- (ii) poderá ser aceita a participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no processo de fixação do Preço por Ação, mediante a participação destes no Procedimento de *Bookbuilding*, até o limite de 15% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais). Caso seja verificado excesso de demanda superior a um terço das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais), não será permitida a colocação, pelos Coordenadores da Oferta Brasileira ou pelos Coordenadores Contratados, de Ações da Oferta Brasileira aos Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas, sendo as intenções de investimento realizadas por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas automaticamente canceladas. Os investimentos realizados em decorrência de operações com derivativos (*total return swaps*) não serão considerados investimentos por Pessoas Vinculadas para os fins da Oferta Brasileira. **A participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de *Bookbuilding* poderá impactar adversamente a formação do Preço por Ação, e o investimento nas Ações por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas poderá promover redução da liquidez das ações ordinárias de nossa emissão e/ou dos nossos GDSs no mercado secundário;**
- (iii) caso as intenções de investimento obtidas durante o Procedimento de *Bookbuilding* excedam o total de Ações da Oferta Brasileira remanescentes após o atendimento da Oferta de Varejo, os Coordenadores da Oferta Brasileira darão prioridade aos Investidores Institucionais que, a seu exclusivo critério, melhor atendam o objetivo da Oferta Global de criar uma base diversificada de investidores, integrada por investidores com diferentes critérios de avaliação das nossas perspectivas, nosso setor de atuação e a conjuntura macroeconômica brasileira e internacional;

- (iv) até as 16 horas do primeiro dia útil subsequente à data de publicação do Anúncio de Início, os Coordenadores da Oferta Brasileira informarão aos Investidores Institucionais a Data de Liquidação, a quantidade de Ações da Oferta Brasileira alocadas, o Preço por Ação e o valor do respectivo investimento; e
- (v) a entrega das Ações da Oferta Brasileira alocadas deverá ser efetivada na Data de Liquidação, mediante pagamento em moeda corrente nacional, à vista e em recursos imediatamente disponíveis, do Preço por Ação multiplicado pela quantidade de Ações da Oferta Brasileira alocadas, de acordo com os procedimentos previstos no Contrato de Distribuição.

Caso haja descumprimento, por qualquer dos Coordenadores Contratados ou por qualquer das Corretoras, de qualquer das obrigações previstas no respectivo instrumento de adesão ao Contrato de Distribuição ou em qualquer contrato celebrado no âmbito da Oferta Brasileira, ou ainda, de qualquer das normas de conduta previstas na regulamentação aplicável à Oferta Brasileira, incluindo, sem limitação, aquelas previstas na Instrução CVM 400, e, especificamente, na hipótese de manifestação indevida na mídia durante o período de silêncio, conforme previsto no artigo 48 da Instrução CVM 400, tal Coordenador Contratado ou Corretora, a critério exclusivo dos Coordenadores da Oferta Brasileira e sem prejuízo das demais medidas julgadas cabíveis pelos Coordenadores da Oferta Brasileira, deixará de integrar o grupo de instituições responsáveis pela colocação das Ações da Oferta Brasileira no âmbito da Oferta Brasileira, devendo cancelar todos os Pedidos de Reserva dos Investidores Não Institucionais ou todas as intenções de investimento dos Investidores Institucionais, conforme o caso, e todos os boletins de subscrição e contratos de compra e venda que tenha recebido e informar imediatamente os investidores sobre o referido cancelamento.

A subscrição ou a aquisição das Ações da Oferta Brasileira será formalizada mediante assinatura de boletim de subscrição ou contrato de compra e venda, respectivamente, cujos modelos finais tenham sido apresentados à CVM.

Não serão negociados recibos de subscrição durante o Período de Colocação.

Procedimento da Oferta Internacional

A Oferta Internacional será realizada pelos Coordenadores da Oferta Internacional simultaneamente à Oferta Brasileira, exclusivamente no exterior, para Investidores Institucionais Estrangeiros, de acordo com as disposições do Contrato de Distribuição da Oferta Internacional.

A liquidação física e financeira das Ações da Oferta Internacional será realizada na Data de Liquidação, de acordo com os procedimentos previstos no Contrato de Distribuição da Oferta Internacional.

Contrato de Distribuição

Nós, os Acionistas Vendedores, os Coordenadores da Oferta Brasileira e a BM&FBOVESPA (como interveniente anuente) celebraremos o Contrato de Distribuição, cuja cópia será disponibilizada pelo Coordenador Líder em seu endereço indicado na seção “Identificação dos Administradores, Consultores e Auditores”, na página [•] deste Prospecto.

O Contrato de Distribuição e o Contrato de Distribuição da Oferta Internacional estabelecem que a obrigação dos Coordenadores da Oferta Brasileira e dos Coordenadores da Oferta Internacional de efetuarem a colocação das Ações da Oferta Brasileira estará sujeita a determinadas condições, tais como (i) a entrega de opiniões legais pelos nossos assessores jurídicos, dos Coordenadores da Oferta Brasileira e dos Coordenadores da Oferta Internacional; (ii) a assinatura de compromissos de restrição à negociação de ações ordinárias de nossa emissão, por nós, pelos Acionistas Vendedores e pelos membros da nossa Administração; e (iii) a emissão de cartas de conforto por nossos auditores independentes relativas às nossas demonstrações financeiras consolidadas e demais informações financeiras contidas neste Prospecto. De acordo com o Contrato de Distribuição e o Contrato de Colocação Internacional, obrigamo-nos a indenizar os Coordenadores da Oferta Brasileira e os Coordenadores da Oferta Internacional em certas circunstâncias e contra determinadas contingências.

Adicionalmente, somos parte do Contrato de Distribuição da Oferta Internacional, que regula os esforços de colocação de Ações da Oferta Brasileira no exterior e a Oferta Internacional. O Contrato de Distribuição da Oferta Internacional apresenta uma cláusula de indenização em favor dos Coordenadores da Oferta Internacional para indenizá-los caso eles venham a sofrer perdas no exterior por conta de incorreções relevantes ou omissões relevantes no Contrato de Distribuição da Oferta Internacional ou no *Offering Memorandum*. Caso os Coordenadores da Oferta Internacional venham a sofrer perdas no exterior em relação a essas questões, eles poderão ter direito de regresso contra nós por conta desta cláusula de indenização. Adicionalmente, o Contrato de Distribuição da Oferta Internacional 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.

Período de Colocação

A data de início da Oferta Global será divulgada mediante a publicação do Anúncio de Início, em conformidade com o previsto no artigo 52 da Instrução CVM 400. A colocação das Ações da Oferta Brasileira deverá ser feita pelas Instituições Participantes da Oferta Brasileira durante o Período de Colocação.

Data de Liquidação e Data de Liquidação das Ações do Lote Suplementar

A liquidação física e financeira da Oferta Brasileira (sem considerar as Ações do Lote Suplementar) deverá ser realizada até o último dia útil do Período de Colocação, de acordo com os procedimentos previstos no Contrato de Distribuição.

A liquidação física e financeira das Ações do Lote Suplementar deverá ser realizada até o terceiro dia útil contado da respectiva data de exercício da Opção de Lote Suplementar, mas não antes da data de publicação do Anúncio de Início, de acordo com o disposto no Contrato de Distribuição.

Garantia Firme de Liquidação

Respeitados a publicação do Aviso ao Mercado, a disponibilização deste Prospecto, o encerramento do Período de Reserva, a realização do Procedimento de *Bookbuilding*, a concessão do registro da Oferta Global pela CVM, a publicação do Anúncio de Início e a disponibilização do Prospecto Definitivo, os Coordenadores da Oferta Brasileira realizarão a colocação da totalidade das Ações da Oferta Brasileira (exceto pelas Ações do Lote Suplementar) de acordo com os limites individuais indicados no Contrato de Distribuição, em regime de garantia firme de liquidação, de forma individual e não solidária, observado o disposto no Contrato de Distribuição:

Coordenadores	Quantidade de Ações	% do Total
Coordenador Líder	[•]	[•]%
UBS Pactual	[•]	[•]%
Santander	[•]	[•]%
Total	[•]	100%

Se, ao final do Período de Colocação, as Ações da Oferta Brasileira não tiverem sido totalmente liquidadas, cada um dos Coordenadores da Oferta Brasileira, de forma individual e não solidária, subscreverá ou adquirirá, no último dia do Período de Colocação, pelo Preço por Ação, na proporção e até o limite individual de cada um dos Coordenadores da Oferta Brasileira, conforme indicado no Contrato de Distribuição, a totalidade do respectivo saldo resultante da diferença entre (i) a quantidade de Ações da Oferta Brasileira indicada no Contrato de Distribuição (exceto pelas Ações do Lote Suplementar); e (ii) a quantidade de Ações da Oferta Brasileira efetivamente liquidada pelos investidores que as subscreveram ou adquiriram.

A proporção prevista acima poderá ser realocada de comum acordo entre os Coordenadores da Oferta Brasileira e os Coordenadores da Oferta Internacional.

Para os fins do disposto no item 5 do Anexo VI à Instrução CVM 400, caso os Coordenadores da Oferta Brasileira eventualmente venham a subscrever ou adquirir Ações da Oferta Brasileira nos termos acima e tenham interesse em vender tais Ações da Oferta Brasileira antes da publicação do Anúncio de Encerramento, o preço de venda de tais Ações da Oferta Brasileira será o preço de mercado das ações ordinárias de nossa emissão, limitado ao Preço por Ação, sendo certo, entretanto, que o disposto neste parágrafo não se aplica às operações realizadas em decorrência das atividades de estabilização previstas abaixo.

Estabilização do Preço de Ações Ordinárias de Nossa Emissão

O UBS Pactual, por meio da UBS Pactual Corretora de Títulos e Valores Mobiliários S.A., poderá, a seu exclusivo critério, realizar atividades de estabilização do preço de ações ordinárias de emissão da Companhia, pelo prazo de até 30 dias contados, inclusive, da data de publicação do Anúncio de Início, por meio de operações de compra e venda de ações ordinárias de emissão da Companhia, observadas as disposições legais aplicáveis e o disposto no Contrato de Estabilização, que será previamente aprovado pela BM&FBOVESPA e pela CVM, nos termos do artigo 23, parágrafo 3º, da Instrução CVM 400 e do item II da Deliberação CVM n.º 476, de 25 de janeiro de 2005.

Após tais aprovações, cópia do Contrato de Estabilização poderá ser obtida com o Coordenador Líder, no endereço indicado na seção “Identificação dos Administradores, Consultores e Auditores”, na página [•] deste Prospecto.

Restrições à Negociação de Ações (Lock-up)

Pelo prazo de 90 dias contados da data de publicação do Anúncio de Início, nós estaremos obrigados a não ofertar, vender, contratar a venda, onerar, outorgar opção de compra, ou de outra forma dispor ou outorgar quaisquer direitos, em qualquer caso, com relação às ações ordinárias de nossa emissão ou a valores mobiliários representativos ou conversíveis em ações ordinárias de nossa emissão, exceto se mediante prévio consentimento por escrito dos Coordenadores da Oferta Brasileira. [A restrição acima não será aplicável (i) nos casos de cessão ou empréstimo de ações para atividade de formador de mercado; (ii) no âmbito dos programas aprovados ou que venham a ser aprovado de acordo com o Plano de Opção de Compra; e (iii) em operações que representem acréscimo de ativos e/ou participações imobiliárias ou societárias, não havendo, consequentemente, qualquer restrição para aprovar e realizar operações de incorporação, incorporação de ações, fusão, permuta ou, ainda, qualquer outra operação com mencionado objetivo], desde que, em nenhuma hipótese, represente uma oferta pública de ações ordinárias de nossa emissão ou de valores mobiliários representativos ou conversíveis em ações ordinárias de nossa emissão]]. Durante o mesmo período, os Acionistas Vendedores, os membros do nosso Conselho de Administração e os membros da nossa Diretoria estarão obrigados a não ofertar, vender, contratar a venda, onerar, outorgar opção de compra ou de outra forma dispor ou outorgar quaisquer direitos, em qualquer caso, com relação às ações ordinárias de nossa emissão ou a valores mobiliários representativos ou conversíveis em ações ordinárias de nossa emissão.

Direitos, Vantagens e Restrições das Ações

As Ações conferirão aos seus titulares os direitos e as vantagens e estarão sujeitas às restrições decorrentes da Lei das Sociedades por Ações, do Regulamento do Novo Mercado e do Estatuto Social, dentre os quais: (i) direito de voto nas nossas assembleias gerais, sendo que cada Ação corresponderá a um voto; (ii) direito ao dividendo obrigatório, em cada exercício social, equivalente a 25% do lucro líquido ajustado nos termos do artigo 202 da Lei das Sociedades por Ações; (iii) direito de alienação das Ações nas mesmas condições asseguradas ao acionista controlador alienante, em caso de alienação, direta ou indireta, a título oneroso, do nosso controle, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas (*tag along* de 100% do preço); e (iv) direito ao recebimento integral de dividendos e demais proventos de qualquer natureza que viermos a declarar a partir da Data de Liquidação.

Admissão à Negociação das Ações Ordinárias de Nossa Emissão

No dia útil subsequente à data de publicação do Anúncio de Início, as Ações da Oferta Brasileira serão negociadas na BM&FBOVESPA sob o código “BRML3” e listadas no Novo Mercado.

Instituição Financeira Escriuturadora das Ações Ordinárias de Nossa Emissão

A instituição financeira contratada para a prestação de serviços de escrituração das ações ordinárias de nossa emissão é o Banco Itaú S.A.

Instituição Escriuturadora dos GDRs

A instituição financeira contratada para a prestação de serviços de emissão e escrituração dos GDRs é o JP Morgan Chase Bank N.A. O Programa de GDRs foi registrado pela CVM em 3 de abril de 2007, sob o n.º [•].

Alteração das Circunstâncias, Revogação ou Modificação da Oferta Global

Nós e os Acionistas Vendedores poderemos requerer que a CVM autorize a modificação ou o cancelamento da Oferta Global, caso ocorra, a juízo da CVM, alteração substancial, posterior e imprevisível, nas circunstâncias de fato existentes quando da apresentação do pedido de registro da Oferta Global ou que o fundamentem, acarretando um aumento relevante dos riscos por nós assumidos inerentes à própria Oferta Global.

O requerimento de modificação da Oferta Global perante a CVM presumir-se-á deferido caso não haja manifestação da CVM em sentido contrário no prazo de dez dias.

Adicionalmente, nós e os Acionistas Vendedores poderemos modificar, a qualquer tempo, a Oferta Global, a fim de melhorá-la em favor dos investidores ou para renúncia a condição da Oferta Global por nós estabelecida, conforme disposto no artigo 25, parágrafo 3º, da Instrução CVM 400.

Caso o requerimento de modificação das condições da Oferta Global seja deferido, a CVM poderá, por sua própria iniciativa ou por pedido nosso e dos Acionistas Vendedores, prorrogar o prazo para distribuição da Oferta Global por até 90 dias.

Se a Oferta Global for revogada, os atos de aceitação anteriores ou posteriores à revogação serão considerados ineficazes, devendo ser restituídos integralmente aos investidores aceitantes os valores dados em contrapartida às Ações, sem qualquer acréscimo, conforme disposto no artigo 26 da Instrução CVM 400, e com dedução, se for o caso, dos valores relativos aos tributos incidentes.

A revogação ou qualquer modificação da Oferta Global será imediatamente divulgada por meio de Anúncio de Retificação, nos mesmos veículos utilizados para divulgação do Aviso ao Mercado e do Anúncio de Início, conforme disposto no artigo 27 da Instrução CVM 400.

Em se tratando de modificação da Oferta Global, após a publicação do Anúncio de Início, as Instituições Participantes da Oferta Brasileira deverão acautelar-se e certificar-se, no momento do recebimento das aceitações da Oferta Brasileira, de que o manifestante está ciente de que a Oferta Global original foi alterada e de que tem conhecimento das novas condições. Os investidores que já tiverem aderido à Oferta Global serão considerados cientes dos termos do Anúncio de Retificação quando, passados cinco dias úteis de sua publicação, não revogarem expressamente suas intenções de investimento no Procedimento de *Bookbuilding* ou seus Pedidos de Reserva. Nessa hipótese, as Instituições Participantes da Oferta Brasileira presumirão que os investidores pretendem manter a declaração de aceitação.

Além das hipóteses de revogação da declaração de aceitação da Oferta Global pelo investidor previstas neste Prospecto e nos artigos 20 e 27 da Instrução CVM 400, não há quaisquer outras hipóteses em que o investidor possa revogar sua declaração de aceitação da Oferta Brasileira.

Suspensão e Cancelamento da Oferta

Nos termos do artigo 19 da Instrução CVM 400, a CVM (i) poderá suspender ou cancelar, a qualquer tempo, uma oferta que (a) esteja se processando em condições diversas das constantes da Instrução CVM 400 ou do registro; ou (b) tenha sido havida por ilegal, contrária à regulamentação da CVM ou fraudulenta, ainda que depois de obtido o respectivo registro; e (ii) deverá suspender qualquer oferta quando verificar ilegalidade ou violação de regulamento sanáveis. O prazo de suspensão de uma oferta não poderá ser superior a 30 dias, durante o qual a irregularidade apontada deverá ser sanada. Encerrado tal prazo sem que tenham sido sanados os vícios que determinaram a suspensão, a CVM deverá ordenar a retirada da referida oferta e cancelar o respectivo registro.

A suspensão ou o cancelamento da Oferta Global será informado aos investidores que já tenham aceitado a Oferta Brasileira, sendo-lhes facultado, na hipótese de suspensão, a possibilidade de revogar a aceitação até o quinto dia útil subsequente ao recebimento da respectiva comunicação. Todos os investidores que já tenham aceitado a Oferta Brasileira, na hipótese de seu cancelamento, e os investidores que tenham revogado a sua aceitação, na hipótese de suspensão, conforme previsto acima, terão direito à restituição integral dos valores depositados, que serão devolvidos sem juros ou correção monetária, sem reembolso e com dedução, se for o caso, dos valores relativos aos tributos incidentes, no prazo de três dias úteis contados do recebimento da revogação da aceitação ou da comunicação do cancelamento, conforme o caso.

Relacionamento entre Nós e os Coordenadores da Oferta Brasileira e entre Nós e os Coordenadores Contratados

Coordenador Líder

Além do relacionamento decorrente da Oferta Global, o Coordenador Líder e outras sociedades do seu conglomerado econômico mantêm relações comerciais conosco no curso normal dos nossos negócios. Tal relação inclui os empréstimos descritos na seção “Operações Vinculadas à Oferta”, na página [•] deste Prospecto, e [•].

UBS Pactual

Na data deste Prospecto, além do relacionamento relativo à Oferta Global, mantemos relacionamento com o UBS Pactual, sendo que o mesmo realiza atividades de gestão de fundo de investimento do qual somos quotistas. Exceto pelas comissões a serem recebidas no âmbito da Oferta Global, não há qualquer remuneração a ser paga, por nós, ao UBS Pactual cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação. Poderemos, no futuro, contratar o UBS Pactual ou sociedades de seu

conglomerado econômico para nos assessorar na realização de investimentos ou em quaisquer outras operações necessárias para a condução de nossas atividades, incluindo, dentre outras, operações de financiamento, de crédito, de derivativos, de câmbio, de oferta de ações e de assessoria financeira.

No que diz respeito à participação do UBS Pactual ou de sociedades do seu conglomerado econômico em ofertas públicas de valores mobiliários por nós emitidos, o UBS Pactual participou como coordenador líder nossas ofertas públicas de distribuição de ações realizadas em 2007. O UBS Pactual atuou como formador de mercado de nossas ações no período de agosto de 2007 a 18 de julho de 2008.

UBS AG London Branch e/ou suas afiliadas poderão celebrar, no exterior, a pedido de seus clientes, operações com derivativos, tendo as Ações da Oferta Brasileira ou GDSs como ativo de referência, de acordo com as quais se comprometerão a pagar a seus clientes a taxa de retorno das Ações, contra o recebimento de taxas de juros fixas ou flutuantes (operações com *total return swap*). UBS AG London Branch e/ou suas afiliadas poderão adquirir Ações como forma de proteção para essas operações. Tais operações poderão influenciar a demanda e o preço das Ações, sem, contudo, gerar demanda artificial durante a Oferta Global.

Santander

Além do relacionamento decorrente da Oferta Global, o Santander e outras sociedades do seu conglomerado econômico mantêm relações comerciais conosco no curso normal dos nossos negócios. Tal relação inclui: (i) prestação do serviço de folha de pagamento em um de nossos shoppings em condições usuais de mercado; (ii) investimentos por meio de nosso fundo exclusivo em debêntures emitidas por sociedade do conglomerado econômico Grupo Santander Brasil de aproximadamente R\$144 milhões.

Santander Investment Securities Inc. e/ou suas afiliadas poderão celebrar, no exterior, a pedido de seus clientes, operações com derivativos, tendo as Ações da Oferta Brasileira e/ou os GDSs como ativo de referência, de acordo com as quais se comprometerão a pagar a seus clientes a taxa de retorno das Ações da Oferta Brasileira e/ou os GDSs, contra o recebimento de taxas de juros fixas ou flutuantes (operações com *total return swap*). Santander Investment Securities Inc. e/ou suas afiliadas poderão adquirir Ações da Oferta Brasileira e/ou os GDSs como forma de proteção para essas operações. Tais operações poderão influenciar a demanda e o preço das Ações da Oferta Brasileira e/ou os GDSs, sem, contudo, gerar demanda artificial durante a Oferta Global.

Exceto pelas comissões a serem recebidas no âmbito da Oferta Global, não há qualquer remuneração a ser paga, por nós ao Santander, cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação.

Coordenadores Contratados

[•]

Relacionamento entre os Acionistas Vendedores e os Coordenadores da Oferta Brasileira e entre os Acionistas Vendedores e os Coordenadores Contratados

Coordenador Líder

O Coordenador Líder no passado já teve relacionamento comercial com os Acionistas Vendedores. Na presente data o único relacionamento com os Acionistas Vendedores é decorrente da presente Oferta e na data deste Prospecto não há operações de empréstimo concedidas a nossos controladores diretos pelo Coordenador Líder. No futuro o Coordenador Líder pode realizar novas operações com os Acionistas Vendedores.

Exceto pelas comissões a serem recebidas no âmbito da Oferta Global, não há qualquer remuneração a ser paga, pelos Acionistas Vendedores ao Coordenador Líder, cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação.

UBS Pactual

Além do relacionamento referente à Oferta Global, os Acionistas Vendedores não mantêm relacionamento comercial com o UBS Pactual ou com sociedades de seu conglomerado econômico, exceto pela manutenção de contas correntes com o UBS Pactual pelos Acionistas Vendedores Private Equity Partners A, LLC e Private Equity Partners B, LLC. Exceto pelas comissões a serem recebidas no âmbito da Oferta Global, não há qualquer remuneração a ser paga, pelos Acionistas Vendedores, ao UBS Pactual cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação. Os Acionistas Vendedores poderão, no futuro, contratar o UBS Pactual ou sociedades de seu conglomerado econômico para assessorar-lhe na realização de investimentos ou em quaisquer outras operações necessárias para a condução de suas atividades, incluindo, dentre outras, operações de financiamento, de crédito, de derivativos, de câmbio, de oferta de ações e de assessoria financeira.

Exceto pelas comissões a serem recebidas no âmbito da Oferta Global, não há qualquer remuneração a ser paga, pelos Acionistas Vendedores ao UBS Pactual, cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação.

Santander

Além do relacionamento decorrente da Oferta Global, o Santander e outras sociedades do seu conglomerado econômico mantêm relações comerciais com a GP Investments Ltda., empresa do mesmo conglomerado do pelos Acionistas Vendedores Private Equity Partners A, LLC e Private Equity Partners B, LLC, consistindo em uma linha de crédito (empréstimo *stand by*) no valor de US\$50 milhões, com vencimento em setembro de 2009.

Exceto pelas comissões a serem recebidas no âmbito da Oferta Global, não há qualquer remuneração a ser paga, pelos Acionistas Vendedores ao Santander, cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação.

Coordenadores Contratados

[•]

Informações Adicionais

Não há inadequação específica da Oferta Brasileira a certo grupo ou categoria de investidor. Como todo e qualquer investimento em valores mobiliários de renda variável, o investimento nas Ações apresenta certos riscos e possibilidades de perdas patrimoniais que devem ser cuidadosamente considerados antes da tomada de decisão de investimento (ver seções “Fatores de Risco” e “Descrição do Capital Social”, nas páginas [•] e [•], respectivamente, deste Prospecto).

Os Coordenadores da Oferta Brasileira recomendam aos investidores, antes de tomar qualquer decisão de investimento relativa à Oferta Global, a consulta a este Prospecto. A leitura deste Prospecto possibilita uma análise detalhada dos termos e condições da Oferta Global, dos fatores de risco e dos demais riscos a ela inerentes.

Para mais informações sobre a Oferta Global, ver seção “Informações Sobre a Oferta Global”, na página [•] deste Prospecto. Nós, os Acionistas Vendedores e o Coordenador Líder solicitamos o registro da Oferta Global em [•] de junho de 2009, estando a Oferta Global sujeita à análise prévia da ANBID e prévia aprovação pela CVM. Mais informações sobre a Oferta poderão ser obtidas com as Instituições Participantes da Oferta Brasileira nos endereços indicados na seção “Identificação de Administradores, Consultores e Auditores”, na página [•] deste Prospecto.

DESCRIÇÃO DOS COORDENADORES DA OFERTA BRASILEIRA

Itaú BBA – Coordenador Líder

Histórico do Itaú BBA

O Itaú BBA é o banco de atacado do grupo Itaú Unibanco Banco Múltiplo. Com trajetória marcada por associações bem-sucedidas e visão para oferecer os melhores produtos e serviços para empresas, o Itaú BBA é resultado da fusão dos bancos BBA e das áreas *corporate* do Itaú e Unibanco – União de Bancos Brasileiros S.A. Em 31 de dezembro de 2008, o Itaú BBA apresentou os seguintes resultados: os ativos de R\$130,3 bilhões, patrimônio líquido de R\$5,9 bilhões e lucro líquido de R\$411 milhões.

A história do Itaú BBA começa com o BBA Creditanstalt, fundado em 1988 em São Paulo, por Fernão Bracher e Antonio Beltran, em parceria com o maior banco da Áustria. A atuação do banco estava voltada para operações financeiras bancárias, com características de atacado, e destaque para *underwriting*, *hedge*, crédito e câmbio.

Em 1991, foi a única instituição brasileira a coordenar o consórcio de bancos estrangeiros para investimentos no programa de privatização de empresas estatais. Ainda no mesmo ano, recebeu autorização do Banco Central para operar subsidiária em Bahamas e atender demanda de clientes na Área Internacional.

Em 1994, assinou acordo de cooperação com a administradora de recursos Paribas Capital. No ano seguinte, juntou-se ao Capital Group, de Los Angeles, para formar a administradora de fundos BBA Capital. Adquiriu a Financiadora Mappin e criou a Fináustria, especializada em financiamento de veículos. Nessa época, já contava com sucursais em Campinas, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte.

Em 2001, o BBA tem novo parceiro de negócios, em razão da compra do Creditanstalt pelo grupo alemão HVB. No ano seguinte, a associação com o Grupo Icatu fez surgir duas empresas: a BBA Icatu Corretora e a BBA Icatu Investimentos.

No final de 2002, ocorreu a associação com o Banco Itaú S.A., surgindo assim uma nova instituição: o Itaú BBA. Com gestão autônoma para conduzir todos os negócios de clientes *corporate* e banco de investimento do grupo, passa a contar com a base sólida de capital e liquidez do Itaú e a especialização e destacada atuação do BBA no segmento de atacado.

Em 2005, o Itaú BBA ampliou as atividades de banco de investimentos e rapidamente consolidou como um dos líderes de mercado em fusões e aquisições, *equities* e *fixed income* local. A partir de 2008, iniciou expansão de suas atividades em *fixed income* internacional e produtos estruturados.

Em 2009, o Banco Central do Brasil aprovou a associação entre o Itaú e o Unibanco. O Itaú BBA uniu-se com a área Corporate do Unibanco, e ainda concentrou as atividades de Tesouraria Institucional do grupo, tendo como desafio ser o melhor banco de atacado, investimento e Tesouraria da América Latina.

Atividade de Investment Banking do Itaú BBA

A área de *Investment Banking* do Itaú BBA oferece assessoria a clientes corporativos e investidores na estruturação de produtos de banco de investimento, incluindo renda variável, renda fixa e fusões e aquisições. O Itaú BBA destaca-se por sua posição de liderança em operações de *Investment Banking* por justamente apresentar aos clientes soluções criativas com excelência de execução.

Em renda variável, o Itaú BBA oferece serviços para estruturação de ofertas públicas primárias e secundárias de ações e de ADRs, ofertas públicas para aquisição e permuta de ações, além de assessoria na condução de processos de reestruturação societária de companhias abertas e trocas de participações acionárias. A condução das operações é realizada em conjunto com a Itaú Corretora. Além de ser uma das maiores corretoras do país, tem forte presença junto a investidores domésticos e internacionais e possui reconhecida e premiada estrutura independente de pesquisa. Em 2008, o Itaú BBA atuou como coordenador e *bookrunner* de ofertas públicas iniciais e subsequentes que totalizaram R\$31,8 bilhões. Nos *rankings* ANBID e Thomson Finance, o banco fechou o ano de 2008 em primeiro lugar com participação no mercado de 25%.

No segmento de renda fixa, o Itaú BBA conta com equipe dedicada para prover aos clientes diversos produtos no mercado doméstico e internacional, tais como: notas promissórias, debêntures, *commercial papers*, *fixed* e *floating rate notes*, fundos de investimento em direitos creditórios (FIDC) e certificados de recebíveis imobiliários (CRI). Em 2008, o Itaú BBA

participou de operações de debêntures e notas promissórias que totalizaram R\$15,1 bilhões e operações de securitização que atingiram R\$2,0 bilhões. De acordo com o *ranking* ANBID, o Itaú BBA foi classificado em primeiro lugar no *ranking* 2008 de distribuição de operações em renda fixa e securitização. As participações de mercado somaram, respectivamente, 46% e 42%.

Com equipe especializada, a área de fusões e aquisições do Itaú BBA oferece aos clientes estruturas e soluções eficientes para assessoria, coordenação, execução e negociação de aquisições, desinvestimentos, fusões e reestruturações societárias. A área detém acesso amplo e privilegiado a investidores estratégicos e financeiros para assessorar clientes na viabilização de movimentos societários. De acordo com o ranking de fusões e aquisições da Thomson Finance, com base no volume de operações realizadas em 2008, o Itaú BBA ficou em terceiro lugar, com volume total de transações de R\$65,8 bilhões.

Adicionalmente, o Itaú BBA tem sido amplamente reconhecido como um dos melhores bancos de investimento do Brasil. Nos últimos dois anos, foi considerado o melhor Banco de Investimento no Brasil, pela revista Global Finance, publicação americana especializada em análises sobre empresas e instituições financeiras dos cinco continentes.

UBS Pactual

Banco Pactual S.A. foi fundado em 1983 como uma distribuidora de títulos e valores mobiliários. Em 2006, o UBS A.G., instituição global de serviços financeiros, e o Banco Pactual S.A. associaram-se para criar o Banco UBS Pactual S.A. O UBS Pactual tem como foco principal nas áreas de pesquisa, finanças corporativas, mercado de capitais, fusões e aquisições, *wealth management*, *asset management* e *sales and trading* (vendas e negociação). No Brasil, possui escritórios em São Paulo, no Rio de Janeiro, em Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife.

Na área de *wealth management*, o UBS Pactual oferece uma ampla seleção de serviços personalizados, que variam desde a *asset management* a planejamento de finanças corporativas até *art banking* (consultoria em investimento em obras de arte). Além disso, os clientes têm acesso à rede global do UBS que possui mais de 140 anos de experiência e mais de CHF 1,9 bilhões de ativos investidos, em 30 de setembro de 2008.

Na área de *investment banking*, o UBS Pactual presta serviços para diversos clientes em todo o mundo, incluindo empresas, governos, *hedge funds*, patrocinadores financeiros, empresas de *private equity*, bancos, corretoras e gestores de ativos. Oferece consultoria especializada, excelente execução, produtos inovadores e acesso abrangente aos mercados de capitais mundiais.

O UBS Pactual também oferece serviços de *sales and trading* (vendas e negociação) em renda fixa, ações e câmbio na América Latina, tanto em mercados locais quanto internacionais. Os especialistas em produtos, setores e países oferecem consultoria e execução de Fusões e Aquisições de primeira linha, e o departamento de pesquisa (*research*) na América Latina tem obtido o primeiro lugar nos últimos sete anos (Institutional Investor 2002-2008).

Na área de *asset management*, as estratégias de investimento são desenhadas para clientes institucionais, clientes *private*, empresas e parceiros de distribuição

Santander

[•]

OPERAÇÕES VINCULADAS À OFERTA

Coordenador Líder

Atualmente, o Coordenador Líder é nosso credor nas operações financeiras conforme descrito e pormenorizado na seção “Relacionamento”.e na tabela abaixo, que explicita as operações de monta mais relevantes cujo valor supera R\$1.000.000,00.

Linha	Saldo Devedor (em milhões de reais)	Vencimento	Taxa de Juros	Comissão	Condições de pagamento	Garantias	Finalidade
CRI lastreado em CCB emitida pela subsidiária integral NATTCA2006 Participações S.A.	86.803	15/02/2019	IGPM + 9,75%ao ano	Não se aplica	Carência de 1 ano e parcelas mensais	Alienação fiduciária de imóveis; cessão fiduciária de recebíveis e aval da Companhia	Aquisição do Shopping Estação
CRI com lastro em Compromisso de Compra e Venda a Prazo cujo devedor Companhia	10	05/06/2018	TR + 10,15%ao ano	Não se aplica	CONFIRMAR	Alienação fiduciária de imóveis; cessão fiduciária de recebíveis e aval da Companhia	Aquisição de imóvel
Debêntures	363.787	15/07/2014 e 15/07/2016	Conforme taxa da emissão	Não se aplica	CONFIRMAR	Garantia Fidejussória	20% em expansão nos <i>Shoppings</i>
Fiança com Condomínio do Ed. Ilha Plaza Shopping Center	1.358	20/09/2010	INPC + 8%	[•]% ao ano	Não se aplica	Fiança da ECIG Empreendimentos com Ilha do Governador S.A.	Não se aplica
Fiança com GS Shopping Center S.A.	5.134	22/03/2010	INPC	[•]%ao ano	Não se aplica	Fiança da ECISA Engenharia	Não se aplica
CCB com ECISA Engenharia	32.980	14/02/2019	13,77%ao ano	Não se aplica	Amortização sistema SAC modificado	Alienação fiduciária de imóveis; cessão fiduciária de recebíveis e aval da Companhia e da ECISA Participações	livre
CCB com ECISA Participações	43.974	14/02/2019	13,77% ao ano	Não se aplica	Amortização sistema SAC modificado	Alienação fiduciária de imóveis; cessão fiduciária de recebíveis e aval da Companhia e da ECISA Engenharia	livre
Swap com ECISA Engenharia	2.889	14/02/2019	Ativo em taxa pré fixada e passivo em IGPM + 9,7% acrescido de cupom	Não se aplica	Pari passu com operação de CCB acima	Alienação fiduciária de imóveis; cessão fiduciária de recebíveis e aval da Companhia e da ECISA Participações	livre
Swap com ECISA Participações	3.852	14/02/2019	Ativo em taxa pré fixada e passivo em IGPM + 9,7 acrescido de cupom	Não se aplica	Pari passu com operação de CCB acima	Alienação fiduciária de imóveis; cessão fiduciária de recebíveis e aval da Companhia e da ECISA Engenharia	livre
CRI lastreado em Compromisso de Compra e Venda a Prazo cujo devedor é a Fashion Malls S.A., com garantia da Companhia	523.805	12 anos (vencimento 27/03/2020)	TR + 10,15%ao ano	Não se aplica	Carência de 1 ano e amortizações mensais até o vencimento	Alienação fiduciária de imóveis (<i>Shopping Centers</i>) e recebíveis associados aos <i>Shopping Centers</i>	livre

Na data deste Prospecto, não havia operações de empréstimo concedidas a nossos controladores diretos pelo Coordenador Líder.

Não há quaisquer títulos ou obrigações com o Coordenador Líder concedendo direito de subscrição de ações representativas do nosso capital social, incluindo, mas não se limitando a, bônus de subscrição e/ou opções.

A intenção do Itaú BBA com a concessão dos créditos acima descritos foi receber a remuneração decorrente dos juros e taxas cobrados, não havendo, portanto, qualquer conflito de interesse com a realização da Oferta Global.

Adicionalmente, exceto pela remuneração prevista na seção “Informações Sobre a Oferta – Custos da Oferta Global”, na página [•] deste Prospecto, e eventuais lucros oriundos da estabilização não há qualquer outra a ser paga por nós ao Itaú BBA cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação.

UBS Pactual

Na data deste Prospecto, não havia operações de empréstimo concedidas a nós pelo UBS Pactual.

Não há quaisquer títulos ou obrigações com o UBS Pactual concedendo direito de subscrição de ações representativas do nosso capital social, incluindo, mas não se limitando a, bônus de subscrição e/ou opções.

Adicionalmente, exceto pela remuneração prevista na seção “Informações Sobre a Oferta – Custos da Oferta Global”, na página [•] deste Prospecto, não há qualquer outra a ser paga por nós ao UBS Pactual cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação.

Santander

[Na data deste Prospecto, não havia operações de empréstimo concedidas a nós pelo Santander.

Não há quaisquer títulos ou obrigações com o Santander concedendo direito de subscrição de ações representativas do nosso capital social, incluindo, mas não se limitando a, bônus de subscrição e/ou opções.

Adicionalmente, exceto pela remuneração prevista na seção “Informações Sobre a Oferta – Custos da Oferta Global”, na página [•] deste Prospecto, não há qualquer outra a ser paga por nós ao Santander cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação.]

IDENTIFICAÇÃO DE ADMINISTRADORES, CONSULTORES E AUDITORES

Companhia

BR Malls Participações S.A.

Av. Borges de Medeiros, 633, 1º andar
22430-041 Rio de Janeiro, RJ
Sr. Leandro Bousquet Viana
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
Telefone: (21) 3138-9900
Fac-símile: (21) 3138-9901
E-mail: ri@brmall.com.br
www.brmalls.com.br

Coordenadores da Oferta Brasileira

Banco Itaú BBA S.A.

Av. Brig. Faria Lima, 3400, 4º andar
04538-132 São Paulo, SP
Sr. Fernando Iunes
Telefone: (11) 3708-8000
Fac-símile: (11) 3708-8107
www.itaubba.com.br/portugues/atividades/prospectos.asp

Responsável designado pelo Coordenador Líder, de acordo com o artigo 33, parágrafo 3º, inciso III, da Instrução CVM 400.

Banco UBS Pactual S.A. – Coordenador Líder

Av. Brig. Faria Lima, 3729, 8º a 10º andares
01451-000 São Paulo, SP
Sr. Fabio Nazari
Telefone: (11) 3383-2000
Fac-símile: (11) 3383-2001
http://www.ubs.com/1/p/ubslatinamerica/capital_markets.html

Banco Santander (Brasil) S.A.

Rua Hungria 1400, 7º andar
01455-000 São Paulo, SP
Sr. Bruno Saraiva
Telefone: (11) 3012-7172
Fac-símile: (11) 3012-7393
www.superbroker.com.br

Coordenadores Contratados

[•]

Consultores Legais da Companhia

Para o Direito Brasileiro

Machado, Meyer, Sendacz e Opice Advogados

Av. Brigadeiro Faria Lima, 3144, 11º andar
01451-000 São Paulo, SP
Sr. Carlos Motta
Telefone: (55 11) 3150-7625
Fac-símile: (55 21) 3150-7071

Para o Direito dos Estados Unidos

Davis Polk & Wardwell

450 Lexington Avenue
10017 New York , NY, EUA
Sr. Manuel Garciadiaz
Telefone: (1-212) 450-4000
Fac-símile: (1-212) 450-3000

Consultores Legais dos Coordenadores da Oferta Brasileira

Para o Direito Brasileiro

Pinheiro Guimarães – Advogados

Av. Paulista, 1842, 24º andar
01310-923 São Paulo, SP
Sr. Francisco José Pinheiro Guimarães e Sra. Ivie Moura Alves
Telefone: (11) 4501-5000
Fac-símile: (11) 4501-5025

Para o Direito dos Estados Unidos

Skadden, Arps, Slate, Meagher & Flom LLP

Four Times Square
10036-6522 New York, NY, EUA
Sr. Richard S. Aldrich
Telefone: (1 212) 735-3000
Fac-símile: (1 917) 777-3000

Auditores Independentes

PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes

Rua da Candelária, 65, 15º andar
20091-020 Rio de Janeiro, RJ
Sr. Patricio Marques Roche
Telefone: (21) 3232-6112
Fac-símile: (21) 2516-6319

FATORES DE RISCO

Antes de tomar qualquer decisão com relação a um investimento nas nossas Ações, o investidor deve considerar e analisar cuidadosa e atentamente todas as informações contidas nesse Prospecto e, em especial, os riscos mencionados nesta seção. Caso qualquer dos riscos ou incertezas aqui descritos efetivamente ocorra, nossos negócios, nossa situação financeira e os resultados das nossas operações podem ser afetados de forma substancialmente adversa. O preço de mercado das ações ordinárias de nossa emissão e/ou de nossos GDSs pode cair devido a quaisquer desses riscos, havendo possibilidade de perda de parte ou de todo o seu investimento. Os riscos descritos abaixo são aqueles que atualmente acreditamos poder ter um efeito adverso para nós. Outros riscos e fatores que não são atualmente do nosso conhecimento, ou que são considerados irrelevantes neste momento, poderão ter um efeito adverso significativo para nós.

Para os fins desta seção, exceto se expressamente indicado ou se o contexto assim o requerer, a indicação de que um risco, incerteza ou problema pode ter ou terá um "efeito adverso para nós" significa que o risco, incerteza ou problema pode ter ou terá um efeito adverso nos nossos negócios, condição financeira, liquidez, resultados de operações, futuros negócios e/ou valor das ações ordinárias de nossa emissão e/ou de nossos GDSs. Expressões similares nesta seção devem ser lidas como tendo o mesmo significado.

Riscos Relacionados à Companhia e ao Setor de Shopping Centers

Condições econômicas adversas nos locais onde estão localizados nossos Shopping Centers podem afetar adversamente os níveis de ocupação e locação dos espaços e, conseqüentemente, causar um efeito adverso para nós.

Nossos resultados operacionais dependem substancialmente da nossa capacidade em locar os espaços disponíveis nos *Shopping Centers* nos quais temos participação e/ou administramos. Condições econômicas adversas nas regiões em que operamos podem reduzir os níveis de locação, restringir a possibilidade de aumentarmos o preço de nossas locações, bem como diminuir nossas receitas de locação que estão atreladas às receitas dos lojistas. Caso nossos *Shopping Centers* não gerem receita suficiente para que possamos cumprir com nossas obrigações, nossa condição financeira e nossos resultados operacionais podem ser afetados. Os fatores a seguir, entre outros, podem causar um efeito adverso para nós:

- períodos de recessão e aumento dos níveis de vacância nos *Shopping Centers* nos quais temos participação e/ou *Shopping Centers* aos quais prestamos serviços, ou aumento das taxas de juros podem resultar na queda dos preços das locações ou no aumento da inadimplência pelos locatários, bem como diminuir nossas receitas de locação e/ou administração que estão atreladas às receitas dos lojistas;
- percepções negativas dos locatários acerca da segurança, conveniência e atratividade das áreas nas quais nossos *Shopping Centers* e os *Shopping Centers* que administramos estão instalados;
- incapacidade de atrairmos e mantermos locatários de primeira linha, tais como as lojas Âncoras;
- inadimplência e/ou não cumprimento das obrigações contratuais pelos locatários;
- aumento dos custos operacionais, incluindo a necessidade de capital adicional;
- aumento de tributos incidentes sobre as nossas atividades; e
- mudanças regulatórias no setor de *Shopping Centers*, inclusive nas leis de zoneamento.

Os resultados operacionais dos Shopping Centers nos quais temos participação e/ou administramos dependem do movimento de consumidores e das vendas geradas pelas lojas neles instaladas.

Historicamente, o mercado de varejo tem sido suscetível a períodos de desaquecimento econômico geral, que tem levado à queda nos gastos do consumidor. O sucesso das nossas operações depende, entre outros, de vários fatores relacionados ao poder de compra dos consumidores e/ou que afetam a sua renda, inclusive a condição econômica brasileira e, em menor escala, mundial, a situação geral dos negócios, taxa de juros, inflação, disponibilidade de crédito ao consumidor, tributação, confiança do consumidor nas condições econômicas futuras, níveis de emprego e salários.

O nosso desempenho depende do volume de vendas das lojas, assim como da capacidade dos lojistas em gerar movimento de consumidores nos *Shopping Centers* nos quais participamos e/ou administramos. Nossos resultados operacionais e o volume de vendas em nossos *Shopping Centers* podem ser negativamente afetados por fatores externos, tais como, entre outros, declínio econômico, abertura de novos *Shopping Centers* competitivos em relação aos nossos e o fechamento ou perda de atratividade de lojas em nossos *Shopping Centers*.

Uma redução no movimento dos nossos *Shopping Centers* como resultado de quaisquer desses fatores ou de qualquer outro fator pode resultar em uma diminuição no número de clientes que visitam as lojas desses empreendimentos e, conseqüentemente, no volume de suas vendas, o que pode causar um efeito adverso para nós, tendo em vista que a maior parte das nossas receitas provêm do pagamento de aluguel pelos lojistas e *Merchandising* nos espaços de circulação do

público em nossos *Shopping Centers*. A queda no número de clientes pode gerar perda de rentabilidade dos lojistas e, conseqüentemente, inadimplência e redução no preço e volume de *Merchandising* em nossos *Shopping Centers*.

Parcela do aumento das nossas receitas e lucros operacionais dependem do constante crescimento da demanda por produtos oferecidos pelas lojas dos *Shopping Centers* por nós administrados ou nos quais temos participação, em especial aqueles produtos de alto valor agregado. Uma queda na demanda, seja em função de mudanças nas preferências do consumidor, redução do poder aquisitivo ou enfraquecimento das economias brasileira e global pode resultar em uma redução das receitas dos lojistas e, conseqüentemente, causar um efeito adverso para nós.

Prestamos serviços de administração a Shopping Centers sob contratos sujeitos a rescisão ou não renovação. Caso alguma dessas hipóteses ocorra, os nossos resultados podem ser afetados de forma adversa.

Nossa controlada BR Malls Administração celebrou contratos de prestação de serviços de administração e comercialização com nossos *Shopping Centers* e com *Shopping Centers* de terceiros, totalizando 27 *Shopping Centers*, dos quais temos participação em 21 para os serviços de administração e 25 para os serviços de comercialização. Caso esses contratos sejam rescindidos ou não sejam renovados, poderemos ser adversamente afetados.

O setor de Shopping Centers no Brasil é altamente competitivo, o que poderá ocasionar uma redução do volume de nossas operações.

O setor de *Shopping Centers* no Brasil é altamente competitivo e fragmentado. O produto *Shopping Center* 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* têm levado a modificações nos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência. A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação estão estreitamente ligadas às medidas tomadas para revitalizações e redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Esses projetos abrangem gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas (*Mix* de 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.

Outras companhias, inclusive estrangeiras, em alianças com parceiros locais, ou companhias capitalizadas após a realização de ofertas públicas de ações passaram e passarão a atuar ainda mais ativamente no segmento de *Shopping Centers* no Brasil nos próximos anos, aumentando a concorrência no setor. Na medida em que um ou mais de 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 vir a ser afetadas adversamente de maneira relevante. Se não formos capazes de responder a tais pressões de modo tão imediato e adequado quanto os nossos concorrentes, nossa situação financeira e 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.

A construção de novos Shopping Centers próximos aos nossos poderá requerer investimentos não programados e/ou dificultar a nossa capacidade em renovar locações ou local espaços para novos lojistas, causando um efeito adverso para nós.

A construção de *Shopping Centers* em áreas próximas àquelas em que se situam os nossos empreendimentos poderá impactar nossa capacidade em local nossos espaços em condições favoráveis. O ingresso de novos concorrentes nas regiões em que operamos poderá demandar um aumento não planejado nos investimentos em nossos *Shopping Centers*, o que poderá causar um efeito adverso para nós.

Adicionalmente, poderemos enfrentar dificuldades para renovar a locação das nossas lojas ou localá-las para novos lojistas, o que poderá gerar uma redução em nosso fluxo de caixa e lucro operacional. Além disso, a proximidade de concorrentes poderá resultar na mudança dos atuais lojistas dos nossos *Shopping Centers* ou novos lojistas para os *Shopping Centers* concorrentes, resultando em uma maior possibilidade de haver vacância de espaços em nossos empreendimentos.

Podemos não ser bem sucedidos nas nossas aquisições.

Como parte da nossa estratégia de negócios, temos crescido por meio de aquisições estratégicas e pretendemos continuar a implementar tal estratégia. 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.

A nossa capacidade de continuar a ampliar nossos negócios com êxito por meio de aquisições depende de diversos fatores, inclusive da nossa capacidade de identificar *Shopping Centers* e/ou empresas alvo para aquisições ou de financiar tais aquisições nos mercados financeiro e de capitais a um custo aceitável e de negociar condições favoráveis em tais operações. Aquisições futuras podem ainda requerer um maior endividamento, o qual poderá nos afetar adversamente.

Aquisições também representam risco de exposição a responsabilidades relativas a contingências envolvendo *Shopping Centers* ou a sociedade adquirida, sua administração ou passivos incorridos anteriormente à sua aquisição. O processo de auditoria (*due dilligence*) que conduzirmos com relação a uma aquisição e quaisquer garantias contratuais ou indenizações que possamos receber dos vendedores de tais *Shopping Centers* podem não ser suficientes para nos proteger ou nos compensar por eventuais contingências. Uma contingência significativa associada a uma aquisição pode nos afetar adversamente.

Compartilhamos o controle de nossos Shopping Centers com outros investidores que podem ter interesses divergentes e competitivos em relação aos nossos.

Dividimos o controle de nossos *Shopping Centers* com investidores institucionais, tais como fundos de pensão, fundos de investimento e outros investidores que podem ter interesses divergentes dos nossos. Dessa forma, dependemos da anuência desses investidores para a tomada de decisões significativas que afetem tais empreendimentos.

Mencionados investidores, co-proprietários em nossos *Shopping Centers*, podem ter interesses econômicos diversos dos nossos, podendo agir de forma contrária à nossa política estratégica e aos nossos objetivos. Adicionalmente, caso não sejamos capazes de atingir o *quorum* necessário para a aprovação destas deliberações, podemos não conseguir implementar adequadamente nossas estratégias de negócio, o que pode causar um efeito adverso para nós.

Disputas com nossos sócios podem ocasionar litígios judiciais ou arbitrais, o que pode aumentar nossas despesas e impedir que os nossos administradores mantenham o foco inteiramente direcionado aos nossos negócios, podendo causar efeito adverso para nós.

A política de remuneração dos nossos executivos está intimamente ligada à performance e à geração de resultados da Companhia, o que pode levar a nossa administração a dirigir os nossos negócios e atividades com maior foco na geração de resultados no curto prazo.

Nossa política de remuneração conta com um programa de remuneração variável e um programa de opção de ações (ver “Atividades – Empregados e Aspectos Trabalhistas” na página [-] deste Prospecto). O fato de uma parcela relevante da remuneração de nossos executivos estar intimamente ligada à performance e à geração de resultados da Companhia, pode levar a nossa administração a dirigir nossos negócios e atividades com maior foco na geração de resultados no curto prazo, o que poderá não coincidir com os interesses dos nossos demais acionistas que tenham uma visão de investimento de longo prazo em relação às ações ordinárias de nossa emissão.

Eventuais dificuldades financeiras de determinadas lojas Âncoras poderão causar um efeito adverso para nós.

No primeiro trimestre de 2009, as lojas Âncoras responderam por aproximadamente 37,0% da ABL dos nossos Shoppings, o que correspondia a 11% das receitas de aluguel. Eventuais dificuldades financeiras por parte das Âncoras podem causar a rescisão das atuais locações ou a expiração do prazo das locações dessas lojas sem que haja renovação do contrato de locação. Podemos não ser capazes de ocupar novamente esse espaço com facilidade, com a mesma categoria de loja e/ou nas mesmas condições do contrato de locação rescindido ou expirado. Isto poderá afetar adversamente o *Mix* de Lojas dos nossos *Shopping Centers*, diminuindo nossa capacidade de atrair consumidores para nossos lojistas, o que pode causar efeito adverso para nós.

Os contratos de locação no segmento de Shopping Centers possuem características peculiares e podem gerar riscos à condução dos nossos negócios e causar efeito adverso para nós.

Os contratos de locação com os lojistas nos *Shopping Centers* são regidos pela Lei de Locação, que prevê determinados direitos ao locatários que podem afetar nossos negócios, tais como o direito do locatário à renovação compulsória do contrato de locação e a revisão do aluguel.

No caso de serem preenchidos determinados requisitos previstos na Lei de Locação (ver seção “Visão Geral do Setor – Características Gerais das Locações Comerciais – Renovação Compulsória da Locação”, na página [--] deste Prospecto), o locatário poderá ter direito à renovação compulsória do contrato de locação, o que poderá impedir ou prejudicar nossos planos de renovar e/ou adaptar o *Mix* de lojas de nossos *Shoppings Centers*.

Adicionalmente, após três anos de vigência do contrato de locação ou de evento previsto para definição do novo aluguel, as bases dos contratos podem ser renegociadas anualmente, provocando alterações nos valores originalmente acordados. Não havendo acordo sobre o valor da locação, poderá ser pedida a revisão judicial do aluguel a fim de ajustá-lo ao preço do mercado. Com isso, os valores de locação poderão variar conforme as condições de mercado vigentes à época da ação revisional. Nesse sentido, decisão judicial pode impedir nosso pedido de revisão do aluguel para valor maior, bem como pode acatar pedido do inquilino para reduzir o valor do aluguel. Dessa forma, ficamos sujeitos a interpretação a ser adotada e a decisão a ser proferida pelo Poder Judiciário, podendo ocorrer, inclusive, a definição de um aluguel inferior ao pago anteriormente pelo lojista.

A renovação compulsória de contratos de locação e/ou a revisão judicial do aluguel pago por lojistas, se decididos contrariamente aos nossos interesses, podem afetar a condução dos nossos negócios e causar efeito adverso para nós.

Poderemos ser adversamente afetados em decorrência do não pagamento de aluguéis pelos inquilinos, da revisão dos valores dos aluguéis pelos inquilinos ou do aumento de vacância nas lojas dos nossos Shopping Centers.

Os aluguéis são a nossa principal fonte de receitas. O não pagamento de aluguéis pelos inquilinos, a revisão, implicando em redução, dos valores dos aluguéis pelos inquilinos ou o aumento de vacância nos nossos *Shopping Centers*, inclusive no caso de decisão unilateral do locatário de deixar o imóvel antes do vencimento do prazo estabelecido no seu respectivo contrato de locação, implicarão em não recebimento ou redução de nossa receita. A ocorrência de qualquer desses eventos pode causar um efeito adverso para nós.

Na qualidade de proprietários dos imóveis nos quais se encontram os Shopping Centers nos quais temos participação, estaremos eventualmente sujeitos ao pagamento de despesas extraordinárias, as quais podem causar um efeito adverso para nós.

Na qualidade de proprietários dos imóveis nos quais se encontram os *Shopping Centers* nos quais temos participação, estaremos eventualmente sujeitos ao pagamento de despesas extraordinárias, tais como rateios de obras e reformas, pintura, decoração, conservação, instalação de equipamentos de segurança, indenizações trabalhistas, bem como quaisquer outras despesas que não sejam rotineiras na manutenção dos imóveis e dos condomínios em que se situam.

Estamos sujeitos a despesas e custos decorrentes de ações judiciais necessárias para a cobrança de aluguéis inadimplidos, ações judiciais em geral (despejo, renovatória, revisional, entre outras), bem como quaisquer outras despesas inadimplidas pelos locatários dos Imóveis, tais como tributos, despesas condominiais, e ainda custos para reforma ou recuperação de imóveis inaptos para locação após despejo ou saída amigável do inquilino.

O pagamento de tais despesas pode causar um efeito adverso para nós.

O fato de nossos Shopping Centers serem espaços públicos pode gerar consequências que fogem do controle de sua administração, o que poderá acarretar danos materiais à imagem de nossos Shopping Centers, além de poder nos gerar eventual responsabilidade civil.

Nossos *Shopping Centers*, por serem espaços de uso público, estão sujeitos a uma série de acidentes em suas dependências, que podem fugir do controle da administração do *Shopping Center* e de suas políticas de prevenção, e que, conseqüentemente, podem vir a causar danos aos seus consumidores e freqüentadores. No caso da ocorrência de tais acidentes, o *Shopping Center* envolvido pode enfrentar sérios danos de imagem e materiais, tendo em vista que o movimento dos consumidores pode cair em decorrência da desconfiança e insegurança gerada. Além disso, a ocorrência de acidentes pode nos sujeitar à imposição de responsabilidade civil e/ou à obrigação do ressarcimento às vítimas, inclusive por meio do pagamento de indenizações, o que pode ter um efeito adverso para nós.

A operação regular de nossos Shopping Centers depende fundamentalmente de serviços públicos, em especial os de água e energia elétrica. Qualquer diminuição ou interrupção desses serviços poderá causar dificuldades na operação de nossos Shopping Centers e, conseqüentemente, nos resultados de nossos negócios.

Os serviços públicos, em especial os de água e energia elétrica, são fundamentais para a boa condução da operação de nossos *Shopping Centers*. A diminuição ou interrupção desses serviços pode gerar como consequência natural o aumento dos custos e determinadas falhas na prestação de serviços. Para que consigamos manter tais serviços em funcionamento, como, por exemplo, energia elétrica, é necessária a contratação de empresas terceirizadas e especializadas, o que geralmente representa um gasto excessivo para nós e um aumento significativo em nossas despesas operacionais. Desse modo, qualquer diminuição ou interrupção na prestação dos serviços públicos essenciais à condução dos nossos negócios poderá gerar efeitos adversos para nós.

O setor de Shopping Centers está sujeito a regulamentação, que poderá implicar maiores despesas ou obstrução ao desenvolvimento de determinados empreendimentos, causando um efeito adverso para nós.

Nossas atividades estão sujeitas a leis federais, estaduais e municipais, assim como a regulamentos, autorizações e licenças aplicáveis, dentre outros, à construção, ao zoneamento, ao uso do solo, à proteção do meio-ambiente e do patrimônio histórico e à locação e condomínio, que afetam as nossas atividades. Somos obrigados a obter e renovar periodicamente licenças e autorizações de diversas autoridades governamentais para desenvolver nossos empreendimentos. Na hipótese de violação ou descumprimento de tais leis, regulamentos, licenças e autorizações, ou falha na sua obtenção ou renovação, poderemos vir a sofrer sanções administrativas, tais como imposição de multas, embargo de obras, cancelamento de licenças e revogação de autorizações, além de outras penalidades civis e criminais.

Além disso, o poder público pode editar novas normas mais rigorosas ou buscar interpretações mais restritivas das leis e regulamentos existentes, incluindo as de natureza tributária, ou relacionadas às cláusulas contratuais acordadas com lojistas locatários ou cobrança de estacionamento, o que pode implicar em gastos adicionais para nós, de modo a adequar nossas atividades a estas regras. Qualquer ação nesse sentido por parte do poder público poderá ter um efeito adverso para nós.

Perdas não cobertas pelos seguros por nós contratados podem resultar em prejuízos, o que poderá causar efeitos adversos para nós.

Mantemos contratados seguros, dentro das práticas usuais de mercado, que protegem nossos *Shopping Centers* e empreendimentos. Não podemos garantir que o valor de seguro que mantemos será suficiente para nos proteger de perdas relevantes. Há, inclusive, determinados tipos de perdas que não estão cobertas por nossas apólices, tais como atos de terrorismo, guerras e revoluções civis. Se qualquer dos eventos não cobertos nos termos dos contratos de seguro dos quais somos parte vier a ocorrer, o investimento por nós integralizado pode ser adversamente afetado, obrigando-nos a incorrer em custos adicionais e resultando em prejuízos em nosso desempenho operacional. Adicionalmente, poderemos ser eventualmente responsabilizados judicialmente e obrigados a indenizar vítimas de sinistros ocorridos dentro de nossos *Shopping Centers* e *Shopping Centers* aos quais prestamos serviços, o que pode impactar nossos negócios, nossa condição financeira e nossos resultados operacionais. Por fim, podemos não ser capazes de renovar nossas apólices de seguro nas mesmas condições atualmente contratadas. Esses fatores poderão ter um efeito adverso para nós.

Decisões desfavoráveis em processos judiciais ou administrativos podem causar efeitos adversos para nós.

Somos réus em processos judiciais e administrativos, nas esferas cível, tributária e trabalhista, cujos resultados não podemos garantir que serão favoráveis ou que não sejam julgados improcedentes, ou, ainda, que tais ações estejam plenamente provisionadas. Decisões contrárias aos nossos interesses que eventualmente alcancem valores substanciais ou impeçam a realização dos nossos negócios conforme inicialmente planejados poderão causar um efeito adverso para nós. Para informações sobre nossos processos judiciais ou administrativos, ver seção “Atividades – Pendências Judiciais e Administrativas” na página [•] deste Prospecto.

Podemos não conseguir executar integralmente nossa estratégia de negócios.

Não há como garantirmos que quaisquer de nossas metas e estratégias para o futuro serão integralmente realizadas. Em consequência, podemos não ser capazes de expandir nossas atividades e ao mesmo tempo replicar nossa estrutura de negócios, desenvolvendo nossa estratégia de crescimento de forma a atender às demandas dos diferentes mercados. Adicionalmente, podemos não ser capazes de implementar padrões de excelência na nossa gestão operacional, financeira e de pessoas. Caso não sejamos bem sucedidos no desenvolvimento de nossos projetos e empreendimentos e em nossa gestão, o direcionamento da nossa política de negócios será impactado, o que pode causar um efeito adverso para nós.

Nossas aquisições futuras podem ser contestadas pelas autoridades concorrenciais brasileiras.

De acordo com a Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, conforme alterada, que trata sobre a ordem econômica, quaisquer operações que visem a qualquer forma de concentração econômica, seja através de fusão ou incorporação de empresas, constituição de sociedade para exercer o controle de empresas ou qualquer forma de agrupamento societário, que implique participação de empresa ou grupo de empresa resultante em 20% de um mercado relevante, ou em que qualquer dos participantes tenha registrado faturamento bruto anual no último balanço equivalente a R\$400,0 milhões, deve ser submetido para apreciação do SBDC. O SBDC determina se uma determinada operação teria um efeito negativo nas condições competitivas do mercado no qual operamos, ou mesmo nos consumidores de tal mercado. Nesse sentido, futuras aquisições podem não ser aprovadas ou podem ser sujeitas a condições com custos elevados, tais como restrições na forma que operamos o mercado os nossos serviços, o que poderia afetar negativamente nossos resultados operacionais e financeiros.

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, podem vir a causar um efeito adverso para nós e para o valor de mercado das nossas ações.

O Governo Federal frequentemente intervém na economia brasileira 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, frequentemente 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. Não temos controle sobre quais medidas ou políticas o Governo Federal poderá adotar no futuro, e não podemos prevê-las. Nossas atividades, situação financeira, resultados operacionais e o preço de mercado das ações de nossa emissão podem vir a ser prejudicados de maneira relevante por modificações nas políticas ou normas que envolvam ou afetem certos fatores, tais como:

- política monetária, cambial e taxas de juros;
- políticas governamentais aplicáveis às nossas atividades e ao nosso setor;
- greve de portos, alfândegas e receita federal;
- inflação;
- expansão ou contração da economia brasileira, de acordo com as taxas de crescimento do PIB;
- instabilidade social;
- liquidez dos mercados financeiros e de capitais domésticos;
- política fiscal;
- racionamento de energia elétrica; e
- outros fatores políticos, sociais e econômicos que venham a ocorrer no Brasil ou que o afetem.

As políticas futuras do Governo Federal podem contribuir para uma maior volatilidade no mercado de títulos e valores mobiliários brasileiro e dos títulos e valores mobiliários emitidos no exterior por empresas brasileiras. Adicionalmente, eventuais crises políticas podem afetar a confiança dos investidores e do público consumidor em geral, resultando na desaceleração da economia e prejudicando o preço de mercado das ações das companhias listadas para negociação no mercado de títulos e valores mobiliários brasileiro.

A flutuação da taxa de juros pode causar um efeito adverso para nós.

As dívidas das companhias do segmento de *Shopping Centers*, inclusive as nossas, estão sujeitas à variação das taxas de juros no mercado, conforme estabelecidas pelo Banco Central, de acordo com a expansão da economia brasileira, nível de inflação e outras políticas. Na hipótese de elevação das taxas de juros, os custos do serviço da nossa dívida serão aumentados.

Adicionalmente, as empresas do setor de *Shopping Centers*, assim como grande parte da indústria nacional, dependem do controle exercido pelo Governo Federal sobre as taxas de juros. Nesse sentido, um repentino aumento nas taxas básicas de juros poderá levar a um desaquecimento do mercado de varejo e à redução dos gastos do consumidor, o que pode causar um efeito adverso para nós.

A inflação e certas medidas do Governo Federal para combatê-la podem ter efeitos adversos sobre a economia brasileira, o mercado de capitais brasileiro e sobre nós.

Ao longo de sua história, o Brasil registrou taxas elevadas de inflação. Determinadas medidas adotadas no passado pelo Governo Federal no contexto da política anti-inflacionária tiveram um forte impacto negativo sobre a economia brasileira. Desde a introdução do Real, em julho de 1994, a inflação brasileira tem sido substancialmente menor do que em períodos anteriores, mas pressões inflacionárias persistem. Os preços ao consumidor têm diminuído, convergindo para as metas do Banco Central, quando não afetados por eventos que não podem ser controlados por políticas monetárias. A inflação apurada pelo IGP-M foi 25,3% em 2002, 8,7% em 2003, 12,4% em 2004, 1,2% em 2005, 3,8% em 2006, 7,6% em 2007 e 9,8% em 2008.

O Brasil pode passar por aumentos relevantes da taxa de inflação no futuro. Pressões inflacionárias podem levar à intervenção do Governo Federal sobre a economia, incluindo a implementação de políticas governamentais que podem ter um efeito adverso para nós e nossos clientes. Ademais, se o Brasil experimentar altas taxas de inflação, podemos não ser capazes de reajustar os preços de nossos produtos de maneira suficiente para compensar os efeitos da inflação em nossa estrutura de custos, o que pode ter um efeito adverso para nós.

A volatilidade do Real em relação ao Dólar pode ter um efeito adverso para a economia brasileira e, conseqüentemente, para nós.

A moeda brasileira tem historicamente sofrido freqüentes desvalorizações. No passado, o Governo Federal implementou diversos planos econômicos e fez uso de diferentes políticas cambiais, incluindo desvalorizações repentinas, pequenas desvalorizações periódicas (durante as quais a freqüência dos ajustes variou de diária a mensal), sistemas de câmbio flutuante, controles cambiais e dois mercados de câmbio. As desvalorizações cambiais em períodos de tempo mais recentes resultaram em flutuações significativas nas taxas de câmbio do Real frente ao Dólar e outras moedas. O real desvalorizou 19,6% em 2002 frente ao Dólar e 4,8% em 2003. Em 2004, 2005, 2006 e 2007, a valorização do real foi de 8,8%, 13,4%, 9,5% e 16,3%, respectivamente, frente ao Dólar. Em 2008, o real desvalorizou 31,9% frente ao Dólar e, no período de três meses findo em 31 de março de 2009, o real desvalorizou 0,6% frente ao Dólar.

As desvalorizações do Real frente ao Dólar podem criar pressões inflacionárias no Brasil, através do aumento, de modo geral, dos preços dos produtos importados, afetando a economia de modo geral, sendo necessária, assim, a adoção de políticas recessivas por parte do Governo Federal. Por outro lado, a valorização do Real frente ao Dólar pode levar à deterioração das contas correntes do País e da balança de pagamentos, bem como a um enfraquecimento no crescimento do produto interno bruto gerado pela exportação. Os potenciais impactos da flutuação da taxa de câmbio e das medidas que o Governo Federal pode vir adotar para estabilizar a taxa de câmbio são incertos. A volatilidade do Real em relação ao Dólar pode ter um efeito adverso para toda a economia brasileira e, conseqüentemente, para nós.

Adicionalmente aos potenciais riscos que a desvalorização ou a valorização do Real frente ao Dólar pode acarretar para toda a economia brasileira e, conseqüentemente, para nós, tendo em vista que possuímos endividamento atrelado ao Dólar (para maiores informações, ver seção “Discussão e Análise da Administração sobre a situação Financeira e os Resultados Operacionais – Endividamento” na página [•] deste Prospecto), em caso de desvalorização do Real frente ao Dólar, nossas despesas operacionais cresceriam, o que poderia ter um efeito adverso para nós.

Acontecimentos e mudanças na percepção de riscos em outros países, sobretudo em economias desenvolvidas, podem prejudicar o preço de mercado dos valores mobiliários globais, dentre eles o preço de mercado das Ações.

O valor de mercado de valores mobiliários de emissão de companhias brasileiras é influenciado, em diferentes graus, pelas condições econômicas e de mercado de outros países, inclusive economias desenvolvidas e emergentes. Embora a conjuntura econômica desses países seja significativamente diferente da conjuntura econômica do Brasil, a reação dos investidores aos acontecimentos nesses outros países pode causar um efeito adverso sobre o valor de mercado dos valores mobiliários das companhias brasileiras. Crises em outros países de economia emergente ou políticas econômicas diferenciadas podem reduzir o interesse dos investidores nos valores mobiliários das companhias brasileiras, incluindo os valores mobiliários da Companhia, o que poderia prejudicar o preço de mercado das ações ordinárias da Companhia.

Adicionalmente, a crise financeira originada pelo mercado hipotecário de créditos *subprime* nos Estados Unidos se agravou, afetando a economia mundial, em especial os Estados Unidos, gerando diversos reflexos, que direta ou indiretamente afetam o mercado acionário e a economia do Brasil, tais como oscilações nas cotações de valores mobiliários de companhias abertas, falta de disponibilidade de crédito, desaceleração generalizada da economia mundial, instabilidade cambial e pressão inflacionária, dentre outros, que podem, direta ou indiretamente, ter um efeito adverso para nós.

Riscos Relativos à Oferta e às Ações

A relativa volatilidade e falta de liquidez do mercado de valores mobiliários brasileiro poderão limitar a capacidade de venda de nossas Ações ou GDSs pelo preço e momento desejados.

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 BM&FBOVESPA apresentou capitalização bursátil de aproximadamente R\$1,4 trilhão em 31 de dezembro de 2008 e uma média diária de negociação de R\$2,8 bilhões em 2008. As 10 ações mais negociadas em termos de volume contabilizaram cerca de 55,38% de todas as ações negociadas na BM&FBOVESPA no período de 12 meses encerrado em 31 de maio de 2009, acima dos 52,60% contabilizados em maio de 2008. 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 Ações.

O Preço por Ação, determinado com o Procedimento de *Bookbuilding*, poderá diferir dos preços que prevalecerão no mercado após a conclusão desta Oferta Brasileira, inclusive em resposta a estes fatores de risco ou a qualquer outro motivo relacionado aos nossos resultados operacionais.

A participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de Bookbuilding poderá impactar adversamente a formação do Preço por Ação, e o investimento nas Ações por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas poderá promover redução da liquidez das ações ordinárias de nossa emissão e/ou dos nossos GDSs no mercado secundário.

Poderá ser aceita a participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no processo de fixação do Preço por Ação, mediante a participação destes no Procedimento de *Bookbuilding*, até o limite de 15% das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais). Caso seja verificado excesso de demanda superior a um terço das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações do Lote Suplementar e as Ações Adicionais), não será permitida a colocação, pelos Coordenadores da Oferta Brasileira ou pelos Coordenadores Contratados, de Ações da Oferta Brasileira aos Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas, sendo as intenções de investimento realizadas por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas automaticamente canceladas. Os investimentos realizados em decorrência de operações com derivativos (*total return swaps*) não serão considerados investimentos por Pessoas Vinculadas para os fins da Oferta Brasileira. A participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de *Bookbuilding* poderá impactar adversamente a formação do Preço por Ação, e o investimento nas Ações por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas poderá promover redução da liquidez das ações ordinárias de nossa emissão da Companhia e/ou dos nossos GDSs no mercado secundário.

A venda de uma quantidade significativa de ações ordinárias de nossa emissão e/ou dos nossos GDSs após a consumação da Oferta Global, ou a expectativa de tal venda, poderá prejudicar o valor de mercado das ações ordinárias de nossa emissão e/ou dos nossos GDSs.

Pelo prazo de 90 dias contados da data de publicação do Anúncio de Início, [nós,] os Acionistas Vendedores, os membros do nosso Conselho de Administração e os membros da nossa Diretoria, exceto mediante prévio consentimento por escrito dos Coordenadores da Oferta Brasileira e dos Coordenadores da Oferta Internacional e sujeito a determinadas exceções, [estaremos/estarão] obrigados a não [emitir,] ofertar, vender, contratar a venda, onerar, outorgar opção de compra ou de outra forma dispor ou outorgar quaisquer direitos, em qualquer caso, com relação às ações ordinárias de nossa emissão ou a valores mobiliários representativos ou conversíveis em ações ordinárias de nossa emissão.

Decorrido o prazo acima, a venda de uma quantidade significativa de ações ordinárias de nossa emissão e/ou dos nossos GDSs após a consumação da Oferta Global, ou a expectativa de tal venda, poderá prejudicar o valor de mercado das ações ordinárias de nossa emissão e/ou dos nossos GDSs.

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 em nossas Ações.

É possível que tenhamos interesse em captar recursos no mercado de capitais, por meio de emissão de ações e/ou colocação pública ou privada de títulos conversíveis em ações. A captação de recursos adicionais por meio da emissão pública de ações, que pode não prever direito de preferência aos nossos atuais acionistas, poderá acarretar diluição da participação acionária do investidor no nosso capital social.

Podemos não pagar dividendos ou juros sobre o capital próprio aos acionistas titulares de nossas Ações.

De acordo com nosso Estatuto Social, devemos pagar aos nossos acionistas 25% de nosso lucro líquido anual, calculado e ajustado nos termos da Lei das Sociedades por Ações, sob a forma de dividendo ou juros sobre o capital próprio. Para mais informações, ver a seção “Dividendos e Política de Dividendos” na página [•] deste Prospecto. O lucro líquido pode ser capitalizado, utilizado para compensar prejuízo ou então retido, conforme previsto na Lei das Sociedades por Ações, podendo não ser disponibilizado para pagamento de dividendos ou juros sobre o capital próprio. Podemos não pagar dividendos aos nossos acionistas em qualquer exercício social se nossos administradores manifestarem ser tal pagamento desaconselhável diante de nossa situação financeira.

Nossos atuais Acionistas Relevantes poderão ter interesses conflitantes com os interesses de outros investidores.

Se nossos atuais acionistas votarem como um único bloco, terão poderes para, dentre outros, eleger a maioria dos membros do nosso Conselho de Administração e determinar o resultado das deliberações que exijam aprovação de acionistas, inclusive nas operações com partes relacionadas, reorganizações societárias e o pagamento de quaisquer dividendos. O interesse de nossos atuais acionistas, ou de seus eventuais sucessores, poderá diferir dos interesses de nossos futuros demais acionistas.

Estamos realizando uma oferta pública de distribuição de Ações no Brasil e no exterior, o que poderá nos deixar expostos a riscos relativos a uma oferta de valores mobiliários nas respectivas jurisdições. Os riscos 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 Global compreende a oferta pública de distribuição primária (i) das Ações da Oferta Brasileira no Brasil, em mercado de balcão não organizado, nos termos da Instrução CVM 400 e demais disposições legais aplicáveis, com esforços de colocação no exterior para Investidores Institucionais Estrangeiros; e (ii) das Ações da Oferta Internacional, sob a forma de GDSs, para Investidores Institucionais Estrangeiros, de acordo com as disposições do Contrato de Colocação Internacional. Os esforços de colocação das Ações da Oferta Brasileira no exterior e a Oferta Internacional nos expõem a normas relacionadas à proteção de investidores estrangeiros por conta de incorreções relevantes ou omissões relevantes relativas ao respectivo *Offering Memorandum* distribuído no exterior, inclusive no que tange aos riscos de potenciais procedimentos judiciais por parte de investidores.

Adicionalmente, somos parte do Contrato de Distribuição da Oferta Internacional, que regula os esforços de colocação de Ações da Oferta Brasileira no exterior e a Oferta Internacional. O Contrato de Distribuição da Oferta Internacional apresenta uma cláusula de indenização em favor dos Coordenadores da Oferta Internacional para indenizá-los caso eles venham a sofrer perdas no exterior por conta de incorreções relevantes ou omissões relevantes no Contrato Distribuição da Oferta Internacional ou no *Offering Memorandum*. Caso os Coordenadores da Oferta Internacional venham a sofrer perdas no exterior em relação a essas questões, eles poderão ter direito de regresso contra nós por conta desta cláusula de indenização. Adicionalmente, o Contrato de Colocação Internacional 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. Esses 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 Contrato de Distribuição da Oferta Internacional ou no *Offering Memorandum*, se envolver valores elevados, poderá causar um efeito adverso relevante para nós.

Não temos um acionista controlador ou grupo de controle titular de mais de 50% das ações de nossa emissão, o que poderá nos deixar suscetíveis a novas alianças de acionistas, controvérsias entre estes últimos ou outros acontecimentos imprevisíveis.

Não temos um acionista controlador ou grupo de controle titular de mais de 50% das ações de nossa emissão. Nesse sentido, alianças ou acordos de acionistas poderão ser celebrados com o fim de estabelecer um grupo de acionistas controladores, que poderá nos sujeitar a mudanças repentinas e inesperadas nas políticas corporativas ou direcionamento estratégico de nossa Companhia como resultado de decisões aprovadas em assembleia geral ou em reunião do nosso Conselho de Administração, deliberando, por exemplo, sobre a substituição de um, alguns ou todos os membros de nossa administração. Tais alterações podem causar um efeito adverso para nós.

Nosso Estatuto Social não contém dispositivos visando a obstar a aquisição hostil de lote significativo de ações de nossa emissão, o que pode permitir a concentração de nosso controle em um investidor ou em um grupo pequeno de investidores.

Nosso estatuto social não contém disposições visando a dificultar tentativas de aquisição de lote substancial das nossas ações em circulação ou a concentração das ações de nossa emissão em circulação em um investidor ou em um grupo pequeno de investidores. A ausência de tais disposições, aliada ao fato de que não temos um acionista controlador ou grupo de controle titular de mais de 50% das ações de nossa emissão (vide o fator de risco imediatamente acima deste), possibilita a aquisição hostil de nosso controle societário, hipótese na qual passaríamos a ter um controle concentrado. Se nosso controle passar a ser detido por um único investidor ou pequeno grupo de investidores, estes terão poderes para, dentre outros, eleger a maioria dos membros do nosso Conselho de Administração e dirigir nossos negócios e atividades, inclusive no que se refere a operações com partes relacionadas, a reorganizações societárias e ao pagamento de quaisquer dividendos. O interesse de um eventual acionista controlador ou grupo de acionistas controladores poderá diferir dos interesses dos nossos demais acionistas.

DESTINAÇÃO DOS RECURSOS

Os recursos líquidos da Oferta Primária serão de R\$[•] milhões, após a dedução das comissões de distribuição da Oferta, [e sem considerar a emissão das Ações Adicionais] e com base no valor de R\$[•], correspondente à cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009. O Preço por Ação efetivo será informado no Prospecto Definitivo e no Anúncio de Início e poderá ser diferente do preço indicado acima.

Os recursos obtidos por nós com a Oferta Primária, em princípio, serão utilizados para financiar: (i) a concepção, incorporação e administração de expansões e/ou novos *Shopping Centers*; (ii) a aquisição de maior participação nos nossos *Shopping Centers*; (iii) a aquisição de participação em *Shopping Centers* de terceiros e empresas que atuem no mesmo setor; e (iv) a amortização ou quitação de financiamentos.

A tabela a seguir mostra o percentual do valor a ser, em princípio, destinado a cada uma das estratégias apresentadas acima sobre o total dos recursos líquidos obtidos com a Oferta Primária:

Destinação	Percentual Estimado	Valor Estimado (em reais)
Concepção, incorporação e administração de expansões e/ou novos <i>Shopping Centers</i>	25%	[•]
Aquisição de maior participação nos nossos <i>Shopping Centers</i>	15%	[•]
Aquisição de participação em <i>Shopping Centers</i> de terceiros e empresas que atuem no mesmo setor	55%	[•]
Amortização ou quitação de financiamentos	5%	[•]
Total	100%	[•]

A aplicação dos recursos captados conforme o aqui 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 a capacidade de obtermos novos financiamentos ainda, os demais fatores descritos na seção “Considerações Sobre Estimativas e Declarações Acerca do Futuro”. Na data deste Prospecto, não havia negociações para aquisição de novos *Shopping Centers* ou para o aumento de participação em nossos *Shopping Centers*.

Um aumento (redução) de R\$1,00 no Preço por Ação de R\$[•], correspondente à cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009, aumentaria (reduziria) em R\$[•] milhões o valor dos recursos líquidos a serem por nós captados em decorrência da Oferta Primária, após a dedução das comissões de distribuição e das despesas estimadas relativas à Oferta Primária [e sem considerar as Ações Adicionais].

Não receberemos quaisquer recursos provenientes da Oferta Secundária ou de Ações do Lote Suplementar [e/ou de Ações Adicionais que eventualmente sejam alocadas à Oferta Secundária].

Para informações adicionais sobre o impacto dos recursos líquidos a serem recebidos por nós em decorrência da presente Oferta em nossa situação patrimonial, veja as seções “Capitalização” e “Análise e Discussão da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais” nas páginas [•] e [•], respectivamente, deste Prospecto.

CAPITALIZAÇÃO

A tabela a seguir apresenta nossas disponibilidades, nossos financiamentos no circulante e não circulantes (inclusive nossos financiamentos não sujeitos a liquidação em dinheiro), nossos passivos com partes relacionadas no circulante e não circulante e o nosso patrimônio líquido em 31 de março de 2009, com base nas informações trimestrais (não auditadas) demonstrações financeiras consolidadas, em bases efetivas e conforme ajustado para refletir o recebimento de recursos líquidos estimados em R\$[•] milhões, provenientes da subscrição das Ações da Oferta Primária, após a dedução das comissões e despesas que estimamos serem devidas no âmbito da Oferta Primária [e sem considerar as Ações Adicionais]. Os ajustes foram feitos com base no valor de R\$[•] correspondente à cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009. O Preço por Ação efetivo será informado no Prospecto Definitivo e no Anúncio de Início e poderá ser diferente do preço indicado acima.

As informações descritas abaixo na coluna “Real” foram extraídas de nossas informações trimestrais consolidadas em 31 de março de 2009 (não auditadas), elaboradas de acordo com o BR GAAP, e objeto de revisão limitada pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, conforme indicado no seu relatório anexo a este Prospecto. O investidor deve ler esta tabela em conjunto com as seções “Apresentação das Informações Financeiras” (página [•]), “Sumário das Informações Financeiras e Operacionais” (página [•]), “Informações Financeiras Seleccionadas” (página [•]), “Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais” (página [•]) e nossas demonstrações financeiras consolidadas auditadas, constantes deste Prospecto.

	Em 31 de março de 2009	
	<i>(Ajustado antes da Oferta)</i>	<i>(Ajustado após da Oferta)</i>
	<i>(valores em milhares de Reais)</i>	
Disponibilidades - Caixa e Equivalentes de Caixa	730.224	[•]
Financiamentos – Circulante	92.080	[•]
Financiamentos – Não Circulante	1.019.679	[•]
Debêntures	363.787	[•]
Total do patrimônio líquido ⁽¹⁾	1.769.650	[•]
Total de Capitalização⁽²⁾	3.245.196	[•]

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre o nosso patrimônio líquido, ver a nota explicativa de nossas demonstrações financeiras para o período de três meses findo em 31 de março de 2009.

⁽²⁾ O total da capitalização representa os financiamentos no circulante e no não circulante (inclusive nossos financiamentos não sujeitos a liquidação em dinheiro) e passivos com partes relacionadas no circulante e no não circulante mais o patrimônio líquido.

Poderemos, ainda, obter os recursos de que necessitamos para os nossos objetivos de investimento nos mercados financeiro e de capitais, aumentando, portanto, nosso endividamento. Nesse sentido, planejamos captar recursos adicionais no curto prazo após a Oferta Global para serem utilizados para os nossos propósitos, conforme descritos na seção “Destinação dos Recursos” na página [•] deste Prospecto.

DILUIÇÃO

Em 31 de março de 2009, o valor do nosso patrimônio líquido, calculado a partir das nossas informações trimestrais consolidadas (não auditadas) preparadas em BR GAAP era de R\$1.769,6 milhões. O valor patrimonial líquido por ação, que representa o valor contábil do patrimônio líquido em 31 de março de 2009, dividido pelo número total das ações por nós emitidas até a data deste Prospecto (171.509.788 ações), correspondia a aproximadamente R\$10,32.

Considerando a subscrição das Ações da Oferta Primária, a um Preço por Ação de R\$[•] com base no valor de R\$[•], correspondente à cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009, após a dedução das comissões e despesas que estimamos serem devidas no âmbito da Oferta Primária [e sem considerar as Ações Adicionais]. Os ajustes foram feitos com base no valor de R\$[•] correspondente à cotação das ações ordinárias de nossa emissão na BM&FBOVESPA em [•] de [•] de 2009. O Preço por Ação efetivo será informado no Prospecto Definitivo e no Anúncio de Início e poderá ser diferente do preço indicado acima.

Considerando a emissão de [•] de Ações, ofertadas pelo Preço por Ação de R\$[•], o valor patrimonial líquido em 31 de março de 2009, ajustado pela Oferta Global, seria de R\$[•], representando aproximadamente R\$[•] por ação.

O quadro a seguir ilustra a diluição por ação:

Ações	Na Data da Oferta (valores em reais, exceto %)
Preço por Ação	[•]
Valor patrimonial por ação em 31 de março de 2009	10,32
Valor patrimonial por ação em 31 de março de 2009 ajustado pela Oferta	[•]
Aumento no valor patrimonial por ação	[•]
Diluição por ação para novos acionistas	[•]
Percentual de diluição para os novos investidores	[•]

O Preço por Ação não guarda relação com o valor patrimonial ou com o valor de mercado das ações de nossa emissão e foi fixado com base no Procedimento de *Bookbuilding* realizado junto aos Investidores Institucionais.

Para maiores informações sobre nosso patrimônio líquido, ver nota explicativa de nossas informações trimestrais para o período de três meses findo em 31 de março de 2009, anexas a este Prospecto.

A emissão de novas ações, mediante o exercício das Opções do 1º Programa, das Opções do 2º Programa, das Opções do 3º Programa e das Opções do 4º Programa, sem considerar o exercício das Opções de Programa Futuro (ver o item “Plano de Opção de Compra de Ações” na seção “Administração e Conselho Fiscal” na página [•] deste Prospecto), poderá resultar em diluição adicional para os acionistas existentes, conforme tabelas abaixo:

1º Programa do Plano – Série A

	Número de Ações ⁽¹⁾	Emissão de Ações	Diluição	Preço de Exercício ⁽²⁾	Preço de Conversão ⁽³⁾	Custo das Opções Para a Companhia ⁽⁴⁾ (R\$ Mil)
2009						
2010						
Total						

Nota 1: Considera a base acionária após a Oferta Global (sem considerar as Ações do Lote Suplementar).

Nota 2: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 3% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M.

Nota 3: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 10% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M, com base no Preço por Ação.

Nota 4: Não implica efetivo desembolso de caixa para a Companhia.

1º Programa do Plano – Série B

	Número de Ações(1)	Emissão de Ações	Diluição	Preço de Exercício(2)	Preço de Conversão(3)	Custo das Opções Para a Companhia(4) (R\$ Mil)
2009						
2010						
2011						
Total						

Nota 1: Considera a base acionária após a Oferta Global (sem considerar as Ações do Lote Suplementar).

Nota 2: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 3% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M.

Nota 3: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 10% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M, com base no Preço por Ação.

Nota 4: Não implica efetivo desembolso de caixa para a Companhia.

2º Programa do Plano

	Número de Ações ⁽¹⁾	Emissão de Ações	Diluição	Preço de Exercício ⁽²⁾	Preço de Conversão ⁽³⁾	Custo das Opções Para a Companhia ⁽⁴⁾ (R\$ Mil)
2009						
2010						
2011						
Total						

Nota 1: Considera a base acionária após a Oferta Global (sem considerar as Ações do Lote Suplementar).

Nota 2: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 3% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M.

Nota 3: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 10% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M, com base no Preço por Ação.

Nota 4: Não implica efetivo desembolso de caixa para a Companhia.

3º Programa do Plano

	Número de Ações ⁽¹⁾	Emissão de Ações	Diluição	Preço de Exercício ⁽²⁾	Preço de Conversão ⁽³⁾	Custo das Opções Para a Companhia ⁽⁴⁾ (R\$ Mil)
2009						
2010						
2011						
2012						
Total						

Nota 1: Considera a base acionária após a Oferta Global (sem considerar as Ações do Lote Suplementar).

Nota 2: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 3% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M.

Nota 3: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 10% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M, com base no Preço por Ação.

Nota 4: Não implica efetivo desembolso de caixa para a Companhia.

4º Programa do Plano

	Número de Ações ⁽¹⁾	Emissão de Ações	Diluição	Preço de Exercício ⁽²⁾	Preço de Conversão ⁽³⁾	Custo das Opções Para a Companhia ⁽⁴⁾ (R\$ Mil)
2009						
2010						
2011						
2012						
2013						
Total						

Nota 1: Considera a base acionária após a Oferta Global (sem considerar as Ações do Lote Suplementar).

Nota 2: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 3% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M.

Nota 3: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 10% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M, com base no Preço por Ação.

Nota 4: Não implica efetivo desembolso de caixa para a Companhia.

A emissão de novas ações, mediante o exercício das Opções de Programa Futuro (ver o item “Plano de Opção de Compra de Ações” na seção “Administração e Conselho Fiscal” na página [•] deste Prospecto), sem considerar o exercício das Opções do 1º Programa, das Opções do 2º Programa, das Opções do 3º Programa e das Opções do 4º Programa, poderá resultar em diluição adicional para os acionistas existentes, conforme tabela abaixo:

Programa Futuro do Plano

	Número de Ações ⁽¹⁾	Emissão de Ações	Diluição	Preço de Exercício ⁽²⁾	Preço de Conversão ⁽³⁾	Custo das Opções Para a Companhia ⁽⁴⁾ (R\$ Mil)
2009						
2010						
2011						
2012						
2013						
Total						

Nota 1: Considera a base acionária após a Oferta Global (sem considerar as Ações do Lote Suplementar).

Nota 2: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 3% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M.

Nota 3: Expectativa de valorização de IGP-M acrescido de 10% ao ano, com premissa de 3% para IGP-M, com base no Preço por Ação.

Nota 4: Não implica efetivo desembolso de caixa para a Companhia.

A emissão de novas ações, mediante o exercício conjunto das Opções do 1º Programa, das Opções do 2º Programa, das Opções do 3º Programa, das Opções do 4º Programa e das Opções de Programa Futuro (ver o item “Plano de Opção de Compra de

Ações” na seção “Administração e Conselho Fiscal” na página [•] deste Prospecto), poderá resultar em diluição adicional para os acionistas existentes, conforme tabela abaixo:

Total				
	Número de Ações⁽¹⁾	Emissão de Ações	Diluição	Custo das Opções Para a Companhia⁽²⁾ (R\$ Mil)
2009				
2010				
2011				
2012				
2013				
Total				

Nota 1: Considera a base acionária após a Oferta Global (sem considerar as Ações do Lote Suplementar).

Nota 2: Não implica efetivo desembolso de caixa para a Companhia.

O preço de conversão das ações no âmbito do 1º Programa do Plano, do 2º Programa do Plano, do 3º Programa do Plano, do 4º Programa do Plano e do Programa Futuro do Plano, conforme indicados nas tabelas acima, assim como os números e premissas do Programa Futuro do Plano, são meras estimativas da Companhia para fins de demonstração da potencial diluição adicional dos seus acionistas na hipótese de emissão de ações decorrentes dos exercícios das respectivas opções de compra. Os reais valores e resultados da conversão de ações decorrentes dos exercícios das opções de compra outorgadas no âmbito do Plano de Opção podem ser substancialmente diferentes das estimativas acima, pois estão sujeitos a condições de mercado, as quais a Companhia não poder prever ou controlar. Por conta dessas incertezas, o investidor não deve se basear nestas estimativas para tomar uma decisão de investimento.

INFORMAÇÕES FINANCEIRAS SELECIONADAS

As tabelas abaixo apresentam um sumário do balanço patrimonial e da demonstração de resultado e outras informações para os períodos ali indicados. As informações financeiras abaixo devem ser lidas em conjunto com nossas demonstrações financeiras, suas respectivas notas explicativas e pareceres ou relatório dos Auditores Independentes anexas a este Prospecto, bem como com as seções "Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações" (página [•]), "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais" (página [•]).

Nossos balanços patrimoniais e nossas demonstrações de resultado relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006 (*pro-forma*), 2007 e 2008 foram extraídos das nossas demonstrações financeiras (*pro-forma*), para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 e nossas demonstrações financeiras consolidadas auditadas para os exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2008 e 2007. Nossas demonstrações financeiras consolidadas anexas a este Prospecto foram auditadas por nossos auditores, PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, conforme indicado no respectivo parecer anexo a este Prospecto.

Nossos balanços patrimoniais e nossas demonstrações de resultado relativos aos períodos de três meses findos em 31 de março de 2008 e 2009 foram extraídos das nossas informações trimestrais consolidadas não auditadas para esses períodos. As informações trimestrais referentes aos períodos de três meses findos em 31 de março de 2008 e de 2009 foram objeto de revisão limitada pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes e o relatório de revisão limitada, com as Informações Trimestrais (ITR) referentes a 31 de março de 2008 e de 2009, também se encontram anexados a este Prospecto.

Nossas demonstrações financeiras *pro-forma* têm como objetivo refletir as operações da Companhia, baseando-se na apresentação histórica da estrutura societária em 31 de dezembro de 2006, exceto com relação à EGECE, à DACOM G e à DACOM D, cujos resultados estão consolidados em nossas demonstrações financeiras *pro-forma* a partir de 10 de outubro de 2006, data em que adquirimos participação em tais sociedades. Dessa forma, as demonstrações financeiras históricas do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006 não são utilizadas neste Prospecto, inclusive no que se refere ao "Sumário da Companhia", "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras Seleccionadas" e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais". Para tais seções, utilizamos as demonstrações financeiras *pro-forma* para o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006. Para mais informações sobre os critérios utilizados para a elaboração de nossas demonstrações financeiras *pro-forma* do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006, vide nota 1(b) da respectiva demonstração financeira *pro-forma* e a seção "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais".

Nossas demonstrações financeiras consolidadas dos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006 (*pro-forma*), 2007 e 2008 e nossas informações trimestrais consolidadas para os períodos de três meses findos em 31 de março de 2008 e 2009 foram preparadas de acordo com o BR GAAP, que difere em aspectos relevantes do US GAAP e do IFRS.

Em 28 de dezembro de 2007, foi promulgada a Lei nº 11.638, que alterada pela Medida Provisória nº 449, de 04 de dezembro de 2008, que modificou e introduziu novos dispositivos à Lei das Sociedades por Ações. Essa Lei e a referida Medida Provisória tiveram como principal objetivo atualizar a legislação societária brasileira para possibilitar o processo de convergência das práticas contábeis adotadas no Brasil com aquelas constantes nas normas internacionais de contabilidade que são emitidas pelo IASB. A aplicação das referidas é obrigatória para as demonstrações financeiras do exercício social iniciado em 1º de janeiro de 2008.

Nossas informações trimestrais consolidadas devem ser lidas em conjunto com as nossas demonstrações financeiras consolidadas e demais informações trimestrais anexas a este Prospecto, as respectivas notas explicativas e parecer dos Auditores Independentes, bem como com as seções "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras Seleccionadas" e "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais", dentre outras.

Informações Sobre o Resultado Consolidado	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de						Varição	Varição
	2006 (Pro- Forma)	AV (%)	2007	AV (%)	2008	AV (%)	2006/2007 (%)	2007/2008 (%)
	<i>(valores em milhares de reais)</i>							
Receita de Aluguel e Serviços	93.449	108,7%	222.652	107,5%	351.244	108,4%	138,3%	57,8%
Impostos, Contribuições e Outros	(7.498)	(8,7)%	(15.613)	(7,5)%	(27.361)	(8,4)%	108,2%	75,2%
Receita Líquida de Aluguel e Serviços	85.951	100,0%	207.039	100,0%	323.883	(100,0)%	140,9%	56,4%
Custo dos Aluguéis e Serviços	(19.609)	(22,8)%	(48.436)	(23,4)%	(55.137)	(17,0)%	147,0%	13,8%
Lucro Bruto	66.342	77,2%	158.603	76,6%	268.746	83,0%	139,1%	69,4%
Receitas (Despesas) operacionais	(22.970)	(26,7)%	(215.022)	(103,9)%	(261.666)	(80,8)%	836,1%	21,7%
Despesas Comerciais	(1.849)	(2,2)%	(3.593)	(1,7)%	(6.538)	(2,0)%	94,3%	82,0%
Despesas Administrativas	(11.142)	(13,0)%	(43.790)	(21,2)%	(42.670)	(13,2)%	293,0%	(2,6)%
Despesas Legais e Tributárias	(6.101)	(7,1)%	(5.558)	(2,7)%	(2.204)	(0,7)%	(8,9)%	(60,3)%
Depreciações e Amortizações	(3.878)	(4,5)%	(62.262)	(30,1)%	(76.589)	(23,6)%	1.505,5%	23,0%
Equivalência Patrimonial	-	-	1.505	0,7%	779	0,2%	-	(48,2)%
Resultado Financeiro Líquido	(2.061)	(2,4)%	(103.793)	(50,1)%	(135.755)	(41,9)%	4.936,1%	30,8%

Outros Receitas (Despesas) Operacionais		-	2.469	1,2%	1.311	0,4%		(46,9)%
Lucro Operacional	41.311	48,1%	(56.419)	(27,3)%	7.080	2,2%	(236,6)%	(112,5)%
Resultado Não Operacional, Líquido	(652)	(0,8)%	-	-	-	-	-	-
Lucro Antes da Tributação e das Participações	40.659	47,3%	(56.419)	(27,3)%	7.080	2,2%	(238,8)%	(112,5)%
IR e CSLL	(9.525)	(11,1)%	(13.592)	(6,6)%	(34.934)	(10,8)%	42,7%	157,0%
Lucro e prejuízo Antes das Participações	31.134	36,2%	(70.011)	(33,8)%	(27.854)	(8,6)%	(324,9)%	(60,2)%
Participação dos Minoritários	(786)	(0,9)%	(350)	(0,2)%	(2.603)	(0,8)%	(55,5)%	643,7%
Lucro líquido do exercício	30.348	35,3%	(70.361)	(34,0)%	(30.457)	(9,4)%	(331,8)%	(56,7)%

Informações Sobre o Resultado Consolidado	Período de Três Meses findos em 31 de Março de				
	2008 (Não Auditado)	AV (%)	2009 (Não Auditado)	AV (%)	Variação 2008/2009 (%)
	(valores em milhares de reais)				
Receita de aluguel e serviços	71.812	108,0%	89.132	109,3%	24,1%
Impostos, Contribuições e Outros	(5.289)	(8,0)%	(7.577)	(9,3)%	43,3%
Receita Líquida de Aluguel e Serviços	66.523	100,0%	81.555	(100,0)%	22,6%
Custo dos Aluguéis e Serviços	(13.895)	(20,9)%	(14.172)	(17,4)%	2,0%
Lucro Bruto	52.628	79,1%	67.383	(82,6)%	28,0%
Receitas (Despesas) Operacionais	(45.272)	(68,1)%	(26.961)	(33,1)%	(40,4)%
Despesas Comerciais	(2.188)	(3,3)%	(1.862)	(2,3)%	(14,9)%
Despesas Administrativas	(9.980)	(15,0)%	(10.406)	(12,8)%	4,3%
Depreciações e Amortizações	(13.046)	(19,6)%	(6.751)	(8,3)%	(48,3)%
Despesas Legais e Tributárias	-	-	(191)	(0,2)%	-
Resultado de Equivalência Patrimonial	135	0,2%	183	0,2%	35,6%
Resultado Financeiro Líquido	(20.908)	(31,4)%	(8.072)	(9,9)%	(61,4)%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	715	1,1%	138	0,2%	(80,7)%
Lucro (Prejuízo) Operacional Líquido	7.356	11,1%	40.422	49,6%	449,5%
Lucro (prejuízo) antes da Tributação e Participações	7.356	11,1%	40.422	49,6%	449,5%
IR e CSLL	(6.683)	(10,0)%	(3.108)	(3,8)%	(53,5)%
Prejuízo antes das Participações	673	1,0%	37.314	45,8%	5.444,4%
Participação dos Minoritários	(316)	(0,5)%	(370)	(0,5)%	17,1%
Lucro Líquido do Período	357	0,5%	36.944	45,3%	10.248,5%

Informações Sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados (Pro-Forma)	Em 31 de Dezembro de						Varição	Varição
	2006	AV (%)	2007	AV (%)	2008	AV (%)	2006/2007 (%)	2007/2008 (%)
(valores em milhares de reais)								
Ativo								
Circulante								
Disponibilidades	6.576	1,0%	17.050	0,6%	3.388	0,1%	159,3%	(80,1)%
Títulos e valores mobiliários	105.640	15,5%	548.986	19,7%	755.094	22,1%	419,7%	37,5%
Contas a receber	17.532	2,6%	58.311	2,1%	63.883	1,9%	232,6%	9,6%
Impostos a recuperar	3.761	0,6%	11.937	0,4%	30.598	0,9%	217,4%	156,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	9.430	1,4%	6.742	0,2%	3.630	0,1%	(28,5)%	(46,2)%
Diferencial de swap a receber	-	-	-	-	2.241	0,1%	-	-
Adiantamentos a condomínios	2.977	0,4%	6.885	0,2%	5.773	0,2%	131,3%	(16,2)%
Outros valores a receber	4.044	0,6%	17.177	0,6%	20.629	0,6%	324,8%	20,1%
Despesas antecipadas	-	-	-	-	7.946	0,2%	-	-
Total do circulante	149.960	22,0%	667.088	23,9%	893.182	26,2%	344,8%	33,9%
Não Circulante								
Títulos e valores mobiliários	-	-	16.119	0,6%	14.696	0,4%	-	(8,8)%
Contas a receber	2.130	0,3%	2.655	0,1%	15.386	0,5%	24,6%	479,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-	-	-	-	10.303	0,3%	-	-
Ativo fiscal diferido	35.072	5,1%	73.997	2,7%	65.434	1,9%	111,0%	(11,6)%
Diferencial de swap a receber	-	-	-	-	42.469	1,2%	-	-
Depósitos e cauções	1.353	0,2%	6.729	0,2%	10.843	0,3%	397,3%	61,1%
Outros valores a receber	2.008	0,3%	-	-	4.361	0,1%	-	-
Total do não circulante	40.563	6,0%	99.500	3,6%	163.492	4,8%	145,3%	64,3%
Permanente								
Investimentos avaliados ao custo	2.341	0,3%	2.479	0,1%	2.825	0,1%	5,9%	14,0%
Imobilizado	166.036	24,4%	1.481.955	53,1%	1.817.006	53,2%	792,6%	22,6%
Diferido	472	0,1%	8.240	0,3%	8.173	0,2%	1.645,8%	(0,8)%
Intangível	321.878	47,2%	531.538	19,0%	528.671	15,5%	65,1%	(0,5)%
Total do permanente	490.727	72,0%	2.024.212	72,5%	2.356.675	69,0%	312,5%	16,4%
Total do ativo	681.250	100,0%	2.790.800	100,0%	3.413.349	100,0%	309,7%	22,3%
Passivo e patrimônio líquido								
Circulante								
Empréstimos e financiamentos	25.188	3,7%	42.790	1,5%	76.762	2,2%	69,9%	79,4%
Debêntures	-	-	17.063	0,6%	13.948	0,4%	-	(18,3)%
Fornecedores	2.699	0,4%	25.451	0,9%	10.435	0,3%	843,0%	(59,0)%
Impostos e contribuições a recolher	45.722	6,7%	33.530	1,2%	37.168	1,1%	(26,7)%	10,8%
Impostos e contribuições - parcelamentos	861	0,1%	4.559	0,2%	4.988	0,1%	429,5%	9,4%
Salários e encargos sociais	302	-	15.346	0,5%	11.906	0,3%	4.981,5%	(22,4)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	8.216	1,2%	19.758	0,7%	18.168	0,5%	140,5%	(8,0)%
Diferencial de swap a pagar	-	-	-	-	1.208	-	-	-
Adiantamento de clientes	-	-	-	-	2.281	0,1%	-	-
Outros valores a pagar	3.447	0,5%	5.654	0,2%	310	-	64,0%	(94,5)%
Total do circulante	86.435	12,7%	164.151	5,9%	177.174	5,2%	89,9%	7,9%
Não Circulante								
Empréstimos e financiamentos	39.342	5,8%	455.394	16,3%	1.029.290	30,2%	1.057,5%	126,0%
Debêntures	-	-	320.000	11,5%	342.215	10,0%	-	6,9%
Fornecedores	-	-	-	-	8.031	0,2%	-	-
Impostos e contribuições - parcelamentos	2.153	0,3%	18.942	0,7%	14.304	0,4%	779,8%	(24,5)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	21.716	3,2%	23.811	0,9%	9.273	0,3%	9,6%	(61,1)%
Provisão para contingências	7.676	1,1%	22.178	0,8%	23.193	0,7%	188,9%	4,6%
Provisão para imposto de renda e contribuição social	-	-	-	-	17.736	0,5%	-	-
Diferencial de swap a pagar	-	-	-	-	6.620	0,2%	-	-
Outros valores a pagar	6.144	0,9%	7.507	0,3%	-	-	22,2%	-
Total do não circulante	77.031	11,3%	847.832	30,4%	1.450.662	42,5%	1.000,6%	71,1%
Receitas diferidas	-	-	-	-	4.918	0,1%	-	-
Participação dos minoritários	406	0,1%	9.425	0,3%	36.744	1,1%	2.221,4%	289,9%
Patrimônio líquido								
Capital social	516.918	75,9%	1.839.293	65,9%	1.846.253	54,1%	255,8%	0,4%
Reserva de capital	126	0,0%	126	-	6.508	0,2%	-	5.065,1%
Ações em tesouraria	-	-	-	-	(5.390)	(0,2)%	-	-
Lucros (Prejuízos) acumulados	334	0,0%	(70.027)	(2,5)%	(103.520)	(3,0)%	(21.066,2)%	47,8%
Total do patrimônio líquido	517.378	75,9%	1.769.392	63,4%	1.743.851	51,1%	242,0%	(1,4)%
Total do passivo e patrimônio líquido	681.250	100,0%	2.790.800	100,0%	3.413.349	100,0%	309,7%	22,3%

Informações Sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados	Em 31 de dezembro de		Em 31 de março de		Variação 2008/2009 (%)
	2008	AV (%)	2009	AV (%)	
	(Auditado)		(Não Auditado)		
	(valores em milhares de reais)				
Ativo					
Circulante					
Disponibilidades	3.388	0,1%	4.562	0,1%	34,7%
Títulos e valores mobiliários	755.094	22,1%	673.869	19,0%	(10,8)%
Contas a receber	63.883	1,9%	53.178	1,5%	(16,8)%
Impostos a recuperar	30.598	0,9%	31.869	0,9%	4,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.630	0,1%	3.753	0,1%	3,4%
Diferencial de swap a receber	2.241	0,1%	10.357	0,3%	362,2%
Adiantamentos a condomínios	5.773	0,2%	6.076	0,2%	5,2%
Outros valores a receber	20.629	0,6%	23.905	0,7%	15,9%
Despesas antecipadas	7.946	0,2%	8.227	0,2%	3,5%
Total do circulante	893.182	26,2%	815.796	23,0%	(8,7)%
Não Circulante					
Títulos e valores mobiliários	14.696	0,4%	66.489	1,9%	352,4%
Contas a receber	15.386	0,5%	18.969	0,5%	23,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	10.303	0,3%	12.318	0,3%	19,6%
Ativo fiscal diferido	65.434	1,9%	63.303	1,8%	(3,3)%
Diferencial de swap a receber	42.469	1,2%	43.056	1,2%	1,4%
Depósitos e cauções	10.843	0,3%	10.887	0,3%	0,4%
Outros valores a receber	4.361	0,1%	2.661	0,1%	(39,0)%
Total do não circulante	163.492	4,8%	217.683	6,1%	33,1%
Permanente					
Investimentos avaliados ao custo	2.825	0,1%	2.825	0,1%	-
Imobilizado	1.817.006	53,2%	1.858.810	52,3%	2,3%
Diferido	8.173	0,2%	7.523	0,2%	(8,0)%
Intangível	528.671	15,5%	648.209	18,3%	22,6%
Total do permanente	2.356.675	69,0%	2.517.367	70,9%	6,8%
Total do ativo	3.413.349	100,0%	3.550.846	100,0%	4,0%
Passivo e patrimônio líquido					
Circulante					
Empréstimos e financiamentos	76.762	2,2%	92.080	2,6%	20,0%
Debêntures	13.948	0,4%	17.852	0,5%	28,0%
Fornecedores	10.435	0,3%	9.304	0,3%	(10,8)%
Impostos e contribuições a recolher	37.168	1,1%	38.338	1,1%	3,1%
Impostos e contribuições - parcelamentos	4.988	0,1%	4.760	0,1%	(4,6)%
Salários e encargos sociais	11.906	0,3%	8.687	0,2%	(27,0)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	18.168	0,5%	67.580	1,9%	272,0%
Diferencial de swap a pagar	1.208	-	1.984	0,1%	64,2%
Adiantamento de clientes	2.281	0,1%	5.404	0,2%	136,9%
Outros valores a pagar	310	-	1.212	-	291,0%
Total do circulante	177.174	5,2%	247.201	7,0%	39,5%
Não Circulante					
Empréstimos e financiamentos	1.029.290	30,2%	1.019.679	28,7%	(0,9)%
Debêntures	342.215	10,0%	345.935	9,7%	1,1%
Fornecedores	8.031	0,2%	8.267	0,2%	2,9%
Impostos e contribuições - parcelamentos	14.304	0,4%	13.766	0,4%	(3,8)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	9.273	0,3%	57.627	1,6%	521,4%
Provisão para contingências	23.193	0,7%	26.995	0,8%	16,4%
Provisão para imposto de renda e contribuição social	17.736	0,5%	10.346	0,3%	(41,7)%
Diferencial de swap a pagar	6.620	0,2%	4.757	0,1%	(28,1)%
Total do não circulante	1.450.662	42,5%	1.487.372	41,9%	2,5%
Receitas diferidas	4.918	0,1%	7.152	0,2%	45,4%
Participação dos minoritários	36.744	1,1%	39.471	1,1%	7,4%
Patrimônio líquido					
Capital social	1.846.253	54,1%	1.847.931	52,0%	0,1%
Reserva de capital	6.508	0,2%	7.499	0,2%	15,2%
Ações em tesouraria	(5.390)	(0,2)%	(19.204)	(0,5)%	256,3%
Lucros (Prejuízos) acumulados	(103.520)	(3,0)%	(66.576)	(1,9)%	(35,7)%
Total do patrimônio líquido	1.743.851	51,1%	1.769.650	49,8%	1,5%
Total do passivo e patrimônio líquido	3.413.349	100,0%	3.550.846	100,0%	4,0%

Conciliação do EBITDA com o Lucro operacional

	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de		
	2006 (Pro-Forma)	2007	2008
	(valores em milhares de reais)		
Lucro Operacional	41.311	(56.419)	7.080
(+) Depreciação e Amortização	10.379	81.802	100.192
(+) Resultado Financeiro Líquido	2.061	103.793	135.755
(-) Equivalência Patrimonial	-	(1.505)	(779)
EBITDA ⁽¹⁾	53.751	127.671	242.248
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	53.751	143.029	245.328

⁽¹⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

	Período de três meses findo em 31 de março de	
	2008	2009
	(Não Auditado)	(Não Auditado)
	(valores em milhares de reais)	
Lucro Operacional	7.356	40.422
(+) Depreciação e Amortização	18.083	14.035
(+) Resultado Financeiro Líquido	20.908	8.072
(-) Equivalência Patrimonial	(135)	(183)
(+) Debêntures Araguaia	609	918
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	62.346
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	46.821	63.264

⁽¹⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

Conciliação do Lucro/Prejuízo do Exercício com Lucro Líquido Ajustado

	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de		
	2006 (Pro forma)	2007	2008
	(valores em milhares de reais)		
Lucro (Prejuízo) do Período	30.348	(70.361)	(30.457)
(+) Outras Despesas não Recorrentes	-	7.744	78
(+) Despesas com IPO	-	59.630	-
Lucro Líquido Ajustado ⁽¹⁾	30.348	(2.987)	(30.379)

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do Lucro Líquido Ajustado, ver a seção “Definições” na página [●] deste Prospecto.

Outros Dados Financeiros

	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de		
	2006 (Pro forma)	2007	2008
	(valores em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)		
Receita Líquida de Aluguéis e Serviços	85.951	207.039	323.883
EBITDA ⁽¹⁾	53.751	127.671	242.248
Margem de EBITDA ⁽²⁾	62,5%	61,7%	74,8%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	53.751	143.029	245.328
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	62,5%	66,7%	75,6%
Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício	30.348	(2.987)	(30.379)

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

⁽³⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽⁴⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.

	Período de três meses findos em 31 de março de	
	2008 (Não Auditado)	2009 (Não Auditado)
	(em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)	
Receita Líquida	66.523	81.555
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	63.364
Margem de EBITDA ⁽²⁾	69,5%	76,4%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	46.821	63.264
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	70,4%	77,6%
Lucro Líquido (Prejuízo) do Trimestre	357	36.944
Lucro Líquido (Prejuízo) do Trimestre Ajustado ⁽⁵⁾	357	36.944

⁽¹⁾ EBITDA ajustado para 31 de março de 2009. Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

⁽³⁾ EBITDA Ajustado ajustado para 31 de março de 2009. Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽⁴⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.

⁽⁵⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do Lucro Líquido Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

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

A discussão a seguir é baseada em, e deve ser lida em conjunto com, nossas demonstrações financeiras consolidadas auditadas relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006 (pro-forma), 2007 e 2008, e nossas informações financeiras consolidadas não auditadas referentes aos períodos de três meses encerrados em 31 de março de 2009 e 2008 e respectivas notas explicativas anexas a este Prospecto e com as seções "Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações" (página [•]), "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais" (página [•]), "Informações Financeiras Seleccionadas" (página [•]) e com outras informações financeiras apresentadas ao longo deste Prospecto. As informações trimestrais referentes aos trimestres findos em 31 de março de 2009 e de 2008 foram objeto de revisão limitada pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes e o relatório de revisão limitada, com as Informações Trimestrais (ITR) referentes a 31 de março de 2009 e de 2008, também se encontram anexados a este Prospecto.

Esta seção contém discussões sobre estimativas futuras que envolvem riscos e incertezas. Os resultados reais podem diferir significativamente daqueles discutidos nas afirmações sobre estimativas futuras como resultado de diversos fatores, incluindo, entre outros, aqueles previstos nas seções "Considerações Sobre Estimativas e Declarações Acerca do Futuro" (página [•]) e "Fatores de Risco" (página [•]).

Visão Geral

Somos a companhia líder no setor e a maior proprietária de *Shopping Centers* do País, em termos de ABL total, ABL própria e número de *Shopping Centers*, e a maior prestadora de serviços de administração e comercialização de lojas, *Mall e Merchandising* para *Shopping Centers*, em termos de ABC, conforme dados da ABRASCE divulgados em setembro de 2007.

Na data deste Prospecto, detemos participação em 34 *Shopping Centers*, que, em conjunto, possuem aproximadamente seis mil lojas e totalizam 1.001,8 mil m² de ABL, sendo 43,6% ou 436,5 mil m² deste total detidos pela Companhia, considerando a média ponderada de nossa participação imobiliária na ABL dos referidos *Shopping Centers*, exceto pelo Araguaia Shopping em que nossa participação se dá por meio das Debêntures Araguaia com participação nos lucros. Adicionalmente, prestamos serviços de administração e/ou comercialização para 27 *Shopping Centers*, sendo: (i) serviços de administração para 21 dos 34 *Shopping Centers* que detemos participação; (ii) serviços de comercialização para 25 dos 34 *Shopping Centers* que detemos participação; e (iii) serviços de administração e comercialização para dois *Shopping Centers* que não detemos participação. Dentre o total das unidades de locação, menos de 10% são provenientes de Âncoras e nenhuma dessas lojas representa mais de 2,5%.

Somos a única companhia do setor de *Shopping Centers* com participação em *Shoppings* distribuídos em todas as cinco regiões do País. Além disso, nosso portfólio é estrategicamente diversificado por segmento de renda, atendendo a consumidores de todas as diferentes classes sociais.

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

Em 31 de março de 2009

(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)

Carteira de Shopping Centers em que Detemos Participação	Estado	Part. (%) ⁽¹⁾	ABL Total (m²)	ABL Próprio (m²)	Lojas (unidades)
NorteShopping	RJ	74,1%	76.756	56.838	334
Shopping Recife	PE	31,1%	61.085	18.970	403
Shopping Estação ⁽¹⁾	PR	100,0%	54.716	54.716	149
Shopping ABC	SP	0,7%	47.059	318	267
Pantanal Shopping	MT	10,0%	42.760	4.276	179
Amazonas Shopping	AM	17,9%	34.250	6.131	200
Shopping Del Rey	MG	65,0%	37.444	24.338	177
Minas Shopping	MG	1,0%	36.710	360	188
Shopping Center São Luis	MA	15,0%	34.119	5.118	138
Shopping Metro Tatuape	SP	3,0%	32.859	986	280
Campinas Shopping ⁽²⁾	SP	100,0%	30.082	30.082	157
Shopping Tamboré	SP	100,0%	31.466	31.466	163
Niteroi Plaza	RJ	100,0%	31.402	31.402	224
Shopping Iguatemi Caxias do Sul ⁽³⁾	RS	45,5%	30.324	13.797	146
West Shopping	RJ	30,0%	30.999	9.300	154
Shopping Campo Grande	MS	65,1%	28.574	18.590	159

Shopping Piracicaba	SP	19,0%	27.806	5.294	138
Shopping Villa Lobos	SP	39,7%	27.171	10.792	213
Shopping Mueller Joinville	SC	10,4%	26.643	2.771	145
Shopping Iguatemi Maceio	AL	34,2%	24.923	8.531	176
Esplanada Shopping	SP	3,4%	23.961	817	158
Shopping Curitiba	PR	35,0%	23.884	8.359	144
Shopping Independência	MG	8,0%	23.291	1.863	153
Ilha Plaza	RJ	100,0%	19.736	19.736	116
Pátio Belém	PA	13,3%	20.615	2.742	194
Araguaia Shopping ⁽⁴⁾	GO	50,0%	20.856	10.428	118
Top Shopping	RJ	35,0%	18.144	6.350	120
Big Shopping	MG	13,0%	17.536	2.280	84
Goiânia Shopping	GO	48,2%	20.513	9.877	160
Natal Shopping	RN	50,0%	17.024	8.512	110
Fashion Mall	RJ	100,0%	14.979	14.979	112
Osaco Plaza Shopping	SP	39,6%	14.534	5.755	142
Center Shopping	RJ	30,0%	12.673	3.802	106
Rio Plaza	RJ	100,0%	6.947	6.947	31
Total		43,6%	1.001.838	436.522	

⁽¹⁾ Inclui área do Estação Convention Center, uma Âncora com 27,9 mil m² de ABL.

⁽²⁾ Em 05 de março de 2009, a ECISA Participações adquiriu 100% da ASB, que possui 100% da participação imobiliária no Campinas Shopping.

⁽³⁾ A Expansão do Iguatemi Caxias do Sul foi inaugurada em 28 de abril de 2009 adicionando 17.229 m² de ABL ao Shopping Center.

⁽⁴⁾ Participação por meio das Debêntures Araguaia, que contam participação nos lucros, que nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50,0% do resultado líquido desse Shopping Center e o direito de indicar seus administradores.

Nossa receita bruta provém de nossas atividades principais, que, no período de três meses findo em 31 de março de 2009, foram distribuídas da seguinte forma: (i) 90,2% decorrentes da locação de lojas, espaços no *Mall* e *Merchandising*, da exploração de estacionamento e taxa de cessão (luvas) de *Shopping Centers*; e (ii) 9,8% decorrentes de serviços de administração e comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising* para *Shopping Centers*.

Em linha com nossa estratégia de negócios, desde outubro de 2007, ampliamos nossa participação em seis *Shopping Centers* da nossa carteira e concluímos aquisições de participações em sete novos *Shopping Centers*, adicionando, aproximadamente, 67 mil m² de ABL próprio à nossa carteira, sendo adquiridos: (i) 10,0% do Fashion Mall (RJ) em 04 de outubro de 2007 e 7,6% em 1º de novembro de 2007 (aumentos de participação); (ii) 10,0% do Shopping Mueller Joinville (SC) em 19 de outubro de 2007 (aquisição de participação) e 0,4% em 22 de janeiro de 2008 (aumento de participação); (iii) 4,0% do Goiânia Shopping (GO) em 22 de outubro de 2007 (aumento de participação); (iv) 1,0% do Esplanada Shopping (SP) em 14 de novembro de 2007 (aumento de participação); (v) 1,1% do Pátio Belém (PA) (aumento de participação) e 3,0% do Shopping Metro Tatuapé (SP) (aquisição de participação) todas em 05 de dezembro de 2007; (vi) 5,0% do Shopping Center São Luis (MA) em 05 de dezembro de 2007 (aquisição de participação) e 10,0% em 06 de maio de 2008 (aumento de participação); (vii) 35,0% do Osasco Plaza Shopping (SP) em 24 de março de 2008 (aquisição de participação), 2,1% em 15 de maio de 2008 e 2,5% em 03 de junho de 2008 (aumentos de participação); (viii) 1,9% do Shopping Piracicaba (SP) em 04 de junho de 2008 e 5,7% em 23 de julho de 2008 (aumentos de participação); (ix) 5,0% do Natal Shopping (RN) em 13 de junho de 2008 (aumento de participação); (x) 30,0% do Center Shopping (RJ) (aquisição de participação) e 30,0% do West Shopping (RJ) (aquisição de participação), ambas em 1º de julho de 2008; e (xi) 100,0% do Shopping Campinas (SP) em 05 de março de 2009 (aquisição de participação).

Acreditamos ter uma sólida posição financeira, tendo apresentado crescimento consistente de nossas receitas líquidas e EBITDA desde 2006, conforme quadro abaixo, o qual apresenta algumas de nossas informações financeiras e operacionais consolidadas, incluindo dados *pro-forma*, para os períodos e exercícios indicados:

	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de		
	2006 (Pro-Forma)	2007	2008
	(valores em milhares de reais)		
Lucro Operacional	41.311	(56.419)	7.080
(+) Depreciação e Amortização	10.379	81.802	100.192
(+) Resultado Financeiro Líquido	2.061	103.793	135.755
(-) Equivalência Patrimonial	-	(1.505)	(779)
EBITDA ⁽¹⁾	53.751	127.671	242.248
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	53.751	143.029	245.328

⁽¹⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

	Período de três meses findo em 31 de março de	
	(em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)	
	2008	2009
Receita Líquida	66.523	81.555
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	62.346
Margem de EBITDA ⁽²⁾	69,5%	76,4%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	46.821	63.264
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	70,4%	77,6%
Lucro Líquido Ajustado ⁽⁵⁾	357	36.944
Margem Líquida	0,5%	45,3%
ABL <i>Shopping Centers</i> (mil m ²) ⁽⁶⁾	909,2	1.001,8
ABL Companhia (mil m ²) ⁽⁷⁾	380,2	436,4

⁽¹⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

⁽³⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽⁴⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.⁽⁵⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do Lucro Líquido Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽⁶⁾ Reflete a ABL total de cada *Shopping Center* no qual detemos participação (e, consequentemente, não reflete a nossa participação em cada *Shopping Center*).⁽⁷⁾ Representa a parcela de ABL da Companhia correspondente aos *Shopping Centers* em que possuímos participação.

	Exercício social encerrado em		
	31 de dezembro de		
	2006 (Pro forma)	2007	2008
	(valores em milhares de reais)		
Receita Líquida de Aluguéis e Serviços	85.951	207.039	323.883
EBITDA ⁽¹⁾	53.751	127.671	242.248
Margem de EBITDA ⁽²⁾	62,5%	61,7%	74,8%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	53.751	143.029	245.328
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	62,5%	66,7%	75,6%
Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício	30.348	(2.987)	(30.379)

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

⁽³⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽⁴⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.

	Período de três meses findos em 31 de março de	
	2008 (Não Auditado)	2009 (Não Auditado)
	(em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)	
Receita Líquida	66.523	81.555
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	63.364
Margem de EBITDA ⁽²⁾	69,5%	76,4%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	46.821	63.264
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	70,4%	77,6%
Lucro Líquido (Prejuízo) do Trimestre	357	36.944
Lucro Líquido (Prejuízo) do Trimestre Ajustado ⁽⁵⁾	357	36.944

⁽¹⁾ EBITDA ajustado para 31 de março de 2009. Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

⁽³⁾ EBITDA Ajustado ajustado para 31 de março de 2009. Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

⁽⁴⁾ Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida.

⁽⁵⁾ Para mais informações sobre a definição e cálculo do Lucro Líquido Ajustado, ver a seção “Definições” na página [•] deste Prospecto.

Cenário Macroeconômico 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 2006, o Banco Central manteve a tendência de redução da taxa básica de juros iniciada em 2005, tendo a taxa SELIC alcançado 13,25% em dezembro de 2006. Nesse período, a inflação medida pelo IPCA foi de 3,1% e o PIB cresceu 3,7% (nova metodologia) em relação a 2005. O Real valorizou-se 9,5% em comparação com o Dólar, alcançando a cotação de R\$2,14 para cada US\$1,00 em 31 de dezembro de 2006. O Banco Central adotou metas de inflação, a serem medidas pelo IPCA, de 4,5% para os anos de 2006 e 2007, sujeitas a uma variação padrão de 2,0%.

Em 2007, a tendência de redução da taxa de juros se manteve, com redução da taxa SELIC para 11,25%, em 31 de Dezembro de 2007. Durante este mesmo período, a inflação medida pelo IPCA foi de 4,5%, e a apreciação do Real frente ao Dólar foi de 21,0%, alcançando o patamar de R\$1,77/US\$, em 31 de dezembro de 2007. O crescimento do PIB observado neste período foi de 5,4%.

Em 2008, devido ao cenário externo bastante desfavorável decorrente da crise econômica mundial iniciada nos Estados Unidos e a elevação da renda e de aquecimento da demanda interna, o Banco Central optou por iniciar um período de aperto monetário, elevando a taxa SELIC para 13,75% em 31 de dezembro de 2008. A taxa de inflação em 2008 foi de 5,9%,

medida pelo IPCA. A depreciação do Real frente ao Dólar no período foi de 32,0%, fechando o ano em R\$2,34/US\$. O PIB, neste período cresceu 5,1%.

Em reação ao desaquecimento da atividade econômica, no período de três meses findo em 31 de março de 2009, o Banco Central iniciou a redução da taxa SELIC, que atingiu o patamar de 11,25% a.a. A taxa de inflação acumulada, neste período, foi de 1,2%, medida pelo IPCA. A apreciação acumulada do Real, este ano, foi de 0,9% até 31 de março de 2009 frente ao Dólar, alcançando R\$2,32/US\$.

A tabela a seguir fornece os dados do crescimento real do PIB, inflação, taxas de juros e taxa de câmbio do Dólar e a valorização (desvalorização) do Real frente ao Dólar nos períodos indicados.

	Exercício Social encerrado em 31 de dezembro de			Período de três meses findo em 31 de março de	
	2006	2007	2008	2008	2009
Crescimento real do PIB	3,7%	5,4%	5,1%	4,5%	(1,8%)
Inflação (IGP-M)	3,8%	7,8%	9,8%	2,4%	(0,9%)
Inflação (IPCA)	3,1%	4,5%	5,9%	1,5%	1,2%
Taxa SELIC	13,25%	11,25%	13,75%	11,75%	11,25%
Valorização do Real face ao Dólar	9,5%	21,0%	(32,0%)	1,2%	0,9%
Taxa de câmbio do fim do período — US\$1.00	R\$2,14	R\$1,77	R\$2,34	R\$1,75	R\$2,32
Taxa de câmbio média — US\$1.00 ⁽¹⁾	R\$2,18	R\$1,95	R\$1,83	R\$1,73	R\$2,29

Fontes: IBGE, FGV, Banco Central e Bloomberg.

(1) Média das taxas de câmbio de cada dia de negociação.

Efeitos das Condições Econômicas Gerais do Brasil e das Variações Cambiais em nossos Resultados das Operações e Situação Financeira

Nossos negócios são diretamente afetados 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 *Shopping Centers* em que participamos e/ou que administramos. Tendo em vista que a maioria dos contratos de locação nesses *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 o aluguel é superior a um percentual mínimo), uma diminuição geral do consumo poderá reduzir nossas receitas decorrentes desses contratos de locação.

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* nos contratos de locação é geralmente ajustado pelo IGP-M. Uma taxa de inflação mais elevada no Brasil poderá aumentar o aluguel mínimo, visto que os locatários tenderão a repassar aos consumidores quaisquer aumentos nas suas próprias despesas; uma maior inflação poderá resultar na elevação dos preços de vendas praticados pelos locatários para os seus produtos que, por seu turno, poderão, em última análise, reduzir as vendas desses locatários e, conseqüentemente, os aluguéis baseados nas suas vendas totais.

Nós estamos também sujeitos aos riscos da variação da taxa de câmbio, uma vez que 28,0% de nossos empréstimos e financiamentos em 31 de março de 2009 eram indexados ao Dólar, que correspondiam, basicamente, a dívida do Bônus Perpétuo. Dessa forma, quando o Real desvaloriza em relação ao Dólar há perdas cambiais nesses financiamentos que afetam diretamente nossos resultados financeiros. Entretanto, eventuais perdas cambiais não representarão um desembolso de caixa, uma vez que não temos obrigatoriedade de pagar a parcela de principal dos nossos empréstimos e financiamentos indexados ao Dólar em 31 de março de 2009. Os juros que serão pagos até 2012 estão protegidos por operações de *hedge*, de modo que não deverão sofrer impacto da variação cambial (estão atrelados à variação percentual do CDI no período).

Apresentação das Informações Trimestrais Consolidadas em 31 de março de 2009

As nossas informações trimestrais consolidadas foram elaboradas e estão sendo apresentadas de acordo com o BR GAAP, as quais incluem a consolidação integral das controladas mencionadas abaixo e a consolidação proporcional das sociedades mantidas sob controle compartilhado também mencionadas abaixo:

Controladas e Sob Controle Compartilhado	Total da Participação em 31 de março de 2009
Ecisa Engenharia Ltda.	100,00%
Ecisa Participações Ltda.	100,00%
BRMalls International Finance Ltd.	100,00%
SPE Azione Gestão e Participação Ltda.	100,00%
BRMalls Desenvolvimento Participações Ltda.	100,00%
BRMalls Serviços Compartilhados Ltda.	100,00%
SPE Fortuna Gestão e Participações Ltda.	100,00%
SPE Sfida Gestão e Participação Ltda.	100,00%
L5 Corporate LLC	100,00%
BRMalls Administração e Comercialização Ltda.	100,00%
Proffito Holding Participações S.A.	100,00%
Nattca 2006 Participações S.A.	100,00%
SPE Indianápolis Participações Ltda.	100,00%
Empresa Patrimonial Industrial IV Ltda.	100,00%
SDR Empreendimentos Imobiliários Ltda.	100,00%
Empresa Cogeneradora de Energia Ltda.	100,00%
Campo Grande Parking Ltda.	60,22%
GS Shopping Center S.A.	65,50%
SPE Xangai Participações S.A.	100,00%
SPE Monza Participações Ltda.	100,00%
SPE Classic Participações Ltda.	100,00%
Fashion Mall S.A.	100,00%
Rai Rhodes Administração de Imóveis Ltda.	100,00%
COFAC - Companhia Fluminense de Administração e Comércio	100,00%
KGM37 Empreendimentos Ltda.	100,00%
Ras Empreendimentos e Participações Ltda.	65,14%
Shopping Center Mooca Empreendimento Imob. S.A.	60,00%
Exímia Comercial e Empreendimentos Ltda.	100,00%
Cuiabá Participações S.A.	78,65%
Spinacia Participações S.A.	100,00%
ASB Administração e Incorporação Ltda.	100,00%
Administradora Shopping Center Recife Ltda. ⁽¹⁾	32,46%
Recife Parking Ltda. ⁽¹⁾	32,46%
Recife Locadora de Equipamentos para Autogeração Ltda. ⁽¹⁾	32,46%
Villa Lobos Parking Ltda. ⁽¹⁾	26,85%
SPE Mônaco Participações S.A. ⁽¹⁾	50,00%
Christaltur Empreendimentos e participações S.A. ⁽¹⁾	49,99%
B. Sete Participações S.A. ⁽¹⁾	39,59%

⁽¹⁾ Sociedades sob controle compartilhado.

As demonstrações financeiras consolidadas foram elaboradas de acordo com os critérios técnicos de consolidação previstos na Instrução CVM nº 247/96, sendo eliminados os saldos ativos e passivos e os resultados de transações realizadas entre as empresas do grupo, bem como os investimentos, sendo destacada a participação dos minoritários no patrimônio líquido e no resultado das controladas.

Para as sociedades mantidas sob controle compartilhado, onde o controle e administração das sociedades é compartilhado com os demais acionistas, a consolidação incorpora as contas de ativo, passivo e resultado proporcionalmente à nossa participação total detida no capital social das respectivas empresas.

As filiais, agências, sucursais ou dependências e mesmo uma controlada no exterior que não se caracterizam como entidades independentes mantidas por investidoras brasileiras no exterior (BR Malls Finance e L5 Corporate LLC), por não possuírem corpo gerencial próprio, autonomia administrativa, não contratarem operações próprias, utilizarem a moeda da investidora como sua moeda funcional e funcionarem, na essência, como extensão das atividades da investidora, têm, para fins de apresentação, seus ativos, passivos e resultados integrados às demonstrações contábeis da matriz no Brasil como qualquer outra filial, agência, sucursal ou dependência mantida no próprio país.

Apuração do resultado do exercício

O resultado do exercício é apurado pelo regime de competência. As receitas e custos decorrem, substancialmente, da atividade de exploração de *Shopping Centers*. As receitas da Companhia provêm de quatro atividades principais: (i) propriedade de *Shopping Centers*, por meio da locação de lojas, espaços no *Mall* e *Merchandising* e da exploração de estacionamento; (ii) prestação de serviços de administração para *Shopping Centers* realizados por meio da subsidiária BR Malls Administração; (iii) prestação de serviços de comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising*, por meio da subsidiária BR Malls Administração; e (iv) prestação de serviços de planejamento econômico e desenvolvimento

realizados por meio da subsidiária BR Malls Desenvolvimento. A principal fonte de receita da Companhia advém da participação proporcional nas receitas geradas pelos *Shopping Centers*. A Companhia reconhece de forma proporcional a sua participação nos aluguéis pagos e custos correspondentes repassados pelos condomínios e consórcios, com base no percentual de participação da Companhia nesses empreendimentos. As receitas diferidas referem-se, basicamente, ao reconhecimento de cessão de direito de uso de projetos “*greenfields*” e projetos de expansão.

Caixa e equivalentes de caixa

Caixa e equivalente de caixa incluem depósitos bancários e investimentos de curto prazo de alta liquidez e com risco insignificante de mudança de valor.

Os títulos e valores mobiliários são demonstrados pelo valor aplicado, acrescido do valor de mercado dos títulos, visto serem substancialmente instrumentos financeiros mantidos para negociação e das remunerações contratadas e reconhecidas pró-rata até a data das demonstrações financeiras para as aplicações financeiras mantidas até o vencimento, não excedendo o seu valor justo.

Contas a Receber

Incluem os aluguéis a receber, bem como as taxas de administração e de cessão de direitos de uso dos lojistas dos *Shoppings Centers*. São demonstrados pelos valores históricos, já deduzidos das respectivas provisões para créditos de realização duvidosa. A administração da Companhia considera a referida provisão suficiente para cobrir possíveis perdas, tendo sido adotado como critério o provisionamento, substancialmente, de todos os valores a receber em atraso a mais de um ano.

O valor presente do contas a receber não circulante é calculado com base na taxa efetiva de juros de cessão de direito de uso. A referida taxa é compatível com a natureza, o prazo e os riscos de transação similares em condição de mercado. Em 31 de março de 2009 correspondia a taxa média de 11,25% ao ano.

Instrumentos derivativos e atividades de hedge

Inicialmente, os derivativos são reconhecidos pelo valor justo na data em que um contrato de derivativos é celebrado e são, subsequentemente, remensurados ao seu valor justo, com as variações do valor justo lançadas contra o resultado.

Embora a Companhia faça uso de derivativos com o objetivo de proteção (*hedge* econômico), ela não aplica a chamada contabilização de *hedge* (*hedge accounting*).

Diferido

O diferido até o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2007 é formado principalmente por despesas pré-operacionais e de reorganização, sendo amortizado no período de até dez anos. A Companhia optou por manter o registro do ativo diferido até o prazo final de amortização, não havendo novas capitalizações a partir de janeiro de 2008.

Redução ao valor recuperável de ativos

O imobilizado e outros ativos não circulantes, inclusive o ágio e os ativos intangíveis, são revistos anualmente para se identificar evidências de perdas não recuperáveis, ou ainda, sempre que eventos ou alterações nas circunstâncias indicarem que o valor contábil pode não ser recuperável. Quando este for o caso, o valor recuperável é calculado para verificar se há perda. Quando houver perda, ela é reconhecida pelo montante em que o valor contábil do ativo ultrapassa seu valor recuperável, que é o maior entre o preço líquido de venda e o valor em uso de um ativo. Para fins de avaliação, os ativos são agrupados no menor grupo de ativos para o qual existem fluxos de caixa identificáveis separadamente. Não houve registro de perda decorrente de redução do valor recuperável dos ativos.

Participação nos lucros e bônus

O reconhecimento dessa participação é usualmente efetuado quando do encerramento do exercício, momento em que o valor pode ser mensurado de maneira mais apropriada pela Companhia.

Provisões

As provisões são reconhecidas quando a Companhia tem uma obrigação presente, legal ou não formalizada, como resultado de eventos passados e é provável que uma saída de recursos seja necessária para liquidar a obrigação e uma estimativa confiável do valor possa ser feita.

A Companhia reconhece a provisão para contratos onerosos quando os benefícios que se espera auferir de um contrato forem menores do que os custos inevitáveis para satisfazer as obrigações assumidas por meio do contrato.

Nossas Principais Fontes de Receita

Nas informações financeiras consolidadas para o período de três meses findo em 31 de março de 2009, a composição da nossa receita de aluguel e serviços era composta da seguinte forma: (i) 90,2% correspondente à locação dos *Shopping Centers* de nossa propriedade; (ii) 4,7% correspondente à atividade de prestação de serviços de administração; (iii) 2,4% correspondente à atividade de prestação de serviços de comercialização de lojas; (iv) 1,9% correspondente à atividade de prestação de serviços de gerenciamento de lojas; (v) 0,8% correspondentes a outras receitas.

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* em geral, incluindo: (i) crescimento do varejo; (ii) crescimento do percentual das vendas do varejo alocados aos *Shopping Centers*; (iii) profissionalização dos lojistas e formação de cadeias nacionais; (iv) entradas de novas marcas internacionais no Brasil; e (v) concorrência. Além disso, os nossos negócios e de nossas controladas são também influenciados pela: (i) administração dos contratos de aluguéis; (ii) constante otimização dos recursos operacionais; (iii) manutenção dos ativos

com investimentos constantes, acompanhando novas tendências para permanecerem atraentes ao público; e (iv) treinamento da equipe visando à manutenção da excelência na prestação de serviços.

Outros Fatores que Afetam os Nossos Resultados

Sazonalidade

Os nossos resultados operacionais estão sujeitos à sazonalidade que afeta a indústria de *Shopping Centers* em geral. As vendas na indústria de *Shopping Center* brasileira geralmente aumentam nas seguintes datas comemorativas: 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.

Mudanças nas Práticas Contábeis

As nossas demonstrações financeiras consolidadas históricas foram elaboradas e estão sendo apresentadas de acordo com o BR GAAP, com base nas disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações e nas normas estabelecidas pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM. Nossos livros e registros contábeis são mantidos em Reais.

Em 28 de dezembro de 2007, foi promulgada a Lei nº 11.638, que alterada pela Medida Provisória nº 449, de 4 de dezembro de 2008, sendo esta última posteriormente convertida na Lei nº 11.941 modificou e introduziu novos dispositivos à Lei das Sociedades por Ações. Essa Lei e a referida Medida Provisória tiveram como principal objetivo atualizar a legislação societária brasileira para possibilitar o processo de convergência das práticas contábeis adotadas no Brasil com aquelas constantes nas normas internacionais de contabilidade que são emitidas pelo IASB. A aplicação das referidas são obrigatórias para as demonstrações financeiras do exercício social iniciado em 1º de janeiro de 2008.

As mudanças na Lei das Sociedades por Ações trouxeram os seguintes principais impactos nas demonstrações financeiras da Companhia:

- (a) Ajuste a valor presente - contas a receber de cessão de direito de uso - CDU com vencimentos de longo prazo foram ajustados a valor presente.
- (b) Instrumentos financeiros derivativos - a Companhia passou a registrar os instrumentos financeiros derivativos (*swaps*) ao valor justo.
- (c) Plano de opção de compra de ações: a Companhia passou a reconhecer o plano de opção de compra de ações como despesa administrativa com base no valor justo na data da outorga do instrumento financeiro.
- (d) Reconhecimento de impostos diferidos sobre o ajuste a valor presente e valor justo dos derivativos.

Conforme permitido pelo Pronunciamento CPC 13 - Adoção inicial da Lei nº 11.638/07 e da MP nº 449/08, a administração da Companhia optou por apresentar os efeitos decorrentes das alterações introduzidas pela Lei nº 11.638/07 como ajuste de exercícios anteriores no patrimônio líquido. As mudanças de práticas contábeis descritas anteriormente afetaram o patrimônio líquido do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2007 e o resultado do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2008, no montante indicado a seguir:

	31 de dezembro de 2008	
	Ajuste de exercício sociais anteriores 2007	Resultado do exercício 2008
(a) Ajuste a valor presente CDU		(1.160)
(b) Valor de mercado de instrumentos financeiros derivativos		44.710
(c) Plano de opção de compra de ações ⁽¹⁾	(3.036)	(3.346)
(d) Tributos diferidos		(17.382)
Total dos efeitos	(3.036)	22.822

⁽¹⁾ Registrado como reserva de capital em contrapartida à conta de prejuízos acumulados.

Os instrumentos financeiros derivativos foram substancialmente contratados durante o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2008. Os contratos em aberto em 31 de dezembro de 2007 possuíam valor de mercado similares ao valor de curva das operações, e portanto não fizemos quaisquer ajustes dos mesmos para esses exercícios.

Em decorrência da promulgação das referidas Lei e Medida Provisória (posteriormente convertida em Lei), durante 2008 foram editados pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis - CPC diversos pronunciamentos com aplicação obrigatória para o encerramento das demonstrações contábeis referentes ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2008.

Adicionalmente, em continuidade a esse processo de convergência, deverão ser editados novos pronunciamentos contábeis - CPCs os quais podem eventualmente trazer impactos relevantes sobre o resultado das operações da Companhia. Não temos controle e não podemos prever quais serão os novos pronunciamentos contábeis a serem emitidos em 2009 e nos anos seguintes.

Portanto, conforme já mencionado na seção “Fatores de Risco – Práticas de IFRS podem afetar nossos resultados” na página [•] deste Prospecto, ressaltamos que as futuras demonstrações contábeis a serem elaboradas pela Companhia poderão eventualmente vir a ser alteradas de maneira relevante em decorrência de diversos pronunciamentos contábeis previstos para serem emitidos pelo CPC e normatizados pela CVM no decorrer do exercício de 2009.

Práticas Contábeis Críticas

Nossas práticas contábeis críticas são aquelas que são importantes para a nossa condição financeira e os nossos resultados operacionais e que requerem julgamentos complexos ou subjetivos por parte de nossa administração, usualmente como resultado da necessidade de se elaborarem estimativas sobre os efeitos de assuntos que, inerentemente, envolvem incertezas. À medida que o número de variáveis e premissas que afetam a resolução futura de incertezas aumenta, esses julgamentos se tornam mais subjetivos e complexos.

Ajuste ao Valor de Realização (Impairment) e Depreciação de Imobilizado

Periodicamente, avaliamos a necessidade de realização de ajuste ao valor de realização dos nossos ativos permanentes baseado em vários indicadores como nível de rentabilidade do negócio e desenvolvimentos no mercado. Quando necessário, na ocorrência de eventos geradores, tais como perda significativa no valor de mercado do imobilizado ou mudança adversa significativa na extensão ou maneira como ativos permanentes estão sendo utilizados, fluxos de caixa devem ser preparados para determinar se o valor contábil do imobilizado será recuperável através dos fluxos de caixa futuros do negócio. Para estimar os fluxos de caixa futuros, utilizamos várias premissas e estimativas, as quais podem ser influenciadas por diferentes fatores internos e externos, tais como tendências econômicas e da indústria, taxas de juros, taxas de câmbio, mudanças nas estratégias de negócios e a oferta de produtos e serviços ao mercado. Dependendo das premissas utilizadas, os resultados das análises de recuperação podem ser significativamente diferentes.

Reconhecemos as despesas de depreciação do nosso imobilizado com base no método linear. A determinação da vida útil de um ativo requer certo grau de julgamento e é inerentemente incerta devido a mudanças na utilização dos diferentes *Shopping Centers*, na competição no setor e no posicionamento de mercado de cada *Shopping Center*, entre outros fatores, que podem causar a perda de valor antecipada do imobilizado, requerendo eventualmente a análise de recuperação mencionada acima. Se formos requeridos a mudar materialmente as premissas utilizadas para determinar a vida útil dos bens do imobilizado, a despesa de depreciação pode ser diferente. As taxas de depreciação são diferenciadas para edificações e benfeitorias que possuem vida útil remanescente de 35 a 40 anos, conforme laudos individualizados aprovados pelo Instituto Nacional de Tecnologia (INT), os quais foram obtidos em janeiro de 2008.

Provisões para Contingências

Atualmente estamos sujeitos a algumas contingências, em especial as de natureza fiscal, trabalhista e cível. De acordo com as Normas e Pronunciamentos Contábeis - NPC 22, classificamos tais contingências como “prováveis”, “possíveis” e “remotas”, conforme o risco dessas contingências provenientes das ações judiciais se materializarem em perdas reais para nós. Registramos provisão para contingências em nossos livros quando há a expectativa de perda provável. Nós não constituímos provisões para contingências para riscos que consideramos possíveis ou remotos. As estimativas de expectativas de perda são desenvolvidas com base na posição de nossos consultores jurídicos externos e internos e são baseadas na análise dos seus resultados potenciais, assumindo uma combinação de estratégias de questionamento e acordo nos processos. Mudanças nos fatores considerados para avaliar a probabilidade de perda podem requerer uma revisão do saldo das provisões.

Outras Políticas Contábeis

Reconhecimento de Receitas e Custos

O resultado do exercício é apurado pelo regime de competência. As receitas e custos decorrem, substancialmente, da atividade de locação dos espaços de nossos *Shopping Centers*. Reconhecemos de forma proporcional a nossa participação nos aluguéis pagos e custos correspondentes repassados pelos condomínios, com base no percentual de participação que detemos nesses empreendimentos.

Investimentos

Os investimentos em sociedades controladas e coligadas são registrados e avaliados pelo método de equivalência patrimonial, reconhecidos no resultado do trimestre como receita (ou despesa) operacional. Para efeitos do cálculo da equivalência patrimonial e consolidação, ganhos ou transações a realizar entre a Companhia e suas coligadas e equiparadas são eliminados na medida da participação da Companhia; perdas não realizadas também são eliminadas, a menos que a transação forneça evidências de perda permanente (*impairment*) do ativo transferido. Os investimentos em controladas e controladas em conjunto são consolidados nas demonstrações financeiras da Companhia.

Quando necessário, as práticas contábeis das controladas e controladas em conjunto são alteradas para garantir consistência com as práticas adotadas pela Companhia.

O ágio ou deságio determinado na aquisição de um investimento é calculado como a diferença entre o valor de compra e o valor contábil do patrimônio líquido da empresa adquirida. O ágio ou deságio é registrado no grupo do Intangível e subdividido em duas categorias: (i) mais-valia de ativos, representada pela diferença entre o valor contábil da empresa adquirida e o valor justo dos ativos e passivos; e (ii) rentabilidade futura, representada pela diferença entre o valor justo dos ativos e passivos e o valor de compra. Segundo as novas práticas contábeis em conformidade à Lei 11.638/2007, o ágio é periodicamente avaliado, de acordo com a sua menor unidade geradora de caixa, ao seu valor recuperável e, se for necessário, baixado a resultado.

Formação dos Resultados das Operações

Abaixo, encontra-se a discussão dos principais componentes de cada item relevante das nossas demonstrações de resultado:

Receita de Aluguel e Serviços

Nossa receita de aluguel e serviços provém de nossas quatro atividades principais: (i) propriedade de *Shopping Centers*, por meio da locação de lojas, espaços no *Mall e Merchandising* e da exploração de estacionamento; (ii) prestação de serviços de administração para *Shopping Centers* realizados por meio da subsidiária BR Malls Administração; (iii) prestação de serviços de comercialização de lojas e espaços de *Mall e Merchandising*, por meio da subsidiária BR Malls Administração, e (iv) prestação de serviços de planejamento econômico e desenvolvimento realizados por meio da subsidiária BR Malls Desenvolvimento. No período de três meses findo em 31 de março de 2009, a receita decorrente de propriedade em *Shopping Centers* representou 91,0% da nossa receita de aluguel e serviços. A receita decorrente da atividade de prestação de serviços representou 9,0% de nossa receita de aluguel e serviços.

A nossa principal fonte de receita advém da participação proporcional nas receitas geradas pelos *Shopping Centers*, calculada de acordo com a porcentagem da nossa propriedade direta e indireta em cada um dos nossos *Shopping Centers*.

As principais receitas geradas na atividade de propriedade de *Shopping Centers* são provenientes de:

- *aluguéis*: celebramos com parte de nossos lojistas de nossos *Shopping Centers* contratos de locação com prazo médio de cinco anos. O aluguel cobrado corresponde ao maior dentre os seguintes valores: (i) um aluguel mínimo mensal baseado em valores de mercado; ou (ii) um aluguel calculado pela aplicação de um percentual incidente sobre o total das vendas da loja no mês. O aluguel deve ser pago pelo lojista mensalmente, sendo que, no mês de dezembro, aplica-se o aluguel mínimo em dobro. As receitas de aluguéis também incluem receitas provenientes da atividade de *Mall e Merchandising*. As receitas por nós obtidas com a locação de lojas em nossos *Shopping Centers* representaram 61,9% do total da nossa receita de aluguel e serviços durante o período de três meses findo em 31 de março de 2009.
- *estacionamento*: exceto nos Shoppings Caxias do Sul, Big Shopping, Natal Shopping, Shopping Mueller Joinville, Goiânia Shopping, Fashion Mall e São Luis, em nossos *Shopping Centers* é cobrada uma taxa por tempo de permanência dos veículos dos clientes nos espaços destinados a estacionamento. As receitas por nós obtidas com a cobrança de taxa de estacionamento em nossos *Shopping Centers* representaram 9,1% do total da nossa receita de aluguel e serviços durante o período de três meses findo em 31 de março de 2009;
- *taxa de cessão de direitos*: principalmente no lançamento de novos empreendimentos, em expansões ou quando retomamos alguma loja, 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 com maior visibilidade e tráfego de clientes são mais valorizados. As receitas por nós obtidas com a cessão de direitos em nossos *Shopping Centers* representaram 3,8% do total da nossa receita de aluguel e serviços durante o período de três meses findo em 31 de março de 2009; e
- *taxa de transferência*: quando ocorre a transferência de uma loja de um locatário para um novo lojista, os empreendedores fazem jus a um percentual do valor envolvido na transferência de ponto comercial. As receitas por nós obtidas com taxa de transferência em nossos *Shopping Centers* representaram 0,2% do total da nossa receita de aluguel e serviços durante o período de três meses findo em 31 de março de 2009.

As receitas provenientes dos serviços que prestamos nos *Shopping Centers* correspondem a:

- *administração e comercialização dos empreendimentos e dos seus condomínios*: A nossa subsidiária BR Malls Administração presta serviços de administração e comercialização para *Shopping Centers* próprios e de terceiros, auferindo mensalmente as seguintes receitas, entre outras: (i) *taxa paga pelos empreendedores*, que é calculada através da aplicação de um percentual sobre a receita líquida do *Shopping Center*, deduzindo as despesas operacionais dos *Shopping Centers* (excluindo a taxa de administração propriamente dita) da receita operacional bruta; (ii) *taxas pagas pelos lojistas*, que são definidas em função de um valor fixo mensal ou de um percentual que incide sobre o total das despesas do condomínio e sobre o fundo de promoção; e (iii) *receitas de comercialização*, que, em geral, correspondem a um percentual dos contratos de aluguel, de lojas, quiosques e espaços para *Merchandising*, bem como cessão de direitos, taxa de transferência e imóveis negociados. As receitas por nós obtidas com a prestação de serviços de administração e comercialização representaram 9,0% do total das nossas receitas de aluguel e serviços durante o período de três meses findo em 31 de março de 2009.

Nas nossas demonstrações financeiras, as receitas de prestação de serviços, na nossa condição de administrador dos *Shopping Centers* de nossa propriedade, sofrem o efeito de consolidação; sendo assim, elas representam somente as receitas de serviços pagas a nós pelos outros sócios empreendedores, excluindo, portanto, a nossa participação nos *Shopping Centers*.

Abaixo, apresentamos tabela contendo a contribuição de cada tipo de receita à nossa receita de aluguel e serviços total consolidada, nos exercícios e períodos abaixo indicados:

(em milhares de reais)	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de						Período de três meses findo em 31 de março de			
							(não auditado)			
Receita de Aluguel e Serviços	2006 (pro-forma)	AV%	2007	AV%	2008	AV%	2008	AV%	2009	AV%
Aluguéis	67.494	72,2%	161.714	72,6%	272.112	77,5%	56.285	78,4%	68.585	76,9%
Taxa de Cessão de Direito	4.975	5,3%	11.753	5,3%	14.234	4,1%	2.856	4,0%	3.427	3,8%
Estacionamento	16.415	17,6%	21.418	9,6%	31.839	9,1%	6.093	8,5%	8.143	9,1%
Taxa de Transferência	331	0,4%	785	0,4%	1.062	0,3%	97	0,1%	219	0,2%
Serviços de Administração e Comercialização	3.808	4,1%	25.246	11,3%	28.033	8,0%	6.044	8,4%	8.020	9,0%
Outras	426	0,5%	1.736	0,8%	3.964	1,1%	437	0,6%	738	0,8%
Total	93.449	100,0%	222.652	100,0%	351.244	100,0%	71.812	100,0%	89.132	100,0%

Impostos, Contribuições e Outros

Os impostos e contribuições incidentes sobre nossa receita de aluguel e serviços são os seguintes:

- PIS: para nossas controladas que adotam o regime do lucro real, a alíquota desde dezembro de 2002 equivale a 1,65% de todas as receitas auferidas, sendo admitidas determinadas deduções previstas taxativamente em lei (PIS não-cumulativo), e para nossas controladas e controladas em conjunto, que adotam o regime de lucro presumido, a alíquota equivale a 0,65% da nossa receita de aluguel e serviços;
- COFINS: para nossas controladas que adotam o regime do lucro real, a alíquota equivale a 7,6% de todas as receitas auferidas, admitidas determinadas deduções previstas taxativamente em lei (COFINS não-cumulativa). Para nossas controladas e controladas em conjunto, que adotam o regime de lucro presumido, a alíquota equivale a 3,0% da nossa receita de aluguel e serviços;
- ISS: incide sobre as nossas receitas de taxa de administração, de taxa de comercialização e de estacionamento, cuja alíquota, atualmente, equivale na maior parte dos casos a 5%; e
- Outros: incluem abatimentos e descontos dados a lojistas previstos contratualmente.

Custo dos Aluguéis e Serviços

Nosso custo dos aluguéis e serviços inclui, principalmente, os custos dos *Shopping Centers* proporcionais à nossa respectiva participação, calculada de acordo com a porcentagem da nossa propriedade direta e indireta em cada um dos nossos *Shopping Centers*. Esses custos são discriminados em nossas demonstrações financeiras como “custo dos aluguéis e serviços” e são compostos, basicamente, por custos relacionados a:

- *custos com pessoal*: salários, encargos sociais e benefícios dos funcionários dos *Shopping Centers*;
- *serviços de terceiros*: incluem, entre outros (i) taxa devida pela contratação da administradora para gerir os *Shopping Centers*; (ii) despesas com advogados; (iii) despesas com serviços prestados por pessoas físicas; e (iv) serviços prestados por concessionárias;
- *custos condominiais*: despesas relacionadas a manutenção da loja vaga, que são de responsabilidade do proprietário do *Shopping Center*, tendo como principais custos os encargos do condomínio e o IPTU;
- *custos com fundo de promoção*: percentual do total do fundo de promoção arrecadado pelos lojistas para ajudar a custear as despesas de promoção e publicidade dos *Shopping Centers*, para qual o empreendedor também contribui;
- *depreciação*: inclui a depreciação das edificações referentes aos *Shopping Centers*, a qual é calculada pelo método linear e com base em taxas determinadas substancialmente em laudos técnicos; e
- *custos comerciais*: custos relacionados à corretagem das lojas e dos espaços promocionais comercializados nos *Shopping Centers*.

Apresentamos abaixo tabela contendo a contribuição de cada tipo de custo ao nosso custo de aluguéis e serviços consolidado nos exercícios e períodos abaixo indicados:

(em milhares de reais)	Exercício Social encerrado em 31 de dezembro de						Período de três meses findo em 31 de março de			
	2006 (pro-forma)	AV%	2007	AV%	2008	AV%	2008	AV%	2009	AV%
Custo dos Aluguéis e Serviços										
Custos com:										
Pessoal	(670)	3,4%	(5.992)	12,4%	(2.844)	5,2%	(734)	5,3%	(994)	7,0%
Serviços de Terceiros	(6.741)	34,4%	(7.759)	16,0%	(5.201)	9,4%	(2.598)	18,7%	(1.752)	12,4%
Custos Condominiais	(2.222)	11,3%	(9.842)	20,3%	(14.078)	25,5%	(3.560)	25,6%	(2.542)	17,9%
Fundo de Promoção	(1.808)	9,2%	(2.083)	4,3%	(3.096)	5,6%	(776)	5,6%	(853)	6,0%
Financeiros	(622)	3,2%	(431)	0,9%	(284)	0,5%	(174)	1,3%	(56)	0,4%
Tributários			(927)	1,9%	(1.685)	3,1%	(185)	1,3%	(712)	5,0%
Comerciais	(216)	1,1%	(354)	0,7%	(2.422)	4,4%	(145)	1,0%	(191)	1,3%
Depreciação e Amortização	(6.501)	33,2%	(19.540)	40,3%	(23.603)	42,8%	(5.037)	36,3%	(7.284)	51,4%
Demais Custos	(829)	4,2%	(2.946)	6,1%	(4.086)	7,4%	(1.072)	7,7%	(633)	4,5%
Crédito de PIS e COFINS			1.438	(3,0)%	2.162	(3,9)%	386	(2,8)%	845	(6,0)%
Total	(19.609)	100,0%	(48.436)	100,0%	(55.137)	100,0%	(13.895)	100%	(14.172)	100%

Despesas (Receitas) Operacionais

Nossas despesas (receitas) operacionais consistem substancialmente em despesas comerciais, despesas administrativas, despesas legais e tributárias (despesas com contingências) e despesas e receitas financeiras. Nossas principais despesas operacionais são as seguintes:

Despesas Comerciais. Tais despesas são formadas, principalmente, por gastos com publicidade, propaganda, patrocínios diversos, eventos, brindes e promoções, comissões a funcionários da BR Malls Administração, além das perdas no recebimento de crédito.

Despesas Administrativas. Tais despesas são relacionadas, principalmente, a despesas com pessoal (salários, encargos sociais e benefícios), despesas com serviços de terceiros contratados por nossa administração central (auditoria, advogados e outros), além de materiais de uso e consumo, aluguéis, taxas condominiais dos nossos escritórios, e despesas de viagens.

Abaixo, apresentamos tabela contendo a contribuição de cada tipo de despesa à nossa despesa administrativa nos períodos e exercícios abaixo indicados:

Exercício Social encerrado em 31 de dezembro de						
	2006 (pro-forma)	AV%	2007	AV%	2008	AV%
Despesas de Pessoal	(2.393)	22,6%	(27.689)	63,2%	(33.207)	77,8%
Serviços Prestados	(4.350)	41,1%	(12.429)	28,4%	(8.765)	20,5%
Despesas com Materiais de Uso e Consumo	(712)	6,7%	(252)	0,6%	(167)	0,4%
Aluguéis	(509)	4,8%				
Outras Despesas Administrativas	(2.612)	24,7%	(5.007)	11,4%	(4.458)	10,4%
Reversão de provisão para contingências					3.976	(9,3)%
Créditos de PIS e COFINS			1.587	(3,6)%	(49)	0,1%
Total	(10.576)	100%	(43.790)	100%	(42.670)	100%

Período de três meses findo em 31 de março de				
	2008 (não auditado)	AV%	2009 (não auditado)	AV%
Despesas de Pessoal	(5.639)	49,8%	(7.581)	60,8%
Serviços Prestados	(2.001)	17,7%	(2.001)	16,1%
Despesas com Matérias de Uso e Consumo	(50)	0,4%	(17)	0,1%
Outras Despesas Administrativas	(3.641)	32,1%	(2.860)	23,0%
Total	(11.331)	100,0%	(12.459)	100,0%

Despesas Legais e Tributárias. Tais despesas são formadas principalmente por taxas diversas, impostos federais (IPTU e ITBI), e também a constituição de provisões para contingências trabalhistas e fiscais.

Depreciações e Amortizações. Referem-se, principalmente, às despesas com depreciação do ativo imobilizado dos nossos Shopping Centers, além da amortização de ágio durante os períodos de três meses findo em 31 de março de 2007 e 2008. Em 2009, seguindo os critérios da Lei 11.638/2007, o ágio passou a ser testado pelo seu valor recuperável, não sendo mais amortizado mensalmente.

Resultado Financeiro Líquido

Receitas Financeiras. Representam as receitas sobre aplicações financeiras, assim como ganhos por variação cambial sobre passivos em moeda estrangeira.

Outro impacto relevante está nas nossas receitas de aplicações financeiras, dado que tivemos uma variação trimestre contra trimestre de R\$13,3 milhões. Esta variação positiva é explicada por termos um maior caixa médio aplicado no primeiro

trimestre de 2009 em relação ao primeiro trimestre de 2008. O caixa médio no primeiro trimestre de 2009 era de cerca de R\$730 milhões (aplicado em CDI/reais), contra um caixa médio no primeiro trimestre de 2008 de cerca de R\$525 milhões, sendo R\$277 milhões aplicado em CDI/reais, e R\$247 milhões em time deposits em dólar via nossa subsidiária no exterior BRMALLS Finance.

Despesas Financeiras, Representam substancialmente os juros, encargos, variações monetárias, as perdas por variação cambial sobre passivos em moeda nacional e estrangeira e despesas de comissão oriundas da distribuição das ações nas ofertas públicas realizadas em maio e em outubro de 2007.

IR e CSLL

São computados em base mensal sob a sistemática do lucro real anual, exceto para certas controladas e sociedades sob controle compartilhado, cujos impostos são calculados e recolhidos com base no lucro presumido.

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%.

Para as sociedades que optaram pelo regime de lucro presumido, a base de cálculo do IR é calculada à razão de 32% para a receita proveniente de aluguéis e prestação de serviços e 100% para receitas financeiras; a CSLL é calculada à razão de 32% sobre as receitas brutas, sobre as quais se aplicam as alíquotas nominais.

Participação dos Minoritários

A participação dos minoritários representa a exclusão do resultado referente à participação de outros acionistas em nossas subsidiárias consolidadas.

Lucro Líquido do Exercício/Período

O lucro líquido do exercício/período consiste do lucro após a tributação pelo IR e pela CSLL e a exclusão do resultado da participação dos minoritários.

EBITDA

O EBITDA consiste no lucro operacional antes de receitas financeiras, despesas financeiras, depreciação ou qualquer outra base conceitual contábil. O EBITDA não é medida de performance financeira calculada de acordo o BR GAAP ou o US GAAP, e não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido como indicador de performance operacional, ou como alternativa ao fluxo de caixa operacional como indicador de liquidez. O EBITDA não é calculado segundo uma metodologia padrão e pode não ser comparável às definições de EBITDA utilizada por outras companhias. Nós acreditamos que o EBITDA possibilita um melhor entendimento não apenas da nossa performance financeira, mas também da nossa habilidade de cumprir com as nossas obrigações e obter fundos para as nossas necessidades de capital. Contudo, o EBITDA apresenta limitações que prejudicam o seu uso como medida das nossas receitas, visto que não considera determinados custos decorrentes dos nossos negócios que podem impactar significativamente nossos resultados e situação de liquidez, tais como despesas financeiras, impostos, depreciação, investimento em capital e outros encargos relacionados.

EBITDA Ajustado

EBITDA Ajustado Medição não contábil elaborada por nossa administração, calculado conforme o EBITDA ajustado com base nas despesas não recorrentes dentre as quais as despesas relacionadas com as ofertas públicas de ações da Companhia realizadas em abril e outubro de 2007, custos de reestruturação e receitas financeiras da operação envolvendo as Debêntures Araguaia.

A tabela a seguir apresenta a reconciliação do EBITDA com o nosso lucro operacional para os períodos nela indicados:

Conciliação do EBITDA com o Lucro operacional

	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de		
	2006 (Pro-Forma)	2007	2008
	(valores em milhares de reais)		
Lucro Operacional	41.311	(56.419)	7.080
(+) Depreciação e Amortização	10.379	81.802	100.192
(+) Resultado Financeiro Líquido	2.061	103.793	135.755
(-) Equivalência Patrimonial	-	(1.505)	(779)
EBITDA ⁽¹⁾	53.751	127.671	242.248
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	53.751	143.029	245.328

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

	Período de três meses findo em 31 de março de	
	2008	2009
	(Não Auditado)	(Não Auditado)
	<i>(valores em milhares de reais)</i>	
Lucro Operacional	7.356	40.422
(+) Depreciação e Amortização	18.083	14.035
(+) Resultado Financeiro Líquido	20.908	8.072
(-) Equivalência Patrimonial	(135)	(183)
(+) Debêntures Araguaia	609	918
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	62.346
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	46.821	63.264

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção "Definições" na página [*] deste Prospecto.

⁽²⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção "Definições" na página [*] deste Prospecto.

Demonstração de Resultados	Período de três meses findo em 31 de março de				
	2008	2009		Variação	
	(Não Auditado)	AV (%)	(Não Auditado)	AV (%)	2008/2009 (%)
	(valores em milhares de reais)				
Receita de aluguel e serviços	71.812	108,0%	89.132	109,3%	24,1%
Impostos, Contribuições e Outros	(5.289)	(8,0)%	(7.577)	(9,3)%	43,3%
Receita Líquida de Aluguel e Serviços	66.523	100,0%	81.555	(100,0)%	22,6%
Custo dos Aluguéis e Serviços	(13.895)	(20,9)%	(14.172)	(17,4)%	2,0%
Lucro Bruto	52.628	79,1%	67.383	(82,6)%	28,0%
Receitas (Despesas) Operacionais	(45.272)	(68,1)%	(26.961)	(33,1)%	(40,4)%
Despesas Comerciais	(2.188)	(3,3)%	(1.862)	(2,3)%	(14,9)%
Despesas Administrativas	(9.980)	(15,0)%	(10.406)	(12,8)%	4,3%
Depreciações e Amortizações	(13.046)	(19,6)%	(6.751)	(8,3)%	(48,3)%
Despesas Legais e Tributárias	0	0,0%	(191)	(0,2)%	-
Resultado de Equivalência Patrimonial	135	0,2%	183	0,2%	35,6%
Resultado Financeiro Líquido	(20.908)	(31,4)%	(8.072)	(9,9)%	(61,4)%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	715	1,1%	138	0,2%	(80,7)%
Lucro (Prejuízo) Operacional Líquido	7.356	11,1%	40.422	49,6%	449,5%
Lucro (Prejuízo) antes da Tributação e Participações	7.356	11,1%	40.422	49,6%	449,5%
IR e CSLL	(6.683)	(10,0)%	(3.108)	(3,8)%	(53,5)%
Lucro (Prejuízo) antes das Participações	673	1,0%	37.314	45,8%	5.444,4%
Participação dos Minoritários	(316)	(0,5)%	(370)	(0,5)%	17,1%
Lucro Líquido do Exercício	357	0,5%	36.944	45,3%	10.248,5%

Receita Bruta de Aluguel e Serviços

Nossa receita bruta de aluguel e serviços aumentou R\$17,3 milhões, ou 24,1%, passando de R\$71,8 milhões para R\$89,1 milhões no período de três meses encerrado em 31 de março de 2009 em comparação ao mesmo período de 2008. Este crescimento se deve primordialmente aos seguintes fatores:

- aumento das receitas da nossa subsidiária responsável pela atividade de prestação de serviços, BR Malls Administração em 22,3%, ou R\$1,5 milhão;
- contabilização de receitas de aluguel adicionais decorrentes da aquisição das seguintes participações: (i) 39,6% do Osasco Plaza Shopping; (ii) 10% do Shopping São Luis; (iii) 100% do Shopping Campinas; (iv) 7,6% do Shopping Piracicaba; (v) 5,0% do Shopping Natal; (vi) 30,0% do Center Shopping; (vii) 30,0% do West Shopping. Essas aquisições ocorreram entre 31 de março de 2008 e 31 de março de 2009, e adicionaram R\$8,0 milhões a nossa receita de aluguel mínimo período findo em 31 de março de 2009 e 57,5 mil m² à nossa ABL própria;
- elevação de R\$2,0 milhões, ou crescimento de 33,6%, na receita de estacionamento impulsionado principalmente pelo desempenho dos *shoppings centers* adquiridos em 2007 que cresceram sua receita de estacionamento em 79,1% em relação ao período de três meses findo em 31 de março de 2008; e
- aumento de R\$0,6 milhão na receita de taxa de cessão, representando um crescimento de 20,0%. A receita de taxa de cessão proveniente dos shoppings em expansão (Goiânia, Caxias do Sul, NorteShopping e Maceió) representaram 43,3% do total.

Impostos, Contribuições e Outros

Nossos impostos e contribuições incidentes sobre a receita aumentaram R\$2,3 milhões, ou 43,3%, passando de R\$5,3 milhões (representando 8,0% da nossa receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$7,6 milhões (representando 9,3% de nossa receita líquida de aluguéis e serviços) no período de três meses findo em 31 de março de 2009, em comparação ao mesmo período em 2008. Esta variação decorreu principalmente do aumento significativo que obtivemos na receita tributável no mesmo período e da mudança do regime de tributação de algumas empresas que passaram a apurar o seu resultado pelo Lucro Real no exercício social de 2009, cuja alíquota de PIS/COFINS equivale a 9,25% sobre a receita. A alíquota para empresas cujo resultado é apurado pelo Lucro Presumido equivale a 3,65%.

Receita Líquida de Aluguel e Serviços

Pelas razões explicadas acima, a nossa receita líquida de aluguel e serviços aumentou R\$15,1 milhões, ou 22,6%, passando de R\$66,5 milhões para R\$81,6 milhões no período de três meses findo em 31 de março de 2009 quando comparado com o mesmo período em 2008.

Custo dos Aluguéis e Serviços

O custo de aluguel e serviços aumentou aproximadamente R\$0,3 milhões, ou 2,0%, passando de R\$13,9 milhões (representando 20,9% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$14,2 milhões (representando 17,4% da receita líquida de aluguéis e serviços) no período de três meses findo em 31 de março de 2009, em comparação ao mesmo período em 2008.

Apesar do aumento de 24,1% da receita bruta, os custos totais de aluguéis e serviços aumentaram apenas 2,0% principalmente devido aos seguintes fatores:

- redução de R\$0,8 milhão em custo com diversos serviços prestados por terceiros aos nossos *Shopping Centers*;
- adição de R\$0,3 milhão nos custos com pessoal, 35,4% em relação ao período de três meses findo em 31 de março de 2008. Esse aumento foi decorrente da implementação de auditoria de vendas em alguns shoppings do portfólio original, contribuindo com o aumento do aluguel como percentual de vendas, e da adição de quatro novos *Shoppings Centers* adquiridos após 31 de março de 2008; e
- diminuição de 28,6% nos custos condominiais, uma redução de R\$1,0 milhão em relação ao período de três meses findo em 31 de março de 2008, impulsionada pela melhoria de 0,9 pontos percentuais da vacância.

Lucro Bruto

Como resultado, o nosso lucro bruto aumentou R\$14,8 milhões, ou 28,0%, passando de R\$52,6 milhões (representando 79,1% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$67,4 milhões (representando 82,6% da receita líquida de aluguéis e serviços) no período de três meses findo em 31 de março de 2009, em comparação ao mesmo período em 2008.

Receitas (Despesas) Operacionais

As despesas operacionais diminuíram R\$18,3 milhões, ou 40,4%, passando de R\$45,3 milhões para R\$27,0 milhões no período de três meses findo em 31 de março de 2009, em comparação ao mesmo período em 2008.

Despesas Comerciais. As nossas despesas comerciais diminuíram em aproximadamente R\$326,0 mil, ou 14,9%, passando de R\$2,2 milhões (representando 3,3% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$1,9 milhão (representando 2,3% da receita líquida de aluguéis e serviços) no período de três meses findo em 31 de março de 2009, em comparação ao mesmo período em 2008.

Despesas Administrativas. As nossas despesas administrativas aumentaram R\$426 mil, ou 4,3%, passando de R\$10,0 milhões (representando 15,0% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$10,4 milhões (representando 12,8% da receita líquida de aluguéis e serviços) no período de três meses findo em 31 de março de 2009, em comparação ao mesmo período em 2008. Essa variação se deve principalmente às seguintes razões: (i) aumento nas despesas com pessoal de aproximadamente R\$1,1 milhão decorrentes de novas contratações; e (ii) queda de R\$488,0 mil em outras despesas administrativas decorrentes de anúncios, publicações, aluguel, condomínio e despesas de viagens.

Depreciação e Amortização. As despesas com amortização e depreciação diminuíram R\$6,3 milhões, ou 48,3%, passando de R\$13,0 milhões para R\$6,8 milhões no período de três meses findo em 31 de março de 2009, em comparação ao mesmo período em 2008. A redução de despesa com amortização decorre da Lei 11.638/2007, uma vez que o saldo do ágio das aquisições realizadas pela Companhia não é mais amortizada.

Resultado Financeiro Líquido

Apresentamos uma despesa financeira líquida de R\$8,1 milhões (representando 9,9% da receita líquida de aluguéis e serviços) no período de três meses findo em 31 de março de 2009, enquanto, para o mesmo período de 2008, apresentamos uma despesa financeira líquida de R\$20,9 milhões (representando 31,4% da receita líquida de aluguéis e serviços).

As receitas financeiras aumentaram R\$42,7 milhões, de R\$35,4 milhões (representando 53,2% da receita líquida de aluguéis e serviços) no período de três meses findo em 31 de março de 2008 para R\$78,0 milhões (representando 95,7% da receita líquida de aluguéis e serviços) no mesmo período de 2009, devido ao reconhecimento de ganhos em nosso *swap* do bônus perpétuo a valor de mercado gerando uma receita financeira não-caixa de R\$8,6 milhões no trimestre de 2009. No primeiro trimestre de 2008 não reconhecemos ganhos em nosso *swap* de bônus perpétuo. O reconhecimento de tais instrumentos a valor de mercado.

As despesas financeiras aumentaram R\$30,0 milhões, de R\$56,1 milhões (representando 84,3% da receita líquida de aluguéis e serviços) no período de três meses findo em 31 de março de 2008 para R\$86,1 milhões (representando 105,6% da receita líquida de aluguéis e serviços) no mesmo período de 2009. O aumento nas despesas financeiras é explicado principalmente pelas despesas oriundas do reconhecimento de juros das dívidas da companhia que somaram R\$41,7 milhões no período de três meses findo em 31 de março de 2009, enquanto, para o mesmo período de 2008, apresentamos uma despesa com encargos de juros de R\$ 26,3 milhões. Em 31 de março de 2008 nossa dívida total era de R\$[•] comparado a um dívida de R\$[•] em 31 de março de 2009.

IR e CSLL

O IR e a CSLL diminuiu R\$3,6 milhões, ou 53,5% passando de R\$6,7 milhões (representando 10,0% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$3,1 milhões (representando 3,8% da receita líquida de aluguéis e serviços) no período de três meses findo em 31 de março de 2009, em comparação com o mesmo período em 2008, devido principalmente às mudanças trazidas pela Lei 11.638, de 28 de dezembro de 2007 que gerou um ganho fiscal de R\$7,4 milhões no imposto de renda diferido.

Lucro (Prejuízo) Antes das Participações

Nosso lucro antes das participações no período de três meses findo em 31 de março de 2008 aumentou 5.444,4%, passando de R\$673,0 mil para R\$37,3 milhões para o mesmo período de 2009 (representando 45,8% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Participação dos Minoritários

A participação dos minoritários apresentou um aumento de 17,1%, passando de R\$316 mil no período de três meses findo em 31 de março de 2008 para R\$370 mil para o mesmo período de 2009.

Lucro (Prejuízo) Líquido do Período

Em virtude do disposto acima, a Companhia apresentou um lucro líquido no período de três meses findo em 31 de março de 2009 de R\$36,9 milhões, comparado a um lucro líquido de R\$0,4 milhões no mesmo período de 2008.

EBITDA

O EBITDA para o período de três meses findo em 31 de março de 2009 totalizou R\$62,3 milhões. O EBITDA Ajustado foi calculado conforme descrição abaixo:

	Período de três meses findo em 31 de março de	
	2008	2009
	(Não Auditado)	(Não Auditado)
	(valores em milhares de reais)	
Lucro Operacional	7.356	40.422
(+) Depreciação e Amortização	18.083	14.035
(+) Resultado Financeiro Líquido	20.908	8.072
(-) Equivalência Patrimonial	(135)	(183)
(+) Debêntures Araguaia	609	918
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	62.346
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	46.821	63.264

⁽¹⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Para maiores informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

Comparação entre os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2007 e em 31 de dezembro de 2008

Demonstração de Resultados	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de				
	2007	AV(%)	2008	AV(%)	Variação 2007/2008 (%)
	(valores em milhares de Reais)				
Receita de aluguel e serviços	222.652	107,5%	351.244	108,4%	57,8%
Impostos, Contribuições e Outros	(15.613)	(7,5)%	(27.361)	(8,4)%	75,2%
Receita Líquida de Aluguel e Serviços	207.039	100,0%	323.883	100,0%	56,4%
Custo dos Aluguéis e Serviços	(48.436)	(23,4)%	(55.137)	(17,0)%	13,8%
Lucro Bruto	158.603	76,6%	268.746	83,0%	69,4%
Receitas (Despesas) Operacionais	(215.022)	(103,9)%	(261.666)	(80,8)%	21,7%
Despesas Comerciais	(3.593)	(1,7)%	(6.538)	(2,0)%	82,0%
Despesas Administrativas	(43.790)	(21,2)%	(42.670)	(13,2)%	(2,6)%
Depreciações e Amortizações	(62.262)	(30,1)%	(76.589)	(23,6)%	23,0%
Despesas Legais e Tributárias	(5.558)	(2,7)%	(2.204)	(0,7)%	(60,3)%
Resultado de Equivalência Patrimonial	1.505	0,7%	779	0,2%	(48,2)%
Resultado Financeiro Líquido	(103.793)	(50,1)%	(135.755)	(41,9)%	30,8%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	2.469	1,2%	1.311	0,4%	(46,9)%
Lucro (Prejuízo) Operacional Líquido	(56.419)	(27,3)%	7.080	2,2%	(112,5)%
Lucro (Prejuízo) antes da Tributação e Participações	(56.419)	(27,3)%	7.080	2,2%	(112,5)%
IR e CSLL	(13.592)	(6,6)%	(34.934)	(10,8)%	157,0%
Lucro (Prejuízo) antes das Participações	(70.011)	(33,8)%	(27.854)	(8,6)%	(60,2)%
Participação dos Minoritários	(350)	(0,2)%	(2.603)	(0,8)%	643,7%
Lucro Líquido do Exercício	(70.361)	(34,0)%	(30.457)	(9,4)%	(56,7)%

Receita de Aluguel e Serviços

Nossa receita de aluguel e serviços apresentou um aumento de R\$128,6 milhões ou 57,8%, passando de R\$222,7 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2007 para R\$351,2 milhões para o mesmo período em 2008. Esse aumento das nossas receitas de aluguel e serviços decorreu principalmente:

- das receitas de prestação de serviços por nossa subsidiária BR Malls Administração, que adicionou R\$2,8 milhões à nossa receita de aluguel e serviços, em relação ao ano de 2007;

- contabilização das receitas de aluguel adicionais decorrentes da aquisição de participação de 35,0% no Osasco Plaza Shopping e 30,0% no Center Shopping e West Shopping, ocorridas em 24 de Março de 2008 e 1º de Julho de 2008, respectivamente. As aquisições contribuíram com 18,2 mil m² de ABL próprio;
- do efeito da aquisição de participação adicional nos seguintes shoppings: Shopping Mueller Joinville (+0,4%), Shopping Center São Luís (+12,0%), Osasco Plaza Shopping (+4,6%), Shopping Piracicaba (+7,6%) e Natal Shopping (+5,0%), que acrescentaram, no total, 36,6 mil m² de ABL próprio ao longo de 2008; e
- do crescimento das receitas com a exploração de estacionamentos, em 48,7% em relação ao ano de 2007, o que gerou um diferencial de R\$10,4 milhões em Receita de Estacionamento no ano de 2008.

Impostos, Contribuições e Outros

Os impostos e contribuições apresentaram acréscimo de 75,2%, passando de R\$15,6 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2007 (representando 7,5% da nossa receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$27,4 milhões para o mesmo período em 2008 (representando 8,4% da nossa receita líquida de aluguel e serviços). Esta variação decorreu, principalmente, do aumento de receita tributável no período e da mudança do regime de tributação de algumas empresas que passaram a apurar o seu resultado pelo Lucro Real no exercício de 2008, cuja alíquota de PIS/COFINS equivale a 9,25% sobre a receita. A alíquota para empresas cujo resultado é apurado pelo Lucro Presumido equivale a 3,65%.

Receita Líquida de Aluguel e Serviços

Pelas razões explicadas acima, a receita líquida apresentou um aumento de 56,4%, passando de R\$207,0 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2007 para R\$323,9 milhões para o mesmo período em 2008.

Custo dos Aluguéis e Serviços

O custo dos aluguéis e serviços apresentou incremento de 13,8%, passando de R\$48,4 milhões em 2007 (representando 23,4% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$55,1 milhões em 2008 (representando 17,0% da receita líquida de aluguéis e serviços). O aumento decorreu, principalmente: (i) do aumento de custos condominiais (R\$4,3 milhões); (ii) do aumento dos custos com Fundo de Promoções (R\$1,0 milhão); e (iii) do aumento de R\$4,1 milhões ou 20,8% de Custos de Depreciação e Amortização decorrentes do acréscimo de novos shoppings ao nosso portfólio.

Lucro Bruto

Como resultado do exposto acima, o lucro bruto de aluguéis e serviços apresentou um aumento de 69,4%, passando de R\$158,6 milhões em 2007 (representando 76,6% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$268,7 milhões em 2008 (representando 83,0% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Receitas (Despesas) Operacionais

Despesas Comerciais. As nossas despesas comerciais cresceram em 82,0%, passando de R\$3,6 milhões em 2007 (representando 1,7% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$6,5 milhões em 2008 (representando 2,0% da receita líquida de aluguéis e serviços). Vale ressaltar que em 2008 passamos a contabilizar as comissões de comercialização como despesas comerciais, e não mais como custo dos aluguéis e serviços.

Despesas Gerais e Administrativas. As nossas despesas gerais e administrativas caíram 8,9%, passando de R\$49,3 milhões em 2007 (representando 23,8% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$44,9 milhões em 2008 (representando 13,9% da receita líquida de aluguéis e serviços). Essa variação se deve, principalmente, à redução: (i) das despesas com prestadores de serviços, em 29,5%, ou R\$3,7 milhões, em relação ao ano de 2007 em virtude de ganhos de escala da companhia, e (ii) de outras despesas administrativas, que foram reduzidas em 68,6%, devido principalmente a alguns gastos não-recorrentes para emissão de valores mobiliários durante o exercício de 2007.

As despesas legais e tributárias tiveram uma redução relevante ano contra ano, devido principalmente termos em 2007, elevados esforços de captação de recursos (emissão de ações e dívidas), e muitas atividades de fusões e aquisições.

Resultado Financeiro Líquido

As despesas financeiras líquidas aumentaram em 30,8%, passando de R\$103,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2007 (representando 50,1% da receita líquida) para R\$135,8 milhões para o igual período de 2008 (representando 41,9% da receita líquida). Esse incremento nas despesas financeiras líquidas se deve, principalmente, à variação do câmbio. A valorização do Dólar frente ao Real provocou efeito não-caixa incidente sobre o principal do Bônus Perpétuo.

Depreciações e amortizações. Despesas de depreciação e amortização aumentaram 23,0%, de R\$62,3 milhões para R\$76,6, sendo destes R\$63,1 milhões referentes à amortização de ágio.

Receitas Financeiras: As receitas financeiras aumentaram 81,6 milhões, de R\$58,1 milhões em 2007 (representando 28,0% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$139,7 milhões em 2008 (representando 43,1% da receita líquida de aluguéis e serviços). Esse aumento é explicado pelo maior caixa médio da companhia em 2008, no valor de R\$770 milhões, em relação a 2007, no valor de R\$500 milhões, em virtude do menor ritmo de aquisições em 2008 quando comparado a 2007. Além disso, obtivemos ganhos de R\$44,7 milhões com relação ao nosso swap que protege nossa dívida perpétua em dólares em virtude da desvalorização cambial entre abril de 2008 (data quando celebramos o swap) e dezembro de 2008.

Despesas Financeiras: Nossas despesas financeiras aumentaram R\$113,5 milhões, de R\$161,9 milhões (representando (78,2)% da receita líquida de aluguéis e serviços) em 2007 para R\$275,4 milhões (representando (85,0)% da receita líquida

de aluguéis e serviços) em 2008. O aumento nas despesas financeiras é explicado principalmente pela desvalorização do real frente ao dólar de 32,2% em 2008, o que acabou gerando uma despesa de R\$104,1 milhões decorrente da variação em reais do principal de nossa dívida perpétua, variação total em 2008, dado que em 2007 tínhamos esta dívida em dólar com os recursos aplicados em dólar, não sofrendo perdas de variação cambial no ano de 2007. Além disso, nossas despesas de juros decorrentes de outras dívidas aumentaram R\$81,7 milhões, em virtude do aumento do saldo de nosso endividamento total, devido à emissão de CRI em 2008 no valor de 470 milhões.

Lucro Operacional

Como resultado do exposto acima, o lucro operacional apresentou crescimento considerável, passando de um prejuízo de R\$56,4 milhões em 2007 (representando 27,3% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$7,1 milhões em 2008 (representando 2,1% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Resultado não Operacional Líquido

O nosso resultado não operacional, líquido passou de R\$2,5 milhões em 2007 (representando 1,2% da receita líquida de aluguéis e serviços) para um resultado de R\$0,2 milhão em 2008 (representando 0,1% da receita líquida de aluguéis e serviços).

IR e CSLL

As despesas com IR e CSLL apresentaram um aumento de 157,0%, passando de R\$13,6 milhões em 2007 (representando 6,6% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$34,9 milhões em 31 de dezembro de 2008 (representando 10,8% da receita líquida de aluguéis e serviços). Esse aumento decorreu principalmente do aumento de nossa receita tributável neste período.

Lucro Antes das Participações

Em virtude do explicado acima, nosso lucro antes das participações em 2008 aumentou 60,2%. O valor que era negativo em R\$70,0 milhões (representando 33,8% da receita líquida de aluguéis e serviços) em 2007 teve seu valor aumentado para R\$27,9 milhões em 2008 (representando 8,6% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Participação dos Minoritários

A participação dos minoritários apresentou um aumento de 644%, passando de R\$0,4 milhão em 2007 (representando 0,2% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$2,6 milhão em 2008 (representando 0,8% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Lucro Líquido do Exercício

Conforme acima, nosso prejuízo no exercício reduziu 56,7%, passando de um prejuízo de R\$70,4 milhões (representando 34,0% da receita líquida de aluguéis e serviços) em 2007 para um prejuízo de R\$30,5 milhões em 2008 (representando 9,4% da receita líquida de aluguéis e serviços).

EBITDA

Pelas razões apresentadas acima, o EBITDA passou de R\$127,6 milhões em 2007 (156,4% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$242,1 milhões em 2008 (74,7% da receita líquida de aluguéis e serviços), representando um aumento de 89,7%. O EBITDA não é medida de performance financeira calculada de acordo o BR GAAP ou o US GAAP, e não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido ou indicador de performance operacional, alternativa ao fluxo de caixa operacional ou indicador de liquidez. Ver “Definições” na página [•] deste Prospecto.

Comparação entre os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2006 e em 31 de dezembro de 2007

Informações sobre o Resultado Consolidado

	Exercício Social encerrado em 31 de dezembro de				
	2006 (Pro- Forma)	AV (%)	2007	AV (%)	Variação 2006/2007(%)
	(valores em milhares de reais)				
Receita de Aluguel e Serviços	93.449	108,7%	222.652	107,5%	138,3%
Impostos, Contribuições e Outros	(7.498)	(8,7)%	(15.613)	(7,5)%	108,2%
Receita Líquida de Aluguel e Serviços	85.951	100,0%	207.039	100,0%	140,9%
Custo dos Aluguéis e Serviços	(19.609)	(22,8)%	(48.436)	(23,4)%	147,0%
Lucro Bruto	66.342	77,2%	158.603	76,6%	139,1%
Receitas (Despesas) operacionais	(22.970)	(26,7)%	(215.022)	(103,9)%	836,1%
Despesas Comerciais	(1.849)	(2,2)%	(3.593)	(1,7)%	94,3%
Despesas Administrativas	(11.142)	(13,0)%	(43.790)	(21,2)%	293,0%
Despesas Legais e Tributárias	(6.101)	(7,1)%	(5.558)	(2,7)%	(8,9)%
Depreciações e Amortizações	(3.878)	(4,5)%	(62.262)	(30,1)%	1.505,5%
Equivalência Patrimonial	-	-	1.505	0,7%	-
Resultado Financeiro Líquido	(2.061)	(2,4)%	(103.793)	(50,1)%	4.936,1%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	-	-	2.469	1,2%	-
Lucro Operacional	41.311	48,1%	(56.419)	(27,3)%	(94,0)%
Resultado Não Operacional, Líquido	(652)	(0,8)%	-	-	-
Lucro Antes da Tributação e das Participações	40.659	47,3%	(56.419)	(27,3)%	(238,8)%
IR e CSLL	(9.525)	(11,1)%	(13.592)	(6,6)%	42,7%
Lucro Antes das Participações	31.134	36,2%	(70.011)	(33,8)%	(324,9)%
Participação dos Minoritários	(786)	(0,9)%	(350)	(0,2)%	(55,5)%
Lucro (Prejuízo) líquido do exercício	30.348	35,3%	(70.361)	(34,0)%	(331,8)%

Receita de Aluguel e Serviços

Nossa receita de aluguel e serviços apresentou um aumento de 138,3%, passando de R\$93,4 milhões em 2006 para R\$222,7 milhões em 2007. Esse aumento das nossas receitas brutas decorreu, principalmente:

- contabilização de receitas de aluguel referente à aquisição de diversas participações durante o ano de 2007, conforme a seguir: (i) 38,7% do Goiânia Shopping em janeiro; (ii) 100,0% do Shopping Estação em fevereiro; (iii) 10,0% do Shopping Pantanal em março; (iv) 0,7% do Shopping ABC em abril; (v) 8,5% do Shopping Piracicaba em abril; (vi) 12,5% do Shopping Iguatemi Belém em abril; (vii) 10,9% do Amazonas Shopping em abril; (viii) 16,6% do Shopping Iguatemi Maceió em abril; (ix) 100,0% do Shopping Tamboré em maio; (x) 35,9% do Natal Shopping em maio; (xi) 20,0% do Shopping Curitiba em maio; (xii) 35,0% do Top Shopping em junho; (xiii) 0,9% do Minas Shopping em julho; (xiv) 13,0% do Big Shopping em julho; (xv) 100,0% do Niterói Plaza em julho; (xvi) 82,4% do Fashion Mall em julho; (xvii) 82,5% do Ilha Plaza em julho; (xiii) 100,0% do Rio Plaza em julho; (xix) 2,4% do Esplanada Shopping em Agosto; e (xx) 10,0% do Shopping Mueller Joinville em outubro. Essas aquisições adicionaram 209,8 mil m² ao nosso ABL próprio; e
- contabilização de receitas referentes à aquisição de frações adicionais, durante o ano de 2007: (i) 6,9% do Goiânia Shopping em abril; (ii) 17,6% do Shopping Iguatemi Maceió em maio; (iii) 6,1% do Amazonas Shoppings em maio; (iv) 3,0% do Shopping Piracicaba em maio; (v) 15,0% do Shopping Curitiba em junho; (vi) 12,9% do Shopping Villa-Lobos em agosto; (vii) 17,5% do Ilha Plaza em setembro; (vii) 10,0% do Fashion Mall em outubro; (vii) 4,0% do Goiânia Shopping; (viii) 7,6% do Fashion Mall em novembro; (ix) 1,0% do Esplanada Shopping em novembro; e 1,1% do Iguatemi Belém em dezembro. Essas aquisições adicionaram 24,9 mil m² ao nosso ABL próprio.

Impostos, Contribuições e Outros

Os impostos e contribuições aumentaram R\$8,1 milhões ou 108,2%, passando de R\$7,5 milhões em 2006 (representando 8,7% da nossa receita de aluguéis e serviços) para R\$15,6 milhões em 2007 (representando 7,5% da nossa receita de aluguéis e serviços). Esta variação decorreu principalmente do aumento significativo que obtivemos na receita tributável no mesmo período.

Receita Líquida de Aluguéis e Serviços

Pelas razões explicadas acima, a receita líquida de aluguéis e serviços apresentou um aumento de 140,9%, passando de R\$86,0 milhões em 2006 para R\$207,0 milhões em 2007.

Custo de Aluguéis e Serviços

O custo dos aluguéis e serviços aumentou R\$28,8 milhões ou 147,0%, passando de R\$19,6 milhões em 2006 para R\$48,4 milhões em 2007. Os custos aumentaram principalmente devido aos custos adicionais relacionados às aquisições de participações em *Shopping Centers* realizadas durante o ano de 2007, dos quais R\$13,0 milhões são referentes a Depreciação e Amortização.

Lucro Bruto de Aluguéis e Serviços

Como resultado do exposto acima, o lucro bruto de aluguéis e serviços apresentou um aumento de 139,1%, passando de R\$66,3 milhões em 2006 (77,2% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$158,6 milhões em 2007 (76,6% da receita líquida).

Despesas (Receitas) Operacionais

Despesas Comerciais. As nossas despesas comerciais aumentaram em aproximadamente R\$1,7 milhões ou 94,3%, passando de R\$1,8 milhões (representando 2,2% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$3,5 milhão (representando 1,7% da receita líquida de aluguéis e serviços) no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2007, em comparação com o mesmo período de 2006.

Despesas Administrativas. As nossas despesas administrativas aumentaram 293,0%, passando de R\$11,1 milhões em 2006 (representando 13,0% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$43,8 milhões em 2007 (representando 21,2% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Resultado Financeiro Líquido

O resultado financeiro líquido passou de R\$2,1 milhões negativos em 2006, para R\$103,8 milhões negativos em 2007. Os principais impactos no resultado foram:

Receitas Financeiras: Representam as receitas sobre aplicações financeiras, assim como ganhos por variação cambial sobre passivos em moeda estrangeira. Ainda, considera a receita com a emissão das debênture de participação no Shopping Araguaia.

Despesas Financeira:, Representam substancialmente os juros, encargos, variações monetárias, as perdas por variação cambial sobre passivos em moeda nacional e estrangeira e despesas de comissão oriundas da distribuição das ações na oferta pública realizada em maio de 2007.

Lucro Operacional Líquido

Como resultado do exposto acima, o lucro operacional líquido apresentou uma redução de 236,6%, passando de R\$41,3 milhões em 2006 (48,1% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$56,4 milhões negativos em 2007 (-27,3% da receita líquida de aluguéis e serviços).

IR e CSLL

As despesas IR e CSLL aumentaram de R\$9,5 milhões em 2006 (11,1% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$13,6 milhões em 2007 (6,6% da receita líquida de aluguéis e serviços), que corresponde a uma redução de R\$4,0 milhões ou 42,7%.

Participação dos Minoritários

A participação dos minoritários apresentou uma redução de 55,5%, passando de R\$0,7 milhão negativo em 2006 (0,9% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$0,4 milhão negativo em 2007 (0,2% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Lucro Líquido do Exercício

Em virtude do explicado acima, nosso lucro (prejuízo) líquido no exercício diminuiu 331,8%, passando de R\$30,3 milhões positivo em 2006 (35,3% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$70,4 negativo milhões 2007 (-34,0% da receita líquida de aluguéis e serviços).

EBITDA

Pelas razões apresentadas acima, o EBITDA passou de R\$53,7 milhões em 2006 (representando 62,5% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R\$127,6 milhões em 2007 (representando 61,6% da receita líquida de aluguéis e serviços), representando um aumento de 137,6% em relação a 2006. O EBITDA não é medida de performance financeira calculada de acordo o BR GAAP ou o US GAAP, e não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido como indicador de performance operacional, alternativa ao fluxo de caixa operacional ou indicador de liquidez. Ver “Definições” na página [•] deste Prospecto.

Análise das Principais Variações nas Contas Patrimoniais, em Base Histórica, em 31 de dezembro 2008 e 31 de março de 2009

	Em 31 de dezembro de		Em 31 de março de (não auditado)		
Informações Sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados	2008	AV (%)	2009	AV (%)	Variação 2008/2009 (%)
	(valores em milhares de reais)				
Ativo					
Circulante					
Disponibilidades	3.388	0,1%	4.562	0,1%	34,7%
Títulos e valores mobiliários	755.094	22,1%	673.869	19,0%	(10,8)%
Contas a receber	63.883	1,9%	53.178	1,5%	(16,8)%
Impostos a recuperar	30.598	0,9%	31.869	0,9%	4,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.630	0,1%	3.753	0,1%	3,4%
Diferencial de swap a receber	2.241	0,1%	10.357	0,3%	362,2%
Adiantamentos a condomínios	5.773	0,2%	6.076	0,2%	5,3%
Outros valores a receber	20.629	0,6%	23.905	0,7%	15,9%
Despesas antecipadas	7.946	0,2%	8.227	0,2%	3,5%
Total do circulante	893.182	26,2%	815.796	23,0%	(8,7)%
Não circulante					
Títulos e valores mobiliários	14.696	0,4%	66.489	1,9%	352,4%
Contas a receber	15.386	0,5%	18.969	0,5%	23,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	10.303	0,3%	12.318	0,4%	19,6%
Ativo fiscal diferido	65.434	1,9%	63.303	1,8%	(3,3)%
Diferencial de swap a receber	42.469	1,2%	43.056	1,2%	1,4%
Depósitos e cauções	10.843	0,3%	10.887	0,3%	0,4%
Outros valores a receber	4.361	0,1%	2.661	0,1%	(39,0)%
Total do realizável não circulante	163.492	4,8%	217.683	6,1%	33,1%
Permanente					
Investimentos avaliados ao custo	2.825	0,1%	2.825	0,1%	0,0%
Imobilizado	1.817.006	53,2%	1.858.810	52,4%	2,3%
Diferido	8.173	0,2%	7.523	0,2%	(8,0)%
Intangível	528.671	15,5%	648.209	18,3%	22,6%
Total do permanente	2.356.675	69,0%	2.517.367	70,9%	6,8%
Total do ativo	3.413.349	100,0%	3.550.846	100,0%	4,0%
Passivo e patrimônio líquido					
Circulante					
Empréstimos e financiamentos	76.762	2,3%	92.080	2,6%	20,0%
Debêntures	13.948	0,4%	17.852	0,5%	28,0%
Fornecedores	10.435	0,3%	9.304	0,3%	(10,8)%
Impostos e contribuições a recolher	37.168	1,1%	38.338	1,1%	3,2%
Impostos e contribuições - parcelamentos	4.988	0,2%	4.760	0,1%	(4,6)%
Salários e encargos sociais	11.906	0,4%	8.687	0,2%	(27,0)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	18.168	0,5%	67.580	1,9%	272,0%
Diferencial de swap a pagar	1.208	0,0%	1.984	0,1%	64,2%
Adiantamento de clientes	2.281	0,1%	5.404	0,2%	136,9%
Outros valores a pagar	310	0,0%	1.212	0,0%	291,0%
Total do circulante	177.174	5,2%	247.201	7,0%	39,5%
Não circulante					
Empréstimos e financiamentos	1.029.290	30,2%	1.019.679	28,7%	(0,9)%
Debêntures	342.215	10,0%	345.935	9,7%	1,1%
Fornecedores	8.031	0,2%	8.267	0,2%	2,9%
Impostos e contribuições - parcelamentos	14.304	0,4%	13.766	0,4%	(3,8)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	9.273	0,3%	57.627	1,6%	521,5%
Provisão para contingências	23.193	0,7%	26.995	0,8%	16,4%
Provisão para imposto de renda e contribuição social	17.736	0,5%	10.346	0,3%	(41,7)%
Diferencial de swap a pagar	6.620	0,2%	4.757	0,1%	(28,1)%
Total do não circulante	1.450.662	42,5%	1.487.372	41,9%	2,5%
Receitas diferidas	4.918	0,14%	7.152	0,2%	45,4%
Participação dos minoritários	36.744	1,1%	39.471	1,1%	7,4%
Patrimônio líquido					
Capital social	1.846.253	54,1%	1.847.931	52,0%	0,1%
Reserva de capital	6.508	0,2%	7.499	0,2%	15,2%

Ações em tesouraria	(5.390)	(0,2)%	(19.204)	(0,5)%	256,3%
Lucros (Prejuízos) acumulados	(103.520)	(3,0)%	(66.576)	(1,9)%	(35,7)%
Total do patrimônio líquido	1.743.851	51,1%	1.769.650	49,8%	1,5%
Total do passivo e patrimônio líquido	3.413.349	100,0%	3.550.846	100,0%	4,0%

Ativo

O ativo circulante apresentou uma queda de 8,7% em 31 de março de 2009 comparado a 31 de dezembro de 2008. A participação do ativo circulante no ativo total foi de 23,0% em 31 de março de 2009, e de 26,2% em 31 de dezembro de 2008.

As disponibilidades e títulos e valores mobiliários diminuíram em R\$80,1 milhões em 31 de março de 2009 comparado a 31 de dezembro de 2008 devido principalmente a compra do Campinas Shopping em 05 de março de 2009. Além do valor desembolsado referente a primeira parcela da aquisição, fizemos uma aplicação com carência superior a um ano como garantia aos vendedores do empreendimento. Desta forma, reduzimos o montante de aplicações financeiras no ativo circulante, transferindo o valor para o ativo não circulante. Além disso, continuamos a executar o programa de recompra de ações da Companhia, reduzindo, assim, as disponibilidades.

Houve uma redução de R\$10,7 milhões ou 16,8% no contas a receber de clientes em função do recebimento do aluguel dobrado de dezembro no mês de janeiro. Houve um aumento de 4,2% nos impostos a recuperar devido ao levantamento de créditos de PIS e COFINS e demais tributos a serem utilizados futuramente por nós. Também houve um aumento de aproximadamente 5,3% de adiantamento a condomínio e um aumento de R\$8,1 milhões ou 362,2% diferencial de swap a receber decorrente da elevação do câmbio e queda da taxa de juros futura no período findo em 31 de março de 2009.

Não Circulante

O ativo não circulante apresentou um aumento de 33,2% em 31 de março de 2009, comparado a 31 de dezembro de 2008, principalmente por um aumento em títulos e valores mobiliários de R\$51,8 milhões ou 352,4% em virtude da aplicação com carência superior a um ano que fizemos como garantia aos vendedores do Campinas Shopping. A participação do não circulante no ativo total foi de 4,8% em 31 de dezembro de 2008 e de 6,1% em 31 de março de 2009.

Permanente

O ativo permanente aumentou R\$160,7 milhões ou 6,8% em 31 de março de 2009 comparando com 31 de dezembro de 2008. A participação do ativo permanente no ativo total aumentou de 69,0% para 70,9% em 31 de março de 2009. As variações ocorridas em 31 de março de 2009, comparado a 31 de dezembro de 2008, são explicadas substancialmente pela aquisição do Campinas Shopping concluída no período.

Passivo

Circulante

A variação do passivo circulante apresentou um acréscimo de R\$70,0 milhões ou 39,5% em sua totalidade quando comparados os números de 31 de março de 2009 com os de 31 de dezembro de 2008, observado que as principais variações foram:

- aumento de R\$19,2 milhões em empréstimos e financiamentos e debêntures; e
- aumento de R\$49,4 milhões em obrigações a pagar por aquisições de *Shopping Centers*, referente à aquisição do Campinas Shopping ocorrida em 05 de março de 2009. O valor total da aquisição foi dividido em três parcelas, sendo que as duas parcelas restantes serão pagas em março de 2010 e 2011, respectivamente. A parcela que será paga em março de 2010, isto é, dentro dos próximos 12 meses, foi contabilizada no passivo circulante.

Não Circulante

O total do passivo não circulante aumentou R\$36,7 milhões ou 2,5% em 31 de março de 2009 quando comparado a 31 de dezembro de 2008, observado que as principais variações foram:

- aumento de R\$3,7 milhões em debêntures devido a atualização monetária pelo IPCA, cujo pagamento ocorrerá somente quando iniciarmos a amortização do principal;
- aumento de R\$48,4 milhões em obrigações a pagar por aquisições de *Shopping Centers*, referente à aquisição do Campinas Shopping ocorrida em 05 de março de 2009. O valor total da aquisição foi dividido em três parcelas, sendo que as duas parcelas restantes serão pagas em março de 2010 e 2011, respectivamente. A parcela que será paga em março de 2011, isto é, após os próximos 12 meses, foi contabilizada no passivo não circulante; e
- queda de R\$7,4 milhões ou 41,7% em provisão para imposto de renda e contribuição social.

O não circulante representou 42,5% do passivo total em 31 de dezembro de 2008 e 41,9% em 31 de março de 2009.

Patrimônio Líquido e Acervo Líquido de Sociedades a Serem Incorporadas

O nosso patrimônio líquido passou de R\$1.743,9 milhões em 31 de dezembro de 2008 para R\$1.769,7 milhões em 31 de março de 2009. Os prejuízos acumulados passaram de R\$103,5 milhões em 31 de dezembro de 2008 para R\$66,6 milhões em 31 de março de 2009. Tivemos um aumento de 256,3% no montante de ações em tesouraria, cujo saldo atingiu R\$19,2 milhões em 31 de março de 2009 devido ao programa de recompra de ações realizado pela Companhia.

Análise das Principais Variações nas Nossas Contas Patrimoniais, em Base Histórica, em 31 de dezembro de 2006, 2007 e 2008

	Em 31 de dezembro de						Variação	Variação
Informações Sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados	2006		2007		2008		2006/2007	2007/2008
	Pro-Forma	AV (%)		AV (%)		AV (%)	(%)	(%)
	(valores em milhares de reais)							
Ativo								
Circulante								
Disponibilidades	6.576	1,0%	17.050	0,6%	3.388	0,1%	159,3%	(80,1)%
Títulos e valores mobiliários	105.640	15,5%	548.986	19,7%	755.094	22,1%	419,7%	37,5%
Contas a receber	17.532	2,6%	58.311	2,1%	63.883	1,9%	232,6%	9,6%
Impostos a recuperar	3.761	0,6%	11.937	0,4%	30.598	0,9%	217,4%	156,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	9.430	1,4%	6.742	0,2%	3.630	0,1%	(28,5)%	(46,2)%
Diferencial de swap a receber	-	-	-	-	2.241	0,1%	-	-
Adiantamentos a condomínios	2.977	0,4%	6.885	0,2%	5.773	0,2%	131,3%	(16,2)%
Outros valores a receber	4.044	0,6%	17.177	0,6%	20.629	0,6%	324,8%	20,1%
Despesas antecipadas	-	-	-	-	7.946	0,2%	-	-
Total do circulante	149.960	22,0%	667.088	23,9%	893.182	26,2%	344,8%	33,9%
Não circulante								
Títulos e valores mobiliários	-	-	16.119	0,6%	14.696	0,4%	-	(8,8)%
Contas a receber	2.130	0,3%	2.655	0,1%	15.386	0,5%	24,6%	479,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-	-	-	-	10.303	0,3%	-	-
Ativo fiscal diferido	35.072	5,1%	73.997	2,7%	65.434	1,9%	111,0%	(11,6)%
Diferencial de swap a receber	-	-	-	-	42.469	1,2%	-	-
Depósitos e cauções	1.353	0,2%	6.729	0,2%	10.843	0,3%	397,3%	61,1%
Outros valores a receber	2.008	0,3%	-	-	4.361	0,1%	-	-
Total do não circulante	40.563	6,0%	99.500	3,6%	163.492	4,8%	145,3%	64,3%
Permanente								
Investimentos avaliados ao custo	2.341	0,3%	2.479	0,1%	2.825	0,1%	5,9%	14,0%
Imobilizado	166.036	24,4%	1.481.955	53,1%	1.817.006	53,2%	792,6%	22,6%
Diferido	472	0,1%	8.240	0,3%	8.173	0,2%	1.645,8%	(0,8)%
Intangível	321.878	47,2%	531.538	19,0%	528.671	15,5%	65,1%	(0,5)%
Total do permanente	490.727	72,0%	2.024.212	72,5%	2.356.675	69,0%	312,5%	16,4%
Total do ativo	681.250	100,0%	2.790.800	100,0%	3.413.349	100,0%	309,7%	22,3%
Passivo								
Circulante								
Empréstimos e financiamentos	25.188	3,7%	42.790	1,5%	76.762	2,3%	69,9%	79,4%
Debêntures	-	-	17.063	0,6%	13.948	0,4%	-	(18,3)%
Fornecedores	2.699	0,4%	25.451	0,9%	10.435	0,3%	843,0%	(59,0)%
Impostos e contribuições a recolher	45.722	6,7%	33.530	1,2%	37.168	1,1%	(26,7)%	10,8%
Impostos e contribuições - parcelamentos	861	0,1%	4.559	0,2%	4.988	0,2%	429,5%	9,4%
Salários e encargos sociais	302	0,0%	15.346	0,5%	11.906	0,4%	4.981,5%	(22,4)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	8.216	1,2%	19.758	0,7%	18.168	0,5%	140,5%	(8,0)%
Diferencial de swap a pagar	-	-	-	-	1.208	0,0%	-	-
Adiantamento de clientes	-	-	-	-	2.281	0,1%	-	-
Outros valores a pagar	3.447	0,5%	5.654	0,2%	310	0,0%	64,0%	(94,5)%
Total do circulante	86.435	12,7%	164.151	5,9%	177.174	5,2%	89,9%	7,9%
Não circulante								
Empréstimos e financiamentos	39.342	5,8%	455.394	16,3%	1.029.290	30,2%	1.057,5%	126,2%
Debêntures	-	-	320.000	11,5%	342.215	10,0%	-	6,9%
Fornecedores	-	-	-	-	8.031	0,2%	-	-
Impostos e contribuições - parcelamentos	2.153	0,3%	18.942	0,7%	14.304	0,4%	779,8%	(24,5)%
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping Centers	21.716	3,2%	23.811	0,9%	9.273	0,3%	9,6%	(61,1)%
Provisão para contingências	7.676	1,1%	22.178	0,8%	23.193	0,7%	188,9%	4,6%
Provisão para imposto de renda e contribuição social	-	-	-	-	17.736	0,5%	-	-
Diferencial de swap a pagar	-	-	-	-	6.620	0,2%	-	-
Outros valores a pagar	6.144	0,9%	7.507	0,3%	-	-	22,2%	-
Total do não circulante	77.031	11,3%	847.832	29,5%	1.450.662	42,5%	1000,6%	71,1%
Receitas diferidas	-	-	-	-	4.918	0,14%	-	-
Participação dos minoritários	406	0,1%	9.425	0,3%	36.744	1,1%	2.221,4%	289,9%
Patrimônio líquido								
Capital social	516.918	75,9%	1.839.293	65,9%	1.846.253	54,1%	255,8%	0,4%

Informações Sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados	Em 31 de dezembro de						Variação 2006/2007 (%)	Variação 2007/2008 (%)
	2006 Pro-Forma	AV (%)	2007	AV (%)	2008	AV (%)		
Reserva de capital	126	0,0%	126	0,0%	6.508	0,2%	0,0%	5.065,1%
Ações em tesouraria	-	-	-	-	(5.390)	(0,2)%	-	-
Lucros (Prejuízos) acumulados					(103.520)	(3,0)%	(21.066,2)%	
Total do patrimônio líquido	517.378	75,9%	1.769.392	63,4%	1.743.851	51,1%	242,0%	(1,4)%
Total do passivo e patrimônio líquido	681.250	100,0%	2.790.800	100,0%	3.413.349	100,0%	309,7%	22,3%

Ativo

Circulante

O ativo circulante apresentou aumento de 344,8% em 31 de dezembro de 2007, quando comparado a 31 de dezembro de 2006, e aumento de 33,9% em 31 de dezembro de 2008, quando comparado a 31 de dezembro de 2007. A participação do ativo circulante no ativo total foi de 22,0% em 2006 e 23,9% em 2007, aumentando para 26,2% em 2008. O crescimento do ativo circulante em 31 de dezembro de 2008 se comparado com 31 de dezembro de 2007 e 2006, deveu-se, principalmente, ao aumento dos títulos e valores mobiliários em função da captação de R\$470,0 milhões com o Itaú BBA, ocorrida em março de 2008. Adicionalmente, houve um aumento significativo de contas a receber em função do aumento nos aluguéis e taxas de cessão em virtude das aquisições de *Shopping Centers* realizadas no período. Ainda, ocorreu um aumento de impostos a recuperar em função de um maior montante de imposto de renda retido na fonte decorrente da receita financeira dos títulos e valores mobiliários.

Não Circulante

O não circulante apresentou aumento de R\$58,9 milhões ou 145,3% em 31 de dezembro de 2007, comparado a 31 de dezembro de 2006, e um aumento de R\$ 64,0 milhões ou 64,3% em 31 de dezembro de 2008, comparado a em 31 de dezembro de 2007. A participação do não circulante é de 6,0% em 31 de dezembro de 2006, de 3,6% em 31 de dezembro de 2007, passando a 4,8% em 31 de dezembro de 2008. As variações principais ocorridas no não circulante em 31 de dezembro de 2008, comparado a 31 de dezembro de 2007 são explicadas pelo aumento de contas a receber em função do aumento nos aluguéis e taxas de cessão em virtude das aquisições de *Shopping Centers* realizadas no período e pelo diferencial de swap a receber, cujo saldo era de R\$42,5 milhões em 31 de dezembro de 2008, em função dos contratos de swap realizados na interinação dos recursos dos títulos de crédito perpétuos emitidos em dólares americanos.

Permanente

O ativo permanente apresentou aumento de 312,5% em 31 de dezembro de 2007, quando comparado a 31 de dezembro de 2006, e aumento de 16,4% em 31 de dezembro de 2008, quando comparado a 31 de dezembro de 2007. A participação do ativo permanente no ativo total foi de 72,0% em 2006 e 72,5% em 2007, diminuindo para 69,0% em 2008. As variações ocorridas em 31 de dezembro de 2008, comparado a 31 de dezembro de 2006 são explicadas, principalmente, pelo aumento do ágio de R\$206,8 milhões e incremento significativo do imobilizado de R\$1.651,0 milhões, resultante das aquisições realizadas no período e desenvolvimento e expansão de *Shopping Centers*.

Passivo

Circulante

Em 31 de dezembro de 2007, o passivo circulante era de R\$164,2 milhões, apresentando um aumento de 89,9% em relação a 31 de dezembro de 2006 (R\$77,7 milhões), em razão do aumento do volume de financiamentos de curto prazo, principalmente devido às emissões de cédulas de créditos bancários com Itaú BBA e Unibanco ocorridas em fevereiro de 2007 (R\$70,0 milhões cada), e contas a pagar a fornecedores.

Em 31 de dezembro de 2008, o passivo circulante era de R\$177,2 milhões, apresentando um acréscimo de 7,9% em relação a 31 de dezembro de 2007. Esta variação foi ocasionada pelo aumento dos empréstimos e financiamentos em função da captação de R\$470,0 milhões com o Itaú BBA ocorrida em março de 2008.

Não Circulante

Em 31 de dezembro de 2007, o não circulante era de R\$847,8 milhões, apresentando um elevado incremento de R\$770,8 milhões ou 1000,6% em relação a 31 de dezembro de 2006 (R\$77,0 milhões), em decorrência principalmente do aumento do endividamento de longo prazo ocorrido neste período. Em 2007, emitimos debêntures e títulos de crédito perpétuos nos mercados de capitais nacional e internacional, além de termos emitidos cédulas de crédito bancários com Itaú BBA e Unibanco, respectivamente (R\$70,0 milhões cada).

Em 31 de dezembro de 2008, o não circulante era de R\$1.450,7 milhões, apresentando um aumento de 71,1% em relação a 31 de dezembro de 2007. Esta variação foi ocasionada pelo aumento dos empréstimos e financiamento de longo prazo em decorrência da captação de R\$470,0 milhões com o Itaú BBA e apropriação de juros e variação monetária nas dívidas correntes. Ainda, em função da depreciação do Real frente ao Dólar ocorrida durante o ano de 2008, houve um aumento da despesa cambial com os títulos de crédito perpétuos emitidos em dólares.

Patrimônio Líquido e Acervo Líquido de Sociedades a Serem Incorporadas

Nosso patrimônio líquido passou de R\$517,4 milhões em 31 de dezembro de 2006 para R\$1.769,4 milhões em 31 de dezembro de 2007 e R\$1.743,9 milhões em 31 de dezembro de 2008, sendo que a variação ocorrida entre 31 de dezembro de 2007 e 31 de dezembro de 2006 decorreu, principalmente, do aumento de capital em função das emissões de ações ocorridas em 2007. Entre 31 de dezembro de 2008 e 31 de dezembro de 2007, a redução se deveu ao aumento de R\$33,5 milhões nos prejuízos acumulados.

Endividamento

Em 31 de março de 2009, nosso endividamento de curto e longo prazo totalizou, respectivamente, R\$109.932 milhões e R\$1.365,6 milhões, comparados a R\$90,7 mil/hões e R\$1.371,5 milhões, respectivamente, em 31 de dezembro de 2008. O aumento na dívida circulante se deveu aos juros apropriados e não pagos durante o período de comparação, enquanto a queda na dívida não circulante se deveu a apreciação do real frente ao dólar americano dentro do mesmo período, o que reduziu o montante referente a parcela do principal dos títulos de crédito perpétuos emitido pela companhia em dólares americanos e que é apurado em reais.

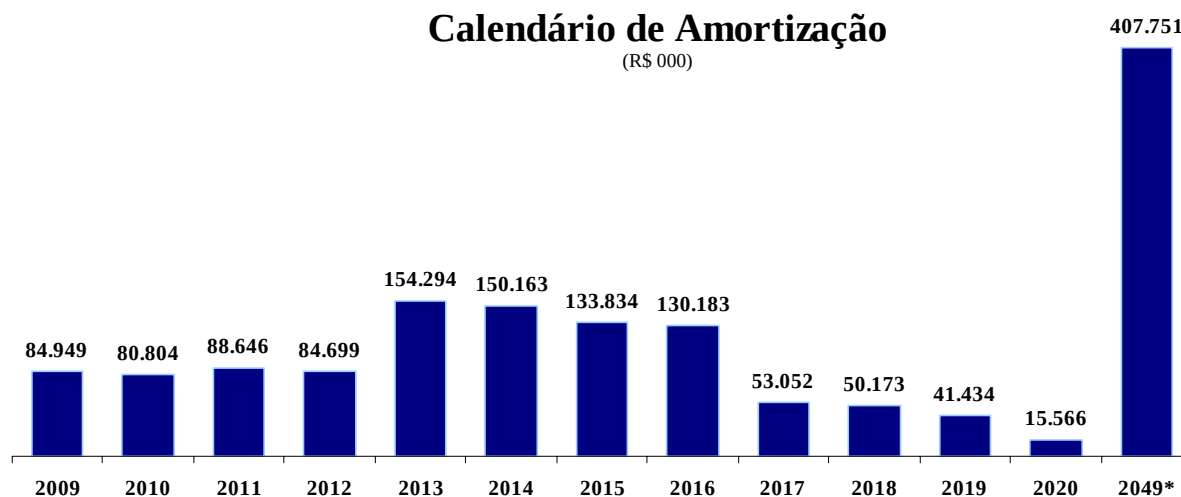
As disponibilidades em 31 de março de 2009 refletem os recursos líquidos obtidos a partir da nossa atividade de aluguel e prestação de serviços, captação de recursos no mercado financeiro, no mercado de capitais nacional com emissões de debêntures e ações e no mercado de capitais internacional com uma emissão de títulos de crédito perpétuos. Em 31 de março de 2009, as disponibilidades e aplicações financeiras totalizaram R\$730,2 milhões.

As tabelas abaixo fornecem mais informações sobre nosso endividamento e as disponibilidades em 31 de março de 2009:

Instituição Financeira	Valor (R\$ mil)	(%)	Vencimento	Indexação	Principal (R\$ mil)	Taxas
Debêntures - Série 1	51.241	3,47%	Julho de 2014	CDI	50.000	CDI + 0,50% a.a.
Debêntures - Série 2	312.546	21,18%	Julho de 2016	IPCA	270.000	IPCA + 7,90% a.a.
BNB	2.448	0,17%	Fevereiro de 2011	Nominal	3.770	10,00% a.a.
Unibanco - CCB	83.694	5,67%	Fevereiro de 2019	IGP-M	70.000	IGP-M + 9,70% a.a.
Itaú BBA - CCB	86.803	5,88%	Fevereiro de 2019	IGP-M	70.000	IGP-M + 9,75% a.a.
Itaú BBA - CRI	523.805	35,50%	Março de 2020	TR	470.000	TR + 10,15% a.a.
BNDES	1.516	0,10%	Março de 2010	TJLP	6.843	TJLP + 3,50% a.a.
Títulos de Crédito Perpétuos	413.493	28,03%		US\$	175.000 (US\$ mil)	US\$ + 9,75% a.a.
Total	1.475.546	100,0%				

Endividamento	Em 31 de Dezembro de 2008 (R\$ mil)	Em 31 de Março de 2009 (R\$ mil)	Aumento (R\$ mil)	Variação 2008/2009 (%)
Circulante	90.710	109.932	19.222	21,19%
Não Circulante	1.371.505	1.365.614	(5.891)	(0,43)%
Total	1.462.215	1.475.546	13.331	0,91%
Caixa e Disponibilidades	758.482	730.224	(28.618)	(3,87)%
Dívida Líquida	703.733	745.322	41.588	5,91%
Dívida Líquida / EBITDA	2,90x	2,99x	0,9x	3,1%

Segue abaixo gráfico contendo dados sobre o calendário de amortização das dívidas existentes da Companhia em 31 de março de 2009:



* inclui a amortização da parcela de principal dos títulos de crédito perpétuos.

Eventos Subseqüentes

Em reunião do Comitê do Plano de Opção realizada em 14 de abril de 2009, foi aprovada, nos termos do Plano de Opção de Compra, a abertura do quarto programa de opção de compra das ações ordinárias de emissão da Companhia, o qual prevê um volume global de 2.729.659 ações ordinárias, que serão exercidas pelo preço de R\$11,43 por ação, acrescido do índice de correção do referido plano. Adicionalmente, determinou-se que os participantes do segundo e terceiro programas que aderirem, até 31 de julho de 2009, ao quarto programa de opção de compra das ações ordinárias de emissão da Companhia, por meio da assinatura dos respectivos Contratos de Outorga de Opção de Compra de Ações, concordarão automaticamente com a revogação dos segundo e terceiro programas, conforme o caso, inclusive do correspondente Contrato de Outorga de Opção de Compra de Ações, tornando os mesmos sem efeitos. Desta forma, mesmo as ações remanescentes dos lotes anuais já incorporados e exercidos parcialmente não poderão ser subscritas ou adquiridas na forma prevista nos segundo e terceiro programas.

Em 28 de abril de 2009, foi inaugurada a expansão do Shopping Iguatemi Caxias do Sul, que adicionou 17.229 m² de ABL ao shopping, mais que dobrando os 13.095 m² do Shopping original.

Adicionalmente, em 1º de abril os acionistas EI Brazil Investments, LLC, Private Equity Partners A, LLC e Private Equity Partners B, LLC, venderam 5.500.000 ações de emissão da companhia, em leilão organizado na BM&FBOVESPA. Os recursos desta venda foram utilizados para liquidar a totalidade da dívida contraída para financiar a aquisição original das empresas Ecisa Engenharia e Ecisa Participações, ambas controladas pela BR Malls Participações S.A. A Equity International e o Grupo GP venderam, cada uma, aproximadamente 10% de suas respectivas participações e, após as referidas transações, passaram a deter, respectivamente, 17,64% e 14,45% do capital social da Companhia.

Contratos Financeiros

Somos partes em diversos contratos financeiros, sendo os mais relevantes descritos abaixo:

Contrato de Abertura de Crédito com o BNB

Em 21 de fevereiro de 2006, celebramos com o BNB contrato de abertura de crédito no valor total de R\$11,7 milhões para a expansão do Shopping Recife. Deste montante, nossa participação é de 32,4%. O vencimento desta dívida está prevista para 21 de março de 2011. O valor do principal era acrescido inicialmente de taxa de juros de 14% ao ano, sendo que hoje está ao nível de 10,0%, pois o BNB nos dá um bônus na taxa de acordo com o histórico de adimplência. Esta taxa de 10,0% é calculada mensalmente e exigível no dia 21 de cada mês. O saldo devedor do contrato firmado com o BNB somava R\$2,4 milhões em 31 de março de 2009.

De forma a garantirmos o nosso crédito, prestamos as seguintes garantias: (i) fiança bancária em favor do BNB emitida pelo Bradesco, no valor de R\$11,7 milhões; e (ii) fiança dos Srs. João Carlos Paes Mendonça, Reginaldo Paes Mendonça, José Eduardo Mendonça, Waldemar Coelho da Costa Filho, Ione Brito da Costa e respectivos cônjuges, Gap Empreendimentos Ltda., Map Empreendimentos Ltda. e Dyl.

O Contrato prevê que são hipóteses de vencimento antecipado, dentre outras usuais em financiamentos desta natureza, as seguintes: (i) a substituição de qualquer membro de sua administração por outro que, a critério do banco, não seja recomendável para o cargo; (ii) a suspensão de suas atividades por mais de 30 dias; e/ou (iii) não cobertura imediata de excesso sobre limite de crédito aberto.

Cédulas de Crédito Bancário com Itaú BBA

Em 15 de fevereiro de 2007, a Nattca emitiu duas cédulas de crédito bancário para aquisição de imóveis, no valor total de R\$70,0 milhões, cujo credor é o Itaú BBA, incidindo sobre tal valor a variação do IGP-M e acrescido de juros de 9,7489% ao ano. Estas cédulas deverão ser pagas em 132 parcelas, mensais e sucessivas, após o período de carência de um ano, sendo a primeira em 17 de março de 2008 e a última em 15 de fevereiro de 2019. O saldo devedor em 31 de março de 2009 somava R\$86,8 milhões.

Uma das cédulas, no valor de principal de R\$60,0 milhões, é garantida: (i) pela alienação fiduciária de 100% dos imóveis a serem adquiridos em virtude destas cédulas; (ii) pela alienação fiduciária das ações representativas do capital social da NATTCA, que são de titularidade da ECISA Engenharia e da ECISA Participações; (iii) pela cessão fiduciária a) de direitos creditórios detidos pela NATTCA contra os lojistas do Shopping Estação, compreendendo os valores recebidos a título de aluguéis, cessão de direitos, remunerações por Merchandising e uso do Mall e outros de igual natureza, deduzidas as despesas que forem de responsabilidade da NATTCA na qualidade de proprietária e empreendedora do Shopping Estação; b) dos direitos creditórios detidos pela NATTCA contra o Itaú BBA pelos valores depositados em conta corrente; (iv) pelo endosso do seguro em garantia de danos físicos a estrutura do Shopping Estação e a estrutura do centro de convenções integrado à área do Shopping Estação, tendo como segurada a NATTCA e como beneficiário o Itaú BBA. Além disso, as duas cédulas são garantidas por cartas de fiança solidária emitidas pelas seguintes fiadoras a) BR Malls; b) ECISA Participações; e c) ECISA Engenharia. Cumpridas determinadas exigências, as cartas de fiança acima mencionadas serão devolvidas aos emitentes.

As cédulas de crédito bancário acima foram securitizadas, através da cessão das mesmas e de suas garantias pelo Itaú BBA para a Cibrasec – Companhia Brasileira de Securitização, sendo certo que o certificado de recebível imobiliário emitido foi adquirido pelo Banco Itaú S.A.

Cédula de Crédito Bancário com o Unibanco

Em 14 de fevereiro de 2007, a ECISA Participações e as ECISA Engenharia emitiram duas cédulas de crédito bancário no valor total de R\$70,0 milhões, cujo credor é o Unibanco, incidindo sobre tal valor a variação do IGP-M e acréscido de juros calculadas à taxa de 9,70% ao ano. O principal e os juros deverão ser pagos mensalmente, após o período de carência de um ano, iniciando-se em março de 2008 e com vencimento final em fevereiro de 2019. Os recursos provenientes de tal financiamento foram utilizados para a manutenção do nosso nível de liquidez e para novas aquisições a serem realizadas. O saldo devedor em 31 de março de 2009 somava R\$83,7 milhões.

O financiamento é garantido (i) por hipoteca de primeiro grau das frações ideais que o Grupo BR Malls detém direta ou indiretamente nos imóveis que integram os empreendimentos comerciais atualmente denominados “Shopping Campo Grande” e “Shopping Iguatemi Caxias do Sul”; (ii) pela cessão fiduciária de direitos creditórios detidos por nós, contra os lojistas dos Shopping Centers referidos no item (i), compreendendo os valores recebidos a título de aluguéis, cessão de direitos, remunerações por Merchandising e uso do Mall e outros de igual natureza, deduzidas as despesas que forem de nossa responsabilidade na qualidade de proprietária e empreendedora dos referidos Shopping Centers; e (iii) por conta reserva a ser mantida no Unibanco a partir do 13º mês da data de desembolso, em valor equivalente a três parcelas de principal e juros.

Debêntures Não Conversíveis em Ações

Em 23 de julho de 2007, emitimos no mercado de capitais brasileiro 32.000 debêntures não conversíveis em ações, da espécie quirografária e com garantia fidejussória de nossas controladas ECISA Participações, ECISA Engenharia e Proffito, todas com valor nominal unitário de R\$10.000,00, no valor total de R\$320,0 milhões. A emissão foi realizada em duas séries. A primeira série, composta por 5.000 debêntures, com vencimento em 15 de julho de 2014, será amortizada em quatro parcelas iguais, anuais e sucessivas a partir de 15 de julho de 2011, e remunerada pela variação do CDI acrescido de 0,50% ao ano, com pagamentos semestrais. A segunda série, composta por 27.000 debêntures com vencimento em 15 de julho de 2016, será amortizada em quatro parcelas iguais, anuais e sucessivas a partir de 15 de julho de 2013, e remunerada pela variação do IPCA (a ser paga com o principal) acrescida de 7,90% ao ano, com pagamentos anuais da sobretaxa. As debêntures estão admitidas para negociação no mercado secundário por meio do SND – Sistema Nacional de Debêntures, administrado e operacionalizado pela CETIP, e do Sistema BOVESPAFIX, administrado pela BM&FBOVESPA.

Títulos de Crédito Perpétuos

Em 05 de novembro de 2007, a Companhia emitiu US\$ 175 milhões em títulos de crédito perpétuo (“perpetual bonds”) através de sua subsidiária BRMalls International Finance Ltd e com garantia fidejussória da BRMalls Participações e de nossas controladas ECISA Participações, ECISA Engenharia e Proffito. Os títulos são denominados em dólares americanos e com pagamentos trimestrais de juros à taxa de 9,75% ao ano. A BR Malls Finance tem a opção de recompra dos títulos a partir de 8 de novembro de 2012.

Certificados de Recebíveis Imobiliários com Itaú BBA

Em 22 de fevereiro de 2008, a Companhia celebrou com o Banco Itaú BBA uma operação estruturada de securitização de recebíveis que originou a emissão de certificados de recebíveis imobiliários lastreados e garantidos pelos Shoppings Niterói Plaza, Fashion Mall e Ilha Plaza no montante de R\$470.000 pelo prazo de 12 anos (carência de um ano) ao custo equivalente a TR + 10,15% ao ano.

O financiamento é garantido por: (i) alienação fiduciária dos imóveis Shopping Fashion Mall, Ilha Plaza Shopping e Niterói Plaza Shopping e das ações da Fashion Mall S.A.; (ii) cessão fiduciária dos recebíveis dos shoppings supracitados e (iii) endosso de seguro em garantia de danos físicos à estrutura dos shoppings, colocando a securitizadora como beneficiária na ocorrência de algum evento.

Cédula de Crédito Bancário com o Unibanco

Em 14 de fevereiro de 2009, a Companhia emitiu 2 cédulas de crédito bancário no valor total de R\$ 70,0 milhões, cujo credor é o Unibanco, incidindo sobre tal valor a variação de [•] acrescido de juros calculados à taxa de 13,77% ao ano. O principal e os juros deverão ser pagos em 14 de fevereiro de 2019. Os recursos provenientes de tal financiamento foram utilizados para capital de giro.

O financiamento é garantido por Hipoteca de primeiro grau das frações detidas no *Shopping Center* Piracicaba, Amazonas *Shopping* e *Shopping Center* Iguatemi Caxias e cessão fiduciária dos direitos creditórios detidos contra os lojistas do Norte *Shopping*.

BNDES

Em 05 de março de 2009, a Companhia incorporou a empresa ASB, controladora do Campinas Shopping. A ASB detinha anteriormente uma dívida com o BNDES, remunerada a TJLP + 3,5% a.a., cujo saldo devedor em 31 de março de 2009 era de R\$1,5 milhão.

Liquidez e Recursos de Capital

Origens

As nossas principais fontes de liquidez e recursos financeiros são oriundas das operações geradas pelo recebimento de aluguéis dos Shopping Centers e das receitas de prestação de serviço de administração e comercialização dos Shopping Centers sob nossa administração, quer sejam eles próprios ou de terceiros. Somam-se a este montante as receitas advindas da aplicação do nosso caixa e disponibilidades.

Aplicações

As principais necessidades de liquidez e de recursos financeiros da Companhia são os investimentos em aquisição de participações em *Shopping Centers* existentes, expansões, desenvolvimento de novos empreendimentos, e investimentos para manter e modernizar nossos ativos, além das obrigações de serviço de dívida referentes ao nosso endividamento, impostos pagos aos órgãos federais, estaduais e municipais e pagamentos de dividendos e demais distribuições aos acionistas.

Fluxos de Caixa

Atividades Operacionais

Como resultado, o caixa líquido gerado por atividades operacionais totalizou R\$180,2 milhões no período de três meses findo em 31 de março de 2009. O caixa líquido foi gerado principalmente pelo resultado líquido dos Shopping Centers do nosso portfólio. Este resultado foi afetado pela variação de passivo referente às obrigações a pagar referente à aquisição do Campinas Shopping (efeito contábil, não representou um acréscimo nas disponibilidades da Companhia). Em 2008, alcançamos um fluxo de caixa de atividades operacionais maior que no ano de 2007. O caixa líquido gerado por atividades operacionais totalizou R\$242,7 milhões em 2008.

Atividades de Investimento

O caixa líquido utilizado em aquisições de imobilizado e novos investimentos totalizou aproximadamente R\$172,6 milhões no período de três meses findo em 31 de março de 2009 e R\$423,5 milhões e R\$1.546,0 milhões em 2008 e 2007, respectivamente. No período findo em 31 de março de 2009, o caixa foi utilizado para a aquisição da participação no Campinas Shopping, desenvolvimento e expansões de Shopping Centers e aquisição de títulos e valores mobiliários da Companhia.

Atividades de Financiamento

O valor utilizado em atividades de financiamento no período de três meses findo em 31 de março de 2009 totalizou aproximadamente R\$35,8 milhões. Este valor deve-se a amortização e pagamento de juros das dívidas correntes da Companhia. Para maiores informações, ver item Contratos Financeiros nesta seção. O caixa líquido gerado por atividades de financiamento foi de R\$372,4 milhões e R\$2.016,1 milhões em 2008 e 2007, respectivamente.

Perspectivas Futuras de Investimento

Em 2006, 2007, 2008 e no primeiro trimestre de 2009, realizamos o total de R\$12,0 milhões, R\$9,3 milhões, R\$94,5 milhões e R\$338,0 milhões, respectivamente, em investimentos que consistiam principalmente na expansão e desenvolvimento de *Shopping Centers*, no aumento de nossa participação em *Shopping Centers* de nosso portfólio e na aquisição de *Shopping Centers*.

Desde outubro de 2006, concluímos aquisições de participações em 27 novos *Shopping Centers*, adicionando, aproximadamente, 306 mil m² de ABL próprio à nossa carteira: (i) 30,0% do Shopping Del Rey em 02 de outubro de 2006 (aumento de participação); (ii) 38,7% do Goiânia Shopping em 02 de janeiro de 2007; (iii) 100,0% do Shopping Estação em 05 de fevereiro de 2007; (iv) 10,0% do Pantanal Shopping em 1º de março de 2007; (v) debêntures conversíveis com participação nos lucros da sociedade responsável pela exploração do Araguaia Shopping, em 1º de março de 2007, o que nos assegura, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido deste *Shopping Center* e o direito de indicar seus administradores; (vi) 0,7% do Shopping ABC em 11 de abril de 2007; (vii) 6,9% do Goiânia Shopping em 11 de abril de 2007 (aumento de participação); (viii) 8,5% do Shopping Center Piracicaba, 12,2% do Pátio Belém, 11,1% do Amazonas Shopping Center e 16,6% do Shopping Iguatemi Maceió em 13 de abril de 2007, por meio da aquisição da totalidade do capital social da EPI; (ix) 17,6% do Shopping Iguatemi Maceió em 02 de maio de 2007 (aumento de participação); (x) 6,1% do Amazonas Shopping Center em 14 de maio de 2007 (aumento de participação); (xi) 100,0% do Shopping Tamboré em 18 de maio de 2007; (xii) 3,0% do Shopping Center Piracicaba em 21 de maio de 2007 (aumento de participação); (xiii) 35,9% do Natal Shopping em 22 de maio de 2007; (xiv) 20,0% do Shopping Curitiba em 23 de maio de 2007; (xv) 35,0% do TopShopping em 22 de junho de 2007; (xvi) 15,0% do Shopping Curitiba em 28 de junho de 2007 (aumento de participação); (xvii) 9,1% do Natal Shopping em 29 de junho de 2007 (aumento de participação); (xviii) 1,0% do Minas Shopping em 03 de julho de 2007; (xix) 13,0% do Big Shopping em 03 de julho de 2007; (xx) 100,0% do Niterói Plaza Shopping em 16 de julho de 2007; (xxi) 82,4% do Fashion Mall em 16 de julho de 2007; (xxii) 82,5% do Ilha Plaza em 16 de julho de 2007; (xxiii) 100,0% do Rio Plaza em 16 de julho de 2007; (xxiv) 2,4% do Esplanada Shopping em 03 de agosto de 2007; (xxv) 12,9% do Shopping Villa-Lobos em 09 de agosto de 2007 (aumento de participação); (xxvi) 17,5% do Ilha Plaza em 27 de setembro de 2007 (aumento de participação) e (xxvii) 10,0% do Fashion Mall em 04 de outubro de 2007 (aumento de participação); (xxviii) 10,0% do Shopping Mueller Joinville em 19 de outubro de 2007; (xxix) 4,0% do Goiânia Shopping em 22 de outubro de 2007 (aumento de participação); (xxx) 7,6% do Fashion Mall em 01 de novembro de 2007 (aumento de participação); (xxxi) 1,0% do Esplanada Shopping em 14 de novembro de 2007 (aumento de participação); (xxxii) 1,1% do Pátio Belém em 05 de dezembro de 2007 (aumento de participação), 3,0% do Shopping Metro Tatuapé e 5,0% do Shopping Center São Luis em 05 de dezembro de 2007; (xxxiv) 0,4% do Shopping Mueller Joinville em 22 de janeiro de 2008 (aumento de participação); (xxxv) 35,0% do Osasco Plaza Shopping em 24 de março de 2008; (xxxvi) 10,0% do Shopping Center São Luis em 06 de maio de 2008 (aumento de participação); (xxxvii) 2,1% do Osasco Plaza Shopping em 15 de maio de 2008 (aumento de participação); (xxxviii) 2,5% do Osasco Plaza Shopping em 03 de junho de 2008 (aumento de participação); (xxxix) 1,9% do Shopping Piracicaba em 04 de junho de 2008 (aumento de participação); (xl) 5,0% do Natal Shopping em 13 de junho de 2008 (aumento de participação); (xli) 30,0% do Center Shopping e 30,0% do West Shopping em 01 de julho de 2008; (xlii) 5,7% do Shopping Piracicaba em 23 de julho de 2008; e (xliii) 100,0% do Shopping Campinas em 05 de março de 2009.

Obrigações Pecuniárias Decorrentes de Compromissos Contratuais Relevantes

A tabela abaixo apresenta o vencimento de nossas obrigações pecuniárias decorrentes de compromissos contratuais relevantes, na data base de 31 de março de 2009, relacionadas às aquisições do Shopping Del Rey, parte dos imóveis e benfeitorias relativos ao Goiânia Shopping, Shopping Ilha Plaza, Shopping Pantanal, Big Shopping e Campinas Shopping. Os valores apresentados a seguir também incluem montantes devidos a título de juros calculados sobre o respectivo montante de principal.

	Total	Curto Prazo <i>(em milhares de reais)</i>	Longo Prazo
Obrigações a pagar por aquisições	125.207	67.580	57.627
Total	125.207	67.580	57.627

Operações não Refletidas nas Demonstrações Financeiras

Não temos ajuste ou operação relevantes que não estejam refletidos no balanço patrimonial. Não temos nenhuma participação em ou relacionamentos com nenhuma sociedade de propósito específico que não estejam refletidos no balanço patrimonial.

Informações Qualitativas e Quantitativas sobre Riscos de Mercado

Os riscos dos nossos contratos e direitos sujeitos à variação do mercado são devidos a potenciais flutuações da taxa de câmbio e mudanças nas taxas de juros, conforme descrito abaixo.

Risco de Taxas de Juros

Em 31 de março de 2009, cerca de 71,8% do nosso endividamento total de R\$1.475,5 milhões estava sujeito a taxas de juros variáveis. Nossa dívida em Real está sujeita a variações do IGP-M, IPCA, TR e do CDI. Conseqüentemente, o nosso resultado é afetado pela variação desses índices na medida em que eventual elevação das taxas de juros e inflação resultará em um aumento nos custos e pagamentos do serviço das nossas dívidas.

Risco Cambial

Como em 31 de março de 2009, 28,0% dos nossos financiamentos estavam expressos em Dólares, no caso de uma desvalorização hipotética de 10% do Real frente ao Dólar, tomando como referência nosso endividamento em 31 de março de 2009, nossas despesas cambiais cresceriam em aproximadamente R\$35,0 milhões. Entretanto, por se tratar de uma variação cambial sobre a parcela do principal de um bônus perpétuo, não representa nenhum efeito caixa.

VISÃO GERAL DO SETOR

Indústria Mundial de *Shopping Centers*

Foi nos Estados Unidos, na década de 20, que o *Shopping Center* moderno, que inclui desde pequenos centros comerciais de conveniência até super regionais, teve sua gênese.

À época, pequenos centros comerciais foram construídos nos subúrbios americanos, sendo geralmente ancorados por um supermercado, uma farmácia e complementado por outras lojas de conveniência. Essas primeiras versões de *Shopping Center* eram projetadas na forma de *strip centers*, com as lojas em linha e espaços de estacionamento em frente a elas.

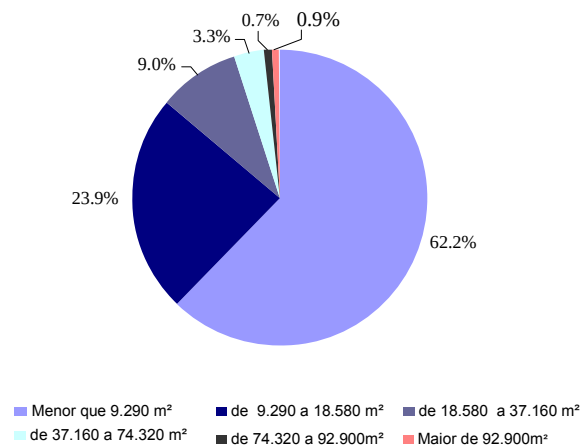
Nos anos 50, foram inaugurados os primeiros *Shopping Centers* ancorados por lojas de departamentos tradicionais e, após o término da segunda guerra mundial, com o desenvolvimento dos subúrbios e o crescimento da população, a demanda por novos centros de conveniência cresceu fortemente.

Mas foi nos anos 80 que a indústria de *Shopping Centers* americana apresentou um período de crescimento sem precedentes. Esse foi também o período de surgimento dos super-regional Centers, *Shopping Centers* com mais de 80.000m² de ABL. Entre 1989 e 1993, em função da crise do sistema de poupança e empréstimos nos Estados Unidos, o desenvolvimento de novos *Shopping Centers* caiu drasticamente até 1993.

O ano de 1993 marcou uma importante mudança na estrutura de propriedade dos *Shopping Centers* nos Estados Unidos, quando várias companhias de controle familiar se transformaram em REITs (*Real Estate Investment Trusts*) listados nas principais bolsas de valores americanas. A partir do acesso ao mercado de capitais, esses novos investidores organizados sob a forma de REITs iniciaram um forte processo de consolidação na indústria, entre eles: 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.

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 de ABL e um tamanho médio de cerca de 11.600 m² de ABL por *Shopping Center*. Cerca de 62% dos *Shopping Centers* dos Estados Unidos possuem ABL inferior a 10.000 m². O gráfico abaixo mostra a distribuição por tamanho considerando tanto o número de *Shopping Centers* como a ABL.

Distribuição por Tamanho
(por número de *Shopping Centers*)



Fonte: National Research Bureau.

De acordo com o National Research Bureau, nos últimos 20 anos, 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.

As vendas realizadas nos *Shopping Centers* americanos totalizaram mais de US\$1,5 trilhão em 2005, de acordo com o National Research Bureau, com uma taxa média de crescimento composto de 5,5% ao ano nos últimos 20 anos, passando de cerca de US\$1.700/m² de vendas em 1986 para cerca de US\$2.718/m² de vendas em 2005.

O quadro abaixo apresenta os principais indicadores da indústria de *Shopping Centers* nos Estados Unidos no período entre 1986 e 2005:

Indústria de Shopping Centers nos Estados Unidos

Ano	Nº de Shopping Centers	ABL Total (milhões de m2)	Vendas Estimadas (bilhões de dólares)	Venda Média (US\$/m2)	Novos Shopping Centers	População Estados Unidos (milhões de habitantes)	ABL per Capita
1986	28.496	327,3	556,5	1.700,4		238,9	1,37
1987	30.641	345,9	602,3	1.741,4	2.145	241,4	1,43
1988	32.563	366,7	641,1	1.748,4	1.922	243,8	1,50
1989	34.683	391,5	682,8	1.744,1	2.120	246,3	1,59
1990	36.515	407,9	706,4	1.731,9	1.832	248,8	1,64
1991	37.975	424,0	716,9	1.690,9	1.460	251,6	1,69
1992	38.966	434,6	768,2	1.767,5	991	254,3	1,71
1993	39.633	443,2	806,6	1.820,0	667	257,1	1,72
1994	40.368	451,6	851,3	1.885,1	735	259,9	1,74
1995	41.235	461,4	893,8	1.937,0	867	262,8	1,76
1996	42.130	473,8	933,9	1.970,9	895	265,3	1,79
1997	42.953	485,8	980,0	2.017,3	823	267,2	1,82
1998	43.661	495,4	1.032,4	2.084,0	708	269,4	1,84
1999	44.426	507,5	1.105,3	2.177,7	765	273,5	1,86
2000	45.115	517,0	1.181,1	2.284,4	689	274,7	1,88
2001	45.827	527,6	1.221,7	2.315,7	712	284,0	1,86
2002	46.438	536,4	1.277,2	2.380,9	611	286,8	1,87
2003	47.104	544,8	1.339,2	2.457,9	666	290,6	1,87
2004	47.834	553,0	1.432,6	2.590,4	730	292,9	1,89
2005	48.695	562,9	1.530,4	2.718,6	861	295,1	1,91

Fonte: National Research Bureau Shopping Center Database and Statistical Model.

Indústria Brasileira de Shopping Centers

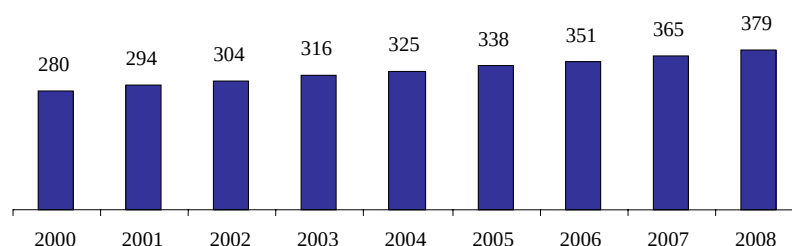
Histórico

No Brasil, o primeiro *Shopping Center* foi inaugurado em 1966, seguido cinco anos mais tarde pelo Conjunto Nacional de Brasília, que foi desenvolvido pela ECISA e foi um dos primeiros *Shopping Centers* brasileiros a seguir os conceitos e padrões internacionais da indústria. Na década de 70, além do Conjunto Nacional de Brasília, cinco novos empreendimentos foram iniciados, mas foi a partir da década de 80 que a indústria de *Shopping Centers* iniciou seu grande impulso de crescimento, com o número de *Shopping Centers* aumentando consideravelmente até o final da década de 90, quando o ritmo de lançamento de novos empreendimentos começou a diminuir.

Desde 1966, o número de empreendimentos vem crescendo de forma acentuada, totalizando, em abril de 2009, 379 *Shopping Centers*, segundo dados encontrados no site da ABRASCE (<http://www.abrasce.com.br>) na data deste Prospecto.. São vários os fatores de crescimento dos *Shopping Centers*, como o crescimento urbano, a necessidade de maior segurança e maior conforto, as características climáticas brasileiras, a entrada da mulher na força de trabalho, a estabilidade econômica com a implementação do Plano Real, aumento da carteira de fundos de pensão que aumentou os investimentos em *Shopping Centers*, entre outros.

O gráfico abaixo mostra a evolução do número de *Shopping Centers* no Brasil a partir de 2000:

Evolução do Número de Shoppings Centers



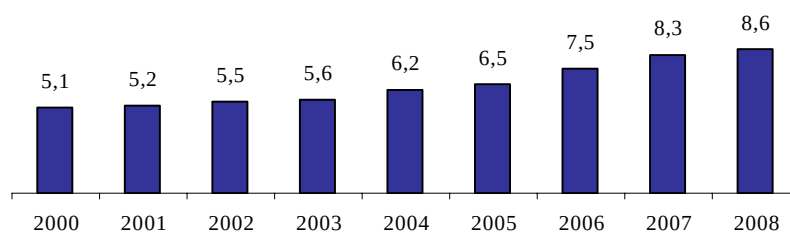
Fonte: ABRASCE.

Segundo a ABRASCE, existiam, em 2008, aproximadamente 8,6 milhões de m² de ABL distribuídos nos 379 *Shopping Centers* por todo o Brasil. Atualmente, em termos regionais, cerca de 55% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em consequência dessa região do País ser responsável por maior parte do PIB, concentrando os maiores índices de densidade populacional e de renda per capita.

Em uma análise mais detalhada, aproximadamente 40% do total de ABL encontra-se no estado de São Paulo e 14% no estado do Rio de Janeiro, historicamente os estados com melhores bases econômicas e maior concentração populacional, conforme dados encontrados no site da ABRASCE na data deste prospecto.

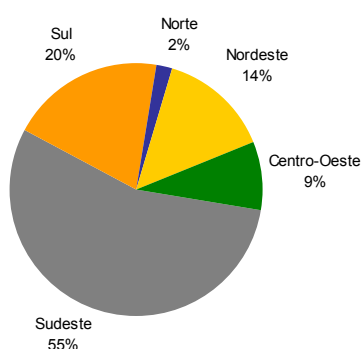
Os gráficos abaixo apresentam a evolução da ABL do País desde 2000 e sua distribuição regional em 2008:

Evolução da ABL (milhões de m2)



Fonte: ABRASCE.

Distribuição Regional



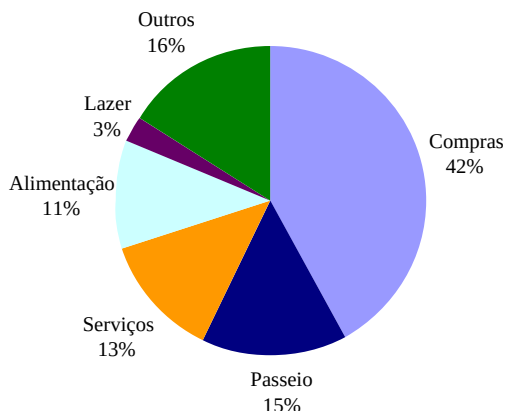
Fonte: ABRASCE.

Panorama da Indústria Brasileira de *Shopping Centers*

No Brasil, os *Shopping Centers* apresentam outros atrativos além da concentração de lojas e serviços diversificados em um só local, da disponibilidade de estacionamentos e da climatização dos ambientes. A sensação de segurança proporcionada e o abrigo contra as chuvas tropicais que irrompem justamente no período das festas natalinas, momento de maior concentração de vendas do ano, são fatores que levam as vendas de *Shopping Centers* a crescer em níveis superiores aos do varejo em geral.

O gráfico abaixo apresenta o indicativo dos motivos para gastos em *Shopping Centers* no Brasil em 2003.

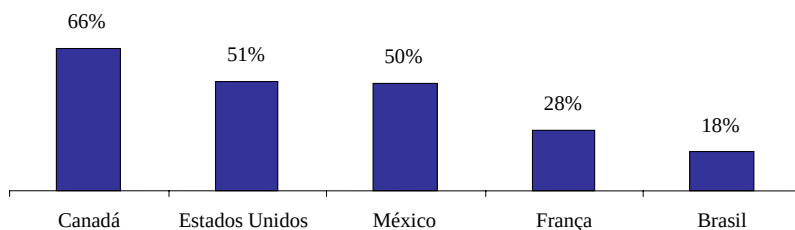
Motivos para Gastar em *Shopping Centers*



Fonte: IPDM de 2003 e Revista *Shopping Centers*.

Segundo dados da ABRASCE divulgados em [•], a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 18% do volume de vendas do mercado de varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais significativamente maiores nos Estados Unidos, Canadá, México e França. Adicionalmente, o Brasil apresenta uma baixa relação de ABL por número de habitantes, sendo 43m² de ABL para cada 1.000 habitantes no Brasil, enquanto que nos Estados Unidos a relação é de 1.872m² de ABL para cada 1.000 habitantes. Esses números demonstram o notável potencial de crescimento do setor no Brasil. O gráfico a seguir demonstra a participação dos *Shopping Centers* nas vendas de varejo por país:

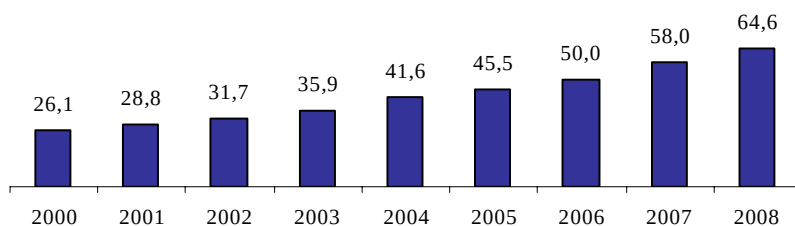
Participação de *Shopping Centers* nas vendas de varejo (%)



Fonte: ICSC e Abrasce.

O gráfico a seguir mostra a evolução do faturamento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil, através do qual podemos verificar o crescimento das vendas.

Evolução do Faturamento de *Shopping Centers* (bilhões de reais)



Fonte: CBRE.

Uma importante característica do mercado brasileiro de *Shopping Centers* é a pulverização da propriedade, tanto em número de *Shopping Centers*, como em ABL, sendo que as quatro empresas brasileiras de *Shopping Centers* de capital aberto detinham, no final de 2008, em conjunto pouco mais de 13% no ABL de todo o país, de acordo com informações divulgadas pela Brascan Corretora em 21 de maio de 2009.

Nos últimos cinco anos, o setor de *Shopping Centers* brasileiro observou uma tendência de buscar nichos de mercado com empreendimentos em formato de vizinhança e comunitários, de menor tamanho, e concentrados, principalmente, nas cidades de médio porte, consolidando uma tendência de interiorização. Outra tendência recente tem sido também no sentido de ampliar a função social e comunitária dos *Shopping Centers*, ofertando 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.

Segundo dados encontrados no site da ABRASCE (<http://www.abrasce.com.br>) na data deste prospecto, atualmente a indústria de *Shopping Centers* apresenta grande vitalidade, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 720 mil empregos diretos e aumentando expressivamente a integração com a comunidade, por meio de ações sociais.

Classificação dos Shopping Centers

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 compatíveis com o movimento efetivo, e (iii) utilização de Âncoras como forma de atrair o público consumidor.

Tipos de Shopping Centers

Segundo a metodologia aplicada pela ABRASCE, os *Shopping Centers* são classificados nas seguintes categorias:

- vizinhança: é projetado para fornecer conveniência na compra de necessidades do dia-a-dia dos consumidores. Tem em geral como Âncora um supermercado, com o apoio de lojas oferecendo outros artigos de conveniência;
- comunitário: geralmente oferece um sortimento mais amplo de vestuário e outras mercadorias. Entre as Âncoras mais comuns, estão os supermercados e 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;
- regional: fornece mercadorias em geral e serviços completos e variados. Suas atrações principais são Âncoras tradicionais, lojas de departamento de desconto ou hipermercados. Um *Shopping Center* regional típico é fechado, com as lojas voltadas para um *Mall* interno;
- especializado: voltado para um *Mix* de Lojas específico de um determinado grupo de atividades, tais como moda, decoração, náutica, esportes, automóveis ou outras atividades;
- *outlet center*: consiste, em sua maior parte, em lojas de fabricantes vendendo suas próprias marcas com desconto, além de outros lojistas do gênero *off-price*. Comumente apresentam lojas mais simples, com aluguéis mais baixos e custo de construção mais reduzido. Este tipo de empreendimento é o mais difundido no Brasil dentre os *Shopping Centers* especializados;
- *power center*: formado basicamente por Âncoras e poucas Satélites; tal modalidade surgiu no Brasil a partir de 1996 e ainda não está muito difundida. Possui como Âncoras *category killers*, lojas de departamento de desconto, clubes de compra, lojas *off-price*;
- *discount center*: consiste em um *Shopping Center* de descontos, obtidos geralmente através da redução dos custos operacionais. São constituídos por lojas que trabalham com grandes volumes a preços baixos, tais como lojistas varejistas, os quais vendem itens como roupas, objetos e móveis para casa; e
- *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 possuem características de *Shopping Centers* regionais, sendo aquele que congrega o mais variado portfólio de lojas, serviços e outras opções de lazer, entretenimento e cultura em geral. No entanto, no Brasil tem havido o crescimento dos *Shopping Centers* temáticos como automotivo, centro têxtil e de decoração, entre outros, assim como os projetos de construção de *festival malls*.

Empresas e Grupos

Os grupos que atuam no setor o fazem diretamente ou por meio de empresas coligadas, como empreendedores ou administradores. É comum um grupo se associar a outro na realização de novos projetos, entre outros motivos, porque os recursos para investimentos tornaram-se cada vez mais escassos. Os empreendedores, neste caso, associam-se e criam ou contratam empresas de administração, de locação e de obras e serviços. Os principais grupos do setor, de acordo com a ABRASCE, são a BR Malls, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan, Sonae e Alliansce.

Âncoras e Satélites

A existência de Âncora é determinada pela necessidade de atração de público para os *Shopping Centers* que, em geral, são desenvolvidos em regiões afastadas dos grandes centros. Em *Shopping Centers* melhor localizados é menor a necessidade de Âncoras. As características do *Shopping Center* também são fatores determinantes para a necessidade de Âncoras.

A Âncora é um elemento importante para o início da operação de um *Shopping Center*, pois cria 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 Âncoras, dado que ocupam grandes áreas locais a preços inferiores àqueles pagos por outros locatários, muitas vezes até gratuitamente.

Algumas Âncoras têm por política só participarem do empreendimento como proprietários de suas lojas. Em alguns casos, há a instalação de *Shopping Centers* na vizinhança de grandes lojas ou supermercados, estabelecendo-se uma sinergia entre as mesmas, mantendo-se, entretanto, a propriedade de cada um.

Shopping Centers especializados, *outlet centers* e *festival malls* em geral não possuem Âncoras. Atualmente, existe uma tendência de substituição de Âncoras (lojas de departamento ou supermercados) por outros pólos de atratividade de público, tais como praças de alimentação, centros médicos, lazer e centro de serviços.

Os Satélites são lojas sem características estruturais e mercadológicas especiais, que normalmente variam entre 30 e 200m² de ABL, sendo localizadas no entorno das Âncoras e destinadas ao comércio em geral. Satélites são normalmente a maior fonte de receita para os empreendimentos, pois pagam maiores preços de aluguel por m² de ABL.

Concorrência

O produto *Shopping Center* 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* têm levado a modificações nos *Shopping Centers* existentes para enfrentar a concorrência, geralmente através da combinação de compras, lazer e alimentação.

A disputa pelo consumidor e a busca de diferenciação estão estreitamente ligadas às medidas tomadas para revitalizações e redefinição do perfil dos *Shopping Centers*. Esses projetos abrangem gastos crescentes de *marketing*, seleção e/ou modificação da rede de lojistas (*Mix* de 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, 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 computação, paisagismo, decoração, equipamentos de segurança, estacionamento e lazer.

Receitas e Despesas

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo ou aluguel percentual, o que for maior) através dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de cinco anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, enquanto o aluguel percentual é definido por um valor calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, podendo variar também conforme o ano da locação e o tipo de 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 *Merchandising*, *Malls*, para quiosques ou semelhantes, conforme são alugadas temporariamente, além do faturamento proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores.

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

O perfil dos investidores de *Shopping Centers* veio se alterando ao longo dos anos. Inicialmente, apenas bancos, empresas de participações, construtoras e investidores privados (pessoas físicas) investiam nesse setor. Posteriormente, a partir da década de 80, as empresas de previdência complementar (fundos de pensão) começaram a atuar nesse setor e são hoje os principais detentores de participações entre os atuais investidores em *Shopping Centers*.

De modo geral, os recursos para a implementação dos *Shopping Centers* provêm de capitais próprios dos investidores, reunidos em acordos e também de valores oriundos de contratos de abertura de crédito com instituições financeiras fomentadoras, como o BNDES e a Caixa Econômica Federal. Os investimentos no setor são geralmente feitos mediante a aquisição de cotas-parte.

Nas 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 ponto 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.

Os fatores-chave a serem observados para a participação e apoio financeiro a projetos dessa natureza são, principalmente, a localização, a experiência e o nível de comprometimento e de recursos do empreendedor, do incorporador e do administrador envolvidos, e o estudo de viabilidade do projeto.

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 unidade autônoma e as relações entre os condôminos são regidas pela convenção de condomínio e pelo regimento interno; ou (ii) condomínio civil ou condomínio *pro-indiviso*, também regulado pelo Código Civil, caso em que o empreendimento constitui um único imóvel e as relações entre os co-proprietários são regidas pelo acordo de co-proprietários.

A escritura de normas gerais, a convenção de condomínio, o regimento interno e o acordo de co-proprietários, quando houver, constituem os principais instrumentos a regulamentar o funcionamento dos *Shopping Centers*, 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 através de condomínios edilícios.

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 empreendedor, no todo ou em parte, sem qualquer anuência dos proprietários das demais unidades autônomas.

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, cada uma dessas lojas possuírem dois 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, dois ou mais co-proprietários do imóvel exercem a propriedade por meio de uma fração ideal de que são titulares, não existindo área privativa de apenas 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 cinco 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.

Condomínio Edilício

Os condomínios edilícios, por sua vez, são disciplinados 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, 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. Nesse caso, as áreas de circulação do *Shopping* são, por exemplo, áreas comuns. 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.

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 assembleia 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;
- dois terços 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 cinco anos, ou a soma dos prazos ininterruptos dos contratos escritos seja de cinco anos; e (ii) o locatário desenvolva o mesmo ramo de atividade há, pelo menos, três anos.

Revisão do Aluguel

A Lei de Locação prevê, também, que tanto o locatário como o locador podem, após três anos de vigência do contrato de locação ou do acordo firmado entre eles, 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, quando registrado o contrato na matrícula do imóvel, o direito de preferência na aquisição do imóvel locado em relação a terceiros adquirentes, em igualdade de condições.

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 da 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 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; (ix) a estipulação de cláusula “degrau” (através da previsão contratual do aumento no valor dos aluguéis); entre outras.

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 cinco 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 Center*.

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;
- 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 objeto 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, 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 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*.

Aspectos Ambientais

Licenças e Autorizações Ambientais

As atividades relacionadas ao segmento de *Shopping Center* estão sujeitas a regulamentos e exigências de controle ambiental nas esferas federal, estaduais e municipais. O mais importante desses instrumentos de controle é o licenciamento ambiental. A legislação federal estabelece basicamente que o órgão licenciador é o poder público estadual. Contudo, nas atividades de impacto ambiental local, a competência para licenciar pode ser delegada ao 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. No caso de estabelecimentos comerciais, tais como o segmento de *Shopping Centers*, os diferentes órgãos ambientais estaduais e municipais têm adotado posicionamentos diversos, exigindo em determinados casos o licenciamento ambiental. A fiscalização ambiental é realizada por órgãos e agências governamentais que podem impor sanções administrativas por eventual inobservância da legislação. 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. Nos demais casos, a competência é dos órgãos ambientais estaduais.

O processo de licenciamento ambiental compreende, basicamente, a emissão de três 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.

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” abaixo.

Responsabilização 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 milhões de acordo com a capacidade econômica e os antecedentes da pessoa infratora, bem como com a gravidade dos fatos e antecedentes, as quais podem ser aplicadas em dobro ou no triplo em caso de reincidência;
- suspensão ou interdição das atividades do respectivo empreendimento; e
- perda de benefícios e incentivos fiscais.

De acordo com a política nacional do meio ambiente, os danos ambientais envolvem responsabilidade civil 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, a supressão de vegetação e a realização de terraplanagens) não isenta as incorporadoras 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.

ATIVIDADES

Visão Geral

Somos a companhia líder no setor e a maior proprietária de *Shopping Centers* do País, em termos de ABL total, ABL própria e número de *Shopping Centers*, e a maior prestadora de serviços de administração e comercialização de lojas, *Mall* e *Merchandising* para *Shopping Centers*, em termos de ABC, conforme dados da ABRASCE divulgados em setembro de 2007.

Na data deste Prospecto, detemos participação em 34 *Shopping Centers*, que, em conjunto, possuem aproximadamente seis mil lojas e totalizam 1.001,8 mil m² de ABL, sendo 43,6% ou 436,5 mil m² deste total detidos pela Companhia, considerando a média ponderada de nossa participação imobiliária na ABL dos referidos *Shopping Centers*, exceto pelo Araguaia Shopping em que nossa participação se dá por meio das Debêntures Araguaia com participação nos lucros. Adicionalmente, prestamos serviços de administração e/ou comercialização para 27 *Shopping Centers*, sendo: (i) serviços de administração para 21 dos 34 *Shopping Centers* que detemos participação; (ii) serviços de comercialização para 25 dos 34 *Shopping Centers* que detemos participação; e (iii) serviços de administração e comercialização para dois *Shopping Centers* que não detemos participação.

Somos a única companhia do setor de *Shopping Centers* com participação em *Shoppings* distribuídos em todas as cinco regiões do País. Além disso, nosso portfólio é estrategicamente diversificado por segmento de renda, atendendo a consumidores de todas as diferentes classes sociais.

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

Em 31 de março de 2009					
(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)					
Carteira de <i>Shopping Centers</i> em que Detemos Participação	Estado	Part. (%) ⁽¹⁾	ABL Total (m²)	ABL Próprio (m²)	Lojas (unidades)
NorteShopping	RJ	74,1%	76.756	56.838	334
Shopping Recife	PE	31,1%	61.085	18.970	403
Shopping Estação ⁽²⁾	PR	100,0%	54.716	54.716	149
Shopping ABC	SP	0,7%	47.059	318	267
Pantanal Shopping	MT	10,0%	42.760	4.276	179
Amazonas Shopping	AM	17,9%	34.250	6.131	200
Shopping Del Rey	MG	65,0%	37.444	24.338	177
Minas Shopping	MG	1,0%	36.710	360	188
Shopping Center São Luis	MA	15,0%	34.119	5.118	138
Shopping Metro Tatuape	SP	3,0%	32.859	986	280
Campinas Shopping ⁽³⁾	SP	100,0%	30.082	30.082	157
Shopping Tamboré	SP	100,0%	31.466	31.466	163
Niteroi Plaza	RJ	100,0%	31.402	31.402	224
Shopping Iguatemi Caxias do Sul ⁽⁴⁾	RS	45,5%	30.324	13.797	146
West Shopping	RJ	30,0%	30.999	9.300	154
Shopping Campo Grande	MS	65,1%	28.574	18.590	159
Shopping Piracicaba	SP	19,0%	27.806	5.294	138
Shopping Villa Lobos	SP	39,7%	27.171	10.792	213
Shopping Mueller Joinville	SC	10,4%	26.643	2.771	145
Shopping Iguatemi Maceio	AL	34,2%	24.923	8.531	176
Esplanada Shopping	SP	3,4%	23.961	817	158
Shopping Curitiba	PR	35,0%	23.884	8.359	144
Shopping Independência	MG	8,0%	23.291	1.863	153
Ilha Plaza	RJ	100,0%	19.736	19.736	116
Pátio Belém	PA	13,3%	20.615	2.742	194
Araguaia Shopping ⁽⁵⁾	GO	50,0%	20.856	10.428	118
Top Shopping	RJ	35,0%	18.144	6.350	120
Big Shopping	MG	13,0%	17.536	2.280	84
Goiânia Shopping	GO	48,2%	20.513	9.877	160
Natal Shopping	RN	50,0%	17.024	8.512	110
Fashion Mall	RJ	100,0%	14.979	14.979	112
Osaco Plaza Shopping	SP	39,6%	14.534	5.755	142
Center Shopping	RJ	30,0%	12.673	3.802	106
Rio Plaza	RJ	100,0%	6.947	6.947	31
Total		43,6%	1.001.838	436.522	

- (1) Considera nossa participação na data deste Prospecto.
(2) Inclui área do Estação Convention Center, uma Âncora com 27,9 mil m² de ABL.
(3) Em 05 de março de 2009, a ECISA Participações adquiriu 100% da ASB, que possui 100% da participação imobiliária no Campinas Shopping.
(4) A Expansão do Iguatemi Caxias do Sul foi inaugurada em 28 de abril de 2009 adicionando 17.229 m² de ABL ao Shopping Center.
(5) Participação por meio das Debêntures Araguaia, que contam participação nos lucros, que nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50,0% do resultado líquido desse Shopping Center e o direito de indicar seus administradores.

Nossa receita bruta provém de nossas atividades principais, que, no período de três meses findo em 31 de março de 2009, foram distribuídas da seguinte forma: (i) 90,2% decorrentes da locação de lojas, espaços no *Mall* e *Merchandising*, da exploração de estacionamento e taxa de cessão (luvas) de *Shopping Centers*; e (ii) 9,8% decorrentes de serviços de administração e comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising* para *Shopping Centers*.

Em linha com nossa estratégia de negócios, desde outubro de 2007, ampliamos nossa participação em seis *Shopping Centers* da nossa carteira e concluímos aquisições de participações em sete novos *Shopping Centers*, adicionando, aproximadamente, 67 mil m² de ABL próprio à nossa carteira, sendo adquiridos: (i) 10,0% do Fashion Mall (RJ) em 04 de outubro de 2007 e 7,6% em 1º de novembro de 2007 (aumentos de participação); (ii) 10,0% do Shopping Mueller Joinville (SC) em 19 de outubro de 2007 (aquisição de participação) e 0,4% em 22 de janeiro de 2008 (aumento de participação); (iii) 4,0% do Goiânia Shopping (GO) em 22 de outubro de 2007 (aumento de participação); (iv) 1,0% do Esplanada Shopping (SP) em 14 de novembro de 2007 (aumento de participação); (v) 1,1% do Pátio Belém (PA) (aumento de participação) e 3,0% do Shopping Metro Tatuapé (SP) (aquisição de participação) todas em 05 de dezembro de 2007; (vi) 5,0% do Shopping Center São Luis (MA) em 05 de dezembro de 2007 (aquisição de participação) e 10,0% em 06 de maio de 2008 (aumento de participação); (vii) 35,0% do Osasco Plaza Shopping (SP) em 24 de março de 2008 (aquisição de participação), 2,1% em 15 de maio de 2008 e 2,5% em 03 de junho de 2008 (aumentos de participação); (viii) 1,9% do Shopping Piracicaba (SP) em 04 de junho de 2008 e 5,7% em 23 de julho de 2008 (aumentos de participação); (ix) 5,0% do Natal Shopping (RN) em 13 de junho de 2008 (aumento de participação); (x) 30,0% do Center Shopping (RJ) (aquisição de participação) e 30,0% do West Shopping (RJ) (aquisição de participação), ambas em 1º de julho de 2008; e (xi) 100,0% do Shopping Campinas (SP) em 05 de março de 2009 (aquisição de participação).

Acreditamos ter uma sólida posição financeira, tendo apresentado crescimento consistente de nossas receitas líquidas e EBITDA desde 2006, conforme quadro abaixo, o qual apresenta algumas de nossas informações financeiras e operacionais consolidadas, incluindo dados *pro-forma*, para os períodos e exercícios indicados:

	Exercício Social encerrado em 31 de dezembro de		
	2006 ^{(1) (8)}	2007	2008
	(em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)		
Receita Líquida	85.951	207.039	323.883
EBITDA ⁽²⁾	53.751	127.671	242.248
Margem de EBITDA ⁽³⁾	62,5%	61,7%	74,8%
EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	53.751	143.029	245.328
Margem de EBITDA Ajustado	62,5%	66,7%	75,6%
Lucro (Prejuízo) Líquido	30.348	(70.361)	(30.457)
Margem Líquida	35,3%	(34,0)%	(9,4)%
ABL <i>Shopping Centers</i> (mil m ²) ⁽⁶⁾	235,8	896,4	984,1
ABL Companhia (mil m ²)	101,4	372,3	428,6

(1) Para mais informações acerca das demonstrações financeiras *pro-forma* ver a seção "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais" na página [•] deste Prospecto.

(2) Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

(3) Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

(4) Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

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

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

(7) Representa a parcela de ABL da Companhia correspondente aos *Shopping Centers* em que possuímos participação.

(8) Os valores relativos aos mil m² de ABL *Shopping Centers* e de ABL Companhia do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006 não incluem expansão do NorteShopping (janeiro de 2006).

	Período de três meses findo em 31 de março de	
	(em milhares de reais, exceto se de outra forma indicado)	
	2008	2009
Receita Líquida	66.523	81.555
EBITDA ⁽¹⁾	46.212	62.346
Margem de EBITDA ⁽²⁾	69,5%	76,4%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	46.821	63.264
Margem de EBITDA Ajustado ⁽⁴⁾	70,4%	77,6%
Lucro Líquido Ajustado ⁽⁵⁾	357	36.944
Margem Líquida	0,5%	45,3%
ABL <i>Shopping Centers</i> (mil m ²) ⁽⁶⁾	909,2	1.001,8
ABL Companhia (mil m ²) ⁽⁷⁾	380,2	436,4

(1) Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

(2) Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

(3) Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA Ajustado, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

(4) Representa o EBITDA Ajustado dividido pela receita líquida. (5) Para mais informações sobre a definição e cálculo do Lucro Líquido Ajustado, ver a seção "Definições" na página [•] deste Prospecto.

(6) Reflete a ABL total de cada *Shopping Center* no qual detemos participação (e, consequentemente, não reflete a nossa participação em cada *Shopping Center*). (7) Representa a parcela de ABL da Companhia correspondente aos *Shopping Centers* em que possuímos participação.

Vantagens Competitivas

Acreditamos que nossas principais vantagens competitivas são as seguintes:

- **Portfólio de Shopping Centers estrategicamente diversificado.** Nossa carteira de *Shopping Centers* está estrategicamente diversificada, tanto do ponto de vista geográfico, como por segmento de renda, incluindo o Shopping Recife (PE), que acreditamos ser um dos maiores da região Nordeste em termos de ABL, e o NorteShopping (RJ), que acreditamos ser um dos maiores *Shopping Centers* do Brasil destinado especificamente ao público de Classe B. A ABL dos nossos *Shopping Centers* está distribuída nas diversas regiões do País da seguinte forma: 57,0% no Sudeste, 11,0% no Centro-Oeste, 14,0% no Nordeste, 12,0% no Sul e 6,0% no Norte. Nossa carteira inclui desde *Shopping Centers* destinados ao público de Classe C, como o Araguaia Shopping (GO) até *Shopping Centers* destinados ao público de Classe A, como o Shopping Villa-Lobos (SP) e o Fashion Mall (RJ). Acreditamos que nossa presença em todas as regiões do País e nossa experiência na operação de *Shopping Centers* voltados para diferentes segmentos de renda: (i) permitem que nos beneficiemos do crescimento econômico de cada região ou classe de renda; (ii) representam uma proteção contra flutuações das economias regionais ou setoriais; e (iii) representam uma importante vantagem competitiva na implementação de nossa estratégia de crescimento/consolidação.
- **Administração profissional e base de acionistas diferenciada.** Temos um grupo de profissionais reconhecidos no mercado com grande experiência na indústria de *Shopping Centers*, no setor imobiliário, no setor financeiro e na administração de empresas. Nossa política de remuneração procura alinhar os interesses dos nossos profissionais com os dos nossos acionistas, por meio de um programa de remuneração variável e um programa de opção de ações baseado na meritocracia e cumprimento de metas. Os nossos principais acionistas combinam: (i) mais de 50 anos de experiência da ECISA no setor de construção e de *Shopping Centers*; (ii) o reconhecido sucesso do Grupo GP em investimentos em *private equity*, com destaque nos últimos anos para a Gafisa S.A., Equatorial Energia S.A., Lupatech S.A., ALL – América Latina Logística do Brasil S.A. e Submarino S.A.; e (iii) a participação da Equity International, liderada por Samuel Zell, um dos maiores investidores do mercado imobiliário mundial, com casos reconhecidos em mercados emergentes, como Gafisa S.A. e Desarrolladora Homex S.A.
- **Capacidade diferenciada para consolidação da indústria de Shopping Centers.** Acreditamos que o setor de *Shopping Centers* apresenta excelente cenário para o nosso crescimento. A combinação de crescimento nas vendas no varejo e redução nas taxas de juros, juntamente com as características de fragmentação do mercado brasileiro de *Shopping Centers*, criam um cenário propício tanto para o desenvolvimento de novos projetos de *Shopping Centers*, como para a aquisição de participação em *Shopping Centers* existentes. Acreditamos possuir vantagens competitivas para a implementação da nossa estratégia de crescimento, tais como: (i) comprovada e bem sucedida experiência da nossa equipe e de nossos acionistas em operações de fusões e aquisições; (ii) nossa constante busca por oportunidades de investimento tanto em participações minoritárias como majoritárias; e (iii) acesso privilegiado a oportunidades geradas pela extensa rede de contatos dos nossos acionistas. Desde outubro de 2007, concluímos aquisições de participações em sete novos *Shopping Centers*, adicionando à nossa carteira, aproximadamente, 63,2 mil m² de ABL próprio.
- **Reconhecida, bem sucedida e crescente atividade de prestação de serviços.** Nossa atividade de prestação de serviços de administração e comercialização para *Shopping Centers*, representou cerca de 9,8% de nossa receita bruta no período de três meses findo em 31 de março de 2009. Ao longo de mais de dez anos de atuação, construímos uma sólida reputação neste segmento de mercado, que resultou na conquista sistemática de novos clientes e na manutenção da base de clientes. Acreditamos que a proximidade com os proprietários dos *Shopping Centers* que administramos, além do conhecimento operacional dos mesmos, poderá constituir importante vantagem competitiva na implementação de nossa estratégia de crescimento e consolidação. Prestamos serviços para 27 *Shopping Centers*. Acreditamos que a nossa atividade de prestação de serviços poderá ser uma importante alavanca para nossa estratégia de crescimento.
- **Potencial de crescimento com elevadas margens e forte geração de caixa.** Apresentamos, no período entre 1º de janeiro de 2006 e 31 de dezembro de 2008, crescimento elevado e consistente da nossa receita líquida, com crescimento composto de 94,1% ao ano e variação de 22,6% entre o período de três meses findo em 31 de março de 2008 e o mesmo período de 2009, com a maior margem entre as companhias abertas do setor (margem de EBITDA de 62,5% em 2006, 61,7% em 2007, 74,8% em 2008 e margem de EBITDA de 76,4% no período de três meses findo em 31 de março de 2009), que poderá crescer ainda mais com o desenvolvimento de novos *Shopping Centers* e expansões que estão em nosso pipeline, resultando em uma forte geração de caixa operacional.
- **Forte relacionamento com grandes lojistas.** A extensa base de clientes dos *Shopping Centers* com os quais nos relacionamos nos coloca em posição de destaque no setor, dado que estabelecemos relacionamento, em decorrência da prestação de serviços bem como decorrente de nossos contratos de locação com um grande número de lojistas no Brasil, dentre os quais destacamos: Lojas Americanas, Ponto Frio, Marisa, Casa&Vídeo, Leader Magazine, C&A, Riachuelo, Pernambucanas, Renner, Carrefour, Casas Bahia, Hiper Bompreço e Pão de Açúcar. Além disso, nossa

grande capacidade em identificar e atrair as lojas Âncoras para novos projetos de *Shopping Center*, colabora para o fortalecimento do nosso relacionamento com os demais lojistas.

Estratégia

Acreditamos que a implementação das nossas principais estratégias comerciais, financeiras e de investimentos, descritas abaixo, proporcionará melhorias no desenvolvimento de nossas atividades, maximizando a lucratividade dos nossos acionistas e proporcionando vantagens sobre nossos concorrentes.

Nossas principais estratégias comerciais, financeiras e de investimentos são:

- **Foco na criação de valor através da aquisição de participações em Shopping Centers.** Pretendemos continuar a concentrar todos os esforços da nossa equipe para a implantação da nossa estratégia de crescimento por meio de aquisições. Possuímos uma equipe dedicada à prospecção, análise e execução de aquisições de *Shopping Centers*, com foco em: (i) participações adicionais em *Shopping Centers* integrantes da nossa carteira; (ii) participação em *Shopping Centers* que administramos e que não fazem parte de nossa atual carteira; (iii) participação em *Shopping Centers* de terceiros; e (iv) aquisição de companhias que, como nós, atuam no setor de *Shopping Centers*. Nossa estratégia de crescimento seguirá unicamente o critério de adição de valor para nossos acionistas por meio de aquisições que permitam retorno adequado, independentemente de localização, segmento de renda, percentual mínimo de participação ou controle imediato da administração do *Shopping Center*. Pretendemos utilizar a nossa *expertise* na administração de *Shopping Centers* para melhorar o desempenho operacional dos *Shopping Centers* que viermos a adquirir, adicionando valor ao investimento realizado.
- **Intensificar a Expansão de Shopping Centers existentes e desenvolvimento de novos Shopping Centers.** Pretendemos manter parte de nossos esforços para aproveitar as possíveis oportunidades para expansões e desenvolvimento de novos *Shopping Centers*. Acreditamos que o mercado brasileiro de *Shopping Centers* possui grande potencial para desenvolvimento de novos projetos e a BR Malls já aprovou os termos e condições gerais que regerão a construção, implementação e exploração conjunta de cinco novos *Shopping Centers*. (para mais informações, ver seção “Atividades – Projetos em Desenvolvimento – Expansões Previstas para [•]” na página [•] deste Prospecto). Adicionalmente, em expansões dos *Shopping Centers* nos quais já temos participação, acreditamos que possamos obter: (i) ganhos de escala, na medida em que determinados custos fixos não são substancialmente afetados pela expansão do *Shopping Center*; e (ii) maximização de nossas receitas decorrentes do sucesso desses *Shopping Centers*. Nesse contexto, inauguramos: (i) no início de maio de 2009, a primeira etapa da expansão do Shopping Goiânia (GO), que respondeu por quase 30,0% do ABL previsto para a expansão; (ii) no final de abril de 2009, a expansão do Shopping Caxias do Sul (RS), que adicionou 17.229 m² de ABL, mais que dobrando os 13.095 m² do tamanho original; e (iii) em janeiro de 2007 uma expansão no NorteShopping (RJ), que adicionou ao Shopping 33,0 mil m² de ABL. Além disso, estamos em processo de expansão de outros oito *Shopping Centers*.
- **Expansão das atividades de prestação de serviços.** Nossa atividade de prestação de serviços de administração e comercialização deverá beneficiar-se do acelerado crescimento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil. Além disso, o aumento do profissionalismo na gestão de propriedades imobiliárias deverá ampliar o mercado de prestação desses serviços. Nesta estratégia, nossos esforços permanecerão voltados para a ampliação da nossa atividade de prestação de serviços: (i) para os *Shopping Centers* que pretendemos desenvolver; (ii) para os *Shopping Centers* nos quais detemos participações; e (iii) para *Shopping Centers* nos quais ainda não prestamos tais serviços.
- **Implementação de padrões de excelência em gestão operacional, financeira e de pessoas.** Seguindo a mesma estratégia adotada por nossos acionistas nas companhias em que investem, pretendemos ampliar a implementação de padrões de excelência na nossa gestão operacional, financeira e de pessoas, intensificando a adoção de práticas como orçamento base-zero, remuneração variável com base em metas previamente definidas e acompanhamento sistemático dos nossos indicadores de desempenho. Manteremos a dedicação especial à atração, à retenção e ao incentivo dos nossos profissionais, buscando alinhar seus interesses aos interesses da Companhia e de nossos acionistas, inclusive por meio de programa de opção de ações.
- **Foco no aprimoramento de controles, sistemas e processos.** Desde o início de nossa fundação, temos focado no aprimoramento dos nossos controles, processos e sistemas. Em 2007 implementamos um sistema integrado de gestão (*Oracle Business*) nosso escritório central e iniciamos a implementação desse sistema nos nossos Shoppings. Em 2008 criamos nossa Central de Serviços Compartilhados (CSC) que centraliza os serviços administrativos, financeiros, contábeis e de tecnologia da informação, do nosso escritório e de nossos Shoppings, possibilitando um ganho de eficiência e escala ocasionados pela padronização, flexibilidade e segurança nos controles internos, sistemas e processos. Na data deste Prospecto, o CSC presta serviços para 13 *Shoppings Centers*, dos quais 11 detemos participação. Até o final deste ano esperamos implementar tais processos em mais cinco dos *Shopping Centers* que detemos participação.

Organograma Societário

O organograma a seguir mostra nossa composição acionária, bem como nossa participação em *Shopping Centers* na data deste Prospecto:

Para mais informações sobre composição acionária de nossos Acionistas Relevantes, ver seção “Principais Acionistas” na página [•] deste Prospecto.

Eventos Recentes e Composição Acionária

Plano de Opções

Em reunião do Comitê do Plano de Opção realizada em 14 de abril de 2009, foi aprovada, nos termos do Plano de Opção de Compra, a abertura do quarto programa de opção de compra das ações ordinárias de emissão da Companhia, o qual prevê um volume global de 2.729.659 ações ordinárias, que serão exercidas pelo preço de R\$11,43 por ação, acrescido do índice de correção do referido plano. Adicionalmente, determinou-se que os participantes do segundo e terceiro programas que aderirem, até 31 de julho de 2009, ao quarto programa de opção de compra das ações ordinárias de emissão da Companhia, por meio da assinatura dos respectivos Contratos de Outorga de Opção de Compra de Ações, concordarão automaticamente com a revogação dos segundo e terceiro programas, conforme o caso, inclusive do correspondente Contrato de Outorga de Opção de Compra de Ações, tornando os mesmos sem efeitos. Desta forma, mesmo as ações remanescentes dos lotes anuais já incorporados e exercidos parcialmente não poderão ser subscritas ou adquiridas na forma prevista nos segundo e terceiro programas.

Alteração da Composição Acionária

Em 1º de abril de 2009, os acionistas EI Brazil Investments LLC, Private Equity Partners A, LLC e Private Equity Partners B, LLC, venderam 5.500.000 ações ordinárias de emissão da Companhia, em leilão organizado na BM&FBOVESPA. Os recursos desta venda foram utilizados para liquidar a totalidade da dívida contraída para financiar a aquisição original de nossas controladas ECISA Engenharia e ECISA Participações. A Equity International e o Grupo GP venderam, cada uma, aproximadamente 10,0% de suas respectivas participações e, após as referidas transações, passaram a deter, respectivamente, 17,64% e 14,45% do capital social da Companhia.

Expansões Inauguradas

Em 28 de abril de 2009 inauguramos a expansão do Shopping Caxias do Sul, que adicionou 17.229 m² de ABL, mais que dobrando os 13.095 m² do tamanho original. Adicionalmente, em 06 de maio de 2009 inauguramos a primeira etapa da expansão do Shopping Goiânia, que respondeu por quase 30,0% do ABL previsto para a expansão, adicionando 1.959 m².

Sociedades Controladas Relevantes

Abaixo descrevemos nossas subsidiárias relevantes:

Subsidiárias controladas diretamente

ECISA Engenharia e ECISA Participações

A Companhia detém a totalidade do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações, as quais têm como objeto social (i) a exploração de *Shopping Centers* e outros empreendimentos comerciais ou industriais, próprios ou de terceiros; (ii) o planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers* e outros empreendimentos comerciais ou industriais; (iii) a exploração de estacionamentos; (iv) a prestação de assistência técnica para implantação, organização e funcionamento de empresas industriais, comerciais ou de serviços; e (v) a participação no capital social de outras sociedades como acionista ou quotista. Por meio destas sociedades, detemos participações societárias no seguintes *Shopping Centers*: Shopping Independência, Shopping Muller, Shopping Metro, Shopping São Luiz, Shopping Amazonas, Shopping Maceió, Shopping Piracicaba, Shopping Belém, Shopping Villa Lobos, Shopping Del Rey, Shopping Curitiba, Shopping Iguatemi Caixas, Shopping Recife, Shopping Tamboré, Shopping Goiânia, Shopping Estação, Niteroi Shopping, Rio Plaza, Fashion Mall, Ilha Plaza, Daslu, Big Shopping, Minas Shopping, Shopping Pantanal, Shopping Esplanada, Campinas Shopping, Norte Shopping, Shopping Campo Grande, Shopping Araguaia, sendo neste ultimo caso temos participação nos resultados por meio de debentures conversíveis. Para maiores informações sobre as atividades da ECISA, ver item “Segmento e Mercados de Atuação – Participação em Shopping Centers”.

BR Malls Finance

A BR Malls Finance com sede nas Ilhas Cayman foi criada com o propósito específico de emitir títulos de crédito perpétuo (*perpetual bonds*) no mercado internacional e não possui operações próprias.

BR Malls Desenvolvimento

Detemos a totalidade do capital social da SPE Azione e BR Malls Desenvolvimento, as quais têm como objeto social a exploração, o planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, administração, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers* e a exploração de estacionamento.

BR Malls Serviços Compartilhados

A BR Malls Serviços Compartilhados tem como objeto social a prestação de serviços financeiros, contábeis, jurídicos, bem como relacionados à informática e departamento pessoal para implantação, organização e funcionamento de empresas comerciais ou de outras naturezas, bem como *Shopping Centers*.

SPE Fortuna

A SPE Fortuna tem como objeto social a exploração, planejamento econômico, desenvolvimento e gerenciamento do Top Shopping. A SPE Fortuna detém participação imobiliária de 35% no Top Shopping (RJ).

SPE Sfida

A SPE Sfida tem como objeto social a exploração de *Shopping Centers*, de prédios comerciais, planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, gerenciamento, implantação de *Shopping Centers* e exploração de estacionamento. A SPE Sfida desenvolve o projeto do Shopping Center Sete Lagoas.

Subsidiárias controladas indiretamente

L5 Corporate LLC

A L5 Corporate LLC com sede no estado de Delaware, nos Estados Unidos foi criada com o propósito específico de captar recursos no mercado internacional e não possui operações próprias.

BR Malls Administração

A ECISA detém a totalidade do capital social da BR Malls Administração, empresa que desempenha o planejamento, gerenciamento, implantação e operação de *Shopping Centers* e empreendimentos comerciais de qualquer natureza, próprios ou de terceiros, assim como coordena a aquisição e locação de imóveis para exploração comercial.

Proffito e GS

A Proffito tem como propósito específico a participação no capital social da GS Shopping. A Proffito detém 65,5% do capital social da GS, tendo como objeto social a participação em *Shoppings Centers* e detém participação imobiliária de 73,56% do Goiânia Shopping.

A Proffito participa de 100% de todas as frações ideais e benfeitorias que compõem o Shopping Tamboré.

Nattca

A ECISA é titular de 100% do capital social da Nattca, companhia que tem como propósito específico a participação no Shopping Estação e é a exclusiva proprietária de 100% do referido *Shopping Center*.

SPE Indianápolis, Exímia e Cuiabá

A ECISA Participações detém a totalidade do capital social da SPE Indianápolis, companhia que tem como objeto social, dentre outros, a exploração e o desenvolvimento de *Shopping Centers* e a participação no capital social de outras sociedades. A SPE Indianápolis detém participação acionária de 78,65% do capital social da Cuiabá, que por sua vez detém participação imobiliária de 12,72% do Pantanal Shopping. Consolidando-se estas participações, a SPE Indianápolis detém, indiretamente, aproximadamente, 10% do Pantanal Shopping.

Além destas participações, a SPE Indianápolis também detém debêntures de emissão da Maia e Borba S.A., as quais lhe asseguram remuneração correspondente a 50% do resultado líquido do Araguaia Shopping, empreendimento comercial explorado pela referida sociedade.

A SPE Indianópolis detém 99,99% do capital social da Exímia, sociedade que tem como objeto social, dentre outros, a locação de bens imóveis da sua propriedade e participação acionária ou societária em outras empresas. A Exímia possui como ativos as seguintes participações: (i) 13% do empreendimento denominado Big Shopping; e (ii) 0,98% do empreendimento denominado Minas Shopping.

EPI e SPE Classic

A ECISA Engenharia detém aproximadamente 99,99% do capital social da EPI, sociedade que tem como objeto social, dentre outros, a participação em empreendimentos imobiliários. A EPI possui as seguintes participações: (i) 19,04% do empreendimento denominado Shopping Center Piracicaba; (ii) 13,30% do empreendimento denominado Shopping Center Iguatemi Belém; (iii) 17,90% do empreendimento denominado Amazonas Shopping Center; e (iv) 34,20% do empreendimento denominado Shopping Center Iguatemi Maceió. A EPI detém 100% das quotas do capital social da SPE Classic Participações Ltda., que por sua vez detém participação imobiliária de 3% do Shopping Metrô Tatuapé e 15% Shopping São Luis.

Fashion Mall e Rai-Rhodes

A ECISA detém 100% do capital social da Fashion Mall, que tem como objeto social, dentre outros, a exploração, planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, administração, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers*. A sociedade detém participação de: (i) 100% do Rio Plaza Shopping; (ii) 100% do São Conrado Fashion Mall; (iii) 100% do Niterói Plaza; e (iv) 100% do Shopping Ilha Plaza.

A Fashion Mall detém a totalidade do capital social da Rai Rhodes. Esta desempenha prestação de serviços de administração, locação e auxiliares ao comércio de bens de imóveis, inclusive *Shopping Centers*, bem como a compra e venda de imóveis.

COFAC

A ECISA detém 100% do capital social da COFAC que tem como objeto social, dentre outros, a exploração, planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, administração, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers*.

SPE Monza e Shopping Center Mooca

A ECISA Engenharia detém 100% do capital social da SPE Monza, sociedade que tem como objeto social, dentre outros, a exploração, planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, administração, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers* e exploração de estacionamento.

A SPE Monza possui participação de 60% no Shopping Center Mooca. O Shopping Center Mooca tem por objeto social o propósito de promover, desenvolver e explorar, exclusivamente mediante a compra, venda e locação de espaços de um empreendimento na modalidade de um *Shopping Center*. A SPE Monza ingressou no Shopping Center Mooca com o objetivo específico de desenvolver um *Shopping Center*, localizado no bairro da Mooca, na cidade de São Paulo.

SPE Xangai

A ECISA detém 100% do capital social da SPE Xangai, sociedade que tem como objeto social, dentre outros, a exploração, o planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, administração, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers* e exploração de estacionamento, tendo sido constituída com o propósito específico de desenvolver um *Shopping Center*, localizado na Rodovia Raposo Tavares, Km 23,5, no município de Cotia, situado na área metropolitana de São Paulo.

EMCE

A EMCE tem como principal objeto a locação de equipamentos que possibilitem a cogeração de energia elétrica tendo como principal cliente o NorteShopping.

Ras

A ECISA Participações detém 65,14% do capital social da Ras, sociedade que tem como objeto social, dentre outros, a exploração, planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, administração e gerenciamento e implantação de *Shopping Centers*. A Ras detém 5,24% do Shopping Center Esplanada.

KGM37

A ECISA detém 100% do capital social da KGM37, sociedade que tem como objeto social, dentre outros, a exploração, planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, administração e gerenciamento e implantação de *Shopping Centers*. A KGM37 detém 10,41% do Shopping Mueller.

SDR

A SDR tem como objeto social a realização de empreendimentos imobiliários, notadamente *Shopping Centers* e a participação no capital social de outras sociedades. A SDR detém participação imobiliária de 30% no Shopping Del Rey. Em conjunto com a ECISA Engenharia, a BR Malls possui participação imobiliária de 65% no Shopping Del Rey.

Campo Grande Parking

A Campo Grande Parking tem como objeto social a exploração da atividade de estacionamento rotativo no Shopping Campo Grande.

Spinacia Participações

A Spinacia Participações tem como objeto social a exploração de *Shopping Centers*, estacionamento, desenvolvimento, comercialização, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers*. A sociedade possui 75% de participação do empreendimento imobiliário Shopping Center Cabo Frio.

ASB

A ASB tem como objeto social a exploração de *Shopping Centers*, de prédios comerciais e/ou industriais próprios e de terceiros e exploração de estacionamento. A sociedade possui 100% de participação no empreendimento imobiliário Campinas Shopping.

Sociedades controladas em conjunto

ASCR

A ASCR presta serviços de administração relacionados à operação do Shopping Center Recife.

Recife Parking

A Recife Parking como objeto social a exploração da atividade de estacionamento rotativo no Shopping Center Recife.

Recife Locadora

A Recife Locadora tem como objeto social a locação de equipamentos de geração de energia elétrica ou térmica, relacionados a operação do Shopping Center Recife.

Villa-Lobos Parking

O Villa-Lobos Parking tem como objeto social a exploração da atividade de estacionamento rotativo de veículos automotores no Shopping Center Villa Lobos.

SPE Mônaco

A BR Malls detém 50% do capital social da SPE Mônaco, sociedade que tem como objeto social, dentre outros, a exploração, o planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, administração, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers* e exploração de estacionamento. A SPE Mônaco detém 100% do Natal Shopping Center.

B. Sete

A BR Malls detém 39,59% do capital social da B. Sete, sociedade que tem como objeto social a exploração, o planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, administração, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers* e exploração de estacionamento. A B. Sete Participações S.A. possui 100% do Shopping Center Osasco Plaza.

Christaltur

A ECISA Engenharia detém 49,99% do capital social da Christaltur, que tem por objeto social a execução de incorporações imobiliárias, bem como a participação em outras empresas como acionista ou quotista. Com a aquisição da Christaltur, a BR Malls passou a deter, em área bruta locável, 39,72% do Shopping Villa-Lobos, aumentando sua participação no referido empreendimento.

Sociedade coligada

SISA

A ECISA Engenharia detém 8% do capital social da SISA, companhia que tem como objeto social a organização, implantação e gerência de bens móveis e imóveis e de empreendimentos na área comercial, notadamente *Shopping Centers*. A SISA detém a totalidade da participação imobiliária do Shopping Center Independência.

Investimentos e Desinvestimentos desde 2004

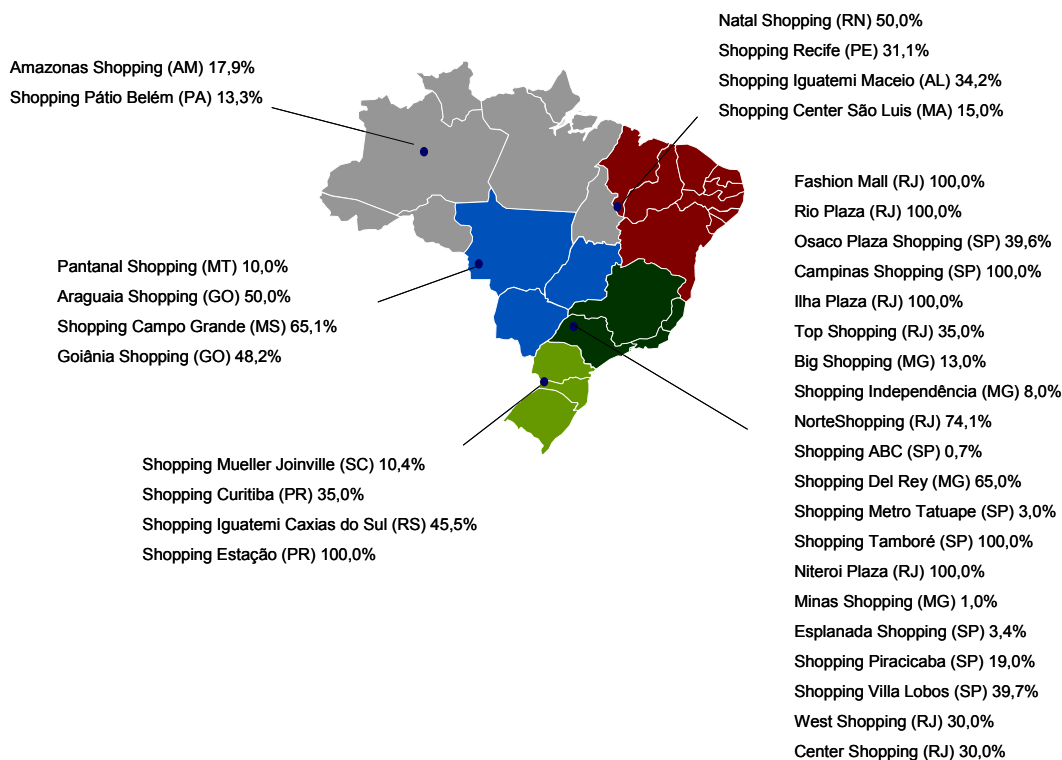
Para maiores informações acerca de nossos principais investimentos, ver item “Eventos Recentes e Composição Acionária” acima. Além dos investimentos mencionados neste item, em 27 de fevereiro de 2007, adquirimos, por meio de nossa subsidiária SPE Indianópolis, a totalidade das debêntures da primeira emissão da Maia e Borba S.A., ao preço de R\$14.551.500,00. Esta sociedade é responsável pela exploração do Araguaia Shopping e as debêntures nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido do Araguaia Shopping e o direito de indicar a empresa responsável pela administração do *Shopping Center* e comercialização de suas unidades imobiliárias. As debêntures são perpétuas, podendo ser resgatadas a critério dos debenturistas, mediante requerimento feito dentro de um período de 60 dias contados a partir de 48 meses da data de emissão das debêntures. O eventual resgate será ao preço de emissão das debêntures acrescido de variação equivalente a 102% da Taxa DI. As debêntures são conversíveis em ações mediante condições pré-determinadas na escritura de emissão. As debêntures farão jus a remuneração equivalente a 50% do resultado líquido positivo auferido pela emissora com a exploração do Araguaia Shopping. As debêntures são garantidas por um penhor de ações de emissão da Invest Mall Participações S.A., da Cuiabá e da Country Shopping S.A. De acordo com os termos da escritura de emissão, compete aos debenturistas indicar a administração do Araguaia Shopping, ressalvadas as condições de mercado. Nesse contexto, a BR Malls Administração prestará serviços de administração e comercialização de lojas para o Araguaia Shopping.

Não realizamos desinvestimentos relevantes desde a data de nossa constituição.

Segmentos e Mercados de Atuação

Participação em Shopping Centers

Temos participação em 34 *Shopping Centers* e estamos localizados nas regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul do País. O mapa abaixo indica a localização de nossos *Shopping Centers*, assim como a participação, em percentuais, que detemos nos respectivos *Shopping Centers*.



Nossos *Shopping Centers* são direcionados a consumidores das Classes A, B e C, caracterizados pela sua fidelidade e exigência de qualidade. Dentre os *Shopping Centers* de nosso portfólio, destacam-se o Shopping Recife e o NorteShopping, sendo que este último, passou a disputar a posição de maior Shopping Center do Rio de Janeiro, de acordo com dados divulgados pela ABRASCE em setembro de 2007, após sua expansão ocorrida em 2007.

Para informações adicionais sobre os dados operacionais dos nossos *Shopping Centers*, ver o item “Empreendimentos” na página [•] deste Prospecto.

Administração de Shopping Centers

Somos especializados na administração de nossos *Shopping Centers* e de *Shopping Centers* de terceiros. Possuímos experiência na gestão de tais empreendimentos comerciais com seus diversos perfis, porte, localização e estágios de maturação. Atualmente, somos responsáveis pela administração de 23 *Shopping Centers*, todos constituídos na forma de condomínio edilício e condomínio *pro-indiviso*.

Atuamos em diferentes fases de implementação dos empreendimentos, desde a fase de planejamento (estudo de viabilidade do empreendimento), desenvolvimento do projeto, lançamento do *Shopping Center*, até o gerenciamento da estrutura e gestão financeira, comercial e jurídica das atividades dos *Shopping Centers*, buscando sempre a redução de custos, maximização de resultados e transparência nas nossas relações com os condôminos e lojistas. Nossa atividade de administração de *Shopping Centers* segue padrões modernos e profissionais de gerenciamento, tendo como filosofia de atuação a transparência, a confiança, o trabalho em equipe e o comprometimento com resultados expressivos. Acreditamos que a valorização do relacionamento com os lojistas, com o oferecimento de serviços diferenciados, visando a aumentar as vendas nos *Shopping Centers* e a conquista de novos clientes, constitui diferencial na nossa atividade de administração de *Shopping Centers*.

Para maiores informações operacionais sobre os *Shopping Centers* que administramos, ver “Atividades – Visão Geral” e “Atividades – Empreendimentos” nas páginas [•] e [•] deste Prospecto, respectivamente.

Comercialização de Lojas e Espaços de Malls e Merchandising

Somos especializados na comercialização de lojas e espaços de *Malls*, *Merchandising* e realização de eventos em *Shopping Centers*. Atualmente, prestamos serviços para 27 empreendimentos, em diversas regiões do Brasil, com atuação destacada no Rio de Janeiro e São Paulo.

Nossa atividade de comercialização de lojas engloba a gestão planejada do *Mix* de Lojas e a definição da política comercial dos *Shopping Centers*, prospectando ativamente lojas e grandes cadeias do varejo através de corretores localizados em todo País, que, em conjunto, nos oferecem um grande poder de negociação. Nesse contexto, atuamos na intermediação dos contratos de locação entre empreendedores e os lojistas, já tendo intermediado contratos de locação com as principais Âncoras e lojas atuantes no setor de *Shopping Centers*, tais como TIM, Leader Magazine, Renner, Mr. Pretzels, Centauro, O Boticário, Taco, C&A, Lojas Americanas, Casa&Vídeo, Marisa, Richards, Casas Bahia, Ponto Frio, Arezzo, Pão de Açúcar, Cinemark, Multiplex, Severiano Ribeiro, entre outras. Também faz parte do escopo dos nossos serviços a assessoria aos lojistas na busca de novas instalações e realocações nos *Shopping Centers*.

Na área de *Mall*, comercializamos quiosques e *stands* promocionais, de vendas e de serviços, com o objetivo de complementar o *Mix* de Lojas dos *Shopping Centers* para fortalecer suas relações comerciais. Comercializamos também espaços para *Merchandising* pois, nos últimos anos, os *Shopping Centers* se transformaram em poderosa ferramenta de comunicação, disponibilizando várias e diferentes opções de publicidade, *indoor* e *outdoor*. Outra importante ferramenta comercial é a realização de eventos nas áreas internas e de estacionamento. Essas ações, além de resultarem em mídia espontânea, aumentam o tráfego de clientes e os resultados comerciais.

As Âncoras têm um importante papel na atratividade de um *Shopping Center*, especialmente no início de sua operação, através de suas intensas campanhas de *marketing*, que ajudam no posicionamento do *Shopping Center* em sua região. Nesse contexto, buscamos identificar as lojas Âncoras que melhor se adequam ao projeto, desde a fase de concepção do mesmo, a fim de atraí-las para o empreendimento. Possuímos relacionamentos com a maior parte das Âncoras que atualmente operam no Brasil. Como diferencial competitivo, mantemos forte relacionamento comercial com os principais operadores do Brasil, entre eles: Lojas Americanas, Ponto Frio, Casa & Vídeo, Leader Magazine, C&A, Renner, Carrefour, Casas Bahia e Pão de Açúcar.

Empreendimentos

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

Shopping Recife

O Shopping Recife foi inaugurado em 7 de outubro de 1980 e está localizado na cidade de Recife, capital do estado de Pernambuco, cuja população excede 1,5 milhão de habitantes (de acordo com dados do IBGE, de [•] de 2007).

Atualmente, o Shopping Recife possui 61,1 mil m² de ABL e 403 lojas. Em 2008, cerca de 23,0 milhões de pessoas visitaram o Shopping Recife.

O público consumidor do Shopping Recife é formado por pessoas de todas as idades, 76% deles das Classes A e B. Cerca de 68% dos consumidores do Shopping Recife visitam o empreendimento semanalmente e a cada 100 visitas, 74 efetivamente resultaram em compra (de acordo relatório da IPESPE, de Setembro de 2008).

Prestamos serviço de comercialização ao Shopping Recife. A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Recife:

Shopping Recife	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	31,1%
ABL Total (m²)	61,1 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	403
Principais Lojas	Zara, C&A, Renner, Mega Store Saraiva, Lojas Americanas, Hiper Bom Preço, Tok&Stok
N.º de Visitantes (2008)	23 milhões

⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
⁽²⁾ Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.

Os principais concorrentes do Shopping Recife são os seguintes:

<i>Shopping Center</i>	Ano de Inauguração	Nº Lojas	ABL (m²)	Vagas de Estacionamento	Principais Lojas
Guararapes.....	1993	227	43,5 mil	2.000	C&A, Lojas Americanas, Game Station e Insinuante
Tacaruna	1997	220	40,8 mil	2.270	C&A, Bom Preço, Lojas Americanas, Riachuelo e PB Kids

Fonte: ABRASCE e sites dos *Shopping Centers*.

NorteShopping

O NorteShopping foi inaugurado em julho de 1986, com 31,0 mil m² de ABL e está localizado na zona norte da cidade do Rio de Janeiro. O NorteShopping possui o Hipermercado Carrefour, loja Âncora que ocupa 13,0 mil m² de ABL. Em 1988, foi realizada a primeira expansão do empreendimento que incorporou ao *Shopping Center* 30 novas lojas, a loja Âncora C&A e duas salas de cinema.

Atualmente, seu *Mix* de Lojas está entre os mais completos entre todos os *Shopping Centers* do Rio de Janeiro, totalizando 334 lojas, entre elas: Carrefour, Renner, C&C, C&A, Casa & Vídeo, Leader Magazine, Lojas Americanas, Casas Bahia, Ricardo Eletro e Ponto Frio, além de um portfólio diversificado de serviços que inclui: Detran (IFP), postos da Secretaria de Fazenda e Ministério do Trabalho, Correios, lava a jato *indoor*, bancos 24h, bancos (Banco Itaú, ABN Real, Santander e Caixa Econômica Federal), cabeleireiros, lavanderia, fraldário, carrinhos gratuitos para bebês, chaveiro e jornaleiro. Além da grande variedade de marcas e serviços, conta com dez salas de cinema (Kinoplex), o Teatro Miguel Falabella (com 456 lugares), considerado um dos mais modernos do Rio, e um conjunto de salas comerciais denominado Vida Center localizado na cobertura do Shopping e que reúne consultórios médicos e dentários, clínicas de estética e beleza, laboratórios e ainda uma unidade do Centro Educacional da Lagoa (da creche ao vestibular) e filiais de cursos de idiomas como a Aliança.

O NorteShopping atraiu um tráfego médio de 30 milhões de consumidores ao ano (2008). Seus frequentadores estão distribuídos, segundo fontes divulgadas pelo IMA em 2006, em 15% de Classe A e 51% de Classe B, sendo 62% do sexo feminino e 79% acima dos 20 anos. A pesquisa divulgadas pelo IMA em 2006 revelou ainda que 57% dos frequentadores vão ao *Shopping Center* pelo menos uma vez por semana, 67% efetuam compras a cada visita, 89% declaram que estão muito satisfeitos com o empreendimento e 65% se declaram fiéis. Empreendimentos relevantes têm, na filial do NorteShopping, suas lojas campeãs em desempenho, tais como: McDonald's (sua loja está entre as 20 lojas que mais vendem no Brasil), a CVC Viagens e Turismo (loja líder em vendas entre as 230 distribuídas no Brasil no ano de 2006), conforme informado pelas próprias lojas. Acreditamos que por força destes aspectos, o NorteShopping possui um dos maiores faturamentos por m² do Estado do Rio de Janeiro.

Em 15 de janeiro de 2007, o NorteShopping inaugurou sua segunda grande expansão, denominada "Pátio NorteShopping". O Pátio NorteShopping possui uma área de lazer e entretenimento com 33 mil m², estreando um novo conceito em Shopping no Brasil, denominado *lifestyle center*: uma tendência americana que valoriza espaços a céu aberto, com paisagismo destacado, incorporando o estilo de vida dos moradores da região ("*Lifestyle Center*").

Além disso, o Shopping possui uma outra expansão em andamento, que deverá adicionar cerca de 1,0 mil m² de ABL, contribuindo para uma reafirmação perante seus concorrentes diretos como sendo o maior *Shopping Center* do Rio de Janeiro.

Atualmente, somos responsáveis pela administração do NorteShopping, além de prestarmos serviços de comercialização.

A tabela abaixo apresenta as principais características do NorteShopping:

NorteShopping	
Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾	74,1%
ABL Total (m²)	76,8 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	334
Principais Lojas.....	Carrefour, Renner, C&C, C&A, Casa&Vídeo, Leader Magazine, Lojas Americanas, Casas Bahia e Ponto Frio
N.º de Visitantes (2008)	30 milhões
⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.	
⁽²⁾ Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.	

O NorteShopping tem como principais concorrentes três *Shopping Centers*, conforme descrito abaixo:

<i>Shopping Center</i>	Ano de Inauguração	Nº Lojas	ABL (m²)	Vagas de Estacionamento	Principais Lojas
Barra Shopping	1981	584	69,1 mil	4.700	Zara, Ponto Frio, Casa & Vídeo, C&A, Fast Shop, Fnac, Leader Magazine, Lojas Americanas, Renner e Saraiva.
Nova América	1995	233	40,7 mil	2.487	C&A, Casa & Vídeo, Ponto Frio, Kalunga, Lojas Americanas e Casas Bahia.
Carioca	2001	194	35,2 mil	1.824	Hipermercado Extra, Cinemark, Leader, Lojas Americanas, C&A e Casa&Vídeo.

Fonte: ABRASCE e sites dos *Shopping Centers*.

Para maiores informações sobre projetos sociais desenvolvidos pelo NorteShopping e serviços prestados a clientes portadores de necessidades especiais, ver seção “Atividades – Responsabilidade Ambiental e Social” na página [•] deste Prospecto.

Shopping Campo Grande

Inaugurado em outubro de 1989, o Shopping Campo Grande está localizado na cidade de Campo Grande, no Estado do Mato Grosso do Sul. Acreditamos que o Shopping Campo Grande seja o mais completo centro de compras e lazer da cidade.

O *Mix* de Lojas do Shopping Campo Grande contempla 28,6 mil m² de ABL e 159 lojas, tais como: Casas Bahia, Renner, Pernambucanas, Riachuelo, Lojas Americanas, C&A e Hipermercado Carrefour, além de reunir as melhores marcas regionais e nacionais, agências bancárias e agências dos correios. Pesquisas junto ao público consumidor do shopping revelaram que: 68% dos consumidores estão nas Classes A e B, 80% concluíram, pelo menos, o ensino médio escolar e 67% visitam o *Shopping* semanalmente.

Campo Grande tem a maior população e arrecadação de ICMS do estado e suas principais atividades econômicas são o comércio (45%) e serviços (40%), conforme dados de 2005 publicados pela Secretaria de Estado de Planejamento Ciência e Tecnologia (www.seplanct.ms.gov.br). Não há outro *Shopping Center* na região, não havendo concorrente a se destacar.

Atualmente, somos responsáveis pela administração do Shopping Campo Grande, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do Campo Grande:

Shopping Campo Grande	
Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾	65,1%
ABL Total (m²)	28,6 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	159
Principais Lojas.....	Renner, Pernambucanas, Riachuelo, Lojas Americanas e C&A e Hipermercado Carrefour

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

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

Shopping Del Rey

O Shopping Del Rey foi inaugurado em 28 de outubro de 1991, na cidade de Belo Horizonte, no Estado de Minas Gerais.

Com uma ABL de 37,4 mil m², o Shopping Del Rey conta com 177 lojas, tais como: C&A, Riachuelo, Renner, Lojas Americanas, Dadalto, Pernambucanas, Marisa, Hipermercado Carrefour e Multiplex. Adicionalmente, o Shopping Del Rey conta com as mega-lojas da Leitura e Ri Happy, além do Ponto Frio, Casa Bahia e Ricardo Eletro.

Conforme relatório divulgado pelo Instituto Motivo e Ação (2008), 65% dos consumidores do Shopping Del Rey são do sexo feminino, 17% da Classe A, 49% da Classe B e 75% das visitas resultaram em compra.

O *mix* de serviços disponíveis para os clientes inclui agência dos correios, agências bancárias (Bradesco, Itaú, Unibanco, Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal), agência de turismo e câmbio, salão de beleza, locadora de vídeo, casa lotérica, banca de jornais e revistas, entre outros.

Atualmente, somos proprietários de fração ideal equivalente a 65,0% do Shopping Del Rey, somos responsáveis por sua administração, além de prestarmos serviços de comercialização.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Del Rey:

Shopping Del Rey	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	65,0%
ABL Total (m ²)	37,4 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	177
Principais Lojas.....	C&A, Riachuelo, Renner, Lojas Americanas, Dadalto, Pernambucanas, Marisa, Carrefour e Multiplex
N.º de Visitantes (2008)	11 milhões

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

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

O Shopping Del Rey tem como principais concorrentes três *Shopping Centers*, conforme descrito abaixo:

<i>Shopping Center</i>	Ano de Inauguração	Nº Lojas	ABL (m ²)	Vagas de Estacionamento	Principais Lojas
BH Shopping.....	1979	289	35,5 mil	3.128	Carrefour, C&A, Lojas Americanas, Riachuelo, Renner e Zara
Itaupower.....	2005	100	33,0 mil	3.300	C&A, Renner, Riachuelo e Lojas Americanas
Minas Shopping	2001	189	32,0 mil	3.000	Lojas Americanas, Riachuelo, C&A e Dadalto

Fonte: ABRASCE e sites dos *Shopping Centers*

Shopping Iguatemi Caxias do Sul

Em novembro de 1996, inauguramos, junto com a Iguatemi, o Shopping Iguatemi Caxias do Sul, localizado na cidade de Caxias do Sul, no estado do Rio Grande do Sul. O Shopping Iguatemi Caxias do Sul conta com algumas lojas como: Loja Renner, Hipermercado Carrefour, um complexo de seis salas de cinema multiplex e excelentes restaurantes. O Shopping Iguatemi Caxias do Sul destaca-se por apresentar um *Mix* de Lojas com várias marcas nacionais não presentes em outros locais da sua região de atuação.

Em abril, foi inaugurada a expansão do Shopping Iguatemi Caxias do Sul, que adicionou 17,229 mil.m² de ABL ao *Shopping*, mais do que dobrando o ABL de seu tamanho original, com as seguintes lojas: Riachuelo, C&A, Colombo Premium, Saraiva, Centauro e Fast Shop, entre outras.

A BR Malls, que administra o shopping e foi a responsável pelo desenvolvimento do projeto, gerenciamento da obra e pela comercialização das lojas, permanece com 45,5% de participação no shopping após a expansão, que adicionou 7.839 m² de ABL próprio ao seu portfólio.

Não há outro *Shopping Center* na região, não havendo concorrente a destacar.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Iguatemi Caxias do Sul:

Shopping Iguatemi Caxias do Sul	
	Na data deste prospecto
Participação (%) ⁽¹⁾	45,5%
ABL Total (m ²)	30,3 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	145
Principais Lojas.....	Loja Renner, Hipermercado Carrefour, C&A, Colombo Premium, Riachuelo, Saraiva, Fastshop e Centauro

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

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

Shopping Villa-Lobos

Inaugurado em abril de 2000, o Shopping Villa-Lobos está localizado na cidade São Paulo, no estado de São Paulo. Com 27,2 mil m² de ABL, o Shopping Villa-Lobos possui 213 lojas, incluindo opções de gastronomia, serviços e lazer.

Conforme relatório divulgado pela Mall Monitor (2006), 62% dos consumidores do Shopping Villa-Lobos são do sexo feminino e 97% pertencem às Classes AB.

Somos responsáveis pela administração do Shopping Villa-Lobos, além de prestarmos serviço de comercialização.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Villa-Lobos:

Shopping Villa-Lobos	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	39,7%
ABL Total (m ²)	27,2 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	213
Principais Lojas.....	Zara, C&A, Pão de Açúcar, Fast Shop, Livraria Cultura

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

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

Os principais concorrentes do Shopping Villa-Lobos são os seguintes:

<i>Shopping Center</i>	Ano de Inauguração	Nº Lojas	ABL (m ²)	Vagas de Estacionamento	Principais Lojas
Ibirapuera.....	1976	503	49,6 mil	3.110	Zara, Camicado, Fast Shop e Centauro
Morumbi Shopping	1982	411	45,3 mil	2.830	Zara, FNAC, Swarovski e Puma
Iguatemi	1966	325	40,7 mil	2.539	Ferragamo, Diesel, Empório Armani e Zara
Pátio Higienópolis	1999	259	24,9 mil	1.350	Fast Shop, Les Lis Blanc e H Stern
Região dos Jardins	N/A	N/A	N/A(1)	N/A ⁽¹⁾	Diesel, Emporio Armani e Louis

Fonte: ABRASCE e site dos *Shopping Centers*.
 (1) N/A entende-se por não disponível.

Goiânia Shopping

O Goiânia Shopping foi inaugurado em 24 de outubro de 1995, e está localizado na cidade de Goiânia, no estado de Goiás, sendo um dos mais modernos centros de compras e de entretenimento e lazer da cidade.

Em 2000, o Goiânia Shopping passou por sua primeira expansão, aumentando sua área total construída de aproximadamente 34,7 mil m² para aproximadamente 46,3 mil m². Entre as novidades, estavam a inauguração da loja da C&A e a ampliação do Hipermercado Bretas. Em dezembro do mesmo ano, o Shopping concluiu a última etapa de sua primeira expansão com a inauguração dos 2.100 lugares das oito salas de cinemas Multiplex Severiano Ribeiro, considerado por muitos goianos o melhor cinema da cidade. No início de maio de 2009, foi inaugurada a primeira etapa da nova expansão do Shopping Goiânia, que respondeu por quase 30,0% do ABL previsto para tal expansão (para mais informações, ver seção “Atividades – Projetos em Desenvolvimento – Expansões Previstas para [•]” na página [•] deste Prospecto).

O Goiânia Shopping conta com um diversificado e sofisticado *Mix* de Lojas, incluindo 160 lojas, das quais: Hipermercado Bretas, C&A e Cinemas Severiano Ribeiro e uma galeria de serviços.

O Goiânia Shopping está situado em uma área privilegiada da cidade de Goiânia e uma parte representativa da população economicamente ativa da cidade reside na área de influência primária do Goiânia Shopping. A região se caracteriza, além da grande densidade demográfica, por registrar um dos maiores índices de crescimento econômico do município. Conforme relatório divulgado pela [•] ([•]), 33% do público do Goiânia Shopping possui renda familiar entre 5 e 10 mil reais e 70% dos clientes que possuem renda acima de 10 mil reais são freqüentadores habituais.

Atualmente, somos proprietários de fração ideal equivalente a 48,2% do Goiânia Shopping e somos responsáveis por sua administração, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do Goiânia Shopping:

Goiânia Shopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	48,2%
ABL Total (m ²)	17,4 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	160
Principais Lojas	Hipermercado Bretas, C&A e Cinemas Severiano Ribeiro
⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.	
⁽²⁾ Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.	

O Goiânia Shopping tem como principais concorrentes três *Shopping Centers*, conforme descrito abaixo:

<i>Shopping Center</i>	Ano de inauguração	Nº Lojas	ABL (m ²)	Principais Lojas
Flamboyant	1981	265	46,1 mil	C&A, Renner, Lojas Americanas, Tok&Stock, Riachuelo, Saraiva,
Buriti	1996	234	32,0 mil	C&A, Lojas Americanas, Hipermercado Bretas
Bouganville	2006	148	11,5 mil	Renner, CTIS, Toolbox, Calvin Klein, M. Officer, Zoomp, Colcci

Fonte: ABRASCE e sites dos *Shopping Centers*.

Independência Shopping

O Independência Shopping foi inaugurado em abril de 2008 e está localizado em Juiz de Fora, estado de Minas Gerais. O Shopping possui 23,3 mil m² de ABL e possui 153 lojas.

Com aproximadamente 500 mil habitantes Juiz de Fora é considerada a capital da Zona da Mata Mineira. Está localizada a 170 km da cidade do Rio de Janeiro, a 250 km de Belo Horizonte e a 450 km de São Paulo, ou seja, na interseção das três principais cidades e eixo econômico do País. Forte pólo regional, Juiz de Fora representa o 4º IPC Target 2006 do estado de Minas Gerais e o 36º IPC Target 2006 do País, conforme dados do ITPM para 2006. Apresenta boa infra-estrutura de suporte empresarial, logística de transportes, planejamento urbano e é reconhecida como um forte centro de formação profissional.

O Independência Shopping fica localizado na Avenida Independência, principal porta de entrada da cidade por onde passam obrigatoriamente turistas e moradores de cidades vizinhas, próximo ao centro da cidade de Juiz de Fora, ao aeroporto local e ao Centro de Convenções de Juiz de Fora.

A BR Malls é responsável pela administração do Independência Shopping, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do Independência Shopping:

Independência Shopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	8,0%
ABL Total (m²)	23,3 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	153
Principais Lojas.....	C&A, Casas Bahia, Centauro, Lojas Renner-

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

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

O Independência Shopping tem como principal concorrente o centro comercial descrito abaixo:

Centro Comercial	Ano de inauguração	Nº lojas	ABL (m²)	Principais Lojas
Mister	1988	141	9,0 mil	O Boticário, Mr. Cat, Falabella, Arquitetura, Andarella, Melissa Fashion, Uncle K, Vitor Hugo.

Fonte: ABRASCE e site dos *Shopping Centers*.

Shopping Estação

Inaugurado em novembro de 1997, o Shopping Estação está localizado na cidade de Curitiba, no estado do Paraná, em uma das mais importantes avenidas da cidade.

Com 54,7 mil m² de ABL, o Shopping Estação conta com 149 lojas, dentre elas: O Boticário, Arezzo, Bob's, McDonald's, Lojas Americanas, Renner, Riachuelo e Marisa. O *Mix* de Lojas do Shopping Estação está sendo aperfeiçoado, ganhando forte ancoragem, inclusive do Estação Convention Center com 27,9 mil m². O Shopping Estação está voltado para um público majoritariamente das Classes B e C, sendo sua frequência de 5,4 milhões consumidores por ano. Seus principais concorrentes são: Parkshopping Birigui, Crystal Shopping, Shopping Mueller e Shopping Curitiba.

Dois imóveis do Shopping Estação estão penhorados e arrestados por diversas dívidas, no valor de aproximadamente R\$12,5 milhões, de credores trabalhistas e civis da Rede Ferroviária Federal – RFFSA, antiga proprietária do imóvel. A RFFSA vendeu estes bens a terceiros quando já existiam processos ajuizados contra ela, o que pode caracterizar fraude à execução. Há um contrato de depósito em garantia firmado entre Nattca e as vendedoras para cobrir o pagamento destas dívidas até o valor de R\$7,0 milhões. As construções feitas no imóvel ainda não foram averbadas no Registro de Imóveis e a Prefeitura Municipal de Curitiba não concedeu o habite-se total das edificações.

Atualmente, somos responsáveis pela administração do Shopping Estação, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Estação:

Shopping Estação	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	100,0%
ABL Total (m²) ⁽²⁾	54,7 mil
N.º de Lojas ⁽³⁾	149
Principais Lojas.....	O Boticário, Arezzo, Bob's, McDonald's, Lojas Americanas, Renner, Riachuelo e Marisa

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

⁽²⁾ Inclui 27,9 mil m² referente ao Centro de Convenções.

⁽³⁾ Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.

O Shopping Estação tem como principais concorrentes os shopping centers descritos abaixo:

<i>Shopping Centers</i>	Ano de inauguração	Nº lojas	ABL (m²)	Principais Lojas
Shopping Mueller	1983	212	33,3 mil	Lojas Americanas, Renner, C&A, Zara e Cinemark
ParkShoppingBarigui	2003	181	38,8 mil	FNAC, Centauro, Ponto Frio, PB Kids, Livraria Curitiba, Zara, C&A, Hot Zone
Crystal Shopping	1996	139	12,3 mil	-
Shopping Curitiba	1996	148	23,6 mil	C&A, Lojas Americanas e Renner

Pantanal Shopping

Inaugurado em novembro de 2004, o Pantanal Shopping está localizado na cidade de Cuiabá, no estado do Mato Grosso, em uma das mais importantes avenidas da cidade.

Com 42,8 mil m² de ABL, o Pantanal Shopping conta com 179 lojas, dentre elas: Lojas Americanas, Renner, Ponto Frio, Novo Mundo, Supermercado Modelo IGA e Cinemas Multiplex. A frequência do Pantanal Shopping é de mais de 9,0 milhões de consumidores por ano.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Pantanal Shopping:

Pantanal Shopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	10,0
ABL Total (m²)	42,8 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	179
Principais Lojas.....	Lojas Americanas, Renner, Ponto Frio, Novo Mundo, Supermercado Modelo IGA e Cinemas Multiplex

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

Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros

Araguaia Shopping

Inaugurado em julho de 2001, o Araguaia Shopping está localizado na cidade de Goiânia, no estado de Goiás. O Araguaia tem, aproximadamente, 20,9 mil m² de ABL contando com 118 lojas. Nossa participação no Araguaia Shopping ocorre por meio de debêntures conversíveis, as quais nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido do Araguaia Shopping e o direito de indicar a empresa responsável pela administração do *Shopping Center* e comercialização de suas unidades imobiliárias.

Além disso, os imóveis estão penhorados em favor de diversos credores fiscais, cíveis e trabalhistas de uma empresa do Estado de Goiás.

Atualmente, somos os responsáveis pela administração do Araguaia Shopping, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do Araguaia Shopping:

Araguaia Shopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	50% do resultado líquido do Araguaia Shopping
ABL Total (m²)	20,9 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	118
Principais Lojas.....	Novo Mundo, Lojas Americanas, Tecelagem Avenida e Hipermercado Bretas

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

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

Shopping ABC

O Shopping ABC é o maior *Shopping Center* da região do Grande ABC, em termos de ABL. Inaugurado em 19 de agosto de 1996, tem passado, desde o ano de 2000, por ampla reformulação, reestruturação e revitalização.

Teve como parte de seu processo de expansão em janeiro de 2005, a inauguração do Piso Loft, um novo conceito de espaço em *Shopping Center*, que deu origem ao quarto pavimento de lojas do empreendimento. Com ambientação e arquitetura amplas e despojadas, o Piso Loft oferece opções diferenciadas de produtos e serviços.

O Shopping ABC tem frequência predominante das Classes A e B. O Shopping ABC tem ABL de 47,1 mil m² e oferece 267 lojas, incluindo diversas grifes e as seguintes Âncoras: C&A, Casas Bahia, Renner, Riachuelo, Lojas Americanas, Tok & Stok, Fast Shop, Mix Móveis – e cinco salas de cinema.

Atualmente, somos os responsáveis pela administração do Shopping ABC, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping ABC:

Shopping ABC	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	0,7%
ABL Total (m ²)	47,1 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	267
Principais Lojas.....	C&A, Casas Bahia, Renner, Riachuelo, Lojas Americanas, Tok & Stok, Fast Shop

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

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

O Shopping ABC tem como principais concorrentes os *shopping centers* descritos abaixo:

<i>Shopping Centers</i>	Ano de inauguração	Nº lojas	ABL (m ²)	Principais Lojas
ABC Plaza Shopping	1997	277	63,0 mil	C&A, Kalunga, Pernambucanas, Hipermercado Extra e C&C
Metrópole Shopping	1980	162	24,9 mil	Renner e Lojas Americanas

Shopping Piracicaba

O Shopping Piracicaba é o maior e mais completo centro de compras e entretenimento da região. Inaugurado há 19 anos, está localizado na cidade de Piracicaba, em São Paulo.

De acordo com os dados do cadastro do programa de fidelidade do Shopping Piracicaba, este atrai principalmente públicos das classes A e B. Com uma ABL de 27,8 mil m², o *Shopping Center* possui 138 lojas, entre elas: C&A, Casas Bahia, Lojas Americanas, Marisa, Renner, Nobel Mega Store e Dicico – e cinco salas de cinemas.

Somos responsável por sua administração e comercialização de lojas. A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Piracicaba:

Shopping Piracicaba	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	19,0%
ABL Total (m ²)	27,8 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	138
Principais Lojas.....	C&A, Casas Bahia, Renner, Lojas Americanas, Marisa, e Nobel Mega Store

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

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

Amazonas Shopping

O Amazonas Shopping está situado na cidade de Manaus, considerada uma das melhores cidades da região Norte para se fazer negócios e classificada pelo IBGE como o sexto maior PIB brasileiro. Inaugurado em 7 de novembro de 1991, o Amazonas Shopping está localizado estrategicamente no que se refere à malha viária, pois recebe fluxo de trânsito de todos os Bairros de Manaus.

Com, aproximadamente, 34,3 mil m² de ABL, o Amazonas Shopping possui 200 lojas, entre elas: Riachuelo, C&A, Hipermercado Carrefour, Renner, Marisa, City Lar.

Somos responsável pela administração e comercialização de lojas do Amazonas Shopping.

Amazonas Shopping

	Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾	17,2%	
ABL Total (m²)	34,3 mil	
N.º de Lojas ⁽²⁾	200	
Principais Lojas.....	C&A, Carrefour, Riachuelo, Renner, Marisa e City Lair	
N.º de Visitantes (2008)	16 milhões	

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

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

Pátio Belém

O Pátio Belém foi inaugurado em 27 de outubro de 1993 e localiza-se na cidade de Belém. Com localização central, o *Shopping* tem como área de influência os bairros de maior poder aquisitivo da cidade, onde estão concentrados 70% da população das Classes A e B da cidade.

Cerca de 80% do público frequentador do *Shopping Center* está satisfeito ou muito satisfeito com os serviços prestados. De acordo com esta pesquisa, o público do *Shopping Center* se divide em 60% feminino e 40% masculino, sendo que 58% pertencem às Classes A e B, que somados aos frequentadores de Classe C, totalizam 95% dos consumidores (Instituto Paulista Connection Research – 2006).

O Pátio Belém possui 20,6 mil m² de ABL e conta com 194 lojas, sendo cinco lojas Âncoras.

Pátio Belém

	Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾	13,3%	
ABL Total (m²)	20,6 mil	
N.º de Lojas ⁽²⁾	194	
Principais Lojas.....	Y.Yamada. Visão, Lojas Americanas e C&A	
N.º de Visitantes (2008)	17 milhões	

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

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

Shopping Iguatemi Maceió

O Shopping Center Iguatemi Maceió foi inaugurado em 11 de abril de 1989, tendo sido o primeiro *Shopping Center* no Estado.

O Shopping Iguatemi Maceió possui uma ABL de, aproximadamente, 24,9 mil m² e conta com 176 lojas, entre elas: Lojas Americanas, C&A, Hiper Bompreço, Marisa, Lojas Riachuelo e Super Insinuante.

Shopping Iguatemi Maceió

	Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾	34,2%	
ABL Total (m²)	24,9 mil	
N.º de Lojas ⁽²⁾	176	
Principais Lojas.....	Lojas Americanas, C&A, Hiper Bompreço, Marisa, Lojas Riachuelo, Super Insinuante	
N.º de Visitantes (2008)	12 milhões	

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

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

Shopping Tamboré

O Shopping Tamboré foi inaugurado em 1992 e está situado em Barueri, cidade que, conforme dados divulgados pelo IBGE, possui o nono maior PIB entre todos os municípios do país. O Shopping Tamboré é um dos maiores e mais importantes complexos comerciais da região que abrange os municípios de Barueri, Santana de Parnaíba, Carapicuíba, Osasco, Jandira, Itapevi e Cotia.

São 31,5 mil m² de ABL com 163 lojas, sendo nove lojas Âncoras (Cinemark, C&A, Academia Bio Ritmo, Centauro Mega Loja, Fast Shop, Lojas Americanas, Casas Bahia, Preçolândia, C&C e Hipermercado Carrefour), uma diversificada área de alimentação com 30 operações e o Espaço Gastronômico que reúne cinco restaurantes da culinária mundial.

A maior parte deste público pertence à Classe B, sendo que 58% dos frequentadores estão na faixa etária entre 25 e 44 anos e 52% são mulheres. O *Shopping Center* possui ainda um público flutuante de 35% – pessoas que trabalham, mas não residem na região.

Somos responsável pela administração e comercialização de lojas do Shopping Tamboré.

Shopping Tamboré		
	Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾		100,0%
ABL Total (m²)		31,5 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾		163
Principais Lojas.....	Cinemark, C&A, Academia Bio Ritmo, Centauro, Fast Shop, Lojas Americanas, Casas Bahia, Carrefour	
N.º de Visitantes (2008)		12 milhões

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

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

Natal Shopping

O Natal Shopping foi inaugurado em 04 de junho de 1992 e foi o primeiro *Shopping Center* Regional do Rio Grande do Norte.

O Natal Shopping possui uma ABL de 17 mil m² e conta com 110 lojas, incluindo as Âncoras: Lojas Americanas, C&A, Siciliano e Rio Center.

Atualmente, prestamos serviços de comercialização ao Natal Shopping. A tabela abaixo apresenta as principais características do Natal Shopping:

Natal Shopping		
	Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾		50,0%
ABL Total (m²)		17 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾		110
Principais Lojas.....	Lojas Americanas, C&A, Rio Center e Siciliano	

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

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

Shopping Curitiba

O Shopping Curitiba foi inaugurado em 25 de setembro de 1996, preservando intacta a fachada do antigo quartel, que foi tombada pelo patrimônio histórico, e está localizado no cruzamento das duas maiores avenidas da cidade. A cidade de Curitiba tem o quinto maior PIB entre todos os municípios brasileiros.

O público do *Shopping Center* se divide em 60% feminino e 40% masculino, sendo a maioria pertencente às Classes A e B dos quais aproximadamente 51% têm entre 20 e 39 anos.

O Shopping Curitiba possui uma ABL de, aproximadamente, 23,9 mil m² e conta com 144 lojas, incluindo as Âncoras; Lojas Americanas, C&A e Renner.

Atualmente, somos os responsáveis pela administração do Shopping Curitiba, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Curitiba:

Shopping Curitiba		
	Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾		35,0%
ABL Total (m²)		23,9 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾		144
Principais Lojas.....	Lojas Americanas, C&A e Renner	
N.º de Visitantes (2008)		8 milhões

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

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

O Shopping Curitiba tem como principais concorrentes os *shopping centers* descritos abaixo:

<i>Shopping Centers</i>	Ano de inauguração	Nº lojas	ABL (m²)	Principais Lojas
Shopping Mueller	1983	212	33,3 mil	Lojas Americanas, Renner, C&A, Zara e Cinemark
ParkShoppingBarigui	2003	181	38,8 mil	FNAC, Centauro, Ponto Frio, PB Kids, Livraria Curitiba, Zara, C&A, Hot Zone
Crystal Shopping	1996	139	12,3 mil	
Shopping Estação	1997	153	52 mil	Lojas Colombo, Marisa, Renner, Lojas Americanas, Riachuelo e UCI

TopShopping

Inaugurado em 1996, o Top Shopping está localizado no centro da cidade de Nova Iguaçu, na estrada do Rio de Janeiro, e é o maior e mais importante *Shopping Center* da Baixada Fluminense. É favorecido por sua posição central e pela facilidade de acesso, já que é atendido por vias expressas de grande circulação como a Via Dutra e a Via Light, além da SuperVia da Rede Ferroviária.

Top Shopping possui 18,1 mil m² de ABL e 120 lojas, dentre elas: Leader Magazine, Lojas Americanas, Casa e Vídeo e Riachuelo. A frequência do Top Shopping é de aproximadamente 9,7 milhões de consumidores por ano, sendo que 53% deles pertencem às Classes A e B, 46% vão ao Shopping pelo menos duas vezes por semana e 82% residem em casa própria, de acordo com o IMA.

Atualmente, prestamos serviços de comercialização ao Top Shopping. A tabela abaixo apresenta as principais características do Top Shopping:

TopShopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	35,0%
ABL Total (m²)	18,1 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	120
Principais Lojas	Leader Magazine, Lojas Americanas, Casa e Vídeo e Riachuelo
N.º de Visitantes (2008)	10 milhões

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

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

Minas Shopping

Inaugurado em 1991, o Minas Shopping está localizado em Belo Horizonte, a quinta maior cidade do país, cuja população em 2006, era cerca de 5,3 milhões de habitantes.

O Minas Shopping possui, aproximadamente, 36,7 mil m² de ABL e com 188 lojas, dentre elas: Lojas Americanas, Riachuelo, C&A e Dadalto.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Minas Shopping:

Minas Shopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	1,0%
ABL Total (m²)	36,7 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	188
Principais Lojas	Lojas Americanas, Riachuelo, C&A e Dadalto
N.º de Visitantes (2008)	11 milhões

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

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

Big Shopping

Inaugurado em 1994, o Big Shopping está localizado em uma das principais avenidas da cidade de Contagem, em Minas Gerais, cuja população em 2006, era cerca de 600 mil habitantes.

O Big Shopping possui, aproximadamente, 17,5 mil m² de ABL e 84 lojas, dentre elas: Lojas Americanas, Dadalto, Marisa e Hipermercado Via Brasil. A frequência do Big Shopping é de consumidores de maioria pertencentes às Classes B e C. A tabela abaixo apresenta as principais características do Big Shopping:

Big Shopping		
	Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾		13,0%
ABL Total (m ²)		17,5 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾		84
Principais Lojas.....	Lojas Americanas, Dadalto, Marisa, Hipermercado Via Brasil	
N.º de Visitantes (2008)		14 milhões
⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.		
⁽²⁾ Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.		

Niterói Plaza Shopping

O Niterói Plaza foi inaugurado em 1986 e é o maior *Shopping Center* localizado na cidade de Niterói, na região metropolitana do Rio de Janeiro. O *Shopping Center* já passou por três expansões, a primeira em 1993, a segunda em 1995 e a terceira em 2004, quando inaugurou uma nova área de lojas, aumentou o estacionamento e trouxe o Cinemark, primeiro multiplex de Niterói. O projeto do Niterói Plaza Shopping, elaborado pela Coutinho, Diegues Arquitetos foi premiado em 1986 pelo IAB- Instituto dos Arquitetos do Brasil, com menção honrosa na categoria edificações comerciais.

A frequência do Niterói Plaza é de aproximadamente 22,3 milhões de consumidores por ano, sendo 59% mulheres e 41% homens. Conforme pesquisa feita pela i9 Brasil em 2004, 69% dos frequentadores pertencem a faixa etária entre 25 e 50 anos. O Niterói Plaza está voltando para o público das Classes A e B, representando 73% dos consumidores do *Shopping Center*.

O *Shopping* possui 31,4 mil m² de ABL e 224 lojas, dentre elas: C&A, Renner, Casa & Vídeo, Leader e Lojas Americanas.

Atualmente, somos responsáveis pela administração e comercialização do Niterói Plaza Shopping.

Niterói Plaza Shopping		
	Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾		100%
ABL Total (m ²)		31,4 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾		224
Principais Lojas.....	C&A, Renner, Casa & Vídeo, Leader e Lojas Americanas	
N.º de Visitantes (2008)		22 milhões
⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.		
⁽²⁾ Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.		

Ilha Plaza Shopping

O Ilha Plaza Shopping foi inaugurado em 1992 e está localizado no bairro da Ilha do Governador, estado do Rio de Janeiro e foi o primeiro *Shopping Center* a ser construído na região. A frequência do Ilha Plaza é de aproximadamente 7,0 milhões de consumidores por ano. O Ilha Plaza está voltado para um público majoritariamente da Classe A e B, que representam 72% dos consumidores do *Shopping Center*, onde 63% do público são mulheres e 37% homens.

O Ilha Plaza possui, aproximadamente, 19,7 mil m² de ABL, e 116 lojas.

Atualmente, somos responsáveis pela administração e comercialização do Ilha Plaza Shopping.

Ilha Plaza Shopping		
	Em 31 de março de 2009	
Participação (%) ⁽¹⁾		100%
ABL Total (m ²)		19,7 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾		116
Principais Lojas.....	C&A, Casa&Vídeo, Leader Magazine, Lojas Americanas, Ponto Frio e Renner	
N.º de Visitantes (2008)		7 milhões
⁽¹⁾ Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.		
⁽²⁾ Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.		

Rio Plaza Shopping

O Rio Plaza Shopping foi inaugurado em 1994 e está localizado na cidade do Rio de Janeiro. O Rio Plaza é o maior centro da gastronomia do bairro de Botafogo e seus arredores, além de oferecer variadas opções de gastronomia como restaurantes Outback Steakhouse, Joe & Leo's, Fiammetta e Gula Gula.

A frequência do Rio Plaza Shopping é de aproximadamente 2,3 milhões de consumidores por ano, que representam 90% dos consumidores do *Shopping Center*, onde 51% do público são mulheres e 49% homens.

O Rio Plaza possui 7,0 mil m² de ABL, e 31 lojas.

Atualmente, somos responsáveis pela administração e comercialização do Rio Plaza Shopping.

Rio Plaza Shopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	100,0%
ABL Total (m ²)	7 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	31
Principais Lojas.....	Fast Shop, Tok & Stok, Outback e Joe & Leo's

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

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

Fashion Mall

O Fashion Mall foi inaugurado em 1982, e foi o terceiro *Shopping* inaugurado no Rio de Janeiro. A zona de influência do *Shopping Center* engloba os bairros de São Conrado, Lagoa, Leblon, Ipanema, Jardim Botânico, Gávea, Joá, Barra da Tijuca e Itanhangua. O Fashion Mall está voltando para o público das Classes A e B dos quais 61% são mulheres, que representam 90% dos consumidores do *Shopping*.

O *Shopping Center* possui, aproximadamente, 15,0 mil m² de ABL e 112 lojas.

Atualmente, somos responsáveis pela administração e comercialização do Fashion Mall.

Fashion Mall	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	92,4%
ABL Total (m ²)	15 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	112
Principais Lojas.....	Fast Shop, Emporio Armani, H. Stern, Clube Chocolate, Diesel
N.º de Visitantes (2008)	2 milhões

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

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

Esplanada Shopping

O Esplanada Shopping foi inaugurado em 1991 e está localizado na cidade de Sorocaba, no estado de São Paulo. O *Shopping* está voltado para o público da Classe B, possui 24 mil m² de ABL e 158 lojas.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Esplanada Shopping:

Esplanada Shopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	2,4%
ABL Total (m ²)	24 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	158
Principais Lojas.....	Carrefour, Lojas Renner, Lojas Americanas, Casas Bahia e C&A
N.º de Visitantes (2008)	4 milhões

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

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

Osasco Plaza Shopping

O Osasco Plaza Shopping está localizado no município de Osasco, SP. O Osasco Plaza Shopping inaugurou em 1995 e fica localizado em uma das áreas mais movimentadas da cidade. O shopping possui 14,5 mil m² de ABL e 142 lojas.

Atualmente, somos responsáveis pela comercialização do Osasco Plaza Shopping.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Osasco Plaza Shopping:

Osasco Plaza Shopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	39,6 %
ABL Total (m ²)	14,5 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	142
Principais Lojas	Casas Bahia, Polishop, Marisa e Lojas Americanas
(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.	
(2) Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.	

Shopping Metro Tatuapé

O Shopping Metro Tatuapé fica localizado na cidade de São Paulo e foi inaugurado em 1999. Esse *Shopping* possui 32,9 mil m² de ABL e 280 lojas.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Metro Tatuapé:

Shopping Metro Tatuapé	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	3,0 %
ABL Total (m ²)	32,9
N.º de Lojas ⁽²⁾	280
Principais Lojas	Lojas Americanas, C&A, Renner, Ponto Frio, Mega Nobel, Centauro Esportes, Ri Happy e Extra Eletro
(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.	
(2) Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.	

Campinas Shopping

O Campinas Shopping está localizado na cidade de Campinas, estado de São Paulo, e foi inaugurado em 1994. Campinas é a terceira maior cidade do estado de São Paulo, com uma população de mais de 1 milhão de habitantes. O *Shopping* possui 30,1 mil m² de ABL com 157 lojas.

Segundo dados de pesquisa divulgadas em 2008 pelo Instituto Connection, a idade média do consumidor de Campinas é de 33 anos, sendo que 64% de seus frequentadores pertencem à Classe B e o ticket médio de compras é de R\$ 190,00.

Atualmente somos responsáveis pela administração do Campinas Shopping, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do Campinas Shopping:

Campinas Shopping	
	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	100,0 %
ABL Total (m ²)	30,1 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	157
Principais Lojas	Big, Casas Bahia, Ponto Frio, Marisa, Renner, Fredy, Seller, Preço Center e Poupatempo.
(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.	
(2) Inclui lojas que compõem nosso ABL e lojas de terceiros.	

Shopping Center São Luis

O Shopping Center São Luis está localizado na cidade de São Luis, estado do Maranhão, e foi inaugurado em 1999. O *Shopping* possui 34,1 mil m² de ABL e 138 lojas.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Center São Luis:

Shopping Center São Luis

	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	15,0 %
ABL Total (m²)	34,1 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	138
Principais Lojas	Lojas Americanas, Louvre Magazine e Hiper Bompreço

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

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

Shopping Mueller Joinville

O Shopping Mueller Joinville foi inaugurado em 1995 e fica localizado na cidade de Joinville, estado de Santa Catarina. O *Shopping* possui 26,6 mil m² de ABL e 145 lojas.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Mueller Joinville:

	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	10,4 %
ABL Total (m²)	26,6 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	145
Principais Lojas	Lojas Americanas, Renner, Ponto Frio, Pernambucanas e Marisa

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

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

West Shopping Rio

O West Shopping Rio foi inaugurado em 1997 e fica localizado na região oeste do Rio de Janeiro, com 31,0 mil m² de ABL e 154 lojas.

Atualmente somos responsáveis pela administração do West Shopping Rio, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do West Shopping Rio:

	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	30,0 %
ABL Total (m²)	31,0 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	154
Principais Lojas	Casa & Vídeo, C&A, Leader Magazine, Marisa e Lojas Americanas, Casas Bahia e Ponto Frio

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

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

Center Shopping Rio

O Center Shopping Rio foi inaugurado em 2001, fica localizado em Jacarepaguá, na cidade do Rio de Janeiro, estado do Rio de Janeiro. O *Shopping* possui 12,7 mil m² de ABL e 106 lojas.

Atualmente somos responsáveis pela administração do Center Shopping Rio, além de prestarmos serviços de comercialização. A tabela abaixo apresenta as principais características do Center Shopping Rio:

	Em 31 de março de 2009
Participação (%) ⁽¹⁾	30,0 %
ABL Total (m²)	12,7 mil
N.º de Lojas ⁽²⁾	106
Principais Lojas	Casa & Video, Lojas Americanas, Leader Magazine e Casas Bahia

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

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

Serviços de Administração, Comercialização, Mall e Merchandising e Gerenciamento de Marketing

Atualmente, prestamos serviços para 25 dos 34 *Shopping Centers* em que detemos participações, sendo eles: (i) NorteShopping; (ii) Shopping Campo Grande; (iii) Shopping Del Rey; (iv) Shopping Iguatemi Caxias do Sul; (v) Goiânia

Shopping; (vi) Independência Shopping; (vii) Shopping Estação; (viii) Araguaia Shopping; (ix) Shopping Villa-Lobos; (x) Shopping ABC; (xi) Shopping Piracicaba; (xii) Amazonas Shopping; (xiii) Shopping Tamboré, (xiv) Shopping Curitiba; (xv) Shopping Recife; (xvi) Top Shopping; (xvii) Niterói Plaza Shopping; (xviii) Fashion Mall; (xix) Ilha Plaza Shopping; (xx) Rio Plaza Shopping; (xxi) Osasco Plaza Shopping; (xxii) Center Shopping Rio; (xxiii) West Shopping Rio; (xxiv) Campinas Shopping; (xxv) Shopping Natal (para maiores informações sobre esses *Shopping Centers*, ver acima o item “Empreendimentos” nesta seção do Prospecto). Também prestamos serviços de administração e comercialização para os seguintes empreendimentos.:

Recreio Shopping

Prestamos serviços de administração e comercialização de lojas, *Malls* e *Merchandising* ao Recreio Shopping. Inaugurado em 13 de novembro de 1997, o Recreio Shopping está localizado em uma das regiões que mais cresce no Rio de Janeiro, recebendo mensalmente cerca de 300 mil consumidores, que encontram, no local, 74 lojas e 109 salas comerciais, ancoradas pelo Supermercado Sendas, Casa & Vídeo, C&A e as Casas Bahia. O Recreio Shopping conta ainda com quatro novos cinemas e uma área de expansão projetada para abrigar outras 84 lojas. Segundo dados divulgados pelo IPDM em 2006, 69% das visitas ao Recreio Shopping resultaram em compras, 12% dos consumidores pertencem à Classe A1, 20% à classe A2 e 30% à classe B (Critério Brasil).

Villa Daslu

Em 11 de fevereiro de 2008, a BR Malls celebrou contrato de administração da Villa Daslu (sem englobar a boutique Daslu e suas operações internacionais), a qual fará *jus* a uma taxa de administração, a partir do terceiro ano, bem como a parcela correspondente a 80% receitas e despesas da Villa Daslu.

Projetos em Desenvolvimento

Expansões

A Companhia continua com sua estratégia de expansões, pois acredita que as expansões são um excelente negócio para o crescimento operacional e financeiro. As expansões em *Shopping Centers* aumentam o tráfego na área original do *Shopping Center*, são menos arriscadas, e são projetadas somente quando existe demanda previamente identificada. As expansões também aumentam as fontes de receitas com a adição de novas lojas e, normalmente, têm uma proporção melhor balanceada entre as lojas Âncora e lojas Satélite.

Em abril de 2009 inauguramos a expansão do Shopping Caxias do Sul, que adicionou 17.229 m² de ABL, mais que dobrando os 13.095 m² de seu tamanho original.

Expansões Previstas

Expansão do Goiânia Shopping

A expansão irá adicionar 7,3 mil m² de ABL ao *Shopping*, sendo que em maio deste ano inauguramos a primeira etapa da expansão do Shopping Goiânia e a segunda expansão foi inaugurada em abril, que responderam por quase 30% do ABL previsto para a expansão. O Goiânia Shopping está localizado em uma parte privilegiada de Goiânia, que apresenta uma alta densidade demográfica aliada a um dos mais altos índices de crescimento econômico da cidade. A inauguração da fase final desta expansão é esperada para o segundo semestre de 2009.

Expansão do Shopping Iguatemi Maceió

Esta futura expansão irá adicionar 9,8 mil m² de ABL ao *Shopping*, do qual possuímos 25,0% da ABL total. A inauguração esta prevista para o segundo semestre de 2009.

Expansão do Shopping Tamboré

A expansão do Shopping Tamboré irá aumentar seu ABL em 24,8 mil m² e sua inauguração está prevista para o primeiro semestre de 2011.

Além do plano de expansão já traçado, espera-se construir cinco torres comerciais e estacionamento para 1.500 carros, totalizando 75,0 mil m² de área disponível para venda. A aquisição do shopping Tamboré incluiu um potencial de construção de 686,2 mil m² em uma área adjacente ao *Shopping*. A expectativa de custo da expansão é de R\$

Expansão do Top Shopping

A expansão irá aumentar o ABL do Top Shopping em 14,9 mil m², na qual a BR Malls detém 50,0% de participação, permitindo renovar o atual Mix de Lojas e também para alavancar um equilíbrio mais rentável entre as lojas Âncoras e Satélites.

Expansão do Norte Shopping

Essa expansão irá adicionar 1.317 m² de ABL ao Norte Shopping, além de uma nova âncora (Riachuelo) com área de 5,0 mil m². Sobre a expansão está sendo erguida uma torre comercial, com 360 salas com previsão de fluxo diário de 3 mil pessoas, contribuindo desta forma para uma reafirmação perante seus concorrentes diretos como o maior *Shopping Center* do Rio de Janeiro.

Expansão do Niterói Plaza

Foi celebrado protocolo de intenções entre a BR Malls e a CR2 Empreendimentos Imobiliários S.A. visando a aquisição de terreno contíguo ao Shopping Niterói Plaza , objetivando o desenvolvimento de empreendimento imobiliário que poderá resultar na ampliação desse shopping bem como na construção de torre empresarial. A ampliação poderá adicionar ao nosso ABL próprio da BR Malls aproximadamente 14,6 m².

Expansão do West Shopping

A expansão do West Shopping deverá adicionar 12,4 mil m² de ABL ao shopping, com inauguração prevista para o primeiro semestre de 2010. O investimento para a referida expansão é de total responsabilidade dos atuais empreendedores, sem qualquer encargo ou responsabilidade para a BR Malls.

Expansão do Osasco Shopping

Será realizada uma expansão, que acrescentará 16,0 mil m² de ABL ao shopping.

Desenvolvimento

A BR Malls acredita que a construção de novos Shopping Centers em áreas com potencial de consumo não atendido pode gerar alto retorno. Assim, mantém sua estratégia de investimento em greenfields, com previsão de início das obras de dois novos projetos ainda este ano: Granja Vianna e Sete Lagoas.

Mooca

Em 25 de julho de 2007, a BR Malls assinou acordo com a Construtora São José, definindo os termos e condições gerais que nortearão o desenvolvimento, a implementação e a exploração conjunta de um *Shopping Center*, que será administrado e comercializado pela BR Malls, localizado na Avenida do Estado, no bairro da Mooca, na cidade de São Paulo. O *Shopping Center* terá inicialmente aproximadamente 38,3 mil m² de ABL com participação de 60,0% da BR Malls. A inauguração está prevista para o primeiro semestre de 2012.

O *Shopping* estará localizado em um terreno de aproximadamente 70,0 mil m² no bairro da Mooca. A área inicialmente projetada para o *Shopping* poderá dobrar com futuras expansões.

A BR Malls acredita que a Mooca está localizada em uma região com grande poder aquisitivo, sendo ocupada principalmente pela classe alta e média. Além disso, a região tem poucos *Shoppings* na zona de maior relevância do bairro. O tamanho do empreendimento o posiciona como o maior da região, atraindo uma enorme quantidade de comunidades e ganhando potencial de eficiência operacional.

O *Shopping* incluirá uma área destinada ao conceito de *Lifestyle Center* introduzido com sucesso pela BR Malls no mercado brasileiro através da expansão do NorteShopping. Este conceito valoriza espaços a céu aberto, paisagismo destacado, com áreas destinadas a restaurantes, lazer e entretenimento incorporando o estilo de vida dos moradores da região. Devido ao nosso forte relacionamento com lojistas no Brasil diversas lojas já demonstraram interesse no *Shopping*.

Granja Vianna

Em 31 de agosto de 2007, a BR Malls concluiu a transação para aquisição de uma área de 33,0 mil m² localizado na Rodovia Raposo Tavares, km 23,5, no município de Cotia, na região metropolitana de São Paulo, a três quilômetros do Rodoanel. A BR Malls já aprovou os termos e condições gerais que regerão a construção, implementação e exploração conjunta de um *Shopping Center* que será administrado e comercializado pela BR Malls. O *Shopping* deverá ter 29,7 mil m² de ABL, cuja participação da BR Malls será de 90,0%. A inauguração está prevista para o primeiro semestre de 2011.

A BR Malls acredita que o *Shopping* está localizado em uma região com grande poder aquisitivo com ausência de *Shoppings* de grande/médio porte próximo às principais áreas de influência de Cotia e região.

O *Shopping* incluirá uma área destinada ao conceito *Lifestyle Center*, o qual foi introduzido com sucesso no mercado brasileiro através da BR Malls, na expansão do NorteShopping. O *Mix* de Lojas será distribuído da seguinte forma: 54% para lojas Âncora e 46% para lojas Satélite. Devido ao sólido relacionamento com varejistas brasileiros, diversas lojas contatadas pela BR Malls já demonstraram interesse no *Shopping*.

Sete Lagoas

A BR Malls concluiu a transação para aquisição de uma área de 73,7 mil m² localizada na Av. Otávio Campelo Ribeiro, em Sete Lagoas, no estado de Minas Gerais, ao custo de [•]. O *Shopping* deverá ter 15,8 mil m², cuja participação da BR Malls será de 88,5%. A inauguração está prevista para o primeiro semestre de 2011.

Sete Lagoas está localizado a 65 km de Belo Horizonte. O município é um dos mais desenvolvidos de Minas Gerais, sendo o único entre os 10 maiores que não possui *Shopping Center*. A região é também um pólo turístico e já conta com novos projetos de condomínios residenciais, hotéis e universidades, além de grandes indústrias como Iveco e Ambev (em construção). Pode-se mencionar ainda os pólos de ferro gusa e cimento na cidade.

Desde o início deste ano, a Diretoria de Desenvolvimento da BR Malls vem pesquisando municípios de médio porte que não possuam *Shopping Centers* e estejam perto de grandes capitais. Sete Lagoas é o terceiro dos seis projetos anunciados

pela BR Malls localizado em pólos econômicos, com forte crescimento demográfico e que já tenham atraído empreendimentos residenciais ou comerciais.

O projeto Sete Lagoas já conta com (i) Licença Prévia n. 002/04 (“LP”) e (ii) Licença de Instalação n. 0010/04 (“LI”), concedida pelo Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente (“CODEMA”). No entanto, cabe salientar que o projeto do Sete Lagoas é alvo da Ação Civil Pública n. 627.04.146288-04 ajuizada pelo Ministério Público contra o município de Sete Lagoas e a Construtora Ferreira Miranda Ltda. (antigos proprietários do terreno). Em tal ação, o Ministério Público sustenta a tese de que o processo de licenciamento em curso é nulo na medida em que o CODEMA não seria o órgão competente para conduzir o licenciamento, o qual deveria, na verdade, ser licenciado pelo órgão ambiental estadual (“COPAM/FEAM/”) com a participação do Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (“IBAMA”) em caráter supletivo. Ressaltamos que a sentença reafirmou a competência da CODEMA para disciplinar a questão ambiental e a câmara, por unanimidade, negou provimento à apelação do Ministério Público, mantendo integralmente a sentença favorável ao empreendimento.

CBTU

A BR Malls venceu a licitação promovida pela Companhia Brasileira de Transporte Urbano (“CBTU”) para que, através de concessão de Direito Real de Uso, explore, por 30 anos (renovável por mais 30) uma área de 85,0 mil m² localizada na Av. Vilarinhos, em Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais. Em conjunto, a BR Malls aprovou os termos e condições gerais que regerão a construção e exploração de um *Shopping Center* neste terreno, o qual também será administrado e comercializado pela BR Malls.

O *Shopping Center* (“Shopping Vilarinhos”) terá, 35,1 mil m² de ABL e a participação da BR Malls será de 100%. A área da construção e exploração do Shopping Vilarinhos está situada sobre uma movimentada estação de metrô anexada a um terminal rodoviário que será inaugurado no final do mês de dezembro de 2009. O terreno se encontra na Zona Norte de Belo Horizonte, região de forte crescimento populacional e onde estará instalada a futura sede do novo Centro Administrativo do Estado de Minas Gerais.

Cabo Frio

Concluimos a transação objetivando a aquisição de uma área de 60,3 mil m² localizada na Estrada dos Passageiros, atual Av. Wilson Mendes, no município de Cabo Frio, no estado do Rio de Janeiro. Nesta área em Cabo Frio, pretendemos desenvolver um *Shopping Center* com aproximadamente 25,0 mil m² de ABL e sua participação será de 75,0% no empreendimento. A BR Malls já aprovou os termos e condições gerais que regerão a construção, implementação e exploração do mesmo, o qual será também administrado e comercializado pela BR Malls.

Concorrência

Nossos principais concorrentes são Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan e Sonae, empresas que atuam no mesmo que setor que nós, inclusive por meio de participação em *Shopping Centers*, e de prestação de serviços de administração.

Políticas de Relacionamento com Clientes e Parceiros

Entre nossos objetivos principais, está a oferta constante de ampla e renovada cadeia de serviços nos *Shopping Centers*, bem como a otimização dos serviços prestados, visando a incrementar o número de visitantes e o volume de vendas dos lojistas, maximizando os resultados destes e dos empreendedores e reforçando a parceria com os mesmos. Para isso, é feito um planejamento estratégico anual para cada *Shopping Center* que administramos, a fim de identificar o foco estratégico para atuação nos 12 meses subseqüentes, através da análise da concorrência, pontos 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.

Ainda como parte da nossa política de negócios, e de forma a manter a atratividade dos *Shopping Centers* de que participamos e/ou administramos, é feito um trabalho permanente de identificação das lojas com potenciais de crescimento ou tendências de queda nas vendas. Neste sentido, os lojistas são orientados a realizar reformas em suas lojas ou mesmo mudança de ponto, dentre outras orientações necessárias para a melhor performance.

Através da administração *Shopping Centers*, mantemos contato constante com os lojistas, fornecedores e prestadores de serviços, inclusive aqueles considerados 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 freqüentemente através de gráficos 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.

Nos empreendimentos em que detemos participação, mantemos parcerias com as principais e mais respeitadas entidades do segmento, sejam investidores institucionais, grupos empresariais ou fundos de pensão, dentre eles: Previ, Refer, Petros, Valia, Capef, Sendas, Ecia, Agenco, JCPM, MB Engenharia, Prebeg, Sogin, Iguatemi, Marcelino Martins. Em grande parte, essas parcerias de sucesso se repetem em mais de um empreendimento, demonstrando a confiança mútua que existe entre as partes.

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 Center*, os hábitos de consumo locais e o *Mix* de Lojas adequado.

Com amplo cadastro de lojistas e potenciais investidores, além de acesso direto a renomadas redes varejistas do Brasil, nos destacamos na seleção das operações desejadas e no que diz respeito às necessidades do negócio, de forma a atingir os resultados esperados e a preservar a qualidade do empreendimento a longo prazo. Nossa atuação garante alto comprometimento nas relações comerciais com empreendedores, administradoras, lojistas e anunciantes.

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. 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. 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.

Para maiores informações, ver item “ – Comercialização de Lojas e Espaços de *Mall* e *Merchandising*” na página [•] deste Prospecto.

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 com valor superior a 12 vezes o custo de ocupação mensal).

Os contratos de locação são firmados na base de aluguel percentual sobre as vendas com um mínimo mensal preestabelecido. Assim, após o início das operações, realizamos um acompanhamento mensal da performance de cada loja, para fins de cálculo do aluguel percentual devido ou do aluguel mínimo, prevalecendo o de maior valor.

Na hipótese de inadimplência, iniciamos imediatamente os procedimentos de cobrança, que envolvem negociações administrativas com a parte inadimplente. A cobrança fica em carteira (no *Shopping Center*) por apenas 45 dias. Esgotada a possibilidade de um acordo administrativo, o processo é transferido para nossos advogados. Caso o inadimplemento não seja sanado em um período de três meses, incluindo os 45 dias acima mencionados, reservados os limites impostos pela Lei de Locação, ajuizamos um pedido de despejo do infrator. Após o despejo, iniciamos os procedimentos para a execução judicial do valor devido.

Nossa ampla experiência no setor nos permitiu desenvolver contratos padrão de locação, com cláusulas amplas e abrangentes, que ajudam a prevenir perdas por inadimplência. Acreditamos que tal procedimento é uma das razões principais para o sucesso de nossa política de cobrança e baixa taxa de inadimplemento.

Sazonalidade

As vendas na indústria de *Shopping Center* brasileira costumam aumentar nas datas comemorativas, especialmente Dia das Mães (maio), Dia dos Namorados (junho), Dia dos Pais (agosto), Dia das Crianças (outubro) e Natal (dezembro). Os contratos de locação prevêm, em sua maioria, o pagamento de aluguel mínimo em dobro no mês de dezembro.

Para maiores informações sobre o efeito da sazonalidade sobre nossas receitas brutas, ver a seção “Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais – Outros Fatores que Afetam os Nossos Resultados – Sazonalidade” na página [•] deste Prospecto.

Propriedade Intelectual

Marcas

No Brasil, adquire-se a propriedade de uma marca somente pelo registro validamente expedido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), sendo assegurado ao seu titular o direito ao uso exclusivo em todo o território nacional por dez 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.

De acordo com a base de dados do INPI, somos titulares, no Brasil, individualmente ou por meio de nossas controladas, de diversas marcas devidamente registradas, incluindo: "ECISA", logotipo, "Del Rey - Administradora", "NorteShopping", "Festival Goiânia Shopping do Cantor Mirim", "Deico", logotipo, "São Paulo Shopping Center", "Master Shopping", "Shopping Vila Mariana", "Shopping Estação", "Shopping Tamboré", "Niterói Shopping Center", "Shopping Center de Niterói", "Plaza I", "Plaza 3", "Plaza One", "Plaza Shopping", "Plaza Shopping Center", "Plaza II", "COFAC", "Rio Off-Price Shopping", "Rio-Off Shopping", "Rio-Off Shopping Price", "Rio Plaza Shopping", "Fashion Prime", "Fashion Prime Gold", "Fashion Mall", "Shopping & Charme" e logotipo da Villa-Lobos Parking além de diversos outros pedidos de registro, aguardando a análise do INPI.

Promovemos, periodicamente, a prorrogação de nossas marcas, de acordo com os vencimentos dos respectivos períodos de vigência, a cada dez anos. Adicionalmente, procuramos obter registros de novas marcas para manter a fidelidade do público consumidor à nossa imagem corporativa.

Além disso, foi celebrado no dia 1º de julho de 2007, contrato de licença de marcas, através do qual a Tamboré S.A. licenciou à Graúna duas marcas mistas Shopping Tamboré, à título gratuito.

Nomes de Domínio

Somos titulares de diversos nomes de domínio no Brasil, incluindo www.brmalls.com.br, www.ecisa.com.br, www.norteshopping.com.br e www.shoppingdelrey.com.br.

Softwares

Não possuímos um *software* de gestão próprio. Utilizamos os serviços de empresas como Oracle e Group Software, a qual consideramos estarem entre as melhores e mais conceituadas no mercado brasileiro, atualmente, no ramo de desenvolvimento de sistemas para gestão empresarial.

Propriedades

Segue abaixo tabela descrevendo o ABL e participações dos *Shopping Centers* em que detemos participação na data deste Prospecto:

Em 31 de março de 2009

(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)

Carteira de Shopping Centers em que Detemos Participação	Estado	Part. (%) ⁽¹⁾	ABL Total (m²)	ABL Próprio (m²)
NorteShopping	RJ	74,1%	76.756	56.838
Shopping Recife	PE	31,1%	61.085	18.970
Shopping Estação ⁽²⁾	PR	100,0%	54.716	54.716
Shopping ABC	SP	0,7%	47.059	318
Pantanal Shopping	MT	10,0%	42.760	4.276
Amazonas Shopping	AM	17,9%	34.250	6.131
Shopping Del Rey	MG	65,0%	37.444	24.338
Minas Shopping	MG	1,0%	36.710	360
Shopping Center São Luis	MA	15,0%	34.119	5.118
Shopping Metro Tatuape	SP	3,0%	32.859	986
Campinas Shopping ⁽³⁾	SP	100,0%	30.082	30.082
Shopping Tamboré	SP	100,0%	31.466	31.466
Niteroi Plaza	RJ	100,0%	31.402	31.402
Shopping Iguatemi Caxias do Sul ⁽⁴⁾	RS	45,5%	30.324	13.797
West Shopping	RJ	30,0%	30.999	9.300
Shopping Campo Grande	MS	65,1%	28.574	18.590
Shopping Piracicaba	SP	19,0%	27.806	5.294
Shopping Villa Lobos	SP	39,7%	27.171	10.792
Shopping Mueller Joinville	SC	10,4%	26.643	2.771
Shopping Iguatemi Maceio	AL	34,2%	24.923	8.531
Esplanada Shopping	SP	3,4%	23.961	817
Shopping Curitiba	PR	35,0%	23.884	8.359
Shopping Independência	MG	8,0%	23.291	1.863
Ilha Plaza	RJ	100,0%	19.736	19.736
Pátio Belém	PA	13,3%	20.615	2.742
Araguaia Shopping ⁽⁵⁾	GO	50,0%	20.856	10.428
Top Shopping	RJ	35,0%	18.144	6.350
Big Shopping	MG	13,0%	17.536	2.280
Goiânia Shopping	GO	48,2%	20.513	9.877
Natal Shopping	RN	50,0%	17.024	8.512
Fashion Mall	RJ	100,0%	14.979	14.979
Osaco Plaza Shopping	SP	39,6%	14.534	5.755
Center Shopping	RJ	30,0%	12.673	3.802
Rio Plaza	RJ	100,0%	6.947	6.947
Total		43,6%	1.001.838	436.522

⁽¹⁾ Considera nossa participação na data deste Prospecto.

⁽²⁾ Inclui área do Estação Convention Center, uma Âncora com 27,9 mil m² de ABL.

⁽³⁾ Em 05 de março de 2009, a ECISA Participações adquiriu 100% da ASB, que possui 100% da participação imobiliária no Campinas Shopping.

⁽⁴⁾ A Expansão do Iguatemi Caxias do Sul foi inaugurada em 28 de abril de 2009 adicionando 17.229 m² de ABL ao Shopping Center.

⁽⁵⁾ Participação por meio das Debêntures Araguaia, que contam participação nos lucros, que nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50,0% do resultado líquido desse Shopping Center e o direito de indicar seus administradores.

Seguros

De acordo com a natureza e relevância dos riscos segurados, mantemos seguro global de riscos nomeados ou multi-riscos (incluindo nas apólices os nossos empreendimentos e determinados empreendimentos administrados pela EGEC), junto à CHUBB do Brasil Cia. de Seguros, que acreditamos abranger os usuais riscos que podem impactar nossas atividades e estabelecimentos. Nossas apólices de seguro cobrem os riscos potenciais existentes, tais como incêndio, roubo de bens, danos elétricos, tumultos, alagamento, lucros cessantes e quebra de máquinas. Tais apólices de seguro, vigentes até janeiro de 2010, apresentam especificações e franquias usuais para a cobertura contratada. O limite máximo de indenização (i) para riscos nomeados é de R\$215 milhões por danos materiais e de R\$60 milhões por lucros cessantes, e (ii) para multi-riscos é de R\$139,9 milhões por danos materiais e de R\$ 42,4 milhões por lucros cessantes.

Seguro de Responsabilidade Civil Geral

Mantemos seguro de responsabilidade civil geral global (incluindo nas apólices os nossos empreendimentos e determinados empreendimentos administrados pela EGECE), junto à CHUBB do Brasil Cia. de Seguros, que acreditamos abranger os usuais riscos que podem impactar nossas atividades e estabelecimentos. Tais coberturas se referem às quantias pelas quais possamos vir a ser responsáveis civilmente, em sentença judicial transitada em julgado ou em acordo de modo expresse pela seguradora, no que diz respeito às reparações por danos involuntários, corporais e/ou materiais, causados a terceiros, decorrentes da operação como *Shopping Center*, da condição de empregador e da guarda de veículos de terceiros. O período de cobertura do seguro de responsabilidade civil geral se estende até janeiro de 2010.

A importância segurada pode ser dividida por *Shopping Center* da seguinte forma riscos decorrentes (i) de contingentes de veículos (R\$1,2 milhão) e danos morais decorrentes (R\$240 mil); (ii) da guarda de veículos (R\$400 mil) e danos morais decorrentes (R\$80 mil); (iii) alagamento de veículos (R\$ 200 mil) e danos morais decorrentes (R\$40 mil); (iv) de pequenas colisões (R\$100 mil); (v) da operação como *Shopping Center* (R\$ 28 milhões) e danos morais decorrentes (R\$5,6 milhões); (vi) da condição de empregador (R\$1,2 milhão) e danos morais decorrentes (R\$240 mil); e (vii) danos ao conteúdo das lojas por incêndio e/ou explosão (R\$585 mil) e danos morais decorrentes (R\$117 mil).

Outros Seguros

A EMCE mantém, ainda, seguro, contratado com a CHUBB do Brasil Cia. de Seguros, relativo ao equipamento de co-geração de energia elétrica do Condomínio Norte Shopping. A cobertura básica equivale a R\$ 4,8 milhões e a adicional (perda e pagamento de aluguel) a R\$500 mil, permanecendo vigente até janeiro de 2010.

A BR Malls mantém seguro de responsabilidade civil de administradores (Seguro D&O), com cobertura mundial, contratado com a Unibanco AIG, relativo a perdas e danos devidos a terceiros pelos segurados, conselheiros e diretores da BR Malls, vigente até 25 de junho de 2009. Atualmente a apólice de D&O está em processo de renovação. A apólice atual prevê (i) prêmio total no valor de R\$68,5 mil; (ii) franquias, para reclamações relativas a mercado de capitais, no valor de R\$30.0 mil; e (iii) limite máximo de responsabilidade no valor de R\$19,4. milhões.

Responsabilidade Ambiental

Programas Ambientais

No desenvolvimento e na execução de nossas atividades, temos buscado adotar as melhores práticas de gestão ambiental disponíveis. Assim, 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, somente possuímos um processo com relação a questões ambientais, o qual estará detalhado na página [•]. Não estamos obrigados e não aderimos a padrões internacionais de proteção ambiental. Para informações adicionais, ver Seção “Visão Geral do Setor – Aspectos Ambientais” na página [•] deste Prospecto. Também participamos de alguns projetos ambientais, que descrevemos a seguir.

Projeto de Reutilização de Água e Esgoto – Norteshopping

Considerando o elevado consumo de água no NorteShopping, implementamos um sistema de captação e tratamento de parte dos efluentes sanitários gerados no próprio NorteShopping, visando a redução da matéria orgânica deste efluente e remoção de resíduos sólidos e desinfecção. A água resultante deste processo é utilizada para a reposição da água das torres de resfriamento do sistema de ar condicionado central do NorteShopping e alimentação de sanitários. Desta forma, minimiza-se o volume de esgoto lançado na rede coletora pública e o uso de água proveniente da concessionária pública, obtendo-se, além do benefício ao meio ambiente, uma redução de custo com a compra de água e pagamento de esgoto próxima de R\$36 mil/mês, equivalente a 17% do valor total deste custo, ou ainda 3,5% das despesas comuns totais do NorteShopping.

Projeto de Co-geração de Energia – Norteshopping

Em decorrência da expansão do NorteShopping ocorrida em 1996, havia a necessidade de acréscimo de carga térmica da central de geração de água gelada do sistema de ar condicionado do *Shopping Center*. Como alternativa à impossibilidade de instalação de um novo tanque de água gelada para atender a nova demanda, foi implantado um sistema de co-geração que permite a autoprodução de energia a partir da queima de gás natural em uma turbina acoplada a um gerador. Os gases de descarga desta turbina são aproveitados numa caldeira de recuperação, que gera vapor para uma máquina de absorção, esta última responsável por gelar a água que é distribuída para as lojas e áreas comuns, climatizando estes ambientes. Trata-se de

um processo “limpo” e eficiente de gerar energia elétrica e térmica, além de reduzir os custos com energia da concessionária pública.

Projeto de Co-geração de Energia – Shopping Campo Grande

O Shopping Campo Grande possui um sistema de ar condicionado composto de oito casas de máquinas com *chillers* elétricos e tanques de gelo. São equipamentos já com quase 18 anos de operação e, apesar das boas condições de manutenção, são equipamentos tecnologicamente defasados e, portanto, ineficientes do ponto de vista elétrico. Diante deste quadro, aliado aos altos custos de energia praticados pela concessionária local, decidiu-se pela implantação de um sistema de co-geração de energia, permitindo a autoprodução de toda energia elétrica e térmica necessária ao funcionamento do empreendimento com a utilização de moto-geradores para geração de energia, acoplados à máquina de absorção para geração de água gelada. Este projeto estima uma economia para o condomínio da ordem de R\$1,5 milhão por ano ou o equivalente a aproximadamente 25% das despesas com energia. De forma semelhante ao caso do NorteShopping, trata-se de um processo “limpo” e eficiente de gerar energia elétrica e térmica.

Monitoramento da Qualidade do Ar nos Shopping Centers

Outro aspecto importante na preocupação com os frequentadores dos *Shopping Centers* refere-se ao acompanhamento da qualidade do ar de interiores, onde periodicamente efetuamos medições de índices, como concentração no ar de aerodispersóides (partículas sólidas), CO₂, fungos e bactérias, e ainda temperatura, umidade e velocidade do ar insuflado no ambiente.

Responsabilidade Social e Patrocínio e Incentivo Cultural

Cada vez mais, os *Shopping Centers* vêm cumprindo papel social junto à comunidade onde estão inseridos. Neste sentido, são desenvolvidos, constantemente, projetos especiais variados para valorização da sociedade local, além das quais destacamos algumas abaixo:

Shopping Recife

Ação: inclusão social com formação profissional para geração de emprego e renda. No final de 2007 foi constituído o Instituto Shopping Recife com a missão de participar no desenvolvimento social do entorno do Shopping Recife estimulando a co-responsabilidade dos segmentos da sociedade e implementando projetos que promovam a melhoria da qualidade de vida da população.

Principais projetos: formação para o trabalho, formação de educadores e micro-empresendedores comunitários e construção da rede de entidades sociais da comunidade de Entra Apulso.

Shopping ABC

Ação: Por sete anos consecutivos patrocinou, em parceria com a Prefeitura de Santo André, a equipe profissional de Vôlei Masculino da cidade, esporte que teve na região grandes jogadores. É patrocinador máster da 8ª Meia Maratona Shopping ABC/Santo André, realizada em comemoração ao aniversário de Santo André, incentivando as pessoas a praticarem esporte. O *Shopping* realiza, por exemplo, campanhas de vacinação, detecção do hipotireoidismo e diabetes na área de saúde.

NorteShopping

Ação: Baseado na premissa de que “é possível contribuir para o planeta com ganho de produtividade”, em 1998 foi lançado o chamado Projeto NorteShopping Consciente.

Objetivos: Perseguir o crescimento baseado na sustentabilidade ambiental, através da utilização otimizada e inteligente de recursos e tecnologia disponível, ou seja, buscar a alta produtividade econômica com processos e resultados ecologicamente corretos. Além disto, o *Shopping* realiza diversas outras ações, como campanhas de combate à dengue e participação da Semana Nacional de Trânsito, em parceria com o Detran.

West Shopping

Ação: Parceria com a CRCZO (Coordenadoria Regional de Cultura da Zona Oeste).

Objetivo: Incentivar o desenvolvimento cultural da região através de parcerias em exposições, semana literária, livro sobre a região.

Ação: Parceria com a FUNLAR¹.

Objetivos: Superação das desigualdades sociais, espaço na sociedade e reversão de doações (alimentos, agasalhos e presentes no natal).

Outras ações: Projeto Escola com visitas das escolas ao *Shopping*, ponto de arrecadação de doações e de campanhas para saúde.

Shopping Curitiba

Ação: Natal Para Todos.

Objetivo: arrecadar brinquedos para crianças carentes. Mecânica: em parceria com os Correios, o *Shopping* divulga a todos seus consumidores no Natal o pedido de muitas crianças. Todas as árvores de Natal espalhadas pelos corredores ficam cobertas por cartões com pedidos de presentes escritos para o Papai Noel. O cliente interessado em doar presentes, pega o cartão, compra o presente e entrega no posto de entrega do *Shopping*. Os presentes são entregues pelos Correios no endereço da carta.

Independência Shopping

Ação: Com o intuito de atender à comunidade, com saúde e bem estar, o Independência Shopping oferece, em parceria com a RH Fitness, a Ginástica Matinal. São duas aulas de ginástica (aeróbica) semanais oferecidas gratuitamente à população.

Amazonas Shopping

Ação: Campanha de 2009. O *Shopping* ajuda o Gaac, centro que apoia famílias de crianças e adolescentes com câncer, a revitalizar o Lar da Criança, sede que abriga 150 crianças e que futuramente terá capacidade de hospedar 500 pessoas. O Amazonas Shopping auxilia na finalização das obras, já iniciadas. Além do projeto, o *Shopping* ajuda a divulgar todos os eventos realizados pelo Gaac e demais parceiros, promove o Mac Dia Feliz e elaborou camisetas e materiais para ajudar na arrecadação.

Center Shopping

Ação: Desde outubro de 2006, o Center Shopping realiza em parceria com o Clube A (Unibanco) o Projeto "Maturidade Ativa". São diversas atividades para a 3ª Idade, que tem como objetivo melhorar a qualidade de vida deste público, além de realizar uma integração social. As atividades são: de 2ª a 6ª, ginástica matinal, às 6ª feiras dança sênior e aula de memorização, às 3ª feiras aula de artesanato e na última 4ª feira do mês baile dançante.

Del Rey

Ação: Criação de uma biblioteca comunitária na Vila Sumaré, comunidade carente localizada na área primária do Del Rey. Objetivo: Relacionamento com a comunidade. A Vila da Leitura, como será chamada a biblioteca, irá proporcionar o acesso a leitura a mais de 5 mil moradores.

Shopping Campo Grande

Ação: Em maio, já há 3 anos, um tatame é montado sobre a fonte da Praça Central para a Copa Internacional Moura-Dom Bosco que confere aos participantes o Troféu Shopping Campo Grande de Judô. Judokinhas a partir de 3 anos de idade treinam durante a semana, à vista do público, assim vivenciando o clima de competição. A final é realizada sábado à noite, sob a chancela da Federação de Judô de MS.

¹ A FUNLAR faz parte da Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência – SMPD.

Goiânia Shopping

Ação: Apoiador de eventos culturais regionais através da Lei de Incentivo à Cultura Municipal (Lei Goiyazes), além de realizar eventos mensais ligados à Secretaria Municipal de Saúde.

Shopping Tamboré

Ação: “Tamboré Melhor Ambiente”: Trata-se de projeto socioambiental que tem três abordagens principais: conscientizar funcionários, lojistas e consumidores para as questões socioambientais incorporando novos hábitos no dia-a-dia; coleta seletiva do lixo produzido no Shopping com doação do material reciclável para uma cooperativa de ex-catadores de lixo; doação de óleo descartado para o Projeto Biodiesel Brasil.

Empregados e Aspectos Trabalhistas

Em 31 de dezembro de 2006, 2007 e 2008, contávamos, respectivamente, com 88, 145 e 122 deles contratados sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Todos os nossos empregados estão localizados no Brasil, majoritariamente na cidade do Rio de Janeiro.

Apresentamos na tabela abaixo a distribuição de nossos empregados para os períodos mencionados:

Área	Em 31 de dezembro de		
	2006	2007	2008
Executivos	8	5	3
Administrativos / Operacionais	80	145	122

Área	Em 31 de março de	
	2008	2009
Executivos	5	4
Administrativos / Operacionais	156	121

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, e a 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 a todos os nossos empregados plano de assistência médica, seguro-saúde e vale-transporte, bem como somos inscritos no Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT), pelo qual oferecemos vale-refeição aos nossos empregados.

Além disso, oferecemos aos nossos empregados um plano de participação nos lucros e resultados (“Acordo Coletivo de Participação dos Trabalhadores nos Resultados da Empresa”), atrelado ao cumprimento de metas orçamentárias e metas operacionais, o qual foi celebrado em 28 de janeiro de 2008, tendo validade de dois anos. Nesse passo, criamos um código de ética que divulga aos nossos empregados a nossa política corporativa de valores, metas, missão, cultura, estratégia e princípios.

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

Somos representados pelo Sindicato das Empresas de Compra e Venda, Locação e Administração de Imóveis e Casas de Diversões do Município do Rio de Janeiro. Os nossos empregados, em sua maioria, são representados pelo Sindicato dos Empregados em Casas de Diversão e Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis do Município do Rio de Janeiro, com o qual acreditamos manter uma boa relação. 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. Não houve greve nos últimos anos envolvendo nossos empregados. Acreditamos que isso decorre da boa relação que mantemos com os nossos empregados e com as entidades que os representam.

A última convenção coletiva de trabalho foi celebrada em 1º de maio de 2008, prevendo uma correção salarial de 6,0% sobre o salário base vigente em 1º de maio de 2007, sendo que a convenção coletiva a ser celebrada em 2009 está sendo negociada junto ao referido sindicato.

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.

Planos de Opção de Compra de Ações

Para informações sobre o plano de opção de compra de ações de nossa emissão, ver item “Administração e Conselho Fiscal – Plano de Opção de Compra de Ações” na página [•] deste Prospecto.

Pendências Judiciais e Administrativas

Atualmente, estamos expostos a contingências de natureza fiscal, trabalhista e cível decorrentes do curso normal de nossos negócios. Em 31 de março de 2009, as contingências que na avaliação da administração da Companhia e na posição dos consultores jurídicos externos e internos são consideradas como perda provável, sendo passíveis de provisionamento, eram de aproximadamente R\$ 26.995 mil.

Somos parte, também, em outros processos judiciais que, na avaliação de nossos consultores jurídicos, baseada em experiências em processos com natureza semelhante, não apresentam risco provável e, portanto, não há provisões. Em 31 de março de 2009, a Companhia possuía um montante de R\$28.660 mil em contingências classificadas como possíveis e que não se encontravam provisionadas.

Caso nossas provisões sejam insuficientes para cobrir todas as perdas decorrentes de decisões desfavoráveis a nós, poderemos ser adversamente afetados. Ver a seção “Fatores de Risco” na página 61 deste Prospecto.

Destacamos, abaixo, os processos judiciais e administrativos de maior relevância nos quais somos partes:

Cível

Na data base deste Prospecto, estávamos envolvidos em aproximadamente 680 processos judiciais cíveis que, na hipótese de decisão final desfavorável, nos acarretaria um passivo efetivo.

Segue abaixo uma descrição de determinados litígios cíveis dos quais somos parte, embora também sejamos parte em outras ações cíveis tais como ações indenizatórias por danos materiais e morais, ações renovatórias de contrato de locação, ações de cobrança e ações civis públicas declaratórias de nulidade de cláusulas contratuais com lojistas, as quais não serão destacadas abaixo em razão dos valores envolvidos, os quais não apresentam riscos às nossas atividades e/ou porque nossos advogados consideram remotas nossas chances de perda.

Ação movida pela Klace

A Klace moveu ação judicial contra a Center Norte, sociedade sucedida pela ECISA, cujo objeto é a declaração de validade da cláusula contratual relativa a contrato de compra e venda de terreno na Av. Suburbana, atual Av. Don Helder Câmara, que previa (i) pagamento do saldo remanescente da dívida por meio de sete notas promissórias no valor de CR\$17,1 milhões cada, e (ii) a correção monetária de pagamentos da ECISA pelo IGP-DI mensalmente. A discussão gira em torno da aplicabilidade ao referido contrato da Lei nº 9.069/95, a qual prevê que a periodicidade de aplicação das cláusulas de correção monetária nos contratos celebrados ou convertidos em Real será anual.

Foi proferida sentença que julgou a ação improcedente, tendo sido indeferido o pedido de correção monetária com base no IGP-DI, já que as notas promissórias que lastreavam o contrato foram assinadas após a implantação do Plano Real, de modo que a dívida somente poderia ser corrigida com base nas normas do novo plano. A Klace interpôs recurso que foi rejeitado e, em seguida, foram interpostos dois novos recursos perante os tribunais superiores, os quais ainda não foram julgados. Com base na opinião de nossos advogados externos, estimamos que as chances de êxito da Klace são remotas.

Estimamos, com base em informações prestadas por nossos advogados externos, que a quantia pleiteada pela Klace seria de R\$37,6 milhões em valores corrigidos, considerados os juros de mora, a correção monetária e eventuais honorários de sucumbência.

Há ainda outra ação judicial movida pela Klace contra a Center Norte e Faro Imóveis Comércio e Participações Ltda., cujo objeto também é a aplicação de índices de correção monetária firmados em contrato.

Estimamos, com base em informações prestadas por nossos advogados externos, que a quantia pleiteada pela Klace seria de R\$6,7 milhões em valores corrigidos, considerados os juros de mora e a correção monetária.

Referido processo foi arquivado provisoriamente em junho de 1999. Segundo informações prestadas pelos nossos advogados externos, a Klace provavelmente só promoverá o andamento do feito se tiver êxito no processo acima referido.

Com base na opinião de nossos advogados externos, estimamos que as chances de êxito da Klace são igualmente remotas.

Mandado de Segurança impetrado por ECISA Engenharia e outros em face do Gerente Regional de Patrimônio da União em Pernambuco

ECISA Engenharia, Magus, e Milburn impetraram mandado de segurança em face do Gerente Regional de Patrimônio da União em Pernambuco, questionando a legalidade da cobrança de laudêmio pela União em razão da operação de transferência de domínio útil de bem imóvel, por parte de ECISA Engenharia, para integralização do capital social da sociedade por elas constituída (denominada EMAMI), e requerendo fossem autorizadas a efetuar os registros perante a Junta Comercial do Rio de Janeiro e perante o cartório de registro de imóveis, independentemente do recolhimento do tributo.

Foi proferida sentença denegando a segurança pleiteada. As Autoras interpuseram recurso ao tribunal de justiça, o qual foi rejeitado. Aguarda-se a publicação de decisão para que sejam interpostos novos recursos aos Tribunais Superiores.

Com base na opinião de nossos advogados externos, estimamos que as chances de êxito das impetrantes são possíveis, conforme a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça.

Estimamos, com base em informações prestadas por nossos advogados externos, que caso seja reconhecida a legalidade da cobrança do laudêmio, a contingência atualizada seria de aproximadamente R\$12,4 milhões, considerando a aplicação do percentual de 5% sobre o valor atualizado da operação.

Ação Civil Pública movida pelo Ministério Público do Estado de Goiás contra o Município de Goiás e Outros

O Ministério Público moveu ação civil pública contra o Município de Goiás e mais 20 pessoas físicas e jurídicas, visando à declaração de nulidade de todas as escrituras de alienação, relativas aos lotes 1 a 22 da Quadra A e 1 a 12 da Quadra B, setor Bueno, Goiânia, além de outros pedidos condenatórios para a recuperação ambiental da área e a conseqüente desocupação dos lotes.

Alega o MP que teria havido fraude na planta que deu origem ao loteamento e à divisão das referidas quadras em razão de adulteração ocorrida em 1974.

Na defesa apresentada pelo Goiânia Shopping (construído sobre os lotes 10 a 18 da quadra A), nossos advogados sustentaram que não houve adulteração da planta e que o pedido estaria prescrito, dado que decorreram mais de 20 anos entre a alegada adulteração e o ajuizamento da ação. Esclarecemos, ainda, que todas as exigências ambientais feitas pela Secretaria do Meio Ambiente Municipal e da Fundação Estadual de Meio Ambiente de Goiás foram atendidas, com investimentos superiores, à época, a R\$1,0 milhão.

Foi requerida medida liminar para proibir o Município de Goiânia de conceder novos alvarás de construção e ampliação dos mencionados lotes e para que a existência da ação fosse anotada na matrícula do imóvel, o que foi acolhido em primeira instância. No entanto, a mesma foi cassada por decisão do Tribunal de Justiça de Goiânia. Interposto recurso no STJ pelo Ministério Público, o mesmo não foi admitido, mantendo-se a cassação da liminar.

Segundo informações de nossos advogados externos, o processo, movido há mais de dez anos, ainda encontra-se em fase de citação, razão pela qual no momento não é possível estimar as chances de êxito e os valores efetivamente envolvidos.

Ação cautelar movida pela Geral de Turismo Ltda.

Em 1996, foi realizado acordo judicial, com o hotel localizado ao lado do Shopping Niterói Plaza estabelecendo a forma de retirada do lixo deste *Shopping Center*. Em maio de 2007, o autor ingressou com petição nos autos do processo, alegando que houve um suposto descumprimento do acordo por parte do *Shopping Center* desde dezembro de 1996, e cobrando, em razão disso, o pagamento de multa total de, aproximadamente, R\$85,0 milhões. Ingressamos com defesa preliminar e foi afastada a execução relativa ao período de dezembro de 1996 a setembro de 2004 considerada a existência de coisa julgada

sobre a questão. Com relação ao período remanescente, ingressamos com cautelar nos tribunais superiores e conseguimos liminar para impedir a continuidade do processo de execução enquanto estivermos discutindo o cabimento da execução do saldo. De acordo com parecer dos nossos advogados externos, não é provável que o pedido remanescente da parte autora seja acolhido, uma vez que (i) não estão presentes os requisitos processuais exigidos por lei para a cobrança; e (ii) o pedido se baseia em suposto descumprimento de obrigação de fazer estabelecida no acordo, o que não está comprovado. Ainda, com base em precedentes judiciais, nossos advogados entendem que, mesmo que a cobrança da multa não seja totalmente afastada, seu valor poderá ser consideravelmente reduzido.

Trabalhista

Na data deste Prospecto, figurávamos como réus em aproximadamente 32 processos judiciais trabalhistas referentes ações movidas em face de nossa Companhia, BR Malls Administração e da ECISA, totalizando 34. Nossas demais subsidiárias não possuíam ações judiciais trabalhistas em curso. Os principais pedidos relativos às ações acima são relativos a alegadas horas extras e reconhecimento de vínculo empregatício. Em 31 de março de 2009, estimamos o total do passivo referente às ações trabalhistas em R\$26,1 milhões, dos quais R\$14,1 milhões foram avaliados como de chance remota de êxito para as empresas e R\$12,0 milhões foram estimados como de chance de êxito possível. Para melhor entendimento da estimativa de R\$14,1 milhões esclarecemos que aproximadamente R\$3,5 milhões referem-se a condenação relativa aos processos trabalhistas com perdas prováveis e R\$10,6 milhões referem-se aos respectivos encargos previdenciários.

Tributário

Somos parte em vários processos administrativos e judiciais de natureza tributária, dentre eles os seguintes:

COFINS – Receitas de Locação de Imóveis

No âmbito judicial federal, a ECISA é parte em ação ordinária movida contra a União Federal na qual discutimos o recolhimento da COFINS sobre as receitas mensais decorrentes da locação de lojas nos *Shopping Centers* de nossa propriedade, com fundamento (i) na inconstitucionalidade da majoração da base de cálculo da COFINS pela Lei nº 9.718/98, (ii) no conceito de locação (obrigação de dar), que não estaria enquadrado no conceito de prestação serviço (obrigação de fazer); e (iii) na alegação de que as receitas decorrentes de locação não estariam enquadradas no conceito de faturamento.

Em decorrência da tutela antecipada concedida, passamos a não recolher COFINS sobre as receitas de locação das lojas.

Atualmente, aguarda-se a apreciação de embargos de declaração opostos pela Companhia para esclarecer obscuridades contidas na sentença que julgou procedente o pedido.

No âmbito administrativo federal, a ECISA é parte em quatro processos administrativos, em trâmite perante a Secretaria da Receita Federal, referentes à cobrança de débitos de COFINS sobre as receitas de locação de imóveis.

O primeiro processo refere-se a débitos de COFINS apurados no período de 31 de maio 2001 a 31 de julho 2001, no valor histórico aproximado de R\$[•] mil, que se encontram com a exigibilidade suspensa em decorrência do questionamento judicial acima mencionado.

O segundo processo tem por objeto a cobrança de débitos de COFINS apurados no período de 31 de agosto 2001 a 31 de janeiro 2004, no valor histórico aproximado de R\$[•] milhões, que se encontram com a exigibilidade suspensa em decorrência do questionamento judicial acima mencionado.

Em relação a esses processos, a ECISA mantém provisão no montante aproximado de R\$7,8 milhões em 31 de maio de 2009.

O terceiro processo refere-se a débitos de COFINS apurados no período de 1º de fevereiro 2004 a 31 de março 2005, já sob a vigência da Lei nº 10.833/2003, que modificou a base de cálculo da COFINS, tornando essa contribuição incidente sobre a totalidade das receitas auferidas pela pessoa jurídica.

Este débito foi objeto de parcelamento em 60 parcelas em fevereiro de 2007 e o valor em 31 de maio de 2009 era de R\$5,17 milhões.

Os quatro processos têm por objeto a cobrança de débitos, apurados, no período compreendido entre 1º de abril de 2005 e 31 de dezembro de 2006, relacionados à COFINS, no valor total aproximado de R\$10,9 milhões. Com relação a esse processo, a ECISA mantém provisão no montante de R\$19,6 milhões.

PIS e COFINS – Receitas de Estacionamento

No âmbito judicial federal, o Shopping Recife é parte em execução fiscal movida pela Fazenda Nacional, cujo objeto é a cobrança da COFINS sobre as receitas de estacionamento, no valor de aproximadamente R\$[•] milhão, em 31 de maio de 2009.

Anteriormente ao ajuizamento da referida execução fiscal, o Shopping Recife ajuizou ação anulatória para discussão do débito, bem como medida cautelar incidental para a suspensão da sua exigibilidade, tendo sido deferida a liminar pleiteada.

Em decorrência da suspensão da exigibilidade do crédito tributário, a execução fiscal encontra-se suspensa e, atualmente, aguarda-se julgamento do recurso de apelação nos autos da ação anulatória do débito.

Na esfera administrativa federal, o Shopping Recife é parte em dois processos administrativos, em trâmite perante a Secretaria da Receita Federal, referentes à cobrança de débitos de PIS e COFINS sobre as receitas de estacionamento. Os débitos objeto dos referidos processos administrativos totalizavam o montante aproximado de R\$3,093 milhões em dezembro de 2007.

Atualmente, tais processos aguardam julgamento do recurso voluntário interposto.

Os advogados que patrocinam tais processos judiciais e administrativos estimam nossas chances de perda como possíveis.

PIS e COFINS – ECISA Engenharia e ECISA Participações

A ECISA Engenharia e a ECISA Participações impetraram dois mandados de segurança questionando o alargamento da base de cálculo promovido pela Lei 9.718/1998 que alterou o conceito de faturamento para incluir todas as receitas da pessoa jurídica e não apenas as receitas operacionais, como era antes. Nesse caso, nossas chances de êxito são prováveis, pois o STF já pacificou a questão.

IPTU

Na esfera administrativa municipal, a ECISA é parte em 12 processos administrativos decorrentes de cobrança, pela Secretaria Municipal de Fazenda da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, de IPTU das lojas do Norteshopping, cujos valores, em 31 de maio de 2009, totalizam aproximadamente R\$15,3 milhões (sem juros e multa).

Atualmente, os autos dos processos encontram-se no Conselho de Contribuintes do Município do Rio de Janeiro para apreciação dos recursos interpostos pela Companhia contra decisões de primeira instância. Os advogados que patrocinam tais processos estimam nossas chances de êxito como remotas no âmbito administrativo.

Na esfera judicial municipal, a ECISA é parte em 283 execuções fiscais ajuizadas pelo Município do Rio de Janeiro, das quais, 281 versam sobre a cobrança de valores relativos ao IPTU e à Taxa de Coleta Domiciliar de Lixo do exercício de 1999, referente às unidades do Norte Shopping (inclusive estacionamento), que totalizam, como valor histórico em 2009, R\$16,6 milhões.

Até o momento, foram opostos embargos em relação a 274 execuções fiscais, tendo sido realizada a penhora em 126 matrículas que compõem o Norte Shopping.

Os advogados que patrocinam tais processos estimam nossas chances de êxito como prováveis em relação à procedência dos embargos, que discutem a inconstitucionalidade da cobrança da alíquota progressiva de IPTU, tendo em vista que a ECISA possui decisão transitada em julgado reconhecendo a aplicação da alíquota mínima de 0,15% (menor alíquota residencial). Entretanto, considerando a existência de julgados do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro que reconhecem a existência de alíquotas diferentes de IPTU em função da destinação do imóvel, a procedência dos embargos poderá acarretar o reconhecimento da alíquota mínima não residencial, de 0,65%.

As duas outras execuções fiscais foram ajuizadas em agosto de 2008 e referem-se a cobrança de IPTU referente aos exercícios de 2004 e 2005, cujos valores envolvidos estão depositados em ação cautelar. Os advogados que patrocinam essas execuções classificam nossas chances de perda como remota.

Shopping Estação – IPTU

Nattca tornou-se responsável pelo pagamento de dívida de IPTU junto à Prefeitura Municipal de Curitiba ao adquirir o Shopping Estação. O saldo atualizado até 31 de maio de 2009 é de R\$9,7 milhões, sendo que o débito foi parcelado até 2014 e está sendo pago pela Nattca desde fevereiro de 2007.

Fashion Mall – ITBI

O Fashion Mall foi autuado em 2001 pela Secretaria Municipal de Fazenda para efetuar o pagamento do ITBI incidente na aquisição de 91% do imóvel onde está localizado. À época da aquisição, foi protocolado pedido de reconhecimento de não incidência do ITBI, em razão da imunidade sobre transmissão feita em realização de capital do Fashion Mall. O pedido foi indeferido e iniciou o processo administrativo visando a cobrança do valor de R\$5,3 milhões. De acordo com os advogados que patrocinam este processo, a probabilidade de perda nesse processo é provável. Atualmente, o Fashion Mall mantém provisão de R\$5,3 milhões.

Fashion Mall e Ilha Plaza – IPTU

Com relação aos débitos de IPTU referentes ao exercício de 2007 do Fashion Mall, os mesmos foram totalmente parcelados, totalizando o valor de R\$1,4 milhões.

Com relação aos débitos referentes ao Ilha Plaza, há cinco execuções fiscais referentes à cobrança de IPTU: R\$8,4 milhões referem-se a quatro execuções fiscais, que se tratam de valores cobrados em duplicidade e, portanto, estão sendo discutidas judicialmente, com chance de êxito provável; e R\$ 4,6 milhões com chance de êxito provável, referente à execução que já foi embargada por se tratar de valor cobrado em duplicidade, já tendo sido apresentada, inclusive, carta de fiança em garantia.

Parcelamentos perante a Secretaria da Receita Federal

Na esfera administrativa federal, a ECISA vem quitando débitos relativos a IRPJ e CSLL, referentes ao exercício de 2001, no âmbito de processos administrativos de parcelamento, cujos valores, na data de consolidação dos débitos, totalizavam o montante aproximado de R\$3,5 milhões. O saldo remanescente desses débitos equivale, em 31 de maio de 2009, a aproximadamente R\$1,2 milhões.

Autos de Infração perante a Secretaria da Receita Federal

No âmbito administrativo federal, a ECISA é parte em cinco processos administrativos decorrentes de cobrança, pela Secretaria da Receita Federal, de débitos de IRPJ, CSLL, PIS e IRRF, cujos valores, em 31 de maio de 2009, totalizam aproximadamente R\$7,3 milhões.

O processo cujo objeto é a constituição de multa isolada em razão de recolhimentos de IRPJ/CSLL feitos a menor no ano de 2004, no valor atualizado até 31 de maio de 2009 de R\$2 milhões, encontra-se pendente de julgamento de impugnação administrativa.

Os recursos voluntários da ECISA nos autos dos demais processos referentes a IRPJ, CSLL, PIS e IRRF foram julgados improcedentes e atualmente será adotada alguma medida judicial para desconstituição desses débitos.

Os advogados que patrocinam tais administrativos estimam nossas chances de êxito como possíveis na esfera judicial.

INSS – NorteShopping

O NorteShopping possui três débitos perante o INSS, no valor histórico aproximado de R\$ 1,8 milhão em 31 de maio de 2009, tendo sido impetrado mandado de segurança para afastar sua cobrança com fundamento na decadência dos referidos créditos tributários.

Endividamento

O nosso endividamento bruto, em 31 de março de 2009, era de aproximadamente R\$1.475,5 milhões. A parcela de endividamento de curto prazo corresponde a aproximadamente R\$109,9 milhões, enquanto que a de longo prazo corresponde a aproximadamente R\$1.365,6 milhões. Para informações adicionais, ver seção “Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais – Endividamento” e “Fatores de Risco” nas páginas [•] e [•] deste Prospecto, respectivamente.

Contratos Financeiros

Os empréstimos e financiamentos que contratamos consistem em financiamentos e captações para aquisições de investimentos e expansão de empreendimentos. Todas essas operações foram realizadas com vistas a financiar os nossos empreendimentos. Para maiores informações, ver seção “Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais – Endividamento” na página [•] deste Prospecto.

Contratos Relevantes

Contratos de Administração – BR Malls Administração

No âmbito de suas atividades, a BR Malls Administração firma contratos de prestação de serviços, sendo alguns com empreendimentos nos quais as nossas controladas participam, sendo os principais celebrados com (i) Shopping Del Rey; (ii) Center Shopping; (iii) West Shopping; (iv) Goiânia Shopping; (v) Shopping Campo Grande; (vi) Norteshopping; (vii) Shopping Iguatemi Caxias do Sul; (viii) Shopping Estação; (ix) Campinas Shopping; (x) Shopping Tamboré; (xi) Niterói Plaza ; (xii) Ilha Plaza Shopping; (xiii) São Conrado Fashion Mall; (xiv) Shoppng Villa Lobos; (xv) Araguaia Shopping; (xvi) Shopping Curitiba; (xvii) Rio Plaza Shopping; (xviii) Amazonas Shopping; (xix) Shopping Piracicaba; (xx) Independência; (xxi) Vila Daslu; (xxii) Shopping ABC; e (xxiii) Recreio Shopping.

As principais cláusulas relevantes destes contratos são:

(i) Objeto: Todos os contratos têm como objeto a prestação de serviços de administração dos respectivos *Shopping Centers*, os quais objetivam a maximização das receitas, o controle e a redução da inadimplência dos lojistas e a redução dos custos das despesas orçamentárias.

(ii) Prazo: A maior parte dos contratos possui prazo indeterminado.

(iii) Das Obrigações: As obrigações assumidas pela BR Malls Administração consistem, geralmente, (i) no cumprimento da Convenção do Condomínio Pro Indiviso do *Shopping Center* contratante, bem como das deliberações dos condôminos no que diz respeito à administração do Condomínio Pro Indiviso, (ii) a apresentação aos condôminos dos orçamentos de receitas e despesas do Fundo de Promoções do *Shopping Center*, quando for o caso; (iii) na apresentação anual do fluxo de caixa de receitas e despesas, assim como do orçamento do Condomínio Geral; (iv) na administração das locações de espaços, que compreende, por exemplo, a elaboração de contratos, substituição de lojistas e constituição de advogados; (v) na administração do Condomínio Geral, mediante a contratação e dispensa de pessoal próprio e de serviços terceirizados; (vi) na prestação aos condôminos do Condomínio Pro Indiviso de informações necessárias ao acompanhamento do desempenho do Shopping; (vii) no recebimento de receitas do Condomínio Pro Indiviso, principalmente aquelas oriundas de aluguéis, destinando-as aos condôminos do Condomínio Pro Indiviso.

(iv) Rescisão: A rescisão dos contratos se dará automaticamente quando do cometimento de infração contratual por qualquer uma das partes, sendo previsto aviso prévio de 30 dias quando a infração for cometida pela BR Malls Administração.

(v) Remuneração: A remuneração da BR Malls Administração pelos serviços contratados é, em geral, dividida entre uma remuneração fixa e uma taxa de administração variável baseada em uma porcentagem da receita auferida pelos empreendimentos. Além disso, eventualmente é estabelecida uma remuneração a título de adicional de produtividade, representando uma porcentagem sobre o total da receita de acordo com a proporção de metas atingidas estabelecidas anualmente no plano estratégico. No ano de 2008, a receita bruta da BR Malls Administração com a prestação desses serviços correspondeu a R\$17,2 milhões. Não existe qualquer inadimplemento relevante no cumprimento de qualquer das obrigações oriundas de referidos contratos.

Contratos de Comercialização – BR Malls Administração

No âmbito de suas atividades, a BR Malls Administração firma contratos de prestação de serviços, sendo alguns com empreendimentos nos quais as nossas controladas participam, sendo os principais firmados com: (i) Shopping Del Rey; (ii) Center Shopping; (iii) West Shopping; (iv) Goiânia Shopping; (v) Shopping Campo Grande; (vi) Norteshopping; (vii) Shopping Iguatemi Caxias do Sul; (viii) Shopping Estação; (ix) Campinas Shopping; (x) Shopping Tamboré; (xi) Niterói Plaza ; (xii) Ilha Plaza Shopping; (xiii) São Conrado Fashion Mall; (xiv) Shoppng Villa Lobos; (xv) Araguaia Shopping; (xvi) Shopping Curitiba; (xvii) Rio Plaza Shopping; (xviii) Amazonas Shopping; (xix) Shopping Piracicaba; (xx) Independência; (xxi) Vila Daslu; (xxii) Shopping ABC; (xxiii) Recreio Shopping; (xxiv) Shopping Recife; (xxv) Shopping Natal; (xxvi) Iguazu Top Shopping; e (xxvii) Osasco Plaza Shopping.

As principais cláusulas desses contratos são as seguintes:

Objeto: Todos os contratos têm como objeto, basicamente, (i) o planejamento comercial na área de cada empreendimento de acordo com as orientações estabelecidas pela contratante; (ii) o incremento das relações comerciais havidas entre a contratante e seus respectivos lojistas; (iii) permanente avaliação e atualização do *Mix* de Lojas do empreendimento, alterando a disposição das lojas, na medida em que forem contratadas novas locações; (iv) a representação da contratante junto aos lojistas; e (v) o agenciamento da celebração de contratos de locação de espaços comerciais (definidos em cada contrato) mediante a alocação, a suas expensas, de corretores para essa finalidade.

Prazo: A maior parte dos contratos possui prazo indeterminado.

Obrigações: As obrigações da BR Malls Administração consistem, em geral, (i) no exercício das atividades de planejamento na área comercial dos *Shoppings*, interagindo com os seus empreendedores e maximizando os esforços com vistas a melhorar a performance de venda dos lojistas; (ii) na intermediação das locações de salões comerciais, espaços e áreas dos *Shoppings*; (iii) na prestação de assistência aos consulentes interessados nas locações; (iv) no pagamento de comissão aos seus promotores e/ou corretores, bem como no recolhimento de toda e qualquer obrigação fiscal, previdenciária e trabalhista decorrente da relação de emprego ou trabalho daqueles profissionais; (v) na elaboração e aprovação junto ao empreendedor das propostas e contratos de locações tendo por objeto áreas comerciais situadas nos *Shoppings*.

Remuneração: Os valores devidos são variáveis, sendo estabelecidos com base em diversos critérios, divididos pelas seguintes “categorias”: (i) contratos de locação de equipamentos (*displays*, *back lights* e vitrinas); (ii) contratos de locações de áreas do *Shopping Center* (*stands*, quiosques, feiras, e eventos); (iii) contratos de locação de lojas; (iv) contratos de cessão de direitos; (v) contratos de locação de salões comerciais; (vi) contrato de locação de *Merchandisings*; e (vii) garantia de comercialização de salões comerciais. No ano de 2008, a receita bruta da BR Malls Administração com a prestação desses serviços correspondeu a R\$ 10,8 milhões. Não existe qualquer inadimplemento relevante no cumprimento de qualquer das obrigações oriundas de referidos contratos.

Contratos de Locação de Lojas

Nossa fonte de receitas principal decorre do pagamento dos aluguéis das lojas de nossos *Shopping Centers* e dos *Shopping Centers* que administramos. Nossa ampla experiência no setor nos permitiu desenvolver contratos padrões de locação, com cláusulas amplas e abrangentes, que nos resguardam contra perdas de receitas por inadimplemento dos locatários. Para maiores informações, ver item “Política de Inadimplência e Cobrança” nesta seção do Prospecto.

Os contratos de locação dos nossos *Shopping Centers* e dos *Shopping Centers* que administramos têm usualmente prazo entre cinco a dez anos, contando com a estipulação de fiança em garantia da locação e multa em caso de rescisão contratual pelo locatário. O aluguel efetivamente cobrado corresponderá ao maior dentre os seguintes: (i) um aluguel mínimo mensal baseado em valores de mercado ou (ii) um aluguel calculado pela aplicação de um percentual, que normalmente varia entre 2% e 7%, incidente sobre o total das vendas brutas mensais do respectivo locatário. O aluguel é pago pelo lojista mensalmente, assim como, uma contribuição obrigatória ao fundo de promoções coletivas do centro comercial do respectivo *Shopping Center*, que normalmente varia entre 10% a 20% do valor do aluguel mínimo mensal do lojista.

Os contratos de locação com os lojistas nos *Shopping Centers* são regidos pela Lei de Locação que, em algumas situações, gera determinados direitos ao locatário, como o direito do locatário à renovação compulsória do contrato de locação no caso de serem preenchidos determinados requisitos previstos em lei. Para informações adicionais, ver Seção “Fatores de Risco” e “Visão Geral do Setor – Regulamentação Relativa a *Shopping Center*” nas páginas [•] e [•] deste Prospecto, respectivamente.

Segue abaixo tabela indicando a receita bruta por nós auferida com os aluguéis das lojas de nossos *Shopping Centers* nos períodos indicados:

	Período de três meses findo em 31 de março de (em milhares de R\$)				
	2009	AV (%)	2008	AV (%)	Variação 2008 / 2009 (%)
Receita Bruta	81.112	100,0%	65.253	100,0%	24,3%
CAMPINAS	1.118	1,4%	-	-	-
GOIÂNIA SHOPPING	1.416	1,7%	1.314	2,0%	7,8%
ILHA PLAZA	2.795	3,4%	2.470	3,8%	13,2%
NORTESHOPPING	11.435	14,1%	9.268	14,2%	23,4%
OSASCO PLAZA	1.515	1,9%	-	0,0%	-
PLAZA SHOPPING NITEROI	12.904	15,9%	11.185	17,1%	15,4%
RIO PLAZA	1.601	2,0%	1.396	2,1%	14,7%
SÃO CONRADO FASHION MALL	4.405	5,4%	3.955	6,1%	11,4%
SHOPPING CAMPO GRANDE	3.880	4,8%	3.674	5,6%	5,6%
SHOPPING CURITIBA	1.522	1,9%	1.340	2,1%	13,6%
SHOPPING DEL REY	4.284	5,3%	3.869	5,9%	10,7%
SHOPPING ESTAÇÃO	4.582	5,6%	4.011	6,1%	14,2%
SHOPPING IGUATEMI CAXIAS DO SUL	1.705	2,1%	1.183	1,8%	44,1%
SHOPPING MACEIÓ	1.775	2,2%	1.212	1,9%	46,5%
SHOPPING RECIFE	6.945	8,6%	6.071	9,3%	14,4%
SHOPPING TAMBORÉ	5.353	6,6%	4.648	7,1%	15,2%
SHOPPING VILLA LOBOS	4.072	5,0%	4.087	6,3%	(0,4)%
TOP SHOPPING	1.312	1,6%	-	0,0%	-

WEST SHOPPING RIO	1.696	2,1%	-	0,0%	-
OUTROS	6.797	8,4%	5.570	8,6%	22,0%

ADMINISTRAÇÃO E CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Somos administrados por um Conselho de Administração e por uma Diretoria. Estamos sujeitos a determinadas regras relativas a governança corporativa e administração que decorrem do Regulamento do Novo Mercado e do Contrato de Participação no Novo Mercado, além do nosso Estatuto Social, conforme descrito a seguir.

Conselho de Administração

O Conselho de Administração é um órgão de deliberação colegiada, responsável pela orientação geral dos nossos negócios, incluindo a nossa estratégia de longo prazo. É responsável, também, dentre outras atribuições, pela eleição de nossos diretores e fiscalização da respectiva gestão.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, os membros do Conselho de Administração devem ser necessariamente acionistas da Companhia, muito embora não exista uma participação acionária mínima para tanto. O Regulamento do Novo Mercado prevê que o Conselho de Administração deve ter, no mínimo, cinco membros, sendo, no mínimo, 20% de conselheiros independentes, todos com mandato unificado de até dois anos, ressalvada a hipótese de mandato de três anos, por uma única vez, caso o controle da companhia passe a ser exercido de forma difusa. É permitida a reeleição dos membros do nosso Conselho de Administração. O conceito de independência de um conselheiro é determinado por diversos requisitos previstos no Regulamento do Novo Mercado, incluindo a ausência de relação significativa entre o conselheiro e a Companhia ou seu Acionista Controlador.

Conforme o Regulamento do Novo Mercado, todos os membros do nosso Conselho de Administração devem celebrar o Termo de Anuência dos Administradores como condição para ingressar em nosso Conselho de Administração. Por conta desse instrumento, os nossos conselheiros são pessoalmente responsáveis pela observância do Contrato de Participação no Novo Mercado, do Regulamento da Câmara de Arbitragem do Novo Mercado e do Regulamento do Novo Mercado. A qualificação dos nossos conselheiros como conselheiros independentes deve ser expressamente declarada nas atas das assembleias gerais de acionistas que os elegeram.

Conforme previsto em nosso Estatuto Social, nosso Conselho de Administração é composto por até sete membros efetivos e até igual número de suplentes, vinculados ou não a membros efetivos específicos, todos acionistas, eleitos e destituíveis a qualquer tempo pela Assembleia Geral, com mandato unificado de dois anos, sendo permitida a reeleição. Em conformidade com as disposições do Regulamento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA, excepcionalmente (para fins de transição) e enquanto a Companhia estiver sob controle difuso, os membros do Conselho de Administração poderão ser eleitos uma única vez, com mandato unificado de até três anos. Nossos administradores podem ser eleitos através dos procedimentos de eleição em separado e voto múltiplo (para informações adicionais sobre esses procedimentos, ver seção “Descrição do Capital Social” na página [•] deste Prospecto).

As decisões do nosso Conselho de Administração são tomadas por maioria de votos, inexistindo voto de qualidade do Presidente ou do Vice-Presidente do Conselho de Administração.

As reuniões do Conselho de Administração são realizadas ao menos trimestralmente, ou sempre que necessário, por convocação do Presidente do Conselho de Administração, do Vice-Presidente ou de quaisquer dois conselheiros agindo em conjunto.

Apresentamos na tabela abaixo os nomes, as idades, os cargos, a data de eleição e prazo do mandato dos atuais membros efetivos do nosso Conselho de Administração, incluindo o conselheiro independente, e suplentes, conforme o caso:

Nome	Idade	Cargo	Data de Eleição	Prazo do Mandato
Richard Paul Matheson	70	Presidente	12.12.2007	3 anos
Carlos Medeiros	36	Vice - Presidente	12.12.2007	3 anos
Fersen Lamas Lambranco	47	Conselheiro	12.12.2007	3 anos
Thomas Joseph McDonald	47	Conselheiro	12.12.2007	3 anos
David J Contis	[•]	Conselheiro	12.12.2007	3 anos
Danilo Palmer	68	Conselheiro Independente	12.12.2007	3 anos

O endereço comercial de todos os Conselheiros é Av. Afrânio de Melo Franco, nº 290, salas 102, 103 e 104, Leblon, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, Brasil.

De acordo com a deliberação aprovada na Assembleia Geral Extraordinária da Companhia realizada em 29 de maio de 2009, os prazos de mandato de todos os membros do Conselho de Administração da Companhia — i.e., Richard Paul Matheson (Presidente); Carlos Medeiros Silva Neto (Vice-Presidente); Fersen Lamas Lambranco; Thomas Joseph McDonald; David J. Contis e Danilo Palmer (Conselheiro Independente) — foram unificados. O prazo dos mandatos dos membros do Conselho de Administração, que é de três anos, será encerrado na Assembleia Geral Ordinária da Companhia a ser realizada em 2010, a fim de deliberar sobre o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2009.

Em conformidade com a Lei das Sociedades por Ações, qualquer membro do nosso Conselho de Administração está proibido de votar em qualquer assembleia ou reunião do Conselho de Administração, ou de intervir em qualquer operação ou negócio nos quais este tenha interesse conflitante conosco. Nossos conselheiros não estão sujeitos a aposentadoria obrigatória por idade.

Resumimos abaixo as ocupações principais e currículos dos nossos atuais conselheiros.

Richard Paul Matheson: Nascido em 10 de maio de 1939, é graduado em ciências econômicas pela Universidade Gama Filho em 1970. Ingressou na ECISA em 1960, tornando-se diretor financeiro e acionista da Companhia em meados da década de 60. Passou a atuar em todas as decisões estratégicas e corporativas da ECISA. Em 2000, em decorrência do seu

vasto conhecimento da indústria de *Shopping Center*, passou a ser o Diretor Presidente da ECISA, responsável pela imagem institucional da Companhia e decisões estratégicas da Companhia.

Carlos Medeiros: Nascido em 3 de fevereiro de 1973, bacharel em finanças e comércio exterior pela New York University, concluiu o TGPM na Harvard Business School. Ingressou na Grupo GP em 1998, tornando-se *Managing Director* em 2002. É atualmente o CEO da BR Malls, uma companhia do portfólio do GPCP3. Atua como membro do conselho de administração da BR Properties e Kuala. Atuou como membro do conselho de administração da Tele Norte Leste, Contax, Gafisa, Lupatech, Pegasus e Internet Group (iG). Trabalhou na Salomon Brothers Inc. em Nova York de 1994 a 1998. **Fersen Lamas Lambranco:** Nascido em 11 de outubro de 1961, é graduado em Engenharia Civil pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 1983 e pós-graduado em Administração pela COPPEAD-UFRJ em 1985. Completou, em 1999, o curso de “Owner President Management Program” da Harvard Business School. O Sr. Fersen ingressou no Grupo GP em 1998, tornando-se *Managing Director* em 1999, é Co-Presidente do Conselho e Co-CEO da GP Investments. Atualmente é membro do Conselho de Administração da Magnesita Refratórios S.A., Estácio Participações S.A., Allis Participações S.A. e Invest Tur Brasil – Desenvolvimento Imobiliário Turístico S.A. Anteriormente, atuou como membro do Conselho de Administração da Tele Norte Leste Participações S.A., Gafisa S.A., São Carlos Empreendimentos e Participações S.A., ABC Supermercados S.A., PlayCenter S.A., Shoptime S.A. e Americanas.com S.A. Atuou, ainda, nas Lojas Americanas S.A., no cargo de Diretor – Executivo, no período de 1998 a 2003.

Thomas Joseph McDonald: Nascido em 11 de novembro de 1961, é graduado em Relações Internacionais pela Universidade de Notre Dame, em 1986. Ingressou no Equity International em 1999, vindo da Anixter International. O Sr. McDonald é atualmente Vice-Presidente do Equity International e responsável por novos investimentos e investimentos existentes, Diretor de diversas empresas do portfólio da Equity International e Diretor substituto da Homex, uma das maiores construtoras mexicanas.

David J. Contis: Nascido em [•] de [•] de [•], é formado em Direito e Finanças pela De Paul University, em Chicago, nos Estados Unidos e trabalha, desde novembro de 2006 para a Equity Group Investments como Presidente de Real Estate, prestando serviços de gestão de ativos e de consultoria estratégica para Sam Zell, fundador e Chairman da EGI, relacionados a investimentos em *real estate*. Antes disso, trabalhou, de abril de 1997 a outubro de 2006 para a Macerich Company, como Vice Presidente Executivo e Diretor Financeiro, mobilizando e liderando o *senior management* para estabelecer uma das maiores e mais bem sucedidas REITs de Shopping Center dos Estados Unidos. Antes de se juntar a Macerich, o Sr. Contis trabalhou, de janeiro de 1980 a maio de 1997, para várias empresas afiliadas a Equity Group Investments.

Danilo Palmer: Nascido em 30 de julho de 1940, é graduado em Técnico de Contabilidade pela Escola Técnica de Comércio de Ipanema, em 1961 e em Ciências Contábeis e Administração de Empresas pela Universidade Moraes Junior, em 1977. Exerceu diversos cargos na Cia. Cervejaria Brahma, onde iniciou em 1969, após passar por outras organizações de renome, tais como Laboratório Moura Brasil, Grupo Caemi e Coca Cola, pelo período de 1960 a 1969. Na Cia. Cervejaria Brahma atuou como Gerente de Área, Gerente Geral de Finanças e Diretor de Orçamento, tendo assumido a Diretoria Financeira em 1989, nela permanecendo até 1999. Em 1999, passou a Vice-Presidente do Conselho de Administração, permanecendo até o fechamento de capital da Companhia. Ainda em 1999, passou a integrar o Conselho de Administração da AmBev (Cia. de Bebidas das Américas), nele permanecendo até 2001. Pautou sua carreira no campo da administração financeira, tendo sido ainda Diretor de Relações com o Mercado, onde manteve relações com investidores brasileiros e internacionais, bancos, fundos de investimentos, CVM, etc. Atualmente participa como sócio na DPA – Serviços Ltda.; MRP – Administração, Participação e Assessoria Ltda.; e QC Quality Lavanderias Ltda.

Diretoria

Nossos diretores são nossos representantes legais, responsáveis principalmente pela administração cotidiana e pela implementação das políticas e diretrizes gerais estabelecidas pelo nosso Estatuto Social, pela Assembleia Geral e pelo nosso Conselho de Administração.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, cada membro da nossa Diretoria deve ser residente no País, podendo ser acionista ou não. Além disso, até no máximo um terço dos membros do Conselho de Administração poderão ser eleitos por membros da Diretoria.

Os diretores são eleitos pelo nosso Conselho de Administração com mandato de três anos, podendo, a qualquer tempo, ser por ele destituídos. Além das atribuições previstas em nosso Estatuto Social, compete ao Conselho de Administração fixar as atribuições de cada um dos diretores.

De acordo com nosso Estatuto Social, a nossa Diretoria é composta por, no mínimo, três e, no máximo, sete diretores, acionistas ou não, residentes no País, sendo um Diretor Presidente, um Diretor de Relações com Investidores, um Diretor Financeiro, um Diretor Comercial, um Diretor Operacional e dois Diretores de Desenvolvimento de Negócios, eleitos pelo Conselho de Administração, com mandatos de três anos, podendo ser reeleitos e a qualquer tempo destituídos pelo Conselho de Administração. Atualmente, nossa Diretoria é formada por quatro membros (com o diretor Leandro Bousquet Vianna cumulando os cargos de Diretor Financeiro e Diretor de Relações com Investidores). Todos os diretores foram eleitos em reunião do Conselho de Administração realizada em 9 de fevereiro 2007, com mandato de três anos, com exceção do diretor

Ruy Kameyama que foi eleito na Reunião do Conselho de Administração do dia 16 de dezembro de 2008, e terá o mandato de apenas 1 ano, pois seu mandato foi unificado com os mandatos dos demais diretores, os quais se encerrarão em 2010.

Conforme o Regulamento do Novo Mercado, todos os membros da nossa Diretoria devem celebrar o Termo de Anuência dos Administradores como condição para ingressar em nossa Diretoria. Por conta desse instrumento, os nossos diretores assumem responsabilidade pessoal pela observância do Contrato de Participação no Novo Mercado, do Regulamento da Câmara de Arbitragem do Novo Mercado e do Regulamento do Novo Mercado.

Abaixo apresentamos os nomes, idades e posições dos atuais membros da nossa Diretoria, conforme designações aprovadas em Reunião do nosso Conselho de Administração, realizada em 9 de fevereiro 2007 e 16 de dezembro de 2008.

Nome	Idade	Cargo	Data de Eleição	Prazo do mandato
Carlos Medeiros	36	Diretor Presidente	09.02.2007	3 anos
Leandro Bousquet Viana	37	Diretor Financeiro e Diretor de Relação com Investidores	09.02.2007	3 anos
Ruy Kameyama	31	Diretor Operacional	01.01.2009	1 ano
Luiz Alberto Quinta	49	Diretor de Desenvolvimento e Comercialização	03.05.2007	3 anos

O endereço comercial de todos os diretores é na Av. Afrânio de Melo Franco, nº 290, salas 102, 103 e 104, Leblon, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, Brasil.

Resumimos abaixo as ocupações principais e currículos dos nossos atuais diretores.

Carlos Medeiros: Ver “Conselho de Administração” acima.

Leandro Bousquet Viana: Nascido em 6 de maio de 1972, é graduado em Economia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, em 1994. O Sr. Bousquet tem mais de 12 anos de experiência no setor imobiliário, especificamente nas áreas de investimento e transações de débitos, tendo trabalhado no UBS Pactual no período de agosto de 2004 a novembro de 2006, antes de ingressar em nossa Companhia. Foi responsável por investimentos proprietários no Banco CR2 e no Banco BBM. Acumula as funções de Diretor Financeiro e Diretor de Relações com Investidores na Companhia.

Luiz Alberto Quinta: Nascido em 09 de setembro de 1959, é graduado em Engenharia pela Universidade Federal de Goiás em 1981, pós-graduado em administração pelo IBMEC - Rio de Janeiro em 2001 e em gestão empresarial na FGV - Rio de Janeiro em 2005 com extensão na Universidade da Califórnia, campus de Irvine. O Sr. Luiz Quinta tem 22 anos de experiência em gestão de *Shopping Centers*, tendo trabalhado como Diretor do Grupo Multiplan antes de ingressar na Companhia.

Ruy Kameyama: Nascido em 13 de julho de 1977, é graduado em Economia pelo IBMEC - Rio de Janeiro em 1998 e com MBA pela Harvard Business School em 2005. Antes de ingressar na BR MALLS foi associado do banco de investimentos Dresdner Kleinwort (no período de 1998 a 2003) e trabalhou na área de novos negócios do Spoleto Franchising (no período de 2005 a 2006). Na BR MALLS atuou como gerente geral nas áreas de operações e novos negócios.

Conselho Fiscal

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o Conselho Fiscal é um órgão independente da administração e da auditoria externa das companhias. A responsabilidade principal do Conselho Fiscal é fiscalizar as atividades gerenciais, rever e opinar sobre as demonstrações financeiras, relatando suas observações aos acionistas.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o nosso Conselho Fiscal não pode conter membros que façam parte do Conselho de Administração, da Diretoria ou do quadro de empregados de sociedade controlada ou de sociedade do mesmo grupo, tampouco um cônjuge ou parente, até o terceiro grau, 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 a cada diretor, excluindo benefícios, verbas de representação e participações nos lucros e resultados.

De acordo com as regras do Regulamento do Novo Mercado, os membros do Conselho Fiscal deverão subscrever, previamente à sua investidura no cargo, termo de anuência dos membros do Conselho Fiscal ao Regulamento do Novo Mercado e ao Regulamento de Arbitragem da Câmara Arbitral do Mercado.

De acordo com nosso Estatuto Social, nosso Conselho Fiscal não é permanente e, sempre que instalado, será constituído por três membros e suplentes em igual número. O Conselho Fiscal poderá ser instalado pela Assembleia Geral, a pedido de acionistas que representem, no mínimo, 2% do capital social da Companhia, nos termos da Instrução CVM n.º 324, de 19 de janeiro de 2000. Adicionalmente, os acionistas minoritários têm direito de eleger separadamente um membro do Conselho Fiscal e seu suplente, pois a Companhia possui mais de 10% das suas ações em circulação, e os demais acionistas poderão eleger um membro a mais que o número total de membros eleitos pelos minoritários.

Remuneração

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, compete aos nossos acionistas, reunidos em Assembleia Geral, fixar, anualmente, o montante individual ou global da remuneração dos membros do nosso Conselho de Administração, da nossa Diretoria e do nosso Conselho Fiscal, quando este estiver em funcionamento. Se fixada globalmente, cabe ao Conselho de Administração deliberar sobre a forma de distribuição do valor fixado entre os seus membros e os da Diretoria.

No exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2008, a remuneração total paga para os membros da administração da ECISA e da BR Malls Administração, pelos serviços prestados em suas respectivas áreas de atuação foi de aproximadamente R\$1.650.000,00 (ver o item “Atividades – Eventos Recentes e Composição Acionária” na página [•] deste Prospecto).

Para o exercício social de 2009, a remuneração do nosso Conselho de Administração e da nossa Diretoria foi fixada, pela Assembleia Geral Extraordinária realizada em 28 de abril de 2009, de forma global, em até R\$12.000.000,0.

O Conselho de Administração distribuirá a remuneração global anual dentre os membros da administração da nossa Companhia, devendo atribuir o montante anual de R\$1.080.000,0 a cada membro da Diretoria, com exceção do Diretor-Presidente, a quem será atribuído o montante anual de R\$480.000,0. Como resultado, o montante total anual de remuneração da Diretoria (considerando a atual composição de quatro diretores) será de R\$1.560.000,0. O membro independente do Conselho de Administração receberá uma remuneração anual de R\$96.000,0.

Além da remuneração fixa acima descrita, a Diretoria da Companhia possui uma parcela de remuneração variável, atrelado ao cumprimento de metas orçamentárias e metas operacionais pela Companhia e pelos empregados individualmente. Caso tais metas sejam alcançadas no exercício social de 2009, a Diretoria receberá participações nos resultados de até 10.440.000,0.

Adicionalmente, a remuneração global variável poderá atingir o valor máximo de R\$8.368.000,0 para os empregados.

Em decorrência da adesão da Companhia ao Novo Mercado da BM&FBOVESPA, a Companhia estima gastar anualmente, aproximadamente, R\$800.000,00 com a auditoria da Companhia, que será realizada pela empresa PricewaterhouseCoopers.

Acordos ou outras Obrigações Relevantes entre a Companhia e seus Administradores

A Companhia não é parte em qualquer contrato ou obrigação relevante com membros de sua administração.

Ações e Valores Mobiliários Conversíveis de Titularidade, Direta ou Indireta, dos Administradores

A tabela a seguir indica os nomes e quantidades de ações de nossa emissão detidas, direta ou indiretamente, por nossos administradores, na data deste Prospecto:

Administradores	Cargo	Ações
Richard Paul Matheson	Presidente do Conselho de Administração	19.790.039
Carlos Medeiros Silva Neto	Conselheiro	726.503 ⁽¹⁾
Fersen Lamas Lambranco	Conselheiro	1 ⁽¹⁾
Thomas Joseph McDonald	Conselheiro	1 ⁽²⁾
David J Contis	Conselheiro	1 ⁽²⁾
Danilo Palmer	Conselheiro	1
Total		23.948.330

⁽¹⁾ Também detém participação na GP Investments.

⁽²⁾ Também detém participação na Equity International.

Plano de Opção de Compra de Ações

Em Assembleia Geral Extraordinária realizada em 9 de fevereiro de 2007, foram aprovados os termos e condições do plano de opção de compra de ações de nossa emissão ("Plano de Opção"), com alterações feitas na Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária realizada em 2 de abril de 2007.

O Plano de Opção objetiva: (i) estimular a expansão e o êxito no desenvolvimento dos nossos objetivos sociais, permitindo aos nossos administradores e empregados de alto nível adquirirem ações de nossa emissão, incentivando a integração destes com a Companhia; (ii) atrair administradores e empregados de alto nível a prestarem seus serviços para nós, oferecendo-lhes a vantagem adicional de se tornarem nossos acionistas; (iii) alinhar os interesses dos administradores e empregados de alto nível aos interesses dos nossos acionistas; (iv) possibilitar a retenção dos serviços de administradores e empregados de alto nível, oferecendo a tais executivos e empregados, como forma de incentivo e vantagem adicional, a possibilidade de se tornarem acionistas da Companhia; e (v) incentivar a maior integração desses executivos e empregados com nossos objetivos.

De acordo com os termos do Plano de Opção, as opções de compra de ações outorgadas no âmbito do mesmo ("Opções de Compra de Ações") deverão respeitar o limite máximo de 10% do total de ações do capital social da Companhia existentes na data de lançamento de cada programa, acrescidas das ações existentes caso as Opções de Compra de Ações houvessem sido exercidas.

No âmbito do Plano de Opção, aprovou-se, em Reunião do nosso Conselho de Administração realizada em 9 de fevereiro de 2007, o 1º Programa do Plano de Opção ("1º Programa do Plano"), o qual outorgou opções aos principais executivos da Companhia ("Opções do 1º Programa"). O quadro abaixo apresenta o total de ações objeto do 1º Programa do Plano:

Beneficiário	Total de Ações objeto de Contratos de Opção de Compra	Preço de Exercício por Ação (corrigido anualmente pelo IGP-M acrescido de 3%)
Diretor Presidente	2.373.418	R\$6,32
Diretor Financeiro	1.028.481	R\$6,32
Total	3.401.899	

As Opções do 1º Programa poderão ser exercidas a partir de 1º de janeiro de 2008, sendo certo que (i) em relação ao Diretor-Presidente, em quatro lotes anuais de aproximadamente 25% do lote total de ações; e (ii) em relação ao Diretor Financeiro, em cinco lotes anuais de aproximadamente 20% do lote total de ações.

Em caso de desligamento destes executivos durante o prazo de exercício das Opções do 1º Programa, caducarão, automaticamente, todas as opções cujo prazo para exercício ainda não tenha transcorrido.

A Companhia, com o objetivo de buscar a retenção de seus principais executivos, aprovou em Reunião do Conselho de Administração, realizada em 31 de maio de 2007, a contratação de um novo programa no âmbito do Plano de Opção ("2º Programa do Plano"), o qual outorgou opções aos membros da administração e aos funcionários indicados pela Diretoria

(“Opções do 2º Programa”), no volume global de aproximadamente 1,25% do capital social da Companhia na data em que as Opções do 2º Programa foram aprovadas, correspondente a 1.800.000 (um milhão e oitocentas mil) ações ordinárias, ao preço de exercício de R\$15,00 (quinze reais) por ação. As Opções do 2º Programa poderão ser exercidas a partir de abril de 2008.

As demais condições inerentes às Opções do 2º Programa foram as mesmas atribuídas à opção de compra de ações de titularidade do Diretor Financeiro no âmbito do 1º Programa do Plano (exercício em cinco lotes anuais de aproximadamente 20% do lote total de ações, sendo certo que, em caso de desligamento desses executivos durante o prazo de exercício das Opções do 2º Programa, caducarão, automaticamente, todas as opções cujo prazo para exercício ainda não tenha transcorrido).

A Companhia, com o objetivo de buscar a retenção de seus principais executivos, aprovou em reunião do Conselho de Administração realizada em 27 de fevereiro de 2008, a contratação de um novo programa no âmbito do Plano de Opção (“3º Programa do Plano”), o qual outorgou opções aos funcionários indicados pela Diretoria (“Opções do 3º Programa”), no volume global de aproximadamente 0,23% do capital social da Companhia, na data em que as Opções do 3º Programa foram aprovadas, correspondente a 397.727 ações ordinárias, ao preço de exercício de R\$17,60 por ação. As Opções do 3º Programa poderão ser exercidas a partir de março de 2009.

Em reunião do Comitê do Plano de Opção realizada em 14 de abril de 2009, foi aprovada, nos termos do Plano de Opção de Compra, a abertura do quarto programa de opção de compra das ações ordinárias de emissão da Companhia, o qual prevê um volume global de 2.729.659 ações ordinárias, que serão exercidas pelo preço de R\$11,43 por ação, acrescido do índice de correção do referido plano. Adicionalmente, determinou-se que os participantes do segundo e terceiro programas que aderirem, até 31 de julho de 2009, ao quarto programa de opção de compra das ações ordinárias de emissão da Companhia, por meio da assinatura dos respectivos Contratos de Outorga de Opção de Compra de Ações, concordarão automaticamente com a revogação dos segundo e terceiro programas, conforme o caso, inclusive do correspondente Contrato de Outorga de Opção de Compra de Ações, tornando os mesmos sem efeitos. Desta forma, mesmo as ações remanescentes dos lotes anuais já incorporados e exercidos parcialmente não poderão ser subscritas ou adquiridas na forma prevista nos segundo e terceiro programas.

A Companhia, com o objetivo de continuar buscando a retenção de seus principais executivos, tem a intenção de aprovar a contratação de novos programas no âmbito do Plano de Opção, respeitado o limite máximo do Plano de Opção (“Programa Futuro do Plano”) na data de lançamento de tal programa (“Opções de Programa Futuro”).

Nos termos do Plano de Opção, para as Opções de Programa Futuro, o preço de exercício por ação seria equivalente ao valor médio das ações dos últimos trinta pregões na BM&FBOVESPA, anteriores à data da concessão da opção. As demais condições inerentes às Opções de Programa Futuro seriam as mesmas atribuídas à opção de compra de ações de titularidade do Diretor Financeiro no âmbito do 1º Programa do Plano (exercício em cinco lotes anuais de aproximadamente 20% do lote total de ações, sendo certo que, em caso de desligamento desses executivos durante o prazo de exercício das Opções de Programa Futuro, caducarão, automaticamente, todas as opções cujo prazo para exercício ainda não tenha transcorrido).

Para fins de análise dos efeitos de potencial diluição adicional para os acionistas existentes decorrente da emissão de novas ações da Companhia, mediante o exercício das Opções do 1º Programa, Opções do 2º Programa, Opções do 3º Programa e das Opções de Programa Futuro, ver a seção “Diluição” na página [•] deste Prospecto.

Os acionistas, nos termos do que dispõe o artigo 171, § 3º, da Lei das Sociedades por Ações, não terão preferência na outorga e no exercício da opção de compra de ações de nossa emissão.

PRINCIPAIS ACIONISTAS E ACIONISTAS VENDEDORES

Na data deste Prospecto, nosso capital social é de R\$1.847.930.152,16, totalmente subscrito e integralizado, representado por 171.509.788 ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal. Nosso capital social poderá ser aumentado independentemente de reforma estatutária, até o limite de 250.000.000 de ações ordinárias, por deliberação do Conselho de Administração, que fixará o preço de emissão, a quantidade de ações ordinárias a serem emitidas e as demais condições de subscrição e integralização das ações dentro do capital autorizado.

A tabela abaixo indica o nome e as participações dos principais acionistas com participação no nosso capital social na data deste Prospecto.

Acionistas ⁽¹⁾	Na Data deste Prospecto		Após a Oferta	
	Ações	Capital Total (%)	Ações	Capital Total (%)
EI Brazil Investments, LLC	24.750.000	14,4%	[•]	[•]
EI Brazil Investments III, LLC	5.467.008	3,2%		
Private Equity Partners A, LLC	23.322.051	13,6%	[•]	[•]
Private Equity Partners B, LLC	1.427.949	0,8%		
Richard Paul Matheson	19.790.039	11,5%	[•]	[•]
Dyl Empreendimentos e Participações S.A.	19.790.038	11,5%	[•]	[•]
Carlos Medeiros ⁽²⁾	497.003	0,3%		
HSBC Investments Gestão de Recursos Ltda ⁽³⁾	12.286.900	7,2%	[•]	[•]
Fundação Vale do Rio Doce de Seguridade Social	8.637.700	5,0%	[•]	[•]
Tesouraria	1.924.876	1,1%	[•]	[•]
Outros	53.616.224	31,4%	[•]	[•]%
Total	171.509.788	100,0%	[•]	100,0%

⁽¹⁾ Para uma descrição mais detalhada sobre nossos principais acionistas titulares de ações de nosso capital social, inclusive sua composição societária, ver seção "Principais Acionistas" na página [•] deste Prospecto.

⁽²⁾ Também detém participação na GP Investments.

⁽³⁾ O total de ações do acionista HSBC Investimentos Gestão de Recursos Ltda. é atualizado frequentemente. Posição pode não refletir o total exato na data do Prospecto.

A tabela acima evidencia que apenas os nossos acionistas (i) EI Brazil Investments, LLC; (ii) Private Equity Partners A, LLC; (iii) Richard Paul Matheson; (iv) Dyl Empreendimentos e Participações S.A.; (v) HSBC Investments Gestão de Recursos Ltda.; e (vi) Fundação Vale do Rio Doce de Seguridade Social são atualmente detentores de participação acionária superior a 5% de nossas ações.

Composição Societária dos Controladores

GP Investments

Tem seu investimento em nossa Companhia (14,4%) por meio de duas sociedades estrangeiras: Private Equity Partners A, LLC (13,6%) e Private Equity Partners B, LLC (0,8%) (ambas com sede em Delaware). Estas duas sociedades são detidas, respectivamente, por: Private Equity Partners A (Cayman), Ltd. e Private Equity Partners B, (Cayman), Ltd (ambas com sede em Ilhas Cayman). Private Equity Partners A (Cayman), Ltd. é detida pelos fundos de *private equity* GP Capital Partners III, LP (82,3%) e pelo BR Malls Fund, LP (17,7%) (ambos com sede em Cayman Islands). Já Private Equity Partners B, (Cayman), Ltd. é 100% detida também pelo fundo GP Capital Partners III, LP ("GPCPIII"), e, em conjunto com o BR Malls Fund, LP os "Fundos GP").

O GPCPIII é um fundo que tem como finalidade realizar investimentos de *private equity* ou relacionados a *private equity* em empresas localizadas no Brasil ou com atividade comercial expressiva no Brasil e, em menor extensão, em outros países da América Latina, buscando o controle ou o controle compartilhado, ou uma participação minoritária influente nas empresas-alvo. O GPCPIII é administrado pela GP Investments III (Cayman), Ltd. ("General Partner"), com sede em Cayman, que é uma subsidiária integral da GP Investments, Ltd., companhia aberta com sede nas Bermudas, que já realizou oferta pública de BDRs no Brasil em 2006.

O General Partner do GPCPIII, que atua na administração do GPCPIII (conforme os termos do *Partnership Agreement* firmado entre o General Partner e os demais investidores do fundo, os "Limited Partners"), possui total discricionariedade pelas decisões de investimento e desinvestimento do fundo. Os Limited Partners incluem, resumidamente, instituições de fomento internacionais, fundos de universidades, *hedge funds*, fundações familiares e investidores particulares.

O GPCPIII é detido 53,1% por investidores que não possuem discricionariedade com relação à realização de investimentos e desinvestimentos do fundo, ou qualquer influência sobre as companhias investidas e detém participação indireta no capital social da Companhia inferior a 5%, do percentual remanescente, 8,0% é detido pelo General Partner – GP Investments III Ltd., que somados aos 38,9% detidos em tal fundo pela GP Investments, Ltd., asseguram ao Grupo GP Investments uma participação de 46,9% no GPCPIII, acarretando, portanto, uma participação indireta da GP Investments, Ltd. no capital social da Companhia de aproximadamente 7,5%. Na GP Investments, Ltd nenhum acionista detém participação indireta superior a 5% do capital social da Companhia.

O General Partner do GPCPIII somente poderá ser destituído sem justa causa com o consentimento de 75,0% da participação dos Limited Partners não ligados ao General Partner.

Já o BR Malls Fund, LP é detido 100% por Limited Partners, excetuada uma quota (denominada "unit"), de propriedade do seu General Partner, a GP Investments III (Cayman), Ltd., que possui total discricionariedade pelas decisões de investimento e desinvestimento do fundo. Embora haja participação de três investidores com maior nível de concentração no BR Malls Fund, LP (entre 10% e 60% do fundo), em razão de esse deter, indiretamente, apenas um pequeno percentual da Companhia, nenhum investidor do BR Malls Fund, LP possui, indiretamente, mais de 5% da BR Malls. O General Partner do BR Malls Fund, LP somente poderá ser destituído sem justa causa com o consentimento unânime de todos os Limited Partners do fundo.

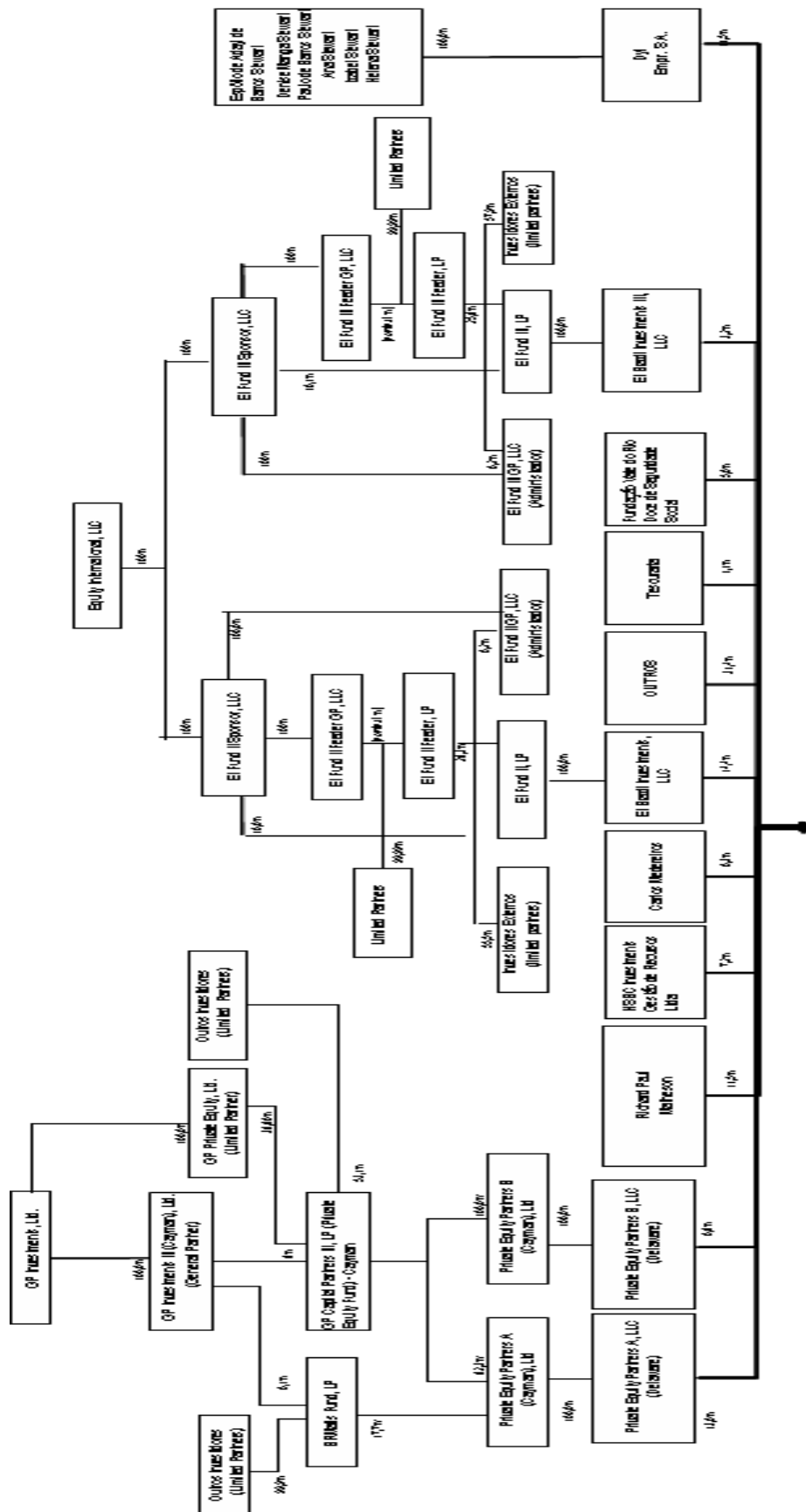
Equity International

A Equity International detém, indiretamente, 17,6% do capital social da Companhia, por meio da participação direta de seus fundos, o EI Brazil Investments, LLC, que detém participação de 14,4% no capital social da Companhia e o EI Brazil Investments III, LLC que detém 3,2% do capital social da Companhia. A Equity International é um fundo que tem como finalidade realizar investimentos de *private equity* ou relacionados a *private equity* com sede em Chicago, Estados Unidos da América do Norte, tendo Sam Zell como seu Presidente do Conselho e acionista majoritário.

Dyl

A Dyl era 75% detida pela Adayl de Barros Stewart, que faleceu em 14 de junho de 2008 e desde então é detida pelo espólio de Adayl de Barros Stewart e os 25% restantes são detidos pelos seus filhos e sua enteada (Ana Stewart, Izabel Stewart, Paulo Stewart, Helena Stewart e Denise Manga Stewart), na proporção de 5% para cada um.

O organograma abaixo indica nossa estrutura societária com a abertura dos acionistas conforme descrito acima.



Acordos de Acionistas

Não há acordo de acionistas de nossa Companhia arquivado em nossa sede.

Somos parte em acordo de acionistas da GS, na qual detemos participação societária equivalente a 65% do seu capital social. Com vistas a regular certos aspectos de nossa participação indireta de 10% do Pantanal Shopping, celebramos Acordo de Investimentos com MB Investimentos e Participações S.A., Acordo de Acionistas da Cuiabá Participações S.A. e Acordo de Voto na Pantanal Plaza Shopping S.A.

Em 11 de junho de 2007, celebramos acordo de acionistas da SPE Mônaco com a Ancar, com prazo de vigência de 30 anos, que prevê, dentre outras: (i) regras de financiamento das acionistas para novos empreendimentos, quando envolvam valores superiores ao fluxo de caixa da SPE Mônaco; (ii) regras para a indicação e contratação das acionistas e/ou de sociedades pertencentes aos seus respectivos grupos econômicos, para a prestação dos serviços de administração e de comercialização do Natal Shopping, ficando acertado que, nos três anos subsequentes à data de assinatura do acordo da acionistas, a Ancar prestará serviços de administração e a BR Malls será responsável pelos serviços de comercialização; e (iii) direito de preferência na alienação das ações da SPE Mônaco.

Alterações Relevantes da nossa Composição Acionária nos Últimos Três Exercícios Sociais

Em 30 de setembro de 2006, a ECISA Engenharia foi parcialmente cindida, com a segregação de atividades não relacionadas ao setor de *Shopping Centers*, que eram desenvolvidas através daquela sociedade.

Em 11 de outubro de 2006, a ECISA Engenharia e a ECISA Participações adquiriram 100% do capital social da EGEC e da DACOM.

Em 13 de novembro de 2006, a BR Malls recebeu investimento da Equity International, de modo que o nosso capital social passou a ser distribuído basicamente entre o Grupo GP e a Equity International. Na mesma data, a BM Malls — através de sua subsidiária integral Licia Participações Ltda. — subscreveu ações que representam 28,8% do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações.

À época, a totalidade das ações de nossa emissão eram detidas pelo Grupo GP e pela Equity International, os quais passaram então a deter participação indireta na ECISA Engenharia e na ECISA Participações.

Em 20 de dezembro de 2006, a Companhia — ainda por meio de sua subsidiária integral Licia — adquiriu ações da ECISA Engenharia e ECISA Participações, passando a deter em referidas companhias uma participação acionária, direta e indireta, de 55%. As operações que culminaram com a participação indireta da Companhia com 55% do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações foram submetidas à aprovação do CADE e aprovadas, em decisão datada de 14 de fevereiro de 2007.

Em virtude da reestruturação societária implementada no final de dezembro de 2006, foi realizada a cisão total, seguida de incorporação de determinadas sociedades de nossa estrutura societária. Consequentemente, nossa estrutura foi simplificada e a Companhia consolidou todas as participações acionárias detidas na ECISA Engenharia e na ECISA Participações, passando a deter diretamente 55% do capital social de ambas.

Em 29 de dezembro de 2006, a totalidade das ações de emissão da ECISA Engenharia e da ECISA Participações (à exceção daquelas já detidas pela Companhia) foram incorporadas pela Companhia, de modo que: (i) a ECISA Engenharia e a ECISA Participações passaram a ser subsidiárias integrais da Companhia; e (ii) os antigos acionistas da ECISA Engenharia e da ECISA Participações receberam ações da Companhia em substituição das ações da ECISA Engenharia e ECISA Participações anteriormente detidas.

Em 02 de janeiro de 2007, adquirimos a totalidade das quotas representativas do capital social da EGEC Par II e passamos a deter participação acionária, indireta, de 65,5% na GS Shopping, que possui participação imobiliária de 59,1% no Goiânia Shopping. Dessa forma, passamos a deter, indiretamente, 38,7% do Goiânia Shopping. Em 05 de fevereiro de 2007, adquirimos 100,0% do Shopping Estação, por meio de nossa controlada Nattca. Em 1º de março de 2007, através da SPE Indianápolis: (i) adquirimos participação societária indireta de 10,0% do Pantanal Shopping; e (ii) adquirimos debêntures de emissão da Maia e Borba S.A., as quais asseguram remuneração correspondente a 50% do resultado líquido do Araguaia Shopping, empreendimento comercial explorado pela referida sociedade.

Além disso, adquirimos participação societária de 99,99% na DEICO, sociedade responsável pela administração, comercialização e/ou planejamento de 13 *Shopping Centers*.

Em 13 de abril de 2007, adquirimos 100,0% das ações de emissão da EPI, que atualmente detém participação de 11,5% no Shopping Piracicaba, 34,2% do Shopping Iguatemi Maceió, 12,2% do Shopping Iguatemi Belém e 17,2% do Amazonas Shopping.

Em 18 de maio de 2007, adquirimos a totalidade das ações de emissão da Graúna, que atualmente detém 100,0% do Shopping Tamboré, bem como de área adjacente ao *Shopping*.

Em 03 de julho de 2007, adquirimos a totalidade das quotas da Exímoa, que detém 0,98% do Minas Shopping e 13,0% do Big Shopping.

Em 16 de julho de 2007, adquirimos a totalidade do capital social das empresas que compõem o Grupo In Mont.

Em maio de 2007, realizamos oferta pública de distribuição primária de nossas ações ordinárias por meio da qual distribuímos um total de 43.807.911 ações ordinárias nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão no

Brasil, com esforços de colocação no exterior, e no exterior, sob a forma de *Global Depositary Shares*, representados por *Global Depositary Receipts*. As ações foram registradas para negociação no segmento especial de negociação de valores mobiliários da BM&FBOVESPA, disciplinado pelo Regulamento do Novo Mercado, perfazendo o montante líquido de R\$621.221.875,19, sendo que R\$576.175.142,19 foram recebidos em 11 de abril de 2007 e R\$45.046.733,00 foram recebidos em 8 de maio de 2007.

Em outubro de 2007, realizamos oferta pública de distribuição primária de nossas ações ordinárias por meio da qual distribuímos um total de 26.578.000 de ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão, sendo 23.872.400 ações no Brasil e 2.705.600 ações exclusivamente no exterior. As ações foram registradas para negociação no segmento especial de negociação de valores mobiliários da BM&FBOVESPA, disciplinado pelo Regulamento do Novo Mercado, perfazendo o montante total de R\$664,5 milhões. Após tal oferta, nosso capital social foi aumentado para R\$[1.847.930.152,16] representado por [171.509.788] ações, as quais possuirão características idênticas às das ações já existentes, fazendo jus aos mesmos direitos que são conferidos a estas.

Ainda em outubro de 2007, as empresas DEICO, DACOM D e DACOM G foram incorporadas pela EGEC, antiga denominação da empresa BR Malls administração.

Em novembro de 2007, as empresas do Grupo In Mont foram incorporadas em duas empresas de nosso grupo, a Fashion Mall e COFAC.

Em 1º de abril de 2009, os acionistas EI Brazil Investments LLC, Private Equity Partners A, LLC e Private Equity Partners B, LLC, venderam 5.500.000 ações ordinárias de emissão da Companhia, em leilão organizado na BM&FBOVESPA. Os recursos desta venda foram utilizados para liquidar a totalidade da dívida contraída para financiar a aquisição original de nossas controladas ECISA Engenharia e ECISA Participações. A Equity International e o Grupo GP venderam, cada uma, aproximadamente 10,0% de suas respectivas participações e, após as referidas transações, passaram a deter, respectivamente, 17,64% e 14,45% do capital social da Companhia.

A partir de então, não ocorreram alterações relevantes nas participações acionárias da Companhia, que se mantêm inalteradas até a data deste Prospecto.

OPERAÇÕES COM PARTES RELACIONADAS

Em 31 de março de 2009, a Companhia possuía contas a receber com a ECISA que referem-se a juros sobre capital próprio, no montante de R\$8.500.000,00.

Em 31 de março de 2009, a Companhia possuía adiantamento para futuros aumentos de capital no valor total de R\$101.713.000,00 (em 31 de dezembro de 2008 o valor era de R\$42.194.000,00) com as suas controladas, que podem ser assim resumidos:

	Em mil	
	31 de março de 2009	31 de dezembro de 2008
ECISA Engenharia	40.784	29.786
ECISA Participações	57.391	5.346
SPE Mônaco		3.220
BR Malls Desenvolvimento	1.807	1.966
Outros	1.731	1.876
	<u>101.713</u>	<u>42.194</u>

A BR Malls Administração presta serviços de planejamento, gerenciamento, implantação e operação de *Shopping Centers* e empreendimentos comerciais de qualquer natureza, próprios ou de terceiros, assim como coordena a aquisição e locação de imóveis para exploração comercial. Em 31 de março de 2009, a receita no montante de R\$2.237 milhões (em 31 de dezembro de 2008 o valor era de R\$8.076 milhões), proveniente dos *Shoppings* próprios, é eliminada no consolidado.

VALORES MOBILIÁRIOS EMITIDOS

Ações

Em maio de 2007, realizamos oferta pública de distribuição primária de nossas ações ordinárias por meio da qual distribuímos um total de 43.807.911 ações ordinárias nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão no Brasil, com esforços de colocação no exterior, e no exterior, sob a forma de *Global Depositary Shares*, representados por *Global Depositary Receipts*. As Ações foram registradas para negociação no segmento especial de negociação de valores mobiliários da BM&FBOVESPA, disciplinado pelo Regulamento do Novo Mercado, perfazendo o montante total líquido de R\$621.221.875,19, sendo que R\$576.175.142,19 foram recebidos em 11 de abril de 2007 e R\$45.046.733,00 foram recebidos em 8 de maio de 2007. Por sua vez, os GDSs perfizeram o montante total líquido de R\$10.390.780,54.

Em outubro de 2007, foi realizada a segunda oferta pública de distribuição de ações primárias, de modo que foram distribuídas 26.578.000 ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão no Brasil, com esforços de colocação no exterior sob a forma de *Global Depositary Shares*, representados por *Global Depositary Receipts*. As ações foram registradas para negociação no segmento especial de negociação de valores mobiliários da BM&FBOVESPA, disciplinado pelo Regulamento do Novo Mercado, perfazendo o montante total líquido de R\$573.341.060,47, sendo que R\$511.474.490,84 foram recebidos em 19 de outubro de 2007 e R\$61.866.569,63 foram recebidos em 23 de novembro de 2007. Por sua vez, os GDSs perfizeram o montante total líquido de R\$67.640.000,00.

Tais ações garantem aos seus titulares todos os direitos e benefícios assegurados às ações de nossa emissão.

Antes da mencionada oferta pública, nossas ações eram negociadas no mercado de balcão organizado da BM&FBOVESPA - SOMA. Após a oferta pública acima mencionada, nossas ações foram admitidas à negociação no Novo Mercado, sob o código "BRML3" e passaram a integrar o Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada – IGC da BM&FBOVESPA.

Negociação das Ações de Nossa Emissão na BM&FBOVESPA

As negociações na BM&FBOVESPA ocorrem das 10:00h às 17:00h, ou entre 11:00h e 18:00h durante o período de horário de verão no Brasil, em um sistema eletrônico de negociação chamado Megabolsa. A BM&FBOVESPA também permite negociações das 17:45h às 19:00h, ou entre 18:45h e 19:30h durante o período de horário de verão no Brasil, por um sistema *on-line* denominado "*after market*", conectado à corretoras tradicionais e à corretoras que operam pela *Internet*. As negociações no "*after market*" estão sujeitas a limites regulatórios sobre volatilidade de preços e sobre o volume de ações negociadas pelas corretoras que operam pela *Internet*.

Quando acionistas negociam ações na BM&FBOVESPA, a liquidação ocorre 3 dias úteis após a data de negociação, sem correção monetária do preço de compra. O vendedor deve entregar as ações à BM&FBOVESPA na manhã do terceiro dia útil após a data de negociação. A entrega e o pagamento das ações são realizadas por meio da BM&FBOVESPA.

A fim de manter um melhor controle sobre a oscilação do Índice BM&FBOVESPA, a BM&FBOVESPA adotou um sistema *circuit breaker* de acordo com o qual a sessão de negociação é suspensa por um período de 30 minutos ou uma hora sempre que o Índice BM&FBOVESPA cair abaixo dos limites de 10% ou 15%, respectivamente, com relação ao índice de fechamento da sessão de negociação anterior.

Para maiores informações, ver "Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa" na página [•] deste Prospecto.

A tabela abaixo indica as cotações mínima, média e máxima de nossas ações a partir da negociação das mesmas:

BM&FBOVESPA			
Período (três meses)	Mínima	Máxima	Média (1)
Junho 2007 (2)	14,15	26,20	25,21
Setembro 2007	18,21	26,60	22,09
Dezembro 2007	19,61	27,20	23,81
Março 2008	15,33	24,10	15,70
Junho 2008	14,97	22,00	15,50
Setembro 2008	9,95	15,52	11,48
Dezembro 2008	4,31	11,94	9,06
Março de 2009	9,15	14,60	14,19

(1) média ponderada pelo volume; Fonte: Bloomberg

Debêntures

Em 15 de julho de 2007, emitimos no mercado de capitais brasileiro 32.000 debêntures não conversíveis em ações, da espécie quirografária e com garantia fidejussória de nossas controladas ECISA Participações, ECISA Engenharia e Graúna, todas com valor nominal unitário de R\$10.000,00, no valor total de R\$320,0 milhões. A emissão foi realizada em duas séries. A primeira série, composta por 5.000 debêntures, com vencimento em 15 de julho de 2014, será amortizada em quatro parcelas iguais, anuais e sucessivas a partir de 15 de julho de 2011, e remunerada pela variação do CDI acrescido de 0,50% ao ano, com pagamentos semestrais. A segunda série, composta por 27.000 debêntures com vencimento em 15 de julho de 2016, será amortizada em quatro parcelas iguais, anuais e sucessivas a partir de 15 de julho de 2013, e remunerada pela variação do IPCA (a ser paga com o principal) acrescida de 7,90% ao ano, com pagamentos anuais da sobretaxa. As debêntures estão admitidas para negociação no mercado secundário por meio do SND – Sistema Nacional de Debêntures, administrado e operacionalizado pela CETIP, e do Sistema BOVESPAFIX, administrado pela

BM&FBOVESPA. Com essa emissão, reduzimos significativamente nosso custo médio de captação. Em junho de 2008 as debêntures tiveram classificação de risco “brA” pela Standard & Poor’s.

Negociação das Debêntures

Período	Debêntures Série 1			Debêntures Série 2		
	Mínima	Média	Máxima	Mínima	Média	Máxima
Agosto 2007				10.010	10.010	10.010
Novembro 2007	10.411	10.411	10.411			
Fevereiro 2008				10.505	10.505	10.505
Abril 2008	9.866	9.866	9.866			
Maio 2008	9.927	9.927	9.927			
Outubro 2008				9.439	9.439	9.439
Dezembro 2008				10.547	10.547	10.547
Maio 2009				10.777	10.812	10.846
Junho 2009				11.594	11.594	11.594

Fonte: SND

Não houve negociações das Debêntures no Sistema BOVESPAFIX.

Outros Valores Mobiliários

Títulos de Crédito Perpétuos

Em 5 de novembro de 2007, a Companhia emitiu US\$ 175 milhões em títulos de crédito perpétuo ("Perpetual Bonds") através de sua subsidiária BR Malls Finance e com garantia fidejussória da BR Malls Participações e de nossas controladas ECISA Participações, ECISA Engenharia e Proffito. Os títulos são denominados em dólares americanos e com pagamentos trimestrais de juros à taxa de 9,75% ao ano. A BR Malls Finance tem a opção de recompra dos títulos a partir de 8 de novembro de 2012.

Certificados de Recebíveis Imobiliários

Em 22 de fevereiro de 2008, a Companhia celebrou com o Banco Itaú BBA uma operação estruturada de securitização de recebíveis que originou à emissão de certificados de recebíveis imobiliários lastreados e garantidos pelos Shoppings Niterói Plaza, Fashion Mall e Ilha Plaza no montante de R\$470.000.000,00 pelo prazo de 12 anos (com carência de um ano) ao custo equivalente a TR + 10,15% ao ano.

O financiamento é garantido por: (i) alienação fiduciária dos imóveis Shopping Fashion Mall, Ilha Plaza Shopping e Niterói Plaza Shopping e das ações da Fashion Mall; (ii) cessão fiduciária dos recebíveis dos shoppings supracitados; e (iii) endosso de seguro em garantia de danos físicos à estrutura dos shoppings, colocando a securitizadora como beneficiária na ocorrência de algum evento.

Em 4 de junho de 2008, a Companhia celebrou com o Unibanco uma operação estruturada que originou à emissão de certificados de recebíveis imobiliários, obrigações essas assumidas pela BR Malls Participações pela aquisição da sede corporativa da Companhia no Rio de Janeiro. O valor original de R\$10.246.000,00 será pago em um prazo de 10 anos (com carência de seis meses) com atualização da variação da TR+10,50 % ao ano.

American Depositary Receipts

Em janeiro de 2009, a BR MALLS elevou seu programa de *American Depositary Receipts* (ADRs) ao nível 1, permitindo a negociação das mesmas no mercado secundário ou de balcão, disponibilizando as ações a um número maior de investidores nos Estados Unidos e no mundo.

DESCRIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

Apresentamos a seguir um resumo de determinadas disposições de nosso Estatuto Social, da Lei das Sociedades por Ações e das normas e regulamentos da CVM e do Novo Mercado referentes ao nosso capital social, administração, informações periódicas e eventuais, bem como de outros aspectos corporativos que se aplicam a nós. Este resumo não é exaustivo com relação a qualquer dos assuntos aqui tratados.

Geral

Somos uma sociedade por ações, constituída de acordo com as leis do Brasil. Em 4 de janeiro de 2006, obtivemos o registro de companhia aberta perante a CVM, o qual foi concedido sob o nº 19.909 (código CVM).

Celebramos um contrato com a BM&FBOVESPA regulando o nosso ingresso no Novo Mercado, o qual se tornou eficaz em 3 de abril de 2007.

Capital Social

Na data deste Prospecto, nosso capital social é de R\$1.847.930.152,16, totalmente subscrito e integralizado, representado por 171.509.788 ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal. Nosso capital social poderá ser aumentado independentemente de reforma estatutária, até o limite de 250.000.000 de ações ordinárias, por deliberação do Conselho de Administração, que fixará o preço de emissão, a quantidade de ações ordinárias a serem emitidas e as demais condições de subscrição e integralização das ações dentro do capital autorizado.

De acordo com as regras do Novo Mercado, a Companhia não poderá emitir ações sem direito a voto ou com direito de voto restrito. Por este motivo, o nosso capital social continuará a ser representado exclusivamente por ações ordinárias.

Histórico do Capital Social

Segue abaixo um descritivo do histórico da evolução do capital social da Companhia:

Nosso capital social era de R\$1.000,00 em nossa constituição (i.e., 26 de maio de 2004), sendo dividido em 1.000 ações, nominativas e sem valor nominal, das quais 333 eram ações ordinárias e 667 eram ações preferenciais.

Em 30 de novembro de 2005, nossos acionistas aprovaram (i) conversão de 167 ações preferenciais em ações ordinárias, passando o nosso capital social a ser dividido em 1.000 ações, sendo 500 ações ordinárias e 500 ações preferenciais; e (ii) aumento do capital social, no montante de R\$25.092,22, com emissão de 25.092 ações, sendo 12.546 ações ordinárias e 12.546 ações preferenciais.

Em 10 de outubro de 2006, nossos acionistas aprovaram (i) reforma estatutária, com criação de ações preferenciais Classes A e B; (ii) aumento do capital social, no montante de R\$31.079,43, com a emissão de 31.080 ações, sendo 15.540 ações ordinárias e 15.540 ações preferenciais; (iii) conversão de 167 ações ordinárias em 167 ações preferenciais Classe A; (iv) conversão de 399 ações preferenciais em 399 ações preferenciais Classe A; (v) conversão de 116 ações ordinárias em 116 ações preferenciais Classe B; (vi) conversão de 28.187 ações preferenciais em 28.187 ações preferenciais Classe B; e (vii) resgate da totalidade das ações preferenciais Classe A (i.e., 566 ações preferenciais Classe A).

Em 13 de novembro de 2006, nossos acionistas aprovaram (i) aumento do capital social, no valor R\$192.973.612,18, com a emissão de 192.973.612 ações ordinárias; (ii) conversão de 28.300 ações ordinárias em 28.300 ações preferenciais Classe B; (iii) resgate da totalidade das ações preferenciais da Classe B (i.e., 56.603); e (iv) reforma estatutária, passando o nosso capital social a ser formado exclusivamente por ações ordinárias.

Em 20 de dezembro de 2006, nossos acionistas aprovaram aumento do capital social, no valor de R\$175.390.511,18, com a emissão de 175.390.511 ações ordinárias.

Em 29 de dezembro de 2006, em decorrência da incorporação das ações de emissão da ECISA Engenharia e da ECISA Participações, nosso capital social foi aumentado em R\$148.495.831,44, mediante a emissão de 301.388.831 novas ações ordinárias.

Em 9 de fevereiro de 2007, as 669.752.958 ações ordinárias de emissão da Companhia então existentes foram grupadas em 100.000.000 de ações ordinárias. Na mesma data, nossos acionistas aprovaram um aumento do capital social no valor de R\$1.000.000,00, com a emissão de 158.228 ações ordinárias.

Em maio de 2007, realizamos oferta pública de distribuição primária de nossas ações ordinárias por meio da qual distribuimos um total de 43.807.911 ações ordinárias nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão no Brasil, com esforços de colocação no exterior, e no exterior, sob a forma de *Global Depositary Shares*, representados por *Global Depositary Receipts*. As Ações foram registradas para negociação no segmento especial de negociação de valores mobiliários da BM&FBOVESPA, disciplinado pelo Regulamento do Novo Mercado, perfazendo o montante total de R\$657.118.665,00.

Em outubro de 2007, realizamos oferta pública de distribuição primária de nossas ações ordinárias por meio da qual distribuimos um total de 24.000.000 de ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de nossa emissão, sendo 21.294.400 ações no Brasil e 2.705.600 ações exclusivamente no exterior. As ações foram registradas para negociação no segmento especial de negociação de valores mobiliários da BM&FBOVESPA, disciplinado pelo Regulamento do Novo Mercado, perfazendo o montante total de R\$557.500.000,00. Após tal oferta, nosso capital social foi aumentado para R\$[1.839.292.196,23] representado por [170.544.139] ações, as quais possuirão características idênticas àquelas das ações já existentes, fazendo jus aos mesmos direitos que são conferidos a estas.

Em 02 de abril de 2008, aumentamos nosso capital social, dentro do limite de capital autorizado e com exclusão do direito de preferência, em decorrência do exercício de opções de compra vinculadas aos 1º e 2º Programas relativos ao Plano de Opção de Compra aprovado na Assembleia Geral Extraordinária de 09 de fevereiro de 2007, nos termos do artigo 171, parágrafo terceiro, da Lei das Sociedades por Ações, mediante a subscrição privada de 750.796 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, ao preço de emissão de R\$7,03 para o 1º Programa e R\$16,57 para o 2º Programa, totalizando o valor de R\$6.959.954,00, as quais possuirão características e direitos idênticos àqueles das ações já existentes. Após tal aumento, nosso capital social foi aumentado para R\$1.846.252.150,23, representado por 171.294.935 ações ordinárias.

Em 24 de março de 2009, aumentamos nosso capital social, dentro do limite de capital autorizado e com exclusão do direito de preferência, em decorrência do exercício de opções de compra vinculada ao 1º Programa relativo ao Plano de Opção de Compra aprovado na Assembleia Geral Extraordinária de 09 de fevereiro de 2007, nos termos do artigo 171, parágrafo terceiro, da Lei das Sociedades por Ações, mediante a subscrição particular de 214.853 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, ao preço de emissão de R\$7,81, as quais possuirão características e direitos idênticos àqueles das ações já existentes. Após tal aumento, nosso capital social foi aumentado para R\$1.847.930.152,16 representado por 171.509.788 ações ordinárias.

Objeto Social

Nosso objeto social, definido no artigo 3º do nosso Estatuto Social, consiste (i) na exploração de *Shopping Centers*, de prédios comerciais ou industriais próprios ou de terceiros; (ii) no planejamento econômico e financeiro, desenvolvimento, comercialização, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers*, de edifícios comerciais e/ou industriais; (iii) na exploração de estacionamentos; (iv) na prestação de serviços de consultoria e assessoria, gestão empresarial, planejamento e atividades correlatas, com relação à *Shopping Centers* e/ou empreendimentos comerciais de natureza semelhante; (v) na assistência técnica para implantação, organização e funcionamento de empresas industriais, comerciais ou de outras naturezas; e (vi) na aquisição, venda e locação de imóveis para a exploração comercial; podendo fazê-lo diretamente ou através de sociedades de cujo capital participe e/ou venha a participar.

Registro de Nossas Ações

Nossas ações 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.

Direitos das Ações Ordinárias

Cada ação ordinária confere ao respectivo titular direito a um voto nas nossas Assembleias Gerais. De acordo com o nosso Estatuto Social e com a Lei das Sociedades por Ações, é conferido aos titulares de ações ordinárias direito ao recebimento de dividendos integrais ou outras distribuições realizadas aos acionistas na proporção de suas participações em nosso capital social. Ver seção “Alocação do Lucro Líquido e Distribuição de Dividendos – Pagamento de Dividendos e Juros sobre Capital Próprio” na página [•] deste Prospecto para uma descrição mais detalhada a respeito do pagamento de dividendos e outras distribuições com relação às nossas ações ordinárias. No caso de liquidação de nossa Companhia, os acionistas receberão os pagamentos relativos a reembolso do capital, na proporção de sua participação em nosso capital social, após o pagamento de todas as nossas obrigações. Os acionistas não estão obrigados a subscrever futuros aumentos de capital em nossa Companhia. Entretanto, em conformidade com os termos definidos pela Lei das Sociedades por Ações e pelo nosso Estatuto, será assegurado aos acionistas de nossa Companhia o direito de preferência para a subscrição de novas ações, na proporção das ações detidas por cada um deles. Ver nesta seção “Informações sobre a Oferta Direitos, Vantagens e Restrições das Ações” na página [•] deste Prospecto.

As Assembleias Gerais Extraordinárias podem ser realizadas concomitantemente com as Assembleias Gerais Ordinárias. Compete aos nossos acionistas decidir exclusivamente em Assembleia Geral, nos termos do Estatuto Social e/ou da Lei das Sociedades por Ações, as seguintes matérias:

- reforma do nosso Estatuto Social;
- eleição e destituição dos membros do Conselho de Administração e dos membros do Conselho Fiscal (quando instalado);
- fixação de honorários globais dos administradores e membros do Conselho Fiscal (quando instalado);
- tomada das contas dos administradores e deliberação sobre as demonstrações financeiras por eles apresentadas;
- atribuição de bonificações em ações;
- desdobramentos e/ou grupamentos de ações de nossa emissão;
- aprovação de planos de opção de compra ou de subscrição de ações;
- destinação do lucro líquido do exercício e pagamento de dividendos, de acordo com proposta apresentada pela nossa administração;
- redução do dividendo obrigatório;
- aprovação de resgate e/ou amortização de ações pela Companhia;
- mudança de objeto da Companhia;

- autorização para emissão de debêntures, ressalvado o disposto no § 1º do artigo 59 da Lei das Sociedades por Ações;
- participação em grupo de sociedades;
- saída do Novo Mercado, exceto nos casos em que a saída resultar do não cumprimento das normas do Novo Mercado;
- escolha dentre as instituições qualificadas e indicadas em lista tríplice por nosso Conselho de Administração, da instituição responsável pela preparação de laudo de avaliação das ações de nossa emissão, em caso de cancelamento de registro de companhia aberta ou saída do Novo Mercado;
- 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 integralizar ações do nosso capital social;
- nossa transformação em uma sociedade limitada ou qualquer outra forma prevista na legislação societária;
- nossa fusão, incorporação em outra sociedade ou cisão;
- nossa dissolução e liquidação, bem como eleição e destituição do liquidante e dos membros do Conselho Fiscal, o qual deverá funcionar durante o período de liquidação, e aprovação das contas apresentadas pelo liquidante;
- autorização para que nossos administradores confessem nossa falência ou requeiram nossa recuperação judicial ou extrajudicial; e
- resolver os casos omissos no Estatuto Social.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, nem o nosso Estatuto Social e nem tampouco as deliberações adotadas em Assembleia Geral podem privar os nossos acionistas dos seguintes direitos:

- 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”;
- direito de fiscalizar, na forma prevista na Lei das Sociedades por Ações, a gestão dos negócios sociais; 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”.

Assembleias Gerais

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, 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 à nossa defesa e desenvolvimento. Compete exclusivamente aos nossos acionistas aprovar, em Assembleia Geral Ordinária, as nossas demonstrações financeiras, e deliberar sobre a destinação do nosso lucro líquido e a distribuição de dividendos relativos ao exercício social imediatamente anterior. Nossos conselheiros são, em regra, eleitos em Assembleias Gerais de acionistas. Os membros do Conselho Fiscal, na hipótese em que a sua instalação tenha sido solicitada por acionistas titulares de participação que lhes assegure esse direito nos termos da Lei das Sociedades por Ações, podem ser eleitos em qualquer Assembleia Geral.

Quorum

Como regra geral, a Lei das Sociedades por Ações prevê que a Assembleia Geral será instalada, em primeira convocação, com a presença de acionistas titulares de, 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 de nossas ações e, em segunda convocação, de qualquer número de acionistas.

De modo geral, a aprovação de acionistas que comparecerem a uma Assembleia Geral, e que representem a maioria das ações ordinárias dos acionistas presentes é suficiente para a aprovação de qualquer matéria, sendo que as abstenções não são levadas em conta para efeito deste cálculo.

Todavia, a aprovação de acionistas que representem metade, no mínimo, das ações com direito a voto é necessária para a aprovação das seguintes matérias:

- redução do dividendo mínimo obrigatório;
- mudança do nosso objeto social;
- fusão ou incorporação em outra sociedade;
- cisão;
- participação em um grupo de sociedades (conforme definido da Lei das Sociedades por Ações);
- cessação do nosso estado de liquidação;
- dissolução; e
- incorporação de todas as nossas ações ao patrimônio de outra companhia brasileira.

A CVM poderá autorizar a redução do percentual de votos necessários à aprovação das matérias acima mencionadas no caso de companhia aberta com ações dispersas no mercado e cujas três últimas Assembleias Gerais tenham sido realizadas com a presença de acionistas representando menos da metade de suas ações com direito a voto.

O Regulamento do Novo Mercado, entretanto, exige *quorum* diferenciado para deliberação de determinadas matérias. Por exemplo, para a escolha da instituição ou empresa especializada responsável pela determinação do nosso valor econômico nos casos de saída do Novo Mercado ou de cancelamento de registro de companhia aberta exige-se a aprovação em assembleia geral, por maioria de votos dos acionistas representantes das ações em circulação presentes naquela assembleia, que, se instalada em primeira convocação, deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo 20% do total de nossas ações em circulação, ou que se instalada em segunda convocação poderá contar com a presença de qualquer número de acionistas representantes das nossas ações em circulação, a partir da apresentação, pelo Conselho de Administração, de lista tríplice, sem computar os votos em branco, e cabendo a cada ação, independentemente de espécie ou classe, um voto. Ver “Cancelamento do Registro de Companhia Aberta” na página [•] deste Prospecto.

Convocação

A Lei das Sociedades por Ações exige que todas as nossas assembleias gerais sejam convocadas mediante três publicações 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 (no caso o jornal Valor Econômico). O prazo de antecedência da convocação será de, no mínimo, 15 dias da assembleia, em primeira convocação, e de oito dias de antecedência, se em segunda convocação. A CVM poderá, em determinadas circunstâncias, e a pedido de qualquer acionista, requerer que a primeira convocação para as assembleias gerais seja feita com, pelo menos, 30 dias de antecedência da realização da respectiva Assembleia Geral. A CVM poderá ainda, a pedido de qualquer acionista, interromper, por até 15 dias, o curso do prazo de antecedência da convocação da Assembleia Geral Extraordinária, a fim de conhecer e analisar as propostas a serem submetidas à Assembleia. O edital de convocação de Assembleia Geral deverá conter, além do local, data e hora da Assembleia, a ordem do dia e, no caso de alteração do Estatuto Social, a indicação da matéria.

Competência para Convocar Assembleias Gerais

De acordo com nosso Estatuto Social as Assembleias Gerais serão convocadas na forma da lei pelas seguintes pessoas ou órgãos:

- qualquer acionista, quando nossos administradores retardarem, por mais de 60 dias da data em que deveriam tê-la realizado, a convocação contida em previsão legal ou estatutária;
- acionistas que representem 5%, no mínimo, do nosso capital social, caso nossos administradores deixem de convocar, no prazo de oito dias, uma assembleia solicitada, 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 assembleia que tenha como finalidade a instalação do Conselho Fiscal; e
- o nosso Conselho Fiscal, quando instalado, caso nosso Conselho de Administração retarde por mais de um mês da data prevista para sua realização, a convocação da assembleia geral ordinária, sendo que o conselho fiscal poderá também convocar uma Assembleia Geral Extraordinária, sempre que ocorrerem motivos graves ou urgentes.

Local da Realização de Assembleia Geral

Nossas assembleias gerais são realizadas no endereço da Companhia, na Avenida Afrânio de Melo Franco n. 290, salas 102, 103 e 104, Leblon, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro. 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 Cidade e Estado do Rio de Janeiro e a respectiva convocação contenha uma indicação expressa e inequívoca do local em que a Assembleia Geral deverá ocorrer.

Legitimação e Representação

Aqueles que comparecerem às Assembleias Gerais deverão provar a sua condição de acionista e as ações que detém e com as quais pretendem votar. Nossos acionistas podem ser representados na Assembleia 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, o qual poderá constituir procurador, na forma acima mencionada.

Conselho de Administração

De acordo com o nosso Estatuto Social e com o Regulamento do Novo Mercado, nosso Conselho de Administração será composto por até sete membros e igual número de suplentes vinculados ou não a membros efetivos específicos. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, na hipótese de votação em separado prevista no artigo 141, parágrafo 4º, cumulativamente com a eleição por voto múltiplo, é assegurado pela lei ao acionista ou grupo de acionistas vinculados por acordo de voto que detenham mais que 50% das ações com direito a voto, o direito de eleger conselheiros em número igual ao dos eleitos pelos demais acionistas mais um, independentemente do número de conselheiros que, segundo o estatuto social, componha o órgão. A Lei das Sociedades por Ações permite a adoção do processo de voto múltiplo, mediante requerimento por acionistas representando, no mínimo, 10% do capital votante da companhia, atribuindo-se para cada ação

tantos votos quantos sejam os membros do Conselho de Administração, sendo reconhecido aos acionistas o direito de cumular os votos em um só candidato ou distribuí-los entre vários.

Segundo a Instrução CVM nº 282, de 26 de junho de 1998, o percentual mínimo do capital votante exigido para que se solicite a adoção do processo de voto múltiplo em companhias abertas pode ser reduzido em função do valor do capital social. Considerando o atual valor do capital social da Companhia, acionistas representando 5% do capital votante poderão requerer a adoção do processo de voto múltiplo para eleição de membros ao Conselho de Administração.

Caso não seja solicitada a adoção do voto múltiplo, os conselheiros são eleitos pelo voto majoritário de acionistas titulares de ações ordinárias emitidas pela Companhia, sendo, em qualquer caso, assegurado aos acionistas que comprovarem a titularidade ininterrupta da participação acionária exigida durante o período de três meses, no mínimo, imediatamente anterior à realização da assembleia geral e detenham, individualmente ou em bloco, pelo menos 10% (excluído o controlador) de nossas ações ordinárias, o direito de indicar, em votação em separado, um conselheiro e seu suplente.

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) não tenha sido, 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 de conselheiro (proventos em dinheiro oriundos de participação no capital estão excluídos desta restrição).

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, todos os nossos conselheiros devem ser nossos acionistas.

Operações nas quais os Conselheiros tenham Interesse

A Lei das Sociedades por Ações proíbe qualquer conselheiro de:

- praticar ato de liberalidade à custa da Companhia, salvo atos gratuitos razoáveis em benefício dos empregados ou da comunidade de que participe a Companhia, tendo em vista suas responsabilidades sociais, os quais poderão ser autorizados pelo Conselho de Administração;
- receber de terceiros, em razão de seu cargo, qualquer tipo de vantagem pessoal direta ou indireta, sem autorização do Estatuto Social da Companhia ou concedida através de assembleia geral;
- sem prévia autorização da assembleia geral ou do Conselho de Administração, tomar por empréstimo recursos ou bens da Companhia ou usar, em proveito próprio, de terceiros ou de sociedade em que tenha interesse, os seus bens, serviços ou crédito; e
- intervir em qualquer operação social em que tiver interesse conflitante com o da Companhia, ou nas deliberações que a respeito tomarem os demais conselheiros.

Conselho Fiscal

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o Conselho Fiscal é um órgão independente da administração e da auditoria externa das companhias. A responsabilidade principal do Conselho Fiscal é rever as atividades gerenciais e as demonstrações financeiras, relatando suas observações aos acionistas.

Nosso Conselho Fiscal não é permanente e, sempre que instalado, será constituído por três membros e suplentes em igual número. Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, o Conselho Fiscal poderá ser instalado pela Assembleia Geral, a pedido de acionistas que representem, no mínimo, 10% das ações ordinárias, com período de funcionamento até a primeira assembleia geral ordinária seguinte à sua instalação, sendo que este mesmo percentual das ações tem direito de eleger separadamente um membro do Conselho Fiscal. Atualmente, não temos Conselho Fiscal instalado.

O Conselho Fiscal não pode conter membros que façam parte do Conselho de Administração, da Diretoria ou do quadro de empregados de uma sociedade controlada ou de uma sociedade do mesmo grupo, tampouco cônjuge ou parente até o terceiro grau 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 a cada Diretor.

Direito de Retirada

Qualquer um de nossos acionistas dissidente de certas deliberações tomadas em Assembleia Geral poderá retirar-se da nossa Companhia, mediante o reembolso do valor de suas ações, observadas as disposições do artigo 45 da Lei das Sociedades por Ações.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o direito de retirada poderá ser exercido, dentre outras, nas seguintes circunstâncias:

- cisão, nos casos em que ela ocasionar:
 - (a) 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;

- (b) a redução do dividendo obrigatório; ou
- (c) a nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido na Lei das Sociedades por Ações).

- redução do dividendo obrigatório;
- mudança do objeto social;
- fusão ou incorporação em outra sociedade, exceto no caso de nossas ações possuírem dispersão e liquidez, conforme especificado a seguir;
- participação em um grupo de sociedades – conforme definido pela Lei das Sociedades por Ações –, exceto no caso de nossas ações possuírem dispersão e liquidez, conforme especificado a seguir;
- transformação societária;
- incorporação de nossas ações por outra sociedade ou incorporação, pela Companhia, de ações de outra sociedade, exceto no caso de as nossas ações possuírem dispersão e liquidez, conforme especificado a seguir; e
- aquisição, pela Companhia, do controle de outra sociedade, caso o preço de aquisição ultrapasse os limites estabelecidos no artigo 256, parágrafo 2º, da Lei das Sociedades por Ações, exceto no caso das nossas ações possuírem dispersão e liquidez, conforme especificado a seguir.

Nos casos de fusão ou incorporação em outra sociedade; incorporação de ações na qual estejamos envolvidos, nos termos do artigo 252 Lei das Sociedades por Ações; participação em um grupo de sociedades, conforme definido na Lei das Sociedades por Ações; ou aquisição do controle de outra sociedade por um preço que exceda determinados limites previstos na Lei das Sociedades por Ações, nossos acionistas não terão direito de retirada caso nossas ações tenham:

- liquidez, ou seja, integrem o índice geral da BM&FBOVESPA ou o índice de qualquer outra bolsa, conforme definido pela CVM; e
- dispersão no mercado, de forma que o acionista controlador, a sociedade controladora ou outras sociedades sob controle comum detenham menos da metade das ações da espécie ou classe objeto do direito de retirada.

O direito de retirada deverá ser exercido no prazo de até 30 dias, contados da publicação da ata da Assembleia Geral que tiver aprovado o ato que deu origem ao recesso. Adicionalmente, os acionistas em assembleia têm 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 entenderem que o pagamento do preço do reembolso das ações aos acionistas dissidentes colocaria em risco nossa estabilidade financeira.

No caso do exercício do direito de retirada, os acionistas terão o direito de receber o valor patrimonial de suas ações, com base no último balanço aprovado pela assembleia geral, ou valor inferior, se estipulado com base no valor econômico da Companhia, a ser apurado em laudo de avaliação. Se, todavia, a deliberação que ensejou o direito de retirada tiver ocorrido mais de 60 dias da data do último balanço aprovado, o acionista poderá solicitar levantamento de balanço especial em data que obedeça ao prazo de 60 dias, para determinação 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 assembleia geral.

Direito de Resgate

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, nossas Ações podem ser resgatadas mediante determinação dos nossos acionistas em Assembleia Geral Extraordinária, devendo ser aprovado por acionistas que representem, no mínimo, a metade das ações atingidas. O resgate poderá ser pago com os nossos lucros, as reservas de lucro ou nossas reservas de capital. Em caso de resgate parcial, as ações a serem resgatadas deverão ser selecionadas por sorteio.

Direito de Preferência

Exceto conforme descrito abaixo, nossos acionistas possuem direito de preferência na subscrição de ações em qualquer aumento de capital, na proporção de sua participação acionária, à época do referido aumento de capital, salvo nos casos de outorga ou de exercício de qualquer opção de compra ou subscrição de ações, bem como nos casos de conversão de debêntures ou bônus de subscrição em ações. 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, à emissão de debêntures conversíveis em ações ou à emissão de bônus de subscrição, para o exercício do direito de preferência, sendo que este direito pode ser alienado pelo acionista.

Nos termos do artigo 172 da Lei das Sociedades por Ações e do nosso Estatuto Social, o nosso Conselho de Administração poderá excluir ou reduzir o exercício do direito de preferência dos nossos acionistas, nas emissões de ações, emissões de debêntures conversíveis em ações ou bônus de subscrição, dentro do limite do capital autorizado, 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.

Restrições à Realização de Determinadas Operações por nós, nossos Acionistas Relevantes, nossos Administradores e Membros do Conselho Fiscal

Nos termos da Instrução CVM 358, nossa Companhia, nossos Acionistas Relevantes, diretos ou indiretos, os membros do nosso Conselho de Administração, da Diretoria, do Conselho Fiscal, quando instalado, dos comitês e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas, criados por disposição estatutária, bem como qualquer outra pessoa que tenha conhecimento de informação referente a ato ou fato relevante, sabendo que se trata de informação ainda não divulgada ao

mercado, são proibidos de negociar com valores mobiliários de nossa emissão, incluindo operações com derivativos que envolvam valores mobiliários de nossa emissão, antes da divulgação ao mercado de ato ou fato relevante ocorrido nos negócios.

Essa restrição também é aplicável:

- aos membros do Conselho de Administração da Diretoria, do Conselho Fiscal que se afastarem de cargos na administração da Companhia anteriormente à divulgação de negócio ou fato iniciado durante seu período de gestão, por um período de seis meses a contar da data em que tais pessoas se afastaram de seus cargos;
- em caso de existência de intenção de promover incorporação, cisão total ou parcial, fusão, transformação ou reorganização societária envolvendo a Companhia;
- ao Acionista Controlador, diretores e membros do conselho de administração, sempre que estiver em curso a aquisição ou a alienação de ações de nossa emissão pela própria Companhia ou por qualquer controlada, coligada ou outra sociedade sob controle comum, ou se houver sido outorgada opção ou mandato para o mesmo fim;
- durante o período de 15 dias anteriores à divulgação das informações trimestrais (ITR), e anuais (Demonstrações Financeiras Padronizadas – DFP), exigidas pela CVM, observadas determinadas exceções; e
- a nós, caso tenha sido celebrado qualquer acordo ou contrato visando à transferência do nosso controle acionário, ou se houver sido outorgada opção ou mandato para o mesmo fim.

Política de Negociação

O Conselho de Administração da Companhia aprovou, em 20 de março de 2009, em conformidade com a Instrução CVM 358, Política de Negociação de Valores Mobiliários de Emissão da Companhia (“Política de Negociação”). A Política de Negociação tem por objetivo estabelecer regras, procedimentos e diretrizes a serem observadas por aqueles que venham ou possam vir a ter acesso à informações privilegiadas, visando a assegurar a observância de práticas de boa conduta e preservar a adequada transparência e o tratamento equitativo na negociação de valores mobiliários, nos termos da Instrução CVM 358.

Cancelamento do Registro de Companhia Aberta

O cancelamento do registro de companhia aberta só pode ocorrer caso o acionista controlador ou grupo de acionistas que detiver o poder de controle da Companhia 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 mínimo ofertado seja justo, nos termos da Lei das Sociedades por Ações e da Instrução CVM nº 361; 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, sendo que, para tanto, consideram-se ações em circulação 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.

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 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. No entanto, caso o valor apurado na segunda avaliação seja maior, a oferta pública deverá obrigatoriamente adotar esse maior valor, ou ser cancelada.

Ver “Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Cancelamento de Registro de Companhia Aberta” na página [•] deste Prospecto para uma descrição das normas previstas no Regulamento do Novo Mercado para cancelamento do nosso registro de companhia aberta perante a CVM.

Saída do Novo Mercado

Ver “Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Saída do Novo Mercado” na página [•] deste Prospecto para uma descrição das normas previstas no Regulamento do Novo Mercado para cancelamento do registro para negociação de nossas ações no Novo Mercado.

Alienação de Controle

Ver “Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Alienação do Controle” na página [•] deste Prospecto para uma descrição das normas previstas no Regulamento do Novo Mercado nos casos de alienação do nosso controle.

Aquisição pela Companhia de Ações de sua Própria Emissão

Nosso Estatuto Social autoriza o nosso Conselho de Administração a aprovar a compra, pela Companhia, de ações de nossa própria emissão. A decisão de comprar ações de emissão própria para manutenção em tesouraria para posterior alienação 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 (exceto a reserva legal, a reserva de lucros a realizar, a reserva de reavaliação e a reserva especial de dividendos obrigatórios não distribuídos), constantes do último balanço;
- criar, direta ou indiretamente, qualquer demanda, oferta ou condição de preço por ação artificial, ou utilizar-se de qualquer prática injusta;
- ser utilizada para a compra de ações não integralizadas ou detidas por nosso Acionista Controlador; e
- ocorrer enquanto estiver em curso oferta pública de aquisição de nossas ações.

Não podemos manter em tesouraria mais do que 10% de nossas ações em circulação no mercado, incluindo as ações detidas por nossas controladas e coligadas.

Compete ao nosso Conselho de Administração decidir sobre a compra de ações de nossa emissão, especificando (i) o objetivo da operação, (ii) a quantidade de ações a serem adquiridas, (iii) o prazo máximo para a realização das operações autorizadas, que não poderá exceder a 365 dias, (iv) a quantidade de ações em circulação no mercado, e (v) nome e endereço das instituições financeiras que atuarão como intermediárias.

Qualquer compra de ações de nossa emissão pela Companhia deve ser realizada em bolsa, 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 adquirir nossas próprias ações para fins de cancelar o nosso registro de companhia aberta, e podemos comprar ou emitir opções de compra ou de venda das ações de nossa emissão.

Em Reunião do Conselho de Administração da Companhia realizada em 17 de novembro de 2008, foi aprovado o plano de recompra de ações de sua própria emissão, por meio de sua controlada ECISA Participações, até o limite estabelecido pelo Artigo 30 da Lei das Sociedades por Ações. O prazo máximo para aquisição das referidas ações é de 365 dias, encerrando-se em 17 de novembro de 2009. Para fins de consolidação das informações trimestrais estão apresentadas na rubrica "ações em tesouraria" no patrimônio líquido.

Em 31 de março de 2009, o valor das ações em tesouraria da Companhia era de R\$19.203.677,66 (em 31 de dezembro de 2008 o valor era de R\$5.390.147,14), dividido em 1.924.876 ações ordinárias (em 31 de dezembro de 2008 eram 624.700 ações ordinárias).

Divulgação de Informações

A Companhia deve atender às exigências relativas à divulgação de informações previstas na Lei das Sociedades por Ações e nos atos normativos expedidos pela CVM. Ainda, em função de nossa listagem no Novo Mercado, a Companhia deve também seguir as exigências relativas à divulgação de informações contidas no Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

Divulgação de Informações Eventuais e Periódicas

A Lei das Sociedades por Ações e a regulamentação editada pela CVM estabelecem que a companhia aberta deve fornecer à CVM e à BM&FBOVESPA determinadas informações periódicas, que incluem as informações anuais, as informações trimestrais e os relatórios da administração e dos auditores independentes. Estas regras prevêm, também, a obrigação de emitir 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 requisitos de divulgação de informações impostos pelo Regulamento do Novo Mercado. Ver “Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Informações Periódicas” na página [•] deste Prospecto.

Divulgação de Negociação por Parte de Acionista Controlador, Conselheiro, Diretor ou Membro do Conselho Fiscal

De acordo com as regras da CVM e com o Regulamento do Novo Mercado, nossos acionistas controladores, nossos diretores, membros do nosso Conselho de Administração, do Conselho Fiscal, quando instalado, ou de qualquer outro órgão com funções técnicas ou consultivas, criados por disposições estatutárias, ficam obrigados a comunicar a nós, à CVM e à BM&FBOVESPA a quantidade e as características dos valores mobiliários de nossa emissão (incluindo derivativos no caso dos acionistas controladores), ou de emissão de nossas controladas ou controladores que sejam companhias abertas, ou a eles referenciados. Quando se tratar de pessoa física, as informações deverão incluir os valores mobiliários que sejam de propriedade de cônjuge, companheiro ou dependente incluído em sua declaração de imposto de renda e de sociedade controlada direta ou indiretamente por quaisquer dessas pessoas. A comunicação deve conter, no mínimo, as seguintes informações:

- nome e qualificação do comunicante;
- quantidade, por espécie e classe, no caso de ações, e demais características no caso de outros valores mobiliários, além da identificação da companhia emissora e do saldo da posição detida antes e depois da negociação; e
- forma, preço e data das transações.

Essas informações devem ser enviadas (i) no primeiro dia útil após a investidura no cargo; (ii) quando da apresentação do pedido de registro da companhia como aberta, e (iii) no prazo de cinco dias após a realização de cada negociação.

A companhia deverá enviar as informações acima referidas à CVM e, se for o caso, às bolsas de valores ou às entidades do mercado de balcão organizado em que as ações da companhia sejam admitidas à negociação, no prazo de dez dias, após o término do mês em que se verificarem alterações das posições detidas, ou do mês em que ocorrer a investidura no cargo das pessoas indicadas acima.

As informações referidas acima deverão ser entregues de forma individual e consolidada por órgão ali indicado, sendo que as posições consolidadas ficarão disponíveis no sistema eletrônico de Informações Periódicas e Eventuais – IPE.

O Diretor de Relações com Investidores é o responsável pela transmissão à CVM e, se for o caso, às bolsas de valores ou às entidades do mercado de balcão organizado em que as ações da companhia sejam admitidas à negociação das informações recebidas pela companhia em conformidade com aqui disposto.

Sempre que os acionistas controladores, diretos ou indiretos, e os acionistas que elegem membros do Conselho de Administração ou do Conselho Fiscal, bem como de qualquer pessoa, física ou jurídica, ou grupo de pessoas atuando em conjunto ou representando um mesmo interesse, atingir participação, direta ou indireta, que corresponda a 5% ou mais das ações da Companhia, tais acionistas ou grupo de acionistas deverão comunicar à BM&FBOVESPA e à CVM as seguintes informações:

- nome e qualificação do adquirente das ações, indicando o número de inscrição no CNPJ ou no CPF;
- objetivo da participação e quantidade visada, contendo, se for o caso, declaração do adquirente de que suas compras não objetivam alterar a composição do controle ou a estrutura administrativa da sociedade;
- 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.

Tal comunicação também é obrigatória para a pessoa ou grupo de pessoas representando um mesmo interesse, titular de participação acionária igual ou superior a 5% das ações, sempre que tal participação se eleve ou reduza em 5%.

Ver “Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Negociações de Valores Mobiliários e seus Derivativos por Acionista Controlador” na página [•] deste Prospecto para uma descrição das normas do Regulamento do Novo Mercado aplicáveis às negociações de nossas ações e derivativos por nosso acionista controlador.

Divulgação de Ato ou Fato Relevante

Ver “Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Política de Divulgação de Informações ao Mercado” na página [•] deste Prospecto para uma descrição das políticas aplicáveis à Companhia para divulgação de informações ao mercado.

Negociação em Bolsas de Valores

As nossas ações são negociadas na BM&FBOVESPA. A CVM e a BM&FBOVESPA possuem autoridade para, discricionariamente, suspender as negociações das ações de emissão de uma companhia aberta específica em determinadas circunstâncias.

A liquidação das operações realizadas na BM&FBOVESPA ocorre três dias úteis após a data da negociação. A entrega e o pagamento das ações são realizados por intermédio de câmara de compensação da BM&FBOVESPA. A BM&FBOVESPA é contraparte central garantidora das operações realizadas na BM&FBOVESPA, realizando a compensação multilateral tanto para as obrigações financeiras quanto para as movimentações de títulos. Segundo o Regulamento da BM&FBOVESPA, a liquidação financeira é realizada através do Sistema de Transferência de Reservas do Banco Central. A movimentação de títulos é realizada no sistema de custódia da BM&FBOVESPA. Tanto as entregas, quanto os pagamentos, têm caráter final e irrevogável.

DIVIDENDOS E POLÍTICA DE DIVIDENDOS

A Lei das Sociedades por Ações permite que o estatuto social de cada companhia especifique o percentual mínimo do lucro líquido para distribuição pela companhia em cada exercício social na forma de dividendos ou juros sobre o capital próprio, cujo valor, líquido do imposto de renda retido na fonte, pode ser imputado como parte do valor do dividendo obrigatório e pode ser considerado como despesa dedutível para fins de IR e CSLL.

O dividendo obrigatório é equivalente a um percentual determinado do lucro líquido da companhia, ajustado conforme a Lei das Sociedades por Ações. Nos termos do nosso Estatuto Social, pelo menos 25% do nosso lucro líquido apurado no exercício social anterior deverá ser distribuído como dividendo obrigatório. A Lei das Sociedades por Ações define o lucro líquido como sendo o resultado de determinado exercício social que remanescer depois de deduzidos os montantes relativos ao IR e à CSLL, líquido de quaisquer prejuízos acumulados de exercícios sociais anteriores e de quaisquer valores destinados ao pagamento de participações estatutárias de empregados e administradores no lucro da companhia. Para maiores informações, ver “Alocação do Lucro Líquido e Distribuição de Dividendos”, abaixo, relativa ao cálculo do montante disponível para ser distribuído aos acionistas.

A Lei das Sociedades por Ações, contudo, permite a suspensão ou redução da distribuição obrigatória de dividendos em qualquer exercício social em que os órgãos da administração reportem à Assembleia Geral que a distribuição seria desaconselhável, tendo em vista a situação financeira da companhia. O Conselho Fiscal, se em funcionamento, deverá se manifestar sobre essa informação. Nosso Conselho de Administração deverá apresentar justificativa para a suspensão à CVM, no prazo de cinco dias a contar da Assembleia Geral pertinente. Se o dividendo obrigatório não for pago, os valores correspondentes serão atribuídos a uma conta de reserva especial. Se não forem absorvidos por prejuízos subsequentes, tais valores serão pagos aos acionistas assim que a situação financeira da companhia permitir.

Alocação do Lucro Líquido e Distribuição de Dividendos

Anteriormente a cada Assembleia Geral Ordinária, nosso Conselho de Administração deverá fazer uma recomendação sobre a destinação do nosso lucro líquido do exercício social anterior, que será objeto de deliberação por acionistas da Companhia. Para fins da Lei das Sociedades por Ações, lucro líquido é definido como o resultado do exercício que remanescer depois de deduzidos os montantes relativos ao IR e à CSLL, líquido de quaisquer prejuízos acumulados de exercícios sociais anteriores e de quaisquer valores destinados ao pagamento de participações estatutárias de empregados e administradores (observado, entretanto, que as participações estatutárias de empregados e administradores somente serão pagas após o pagamento do dividendo obrigatório aos acionistas).

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o valor correspondente ao nosso lucro líquido, conforme ajustado, ficará disponível para distribuição a acionistas em qualquer exercício, podendo ser:

- reduzido por valores alocados à reserva legal até os limites estabelecidos pela lei das sociedades por ações;
- reduzido por valores alocados a reservas estatutárias, se houver;
- reduzido por valores alocados à reserva de lucros a realizar;
- aumentado por valores alocados à reserva de lucros a realizar, quando realizados e se não forem absorvidos por prejuízos;
- reduzido por valores alocados à reserva de reinvestimento.

O cálculo do lucro líquido e a destinação para as reservas em qualquer exercício social são determinados com base em nossas demonstrações financeiras auditadas, não consolidadas, referentes ao exercício social imediatamente anterior. Ao subscrever as Ações, o acionista fará jus aos dividendos proporcionais a partir de tal data.

Reservas

Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, as companhias geralmente apresentam duas principais contas de reservas: (i) as reservas de lucros; e (ii) as reservas de capital.

Reservas de Lucros

As reservas de lucros compreendem a reserva legal, a reserva de lucros a realizar, a reserva para contingências, as reservas estatutárias e a reserva para reinvestimento.

Reserva Legal. Estamos obrigados pela Lei das Sociedades por Ações a manter reserva legal, à qual devemos destinar 5% do lucro líquido de cada exercício social até que o valor da reserva seja igual a 20% do nosso capital social. 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. Os valores da reserva legal devem ser aprovados em Assembleia Geral Ordinária de acionistas e só podem ser utilizados para aumentar o nosso capital social ou compensar prejuízos. Dessa forma, os recursos da reserva legal não são disponíveis para pagamento de dividendos. Em 31 de março de 2009, o saldo da nossa reserva legal era R\$0,00.

Reserva de Lucros a Realizar. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, no exercício social em que o montante do dividendo obrigatório ultrapassar a parcela realizada do lucro líquido, a Assembleia Geral poderá, por proposta dos órgãos da administração, destinar o excesso à constituição de reserva de lucros a realizar. 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 devem ser acrescidos ao primeiro dividendo

declarado após a sua realização, quando realizados e se não absorvidos por prejuízos em exercícios subsequentes. Em 31 de março de 2009, o saldo da nossa reserva de lucros a realizar era R\$0,00.

Reserva Estatutária. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o estatuto social poderá criar reserva estatutária de lucros desde que indique, de modo preciso e completo, a sua finalidade, fixe os critérios para determinar a parcela anual dos lucros líquidos que serão destinados à sua constituição, e estabeleça o limite máximo da reserva. A alocação de recursos para reservas estatutárias não poderá ocorrer caso afete o pagamento do dividendo obrigatório. Nosso Estatuto Social não prevê essa espécie de reserva.

Reserva de Reinvestimento. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, a Assembleia Geral poderá, por proposta dos nossos órgãos da administração, deliberar reter parcela do lucro líquido do exercício prevista em orçamento de capital que tenha sido previamente aprovado. Em 31 de março de 2009, o saldo da nossa reserva de retenção de lucros era R\$0,00.

O saldo das contas de reservas de lucros, com exceção da reserva de lucros a realizar, não pode exceder o nosso capital social. Caso isso ocorra, a Assembleia 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.

Os lucros do exercício não destinados de acordo com o disposto acima deverão ser distribuídos como dividendos.

Reserva de Capital

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, a reserva de capital compõe-se de reserva de ágio na emissão de ações, reserva especial de ágio na incorporação, alienação de partes beneficiárias, alienação de bônus de subscrição, prêmio na emissão de debêntures, incentivos fiscais e doações e subvenções para investimentos.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, as reservas de capital 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 quantias destinadas à nossa reserva de capital não são consideradas para efeito da determinação do dividendo obrigatório. Em 31 de março de 2009, o saldo da nossa reserva de capital era de R\$7.499.000,00.

Pagamento de Dividendos e Juros Sobre Capital Próprio

A Lei das Sociedades por Ações exige que o estatuto social de cada companhia especifique a porcentagem mínima dos valores disponíveis para distribuição pela companhia em cada exercício social na forma de dividendos ou juros sobre o capital próprio, também conhecida como distribuição obrigatória.

A distribuição obrigatória toma por base um percentual do lucro líquido. Nos termos do nosso Estatuto Social, pelo menos 25% do nosso lucro líquido, calculado de acordo com o BR GAAP e ajustado em conformidade com a Lei das Sociedades por Ações, com relação ao exercício social anterior, deverá ser distribuído como dividendo anual obrigatório. Lucro líquido significa o valor passível de distribuição antes de quaisquer deduções para reservas estatutárias e reservas para projetos de investimento.

A Lei das Sociedades por Ações, contudo, permite a redução ou suspensão da distribuição obrigatória de dividendos em qualquer exercício social em que o Conselho de Administração reporte à Assembleia Geral que a distribuição seria desaconselhável, tendo em vista a situação financeira da companhia. O Conselho Fiscal, se em funcionamento, deverá se manifestar sobre essa informação. No caso de companhias abertas, o Conselho de Administração deverá apresentar justificativa para a suspensão à CVM, no prazo de cinco dias a contar da Assembleia Geral pertinente. Se o dividendo obrigatório não for pago, os valores correspondentes serão atribuídos a uma conta de reserva especial. Se não forem absorvidos por prejuízos subsequentes, tais valores serão pagos aos acionistas assim que a situação financeira da companhia permitir.

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

Nos termos da Lei das Sociedades por Ações e do nosso Estatuto Social, devemos realizar Assembleia Geral Ordinária até o quarto mês subsequente ao encerramento de cada exercício social, ocasião em que ocorre a deliberação acerca da destinação dos resultados do exercício social e a distribuição dos dividendos. O pagamento do dividendo anual é determinado com base em nossas demonstrações financeiras auditadas do exercício social anterior.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, os dividendos deverão ser distribuídos ao proprietário ou usufrutuário de nossas ações registrado na data de declaração de dividendo, no prazo de 60 dias a contar da data em que o dividendo foi declarado, a menos que deliberação dos acionistas estabeleça outra data de distribuição que, em qualquer caso, deverá ocorrer antes do encerramento do exercício social em que o dividendo foi declarado. Dividendos não reclamados não rendem juros, não são corrigidos monetariamente e reverterem em nosso favor se não reclamados dentro de três anos após a data em que os colocarmos à disposição do acionista.

A Companhia, através de nosso Conselho de Administração, pode declarar dividendos intermediários ou juros sobre capital próprio, à conta de lucros apurados no último balanço anual ou semestral. As distribuições de dividendos intermediários serão imputadas aos dividendos obrigatórios relativos ao lucro líquido do final do exercício social em que os dividendos intermediários foram distribuídos.

Juros sobre o Capital Próprio

Nos termos da legislação tributária brasileira, com vigência a partir de 1º de janeiro de 1996, as companhias brasileiras podem pagar juros sobre o capital próprio a proprietários ou usufrutuários de ações, conforme o caso, e tratar tais pagamentos como despesa operacional para fins de IR, a partir de 1997, para fins de CSLL. A finalidade da alteração da legislação tributária é encorajar o uso de investimento societário, em oposição à dívida, para o financiamento das operações da sociedade. O pagamento de juros sobre o capital próprio poderá ser efetuado a critério do nosso Conselho de Administração. A dedução fica, de modo geral, limitada em qualquer exercício em particular ao maior entre os seguintes valores:

- 50% do lucro líquido (após a dedução das provisões de CSLL, mas antes de se levar em conta a provisão de IR e de juros sobre o capital próprio) do período com relação ao qual o pagamento seja efetuado; e
- 50% da soma das contas de lucros acumulados e de reserva de lucros no início do exercício com relação ao qual o pagamento seja efetuado.

Os juros sobre o capital próprio ficam limitados à variação *pro rata die* da TJLP.

Para fins contábeis, embora o encargo de juros deva estar refletido na demonstração do resultado para ser dedutível de imposto, o encargo é revertido antes do cálculo do lucro líquido nas demonstrações financeiras estatutárias e deduzido do patrimônio líquido de maneira similar ao dividendo. Qualquer pagamento de juros no que respeita as nossas ações está sujeito a imposto de renda à alíquota de 15% (ou 25%, no caso de acionista domiciliado em paraíso fiscal). Caso esses pagamentos sejam contabilizados, a seu valor líquido, como parte de qualquer dividendo obrigatório, pagaremos o imposto por conta dos nossos acionistas quando da distribuição dos juros. Caso realizemos uma distribuição de juros sobre o capital próprio em qualquer exercício, e a distribuição não seja contabilizada como parte de distribuição obrigatória, o pagamento do imposto de renda ficará a cargo dos nossos acionistas.

O valor pago a título de juros sobre o capital próprio líquido de imposto de renda poderá ser imputado ao dividendo obrigatório. De acordo com a legislação aplicável, devemos pagar aos acionistas o suficiente para assegurar que a quantia líquida recebida por estes a título de juros sobre o capital próprio, após a retenção de impostos, acrescida da quantia de dividendos declarados, seja ao menos equivalente ao dividendo obrigatório. Juros sobre o capital próprio revertem em nosso favor se não reclamados dentro de três anos após a data em que os colocarmos à disposição do acionista.

PRÁTICAS DIFERENCIADAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Essa seção contém informações sobre práticas de governança corporativa aplicáveis à Companhia, e deve ser analisada conjuntamente com as seções “Descrição do Capital Social”, “Administração e Conselho Fiscal” e “Valores Mobiliários Emitidos” nas páginas [•], [•] e [•] deste Prospecto, respectivamente.

Governança Corporativa é o sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo os relacionamentos entre acionistas, Conselho de Administração, Diretoria, auditores independentes e Conselho Fiscal.

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. O Novo Mercado é o mais rigoroso deles, exigindo o máximo de práticas de governança corporativa a serem adotadas pela sociedade.

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 divulgação de informações adicionais em relação ao que é exigido pela legislação.

Celebramos o Contrato de Participação no Novo Mercado com a BOVESPA, reforçando o nosso comprometimento com boas práticas de governança corporativa. Esse contrato entrou em vigor em 3 de abril de 2007. Os itens abaixo resumem os principais pontos que caracterizam o Novo Mercado e são aplicáveis a nós:

- divisão do capital social exclusivamente em ações ordinárias;
- ações que representem no mínimo 25% do capital social devem estar em circulação;
- na alienação de controle, ainda que por vendas sucessivas, o negócio deve ficar condicionado a que sejam estendidas aos acionistas minoritários as mesmas condições oferecidas ao acionista controlador, incluindo o mesmo preço (*tag along*), por meio de oferta pública de aquisição de ações;
- conselho de Administração por, no mínimo cinco membros sendo, no mínimo, 20% de conselheiros independentes, todos com mandato unificado de até dois anos, ressalvada a hipótese de mandato de três anos, por uma única vez, caso o controle da companhia passe a ser exercido de forma difusa;
- demonstração de fluxo de caixa (da Companhia e consolidado) nas ITRs e nas demonstrações contábeis anuais;
- a partir do segundo exercício após adesão ao Novo Mercado, a divulgação das demonstrações contábeis também em inglês no mínimo reconciliadas aos padrões internacionais U.S. GAAP ou IFRS passa a ser obrigatória, devendo, a partir desse evento, serem encaminhadas as ITR traduzidas para o idioma inglês, ou as demonstrações financeiras em US GAAP ou IFRS;
- o cronograma de eventos corporativos deve ser divulgado anualmente, até o final do mês de janeiro;
- a saída do Novo Mercado, bem como o cancelamento de registro como companhia aberta, ficam condicionados à efetivação de oferta pública de aquisição pelo acionista controlador, ou pela Companhia no caso de cancelamento de registro, das demais ações da Companhia, por no mínimo o seu valor econômico; e
- resolução de disputas ou controvérsias entre a Companhia, seus administradores e acionistas por meio de arbitragem, utilizando a Câmara de Arbitragem do Mercado.

Para maiores informações, ver “Práticas de Governança Corporativa” - “Demonstrações Financeiras Elaboradas de Acordo com Padrões Internacionais” – e “Informações Trimestrais em Inglês ou Elaboradas de Acordo com os Padrões Internacionais” nas páginas [•] e [•] deste Prospecto, respectivamente.

Conselho de Administração

O Conselho de Administração de companhias autorizadas a terem suas ações negociadas no Novo Mercado deve ser composto por, no mínimo, cinco membros, sendo, no mínimo, 20% de conselheiros independentes, todos com mandato unificado de até dois anos, ressalvada a hipótese de mandato de três anos, por uma única vez, caso o controle da companhia passe a ser exercido de forma difusa, permitida a reeleição.

Todos os novos membros do Conselho de Administração e da Diretoria devem subscrever um Termo de Anuência dos Administradores, condicionando a posse nos respectivos cargos à assinatura desse documento. Por meio do Termo de Anuência os novos 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 de Listagem do Novo Mercado. Ainda, na ata de Assembleia Geral que eleger os conselheiros independentes, deve constar expressamente esta qualificação.

De acordo com o nosso Estatuto Social, o Conselho de Administração deve ter até sete membros, podendo ser reeleitos por mandatos de dois anos e destituídos a qualquer momento por acionistas da Companhia reunidos em Assembleia Geral. Na Assembleia Geral Ordinária que tiver por objeto deliberar a eleição do Conselho de Administração, tendo em vista o término de seu mandato, os acionistas deverão fixar o número efetivo de membros do Conselho de Administração para o próximo mandato. Ver as seções “Administração e Conselho Fiscal – Conselho de Administração” e “Descrição do Capital Social – Conselho de Administração” nas páginas [•] e [•] deste Prospecto, respectivamente.

Conselho Fiscal

O Conselho Fiscal é um órgão independente da administração e da auditoria externa da Companhia. Do mesmo modo que o Conselho de Administração, os membros do Conselho Fiscal têm sua posse condicionada à assinatura do Termo de Anuência dos Membros do Conselho Fiscal previsto no Regulamento do Novo Mercado e por meio dele responsabilizam-se

pessoalmente a agir em conformidade com o Contrato de Participação no Novo Mercado, com o Regulamento de Arbitragem e com o Regulamento do Novo Mercado.

O Conselho Fiscal da Companhia é de funcionamento não permanente, mas pode ser instalado em qualquer exercício social caso haja requisição por parte de acionistas. Atualmente, a Companhia não possui um Conselho Fiscal instalado. Ver as seções “Administração e Conselho Fiscal – Conselho Fiscal” e “Descrição do Capital Social – Conselho Fiscal” nas páginas [•] e [•] deste Prospecto, respectivamente.

Dispersão Acionária em Distribuição Pública

Estipula o Regulamento do Novo Mercado que a Companhia deverá envidar melhores esforços com o fim de alcançar dispersão acionária, com adoção de procedimentos especiais, como, por exemplo, garantia de acesso a todos os investidores interessados ou a distribuição a pessoas físicas ou investidores não institucionais de, no mínimo, 10% do total a ser distribuído.

Percentual Mínimo de Ações em Circulação após Aumento de Capital

De acordo com o Regulamento do Novo Mercado, 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 obriga-lo-á a tomar as medidas necessárias para recompor o percentual mínimo de ações em circulação, de 25% das ações do capital social da Companhia, nos seis meses subsequentes à homologação da subscrição.

Alienação do Controle

Estipula o Regulamento do Novo Mercado que a alienação do controle da Companhia, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas, deverá ser contratada sob a condição, suspensiva ou resolutiva, de que o adquirente obrigue-se a efetivar uma oferta pública de aquisição das demais ações dos outros acionistas da Companhia, observando as condições e prazos vigentes na legislação e no Regulamento do Novo Mercado, de forma a lhes assegurar tratamento igualitário àquele dado ao acionista controlador alienante, devendo ser entregue à BOVESPA declaração contendo o preço e demais condições da operação de alienação de controle da Companhia.

Esta oferta ainda será exigida quando houver cessão onerosa de direitos de subscrição de ações e de outros títulos ou direitos relativos a valores mobiliários conversíveis em ações, em que venha resultar na alienação do controle da Companhia, ou em caso de alienação de controle de sociedade que detenha o controle da Companhia, sendo que, neste caso, o acionista controlador alienante ficará obrigado a declarar à BOVESPA o valor atribuído à Companhia nessa alienação e anexar documentos que comprovem esse valor.

Segundo o Novo Mercado, aquele que já detiver ações da Companhia e que venha a adquirir o controle da Companhia, em razão de contrato particular de compra e venda de ações celebrado com o acionista controlador, envolvendo qualquer quantidade de ações, deverá efetivar oferta pública de acordo com o modelo acima referido, e ressarcir os acionistas de quem tenha comprado ações em bolsa nos seis meses anteriores à data 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 ações da Companhia neste período, devidamente atualizado.

O Regulamento do Novo Mercado prevê, ainda, que o acionista controlador alienante não poderá transferir a propriedade de suas ações, nem a Companhia poderá registrar qualquer transferência de ações para aqueles que vierem a deter o nosso controle enquanto esses não subscreverem o Termo de Anuência dos controladores previsto no Regulamento do Novo Mercado.

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.

Negociações de Valores Mobiliários e seus Derivados pelo Acionista Controlador

O acionista controlador deve comunicar à BOVESPA, imediatamente após a aquisição do nosso controle, a quantidade e características dos valores mobiliários de emissão da Companhia, de que eles ou pessoas próximas a eles sejam titulares, direta ou indiretamente, inclusive seus derivativos, bem como quaisquer alterações nas suas respectivas participações.

Ainda segundo as regras do Novo Mercado, qualquer negociação efetuada com esses valores mobiliários deverá ser comunicada à BOVESPA. Ver a seção “Descrição do Capital Social – Divulgação de Negociação por Parte de Conselheiro, Diretor ou Membro do Conselho Fiscal” na página [•] deste Prospecto.

Cancelamento de Registro de Companhia Aberta

Conforme as regras do Novo Mercado e do nosso Estatuto Social, o cancelamento do registro de companhia aberta exigirá a elaboração de laudo de avaliação das ações da Companhia pelo valor econômico, elaborado por instituição ou empresa especializada e independente quanto ao poder de decisão da Companhia, seus administradores e/ou acionista controlador, satisfazendo os requisitos da lei.

Esta instituição ou empresa especializada será escolhida em Assembleia Geral, a partir de lista tríplice apresentada pelo Conselho de Administração, devendo a respectiva deliberação, não se computando os votos em branco, ser tomada pela maioria dos votos dos acionistas representantes das ações em circulação presentes naquela assembleia que, se instalada em primeira convocação, deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo, 20% do total das 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, tendo seus custos suportados pelo acionista ofertante.

O valor econômico das ações, apontados no laudo de avaliação, será o preço mínimo a ser ofertado pelo acionista controlador na oferta pública de aquisição de ações para o cancelamento do registro de companhia aberta. A oferta pública ficará condicionada a que o valor apurado no laudo de avaliação não seja superior ao valor divulgado pelo ofertante. Se o

valor econômico das ações for superior ao valor informado pelo ofertante, a decisão de se proceder ao cancelamento do registro de companhia aberta ficará revogada, exceto se o ofertante concordar expressamente em formular a oferta pública pelo valor econômico apurado, devendo o ofertante divulgar ao mercado a decisão que tiver adotado. Caso o laudo de avaliação não esteja pronto até a Assembleia Geral, o acionista controlador informará nessa assembleia o valor por ação pelo qual formulará a oferta pública, ficando a oferta condicionada a que o valor informado não seja inferior ao apurado no laudo de avaliação.

O procedimento para o cancelamento do registro de companhia aberta deve seguir, ainda, os procedimentos e demais exigências estabelecidas pela legislação vigente e pelas normas editadas pela CVM, respeitados os preceitos contidos no Regulamento do Novo Mercado.

Saída do Novo Mercado

É permitido à Companhia sair a qualquer tempo do Novo Mercado, desde que a saída seja aprovada em Assembleia Geral, e comunicada à BOVESPA por escrito com antecedência de 30 dias. A ata de assembleia deve conter o motivo da saída do Novo Mercado, sendo que esta saída não implica a perda da condição de companhia aberta registrada na BOVESPA.

Quando a saída do Novo Mercado ocorrer (i) para que as ações passem a ter registro de negociação fora do Novo Mercado, ou (ii) em razão da reorganização societária da qual as ações da companhia resultante não sejam admitidas para negociação no Novo Mercado, o acionista controlador deverá efetivar oferta pública de aquisição das ações dos demais acionistas da Companhia, no mínimo, pelo valor econômico, a ser apurado em laudo de avaliação elaborado de acordo com os requisitos previstos no item “Cancelamento de Registro de Companhia Aberta” acima.

Caso o controle da Companhia seja alienado nos 12 meses subsequentes à saída do Novo Mercado, o 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 e condições obtidas pelo acionista controlador alienante na alienação de suas próprias ações, devidamente atualizado. Ademais, se o preço obtido pelo acionista controlador alienante na alienação de suas próprias ações for superior ao valor da oferta pública de saída realizada, o acionista controlador alienante e o adquirente ficarão conjunta e solidariamente obrigados a pagar a diferença de valor apurado aos aceitantes da respectiva oferta pública.

Após a saída do Novo Mercado, os valores mobiliários da Companhia não poderão retornar a ser listados no Novo Mercado por um período mínimo de dois anos contados da data em que tiver sido formalizado o desligamento, salvo se a Companhia tiver o seu controle acionário alienado após a formalização de sua saída do Novo Mercado.

Política de Divulgação de Informações ao Mercado

A Companhia possui ainda, conforme a Instrução CVM 358, uma Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes e de Negociação de Valores Mobiliários de Emissão da Companhia, 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 dos órgãos de administração da Companhia, 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 (i) na cotação dos valores mobiliários; (ii) na decisão dos investidores de comprar, vender ou manter os valores mobiliários; ou (iii) na determinação dos investidores de exercerem quaisquer direitos inerentes à condição de titulares de valores mobiliários.

É de responsabilidade do Diretor de Relações com Investidores divulgar e comunicar à CVM e às Bolsas de Valores, qualquer ato ou fato relevante ocorrido ou relacionado aos negócios da Companhia 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 (através de anúncio publicado no jornal, etc.).

A Companhia prevê uma única hipótese de exceção à imediata divulgação de informação relevante. Referida informação só poderá deixar de ser divulgada se sua revelação puder colocar em risco interesse legítimo da Companhia.

Todas as pessoas vinculadas (o acionista controlador da Companhia, seus Diretores, membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e de quaisquer outros órgãos com funções técnicas ou consultivas criados por disposição estatutária, gerentes e funcionários da Companhia que tenham acesso freqüente a informações relevantes e outros que a Companhia considere necessário ou conveniente) deverão assinar termo de adesão à Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes e de Negociação de Valores Mobiliários de Emissão da Companhia, e guardar sigilo sobre as informações ainda não divulgadas, sob pena de indenizar a Companhia e as demais pessoas vinculadas dos prejuízos que venham a ocorrer.

Cláusula Compromissória (Arbitragem)

De acordo com o Regulamento do Novo Mercado e com nosso Estatuto Social, nós, nossos acionistas, nossos administradores e os membros do Conselho Fiscal, quando instalado, obrigamo-nos 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 nosso Estatuto Social, nas normas editadas pelo CMN, pelo Banco Central 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 de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado.

Informações Periódicas a CVM

Informações Trimestrais em Inglês ou Elaboradas de Acordo com os Padrões Internacionais

Ainda de acordo com 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 de acordo com os padrões internacionais US GAAP ou IFRS, conforme estabelecido acima.

Esta apresentação de Informações deverá ser acompanhada de parecer ou de relatório especial de revisão limitada dos auditores independentes e deverá ocorrer a partir da divulgação da primeira demonstração financeira elaborada de acordo com os padrões internacionais acima mencionados.

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 a Companhia estiver obrigada a apresentar demonstrações 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 anteriormente mencionados; (vi) informar a quantidade de ações em circulação e sua porcentagem em relação ao total de ações emitidas; e (vii) a existência e a vinculação à cláusula compromissória de arbitragem. A apresentação das informações previstas em (i) acima deverá ser iniciada, no máximo, seis meses após a obtenção pela Companhia de autorização para negociar suas ações no Novo Mercado.

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 – ITR" nas Informações Anuais da Companhia no quadro "Outras Informações Consideradas Importantes para Melhor Entendimento da Companhia".

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 demonstração dos fluxos de caixa, a qual indicará, no mínimo, as alterações ocorridas no saldo de caixa e equivalentes de caixa, segregadas em fluxos das operações, dos financiamentos e dos investimentos.

Demonstração do Valor Adicionado

Conforme Regulamento do Novo Mercado ficam obrigadas as companhias a incluir a demonstração do valor adicionado, a qual indicará, os valores correspondentes à formação da riqueza gerada pela companhia em determinado período e sua respectiva distribuição aos diversos setores que contribuíram, direta ou indiretamente, para a sua geração.

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 de acordo com os padrões internacionais US GAAP ou IFRS a partir do segundo ano de constituição da Companhia (para BR Malls essa obrigação ocorre no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2009), em reais, as quais deverão ser divulgadas na íntegra, no idioma inglês (em tradução livre). Devem ainda ser acompanhadas do relatório de administração, de notas explicativas, que informem inclusive o lucro líquido e o patrimônio líquido apurados ao final do exercício social segundo práticas contábeis adotadas no Brasil 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 da administração e notas explicativas elaboradas de acordo com a legislação societária brasileira 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 segundo os padrões internacionais US GAAP ou IFRS, conforme o caso, evidenciando as principais diferenças entre os critérios contábeis, e do parecer dos auditores independentes.

De acordo com o Regulamento do Novo Mercado, a adoção destes critérios deve ocorrer a partir da divulgação das demonstrações financeiras referentes ao segundo exercício após a obtenção pela Companhia de autorização para negociar suas ações no Novo Mercado.

Reunião Pública com Analistas

O Regulamento do Novo Mercado estipula que, pelo menos uma vez ao ano, a Companhia deverá realizar reunião pública com analistas e quaisquer outros interessados, para divulgar informações quanto à sua respectiva situação econômico-financeira, projetos e perspectivas.

Calendário Anual

O Regulamento do Novo Mercado determina que as companhias e os administradores devem enviar à BM&FBOVESPA 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 tratado no evento à BM&FBOVESPA. Eventuais alterações subsequentes em relação aos eventos corporativos programados deverão ser enviadas à BM&FBOVESPA e divulgadas imediatamente.

Planos de Opções de Compra de Ações

A Companhia possui quatro planos de opção de compra de ações de sua emissão, aprovados em Reunião do Conselho de Administração realizada em 9 de fevereiro de 2007, em 31 de maio de 2007 e em 27 de novembro de 2008, sendo que foi expressamente determinado que os participantes do 2º e 3º programas que manifestaram sua adesão ao 4º Programa de Opção de Compra, o que deverá ocorrer até 31 de julho de 2009, por meio da assinatura dos respectivos Contratos de Outorga de Opção de Compra de Ações, estará automaticamente concordando com a revogação do 2º e 3º programas, conforme o caso, e do seu correspondente Contrato de Outorga de Opção de Compra de Ações, tornando os mesmos sem efeito, de modo que mesmo as ações remanescentes dos Lotes Anuais já incorporados e exercidos parcialmente não mais poderão ser subscritas ou adquiridas na forma prevista nos 2º e 3º programas. Para maiores informações sobre os planos de opção de compra de ações de nossa emissão ver item “Administração e Conselho Fiscal – Plano de Opção de Compra de Ações” na página [•] deste Prospecto.

Contratos com o Mesmo Grupo

Segundo o Regulamento do Novo Mercado, a Companhia deve enviar à BM&FBOVESPA e divulgar informações de todo qualquer contrato celebrado entre a Companhia e suas controladas e coligadas, seus administradores, seu acionista controlador, e, ainda, 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, em um 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.

Essas informações divulgadas deverão discriminar 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. Ver a seção “Operações com Partes Relacionadas” na página [•] deste Prospecto.

Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do 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:

- emissão exclusiva de ações ordinárias;
- política “uma ação igual a um voto”;
- 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;
- 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; e (iv) hipóteses de direito de recesso;
- elaboração de relatórios anuais das atividades da Companhia no exercício social encerrado, comparativamente aos exercícios anteriores e de acordo com os padrões internacionais de contabilidade;
- transparência na divulgação dos relatórios anuais da administração;
- convocações de assembleia e documentação pertinente disponíveis desde a data da primeira convocação, com detalhamento das matérias da ordem do dia, sem a inclusão da rubrica “outros assuntos” e sempre visando a realização de assembleias em horários e locais que permitam a presença do maior número possível de acionistas;
- regras de votação bem definidas e disponíveis aos acionistas desde a publicação do anúncio de convocação;
- fazer constar votos dissidentes nas atas de assembleias ou reuniões, quando solicitado;
- vedação ao uso de informações privilegiadas e existência de política de divulgação de informações relevantes;
- previsão estatutária de arbitragem como forma de solução de eventuais conflitos entre acionistas e entre estes e a Companhia;
- previsão estatutária de que, na hipótese de alienação da totalidade do bloco de controle, o adquirente dirigirá oferta pública de aquisição de ações a todos os acionistas nas mesmas condições dadas ao controlador (*tag along*);
- dispersão de ações (*free float*), visando a liquidez dos títulos;
- divulgação anual das políticas e práticas sociais, ambientais, de segurança do trabalho e saúde adotadas pela Companhia;

- composição do Conselho de Administração com, no mínimo, deve ter ao menos 20% de membros independentes (sem vínculos com a companhia e com o acionista controlador);
- conselheiros com experiência em questões operacionais, financeiras e contábeis, com conhecimento das melhores práticas de governança corporativa e experiência em participação em outros conselhos de administração; e
- previsão estatutária de vedação ao acesso de informações e de direito de voto de conselheiros em situações de conflito de interesse.

Para informações adicionais sobre as práticas de governança corporativa adotadas pela Companhia, ver as seções “Descrição do Capital Social” e “Administração e Conselho Fiscal” nas páginas [•] e [•] deste Prospecto, respectivamente.