PROSPECTO DEFINITIVO DE OFERTA PÚBLICA DE DISTRIBUIÇÃO PRIMÁRIA DE AÇÕES ORDINÁRIAS DE EMISSÃO DE

BRMALLS

NOVO MERCADO BOVESPA BRASIL

BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.
Companhia Aberta de Capital Autorizado
Praia de Botafogo nº 501, sala 702 (parte), Torre Corcovado, CEP 22250-040, Rio de Janeiro, RJ, Brasil
CNPJ n.º 06.977.745/0001-91 – NIRE 35300316614 – CVM n.º 19.909 – ISIN BRBRMLACNOR9

Código de Negociação na Bolsa de Valores de São Paulo ("BOVESPA"): "BRML3".

40.351.923 Ações Ordinárias

Valor da Distribuição – R$605.278.845,00

Preço por Ação: R$ 15,00.

A BR Malls Participações S.A. ("BR Malls" ou "Companhia") está realizando uma oferta pública de distribuição primária de 40.351.923 ações ordinárias de sua emissão, todas nominativas, escriturais, sem valor nominal ("Ações"), que serão emitidas com a exclusão do direito de preferência dos atuais acionistas e dentro do limite do capital autorizado previsto no seu estatuto social, a ser realizada no Brasil, com esforços de colocação no exterior ("Oferta Brasileira"), e no exterior, sob a forma de *Global Depositary Shares* ("GDSs"), representadas por *Global Depositary Receipts* ("GDRs"), cada GDS representando duas Ações ("Oferta Internacional" e, em conjunto com a Oferta Brasileira, "Oferta Global" ou "Oferta"), sendo 39.637.323 Ações no âmbito da Oferta Brasileira ("Ações da Oferta Brasileira") e 714.600 Ações no âmbito da Oferta Internacional ("Ações da Oferta Internacional").

As Ações da Oferta Brasileira serão distribuídas no Brasil sob a coordenação do Banco UBS Pactual S.A. ("Coordenador Líder") e do Banco Itaú BBA S.A. ("Itaú BBA" e, em conjunto com o Coordenador Líder, "Coordenadores da Oferta Brasileira"), em mercado de balcão não organizado, em conformidade com os procedimentos da Instrução CVM n.º 400, de 29 de dezembro de 2003, conforme alterada ("Instrução CVM 400"), com esforços de colocação no exterior, a serem realizados pelos Coordenadores da Oferta Internacional (conforme definido abaixo) e eventuais outras instituições, sendo 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 ("Regra 144A" e "SEC", respectivamente), em operações isentas de registro em conformidade com o disposto no *Securities Act of 1933* ("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 ("Regulamento S"), 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.

As Ações da Oferta Internacional serão ofertadas exclusivamente no exterior, sob a coordenação do UBS Securities LLC e da Itaú Securities, Inc. ("Coordenadores da Oferta Internacional"), sendo nos Estados Unidos da América para investidores institucionais qualificados, conforme definidos na Regra 144A, e nos demais países, exceto o Brasil e os Estados Unidos da América, com base no Regulamento S, respeitada a legislação vigente no país de domicílio de cada investidor. Este Prospecto não é, nem deve ser considerado, uma oferta pública das Ações da Oferta Internacional no Brasil, e as Ações da Oferta Internacional não são, nem deverão ser consideradas, objeto de oferta ao público no Brasil.

A quantidade total de Ações inicialmente ofertadas no âmbito da Oferta Global poderá ser acrescida de até 6.052.788 ações ordinárias de emissão da Companhia, equivalentes a até 15% das Ações inicialmente ofertadas ("Ações do Lote Suplementar"), conforme opção para subscrição de tais ações outorgada pela Companhia ao Coordenador Líder, nos termos do artigo 24 da Instrução CVM 400, as quais serão destinadas exclusivamente a atender a um eventual excesso de demanda que venha a ser constatado no decorrer da Oferta ("Opção de Lote Suplementar"). A Opção de Lote Suplementar poderá ser exercida pelo Coordenador Líder, após consulta ao Itaú BBA, total ou parcialmente, em uma ou mais vezes, a partir da data de assinatura do contrato de distribuição das Ações ("Contrato de Distribuição") e no prazo de até 30 dias contados, inclusive, do dia útil subseqüente à data de publicação do anúncio de início da Oferta ("Anúncio de Início"), de acordo com os procedimentos previstos no Contrato de Distribuição.

A Oferta Global foi aprovada pela Assembléia Geral Extraordinária da Companhia realizada em 15 de março de 2007, cuja ata foi arquivada na Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro ("JUCERJA") em 30 de março 2007 e publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro e no jornal "Valor Econômico" em 3 de abril 2007. O Preço por Ação foi fixado pela reunião do Conselho de Administração da Companhia realizada em 2 de abril de 2007, cuja ata será arquivada na JUCERJA e publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro e foi publicada no jornal "Valor Econômico" em 3 de abril 2007.

O preço por Ação ("Preço por Ação") foi fixado após a finalização do procedimento de coleta de intenções de investimento, conduzido, no Brasil, pelos Coordenadores da Oferta Brasileira, e no exterior, pelos Coordenadores da Oferta Internacional ("Procedimento de *Bookbuilding*").

	Preço	Comissões e Despesas	Recursos Líquidos [1]
Por Ação	R$ 15,00	R$0,62	R$14,38
Total	R$605.278.845,00	R$25.018.192,26	R$580.260.652,74

[1] Sem considerar o exercício da Opção de Lote Suplementar.

Por determinação da CVM, foram efetuadas alterações neste Prospecto Definitivo em relação ao Prospecto Preliminar (conforme definido neste Prospecto) para inclusão de informações mais detalhadas sobre o montante global de remuneração a ser atribuída aos administradores da Companhia, sobre a política de remuneração variável e sobre o plano de opção de compra de ações para administradores e funcionários da Companhia ("Administração e Conselho Fiscal – Remuneração", "Administração e Conselho Fiscal – Opção de Compra de Ações", "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais", "Diluição" e "Fatores de Risco"). Ainda por determinação da CVM, nos termos do artigo 45, parágrafo 4º, da Instrução CVM 400, os Investidores Não Institucionais (conforme definido neste Prospecto) que tiverem realizado Pedidos de Reserva (conforme definido neste Prospecto) poderão desistir de seu respectivo Pedido de Reserva, devendo, para tanto, informar sua decisão à Instituição Participante da Oferta Brasileira (conforme definido neste Prospecto) que tenha recebido o respectivo Pedido de Reserva até as 16:00 horas do dia 10 de abril de 2007 ("Período de Desistência do Pedido de Reserva"), sendo que caso não informe sua decisão de desistir do Pedido de Reserva dentro do Período de Desistência do Pedido de Reserva, o respectivo Pedido de Reserva será considerado válido e o valor do investimento devido na Data de Liquidação (conforme definido neste Prospecto).

Não foi e nem será realizado nenhum registro da Oferta Global ou das Ações na SEC e nem em qualquer agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país, exceto o Brasil.

Registro da Oferta Global na CVM: CVM/SRE/REM /2007/013, em 3 de abril de 2007. O programa de GDRs foi registrado perante a CVM em 3 de abril de 2007.

"**O registro da presente distribuição não implica, por parte da CVM, garantia da veracidade das informações prestadas ou 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 subscrição das Ações (incluindo Ações sob a forma de GDSs). Ao decidir subscrever as 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. **Ver a seção "Fatores de Risco", iniciada na página 58 deste Prospecto, para ciência de certos fatores de risco que devem ser considerados com relação à subscrição das Ações.**

ANBID

"A(O) presente oferta pública/programa foi elaborada(o) de acordo com as disposições do Código de Auto-Regulação da ANBID para as Ofertas Públicas de Distribuição e Aquisição de Valores Mobiliários, o qual se encontra registrado no 4º Ofício de Registro de Títulos e Documentos da Comarca de São Paulo, Estado de São Paulo, sob o n.º 4890254, atendendo, assim, a(o) presente oferta pública/programa, aos padrões mínimos de informação contidos no código, não cabendo à ANBID qualquer responsabilidade pelas referidas informações, pela qualidade da emissora e/ou ofertantes, das instituições participantes e dos valores mobiliários objeto da(o) oferta pública/programa."

Coordenadores da Oferta Global e *Joint Bookrunners*

Coordenador Líder

UBS Pactual

Itaú BBA

Coordenadores Contratados

citigroup corporate and investment banking

HSBC

A data deste Prospecto Definitivo é 3 de abril de 2007.

[página intencionalmente deixada em branco]

ÍNDICE

Parte I – INTRODUÇÃO

Definições 7
Considerações Sobre Estimativas e Declarações Acerca do Futuro 22
Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações 23
Informações Cadastrais da Companhia 25
Sumário da Companhia 27
Sumário das Informações Financeiras e Operacionais 34
Sumário da Oferta 38
Informações Relativas à Oferta 43
Identificação de Administradores, Consultores e Auditores 55
Fatores de Risco 58
Destinação dos Recursos 68

Parte II – COMPANHIA

Capitalização 71
Diluição 72
Informações Financeiras Selecionadas 75
Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais 80
Visão Geral do Setor 108
Atividades 122
Administração e Conselho Fiscal 162
Principais Acionistas 169
Operações com Partes Relacionadas 173
Títulos e Valores Mobiliários Emitidos 174
Descrição do Capital Social 175
Dividendos e Política de Dividendos 188
Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa 192

Parte III – ANEXOS

Estatuto Social da Companhia, conforme aprovado na Assembléia Geral Extraordinária de Acionistas realizada em 15 de março de 2007 203
Ata da Assembléia Geral da Companhia, realizada em 15 de março de 2007, autorizando a realização da Oferta. 229
Ata da Reunião do Conselho de Administração da Companhia, realizada em 15 de março de 2007, aprovando o aumento do capital social da Companhia 259
Ata da Reunião do Conselho de Administração da Companhia, realizada em 2 de abril de 2007, aprovando o Preço por Ação e o aumento do capital social da Companhia. 261
Informações Anuais – IAN da Companhia 263
Declaração do artigo 56 da Instrução CVM 400 da Companhia. 449
Declaração do artigo 56 da Instrução CVM 400 do Coordenador Líder. 451

Parte IV – DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Demonstrações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* da Companhia relativas aos exercícios sociais findos em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 e parecer dos auditores independentes 455

[página intencionalmente deixada em branco]

Parte I – INTRODUÇÃO

Definições
Considerações Sobre Estimativas e Declarações Acerca do Futuro
Apresentação das Informações Financeiras e Outras informações
Informações Cadastrais da Companhia
Sumário da Companhia
Sumário das Informações Financeiras e Operacionais
Sumário da Oferta
Informações Relativas à Oferta
Identificação de Administradores, Consultores e Auditores
Fatores de Risco
Destinação dos Recursos

[página intencionalmente deixada em branco]

DEFINIÇÕES

Para 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 *Shopping Centers*, 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 *Shopping Centers*, exceto quiosques e as áreas comerciais de propriedade de terceiros.
ABM&N	Associação Brasileira de Marketing & Negócios.
ABRASCE	Associação Brasileira de *Shopping Centers*.
Acionistas Relevantes	São 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.
Ação ou Ações	Ações ordinárias, nominativas, escriturais, sem valor nominal, de emissão da Companhia, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus ou gravames, objeto da Oferta.
Ações da Oferta Brasileira	39.637.323 Ações ofertadas no Brasil, com esforços de colocação no exterior. A quantidade de Ações da Oferta Brasileira foi determinada pelos Coordenadores da Oferta Brasileira e pelos Coordenadores da Oferta Internacional, de acordo com o resultado do Procedimento de *Bookbuilding*.
Ações da Oferta Internacional	714.600 Ações ofertadas no exterior, sob a forma de GDSs, representadas por GDRs, cada GDS representando duas Ações. A quantidade de Ações da Oferta Internacional foi determinada pelos Coordenadores da Oferta Brasileira e pelos Coordenadores da Oferta Internacional, de acordo com o resultado do Procedimento de *Bookbuilding*.

Ações do Lote Suplementar	Até 6.052.788 Ações, equivalentes a até 15% da quantidade de Ações inicialmente ofertadas, com as mesmas características das Ações inicialmente ofertadas, que poderão ser incluídas na Oferta em decorrência do exercício da Opção de Lote Suplementar pelo Coordenador Líder, após consulta ao Itaú BBA. Salvo se disposto de maneira diversa, as referências às Ações serão também referência às Ações do Lote Suplementar.
ALERJ	Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro.
ALSHOP	Associação Brasileira de Lojistas de Shopping.
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.
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 *Shopping Center*.
Anúncio de Encerramento	Anúncio de encerramento da Oferta, a ser publicado na forma do artigo 29 da Instrução CVM 400.
Anúncio de Início	Anúncio de início da Oferta, publicado na forma do artigo 52 da Instrução CVM 400.
Anúncio de Retificação	Anúncio informando a modificação da Oferta, conforme disposto no artigo 27 da Instrução CVM 400.
ASCR	ASCR – Administradora Shopping Center Recife Ltda.
Associação de Lojistas	Associações, pessoas jurídicas de direito privado, constituídas pelos lojistas e empreendedores de *Shopping Centers* que objetivam a satisfação do interesse comum dos lojistas.
Aviso ao Mercado	Aviso ao mercado sobre a Oferta, publicado em 16 de março de 2007 e republicado em 23 de março de 2007 no jornal Valor Econômico, nos termos do artigo 53 da Instrução CVM 400.

Banco ABC	Banco ABC Brasil S.A.
Banco Central ou BACEN	Banco Central do Brasil.
Banrisul	Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.
Biton	Biton Empreendimentos e Participações Ltda.
BM&F	Bolsa de Mercadorias e Futuros.
BNB	Banco do Nordeste do Brasil S.A.
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.
BOVESPA	Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA.
BR Malls ou Companhia	BR Malls Participações S.A.
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.
Bradesco	Banco Bradesco S.A.
Brasil	República Federativa do Brasil.
CADE	Conselho Administrativo de Defesa Econômica.
CAGR	Taxa composta de crescimento anual.
Campo Grande Parking	Campo Grande Parking Ltda.
CBLC	Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia – CBLC.
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	Câmara de Custódia e Liquidação.
CFC	Conselho Federal de Contabilidade.
Christaltur	Christaltur Empreendimentos e Participações Ltda.
Citigroup	Citigroup Global Markets Brasil, Corretora de Câmbio, Títulos e Valores Mobiliários S.A.
Classe A, B, C, D e E	Classes econômicas segundo Critério de Classificação Econômica Brasil estabelecido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, que é adotado por empresas anunciantes, agências de publicidade, institutos de pesquisa e por todos profissionais de *marketing* 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.
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.
Colaboradores	Pessoas físicas integrantes da folha de pagamento da Companhia na data deste Prospecto.
Contrato de Colocação Internacional	*Internacional Agency and Purchase Agreement*, entre a Companhia e os Coordenadores da Oferta Internacional.
Contrato de Distribuição	Contrato de Coordenação, Subscrição e Colocação de Ações Ordinárias de Emissão de BR Malls Participações S.A., entre a Companhia, os Coordenadores da Oferta Brasileira e a CBLC, esta, na qualidade de interveniente-anuente.
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, o Coordenador Líder e a UBS Pactual Corretora.

Contrato de Participação no Novo Mercado	Contrato celebrado em 15 de março de 2007, entre a BOVESPA, a Companhia, os Acionistas Relevantes e seus administradores, contendo obrigações relativas à listagem da Companhia no Novo Mercado, cuja eficácia somente terá início na data de publicação do Anúncio de Início.
Contratos de Opção de Compra de Ações	Contratos de Oferta à Subscrição ou Compra a Termo de Ações e Outros Pactos.
Coordenador Líder	UBS Pactual.
Coordenadores da Oferta Brasileira	O Coordenador Líder e o Itaú BBA.
Coordenadores da Oferta Internacional	UBS Securities LLC e Itaú Securities, Inc.
Coordenadores Contratados	Citigroup e HSBC.
Corretoras Consorciadas	Corretoras-membro da BOVESPA e outras instituições financeiras que não sejam corretoras-membro da BOVESPA, subcontratadas pelos Coordenadores da Oferta Brasileira, para efetuar exclusivamente esforços de colocação das Ações da Oferta Brasileira junto aos Investidores Não Institucionais.
CPMF	Contribuição Provisória sobre a Movimentação ou Transmissão de Valores ou de Créditos e Direitos de Natureza Financeira.
CSLL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido.
CVM	Comissão de Valores Mobiliários.
DACOM	Dacom G conjuntamente com a Dacom D, as quais atuam no segmento de comercialização de lojas e espaços de *Mall, Merchandising* e a realização de eventos em *Shopping Centers.*
DACOM G	DACOM – Gestão Comercial Ltda.
DACOM D	DACOM – Desenvolvimento e Avaliação Comercial de *Shopping Centers* Ltda.
Data de Liquidação	Data da liquidação física e financeira das Ações (excluídas as Ações do Lote Suplementar), correspondente ao 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, previsto para o terceiro dia útil após a respectiva data de exercício da Opção de Lote Suplementar.
DEICO	Deico Desenvolvimento Imobiliário Ltda.
Dyl	Dyl Empreendimentos e Participações S.A.
Dylpar	Dylpar Participações S.A.
Dólar, Dólar norte-americano ou US$	Moeda corrente dos Estados Unidos.
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.
ECISA	A ECISA Engenharia conjuntamente com a ECISA Participações, as quais têm como principal atividade a participação, direta ou indireta, em *Shopping Centers*.
ECISA Engenharia	ECISA – Engenharia Comércio e Indústria S.A.
ECISA Participações	ECISA Participações S.A.
EGEC	EGEC – Empresa Gerenciadora de Empreendimentos Comerciais S.A., a qual tem como principal atividade a atuação no segmento de administração e consultoria de gerenciamento e *marketing* de *Shopping Centers* e centros comerciais e empresariais.
EGEC Par II	EGEC PAR II Participações Ltda.
EMANI	Emami Participações S.A.
EMCE	EMCE – Empresa Cogeradora de Energia Ltda.

Equity International	Equity Investment Management, LLC, sociedade que controla indiretamente a EI Brazil Investments, LLC e integra o grupo Equity Group Investments LLC, sediado em Chicago, EUA.
EUA ou Estados Unidos	Estados Unidos da América.
Estatuto Social	Estatuto Social da Companhia.
FEAC	Federação das Entidades Assistenciais de Campinas.
FGTS	Fundo de Garantia do Tempo de Serviço.
FGV	Fundação Getulio Vargas.
FIESP	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo.
Funbep	FUNBEP – Fundo de Pensão Multipatrocinado.
Funcesp	Fundação de Assistência aos Empregados da Companhia Energética de São Paulo (CESP).
Fundo de Promoção	Fundo instituído nos *Shopping Centers* com o objetivo de custear as despesas de promoção e publicidade dos *Shopping Centers*.
Governo Brasileiro ou Governo Federal	Governo Federal e os governos dos estados, do distrito federal e dos municípios brasileiros.
GDR ou GDRs	*Global Depositary Receipts*, cada um representando um GDS.
GDS ou GDSs	*Global Depositary Shares*, cada um representando duas Ações.
Ghbii	Ghbii Participações Ltda.
GJC	GJC Planejamento e Consultoria S/C Ltda.
Grupo GP	Grupo GP Investments, que tem seu investimento na Companhia através de duas sociedades subsidiárias estrangeiras: Private Equity Partners A, LLC e Private Equity Partners B, LLC.
GS	GS Shopping Center S.A.
HSBC	HSBC Corretora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.

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	*International Council of Shopping Centers.*
IDELOS	Instituto Brasileiro de Defesa de Lojistas de Shopping *Center*.
IFRS	*International Financial Reporting Standards*, correspondente às normas internacionais de contabilidade.
IGP-M	Índice Geral de Preços do Mercado, divulgado pela FGV.
Iguatemi	Iguatemi Empresa de Shopping *Center*s S.A.
Informações Financeiras Consolidadas Pro-Forma Ajustadas	Informações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* Ajustadas da Companhia, que incluem ajustes às nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* para apresentar os efeitos das aquisições de EGEC e DACOM ocorridas em 10 de outubro de 2006 como se tivessem ocorrido em 1° de janeiro de 2006.
INPC	Índice Nacional de Preços ao Consumidor divulgado pelo IBGE.
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial.
Instituições Participantes da Oferta Brasileira	Coordenadores da Oferta Brasileira, Coordenadores Contratados e Corretoras Consorciadas, considerados conjuntamente.
IMA	Instituto Motivo e Ação.
IPDM	Instituto de Pesquisas e Desenvolvimento de Mercado de 2003
IPESPE	Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas.

ITPM	Instituto Target Pesquisa de Mercado.
Instrução CVM 247	Instrução CVM n.º 247, de 27 de março de 1996, e alterações posteriores.
Instrução CVM 325	Instrução CVM n.º 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 n.º 361, de 5 de março de 2002, e alterações posteriores.
Instrução CVM 400	Instrução CVM n.º 400, de 29 de dezembro de 2003, e alterações posteriores.
Intersyndicate Agreement	*Intersyndicate Agreement* entre os Coordenadores da Oferta Brasileira e os Coordenadores da Oferta Internacional.
Investidores Institucionais	Os Investidores Institucionais Locais e os Investidores Institucionais Estrangeiros, considerados conjuntamente.
Investidores Institucionais Estrangeiros	Público alvo dos esforços de colocação das Ações da Oferta Brasileira no exterior, no âmbito da Oferta Institucional, e dos esforços de venda das Ações da Oferta Internacional no âmbito da Oferta Internacional, a serem realizados pelos Coordenadores da Oferta Internacional, nos termos do Contrato de Colocação Internacional, sendo nos Estados Unidos para investidores institucionais qualificados, conforme definidos na Regra 144A, em operações isentas de registro em conformidade com o disposto no *Securities Act* e nos regulamentos editados ao amparo do *Securities Act*, conforme alterado, 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. Tais investidores deverão subscrever as Ações nos termos da Resolução CMN 2.689 e da Instrução CVM 325.
Investidores Institucionais Locais	Público alvo dos esforços de venda das Ações da Oferta Brasileira no Brasil, no âmbito da Oferta Institucional, a serem realizados pelos Coordenadores da Oferta Brasileira e pelos Coordenadores Contratados nos termos do Contrato de Distribuição, consistindo de 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 BOVESPA, seguradoras, sociedades de previdência complementar e capitalização, entidades abertas e fechadas de previdência privada, e pessoas físicas e jurídicas e clubes de investimento registrados na BOVESPA relativamente a ordens específicas que excederem o limite máximo de investimento para Investidores Não Institucionais.

Investidores Não Institucionais	Público alvo dos esforços de venda das Ações da Oferta Brasileira no âmbito da Oferta de Varejo, a serem realizados pelas Instituições Participantes da Oferta Brasileira, nos termos do Contrato de Distribuição, consistindo de investidores pessoas físicas ou jurídicas, residentes e domiciliados no Brasil, inclusive clubes de investimento registrados na BOVESPA, que não sejam considerados Investidores Institucionais e que tenham realizado Pedido de Reserva para participar da Oferta de Varejo.
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.
IPMA	Instituto de Pesquisa Motivo & Ação.
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano.
IRB	IRB – Instituto de Resseguros do Brasil S.A.
IRPJ	Imposto de Renda da Pessoa Jurídica.
ISS	Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza.
Itaú BBA	Banco Itaú BBA S.A.
Itaú Securities	Itaú Securities, Inc.
Jaguari	Jaguari Comercial Agrícola Ltda.
JUCERJA	Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro.
JUCESP	Junta Comercial do Estado de São Paulo.
Lei das Sociedades por Ações	Lei n.º 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e alterações posteriores.
Lei de Condomínio e Incorporações	Lei n.º 4.591, de 16 de dezembro de 1964, e alterações posteriores.
Lei de Locação	Lei n.° 8.245, de 18 de outubro de 1991, e alterações posteriores.

Licia	Licia Participações Ltda.
Magus	Magus Investimentos Ltda.
Maiojama	Maiojama Participações Ltda.
Malls	Áreas comuns dos *Shopping Centers* (corredores) locadas para a colocação de *stands*, quiosques e similares.
Merchandising	Aluguel de espaço para propaganda e promoções de produtos e serviços.
Milburn	Milburn do Brasil Ltda.
***Mix* de Lojas**	Plano de distribuição dos tipos e tamanhos de lojas pelo *Shopping Center*, de modo a gerar conveniência lucrativa para os lojistas e para os empreendedores dos *Shopping Centers*. Tradicionalmente, os *Shopping Centers* dividem suas categorias de lojas, que compõem o *Mix* de Lojas, em alimentação, artigos domésticos, vestuário, lazer, conveniência, serviços e miscelânea.
Multiplex	Complexo de diversas salas de exibição de cinema, geralmente construídas no formato *stadium*, 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 BOVESPA, 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 para Investidores Institucionais Estrangeiros.
Oferta de Varejo	Oferta pública de distribuição primária das Ações da Oferta Brasileira direcionada a Investidores Não Institucionais.
Oferta Institucional	Oferta pública de distribuição primária das Ações da Oferta Brasileira direcionada a Investidores Institucionais.

Oferta Internacional	Oferta pública de distribuição primária das Ações da Oferta Internacional, a ser realizada exclusivamente no exterior para Investidores Institucionais Estrangeiros.
Oferta Global ou Oferta	A Oferta Brasileira e a Oferta Internacional, consideradas conjuntamente.
Offering Memorandum	*Preliminary Offering Memorandum*, datado de 16 de março de 2007, e *Offering Memorandum*, datado de 3 de abril de 2007, relativos à Oferta Internacional.
Opção de Lote Suplementar	Opção outorgada pela Companhia ao Coordenador Líder no Contrato de Distribuição para subscrição das Ações do Lote Suplementar, destinada a atender a eventual excesso de demanda que venha a ser constatado no decorrer da Oferta, que poderá ser exercida pelo Coordenador Líder, após consulta ao Itaú BBA, no todo ou em parte, em uma ou mais vezes, a partir da data de assinatura do Contrato de Distribuição e até 30 dias contados, inclusive, do dia útil subseqüente à data de publicação do Anúncio de Início, de acordo com os procedimentos previstos no Contrato de Distribuição.
Pagim	Pagim Empreendimentos e Participações S.A.
País	República Federativa do Brasil.
Pama	Pama Participações Ltda.
Período de Desistência do Pedido de Reserva	Prazo, nos termos do artigo 45, parágrafo 4º, da Instrução CVM 400, para os Investidores Não Institucionais desistirem de seu respectivo Pedido de Reserva, até 16:00 horas do dia 10 de abril de 2007.
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 5 dias úteis a contar da data de publicação do Anúncio de Início.
Período de Reserva	Prazo para Investidores Não Institucionais efetuarem seus Pedidos de Reserva, de 23 de março de 2007 a 30 de março de 2007, inclusive.

Pessoas Vinculadas	Investidores que sejam (i) administradores ou controladores da Companhia; (ii) administradores ou controladores de quaisquer das Instituições Participantes da Oferta Brasileira ou de quaisquer dos Coordenadores da Oferta Internacional; (iii) outras pessoas vinculadas à Oferta; ou (iv) os respectivos cônjuges ou companheiros, seus ascendentes, descendentes e colaterais até o segundo grau das pessoas referidas nos itens (i), (ii) e (iii) acima.
Power	Power Serviços de Gerenciamento Ltda.
PIB	Produto Interno Bruto do Brasil.
PIS	Programa de Integração Social.
Planejar	Planejar Consultoria, Empreendimentos e Participações S/C Ltda.
Preço por Ação	R$15,00.
Pricewaterhousecoopers ou Auditores Independentes	PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes.
Procedimento de *Bookbuilding*	Procedimento de coleta de intenções de investimento com Investidores Institucionais, realizado no Brasil, pelos Coordenadores da Oferta Brasileira, e, no exterior, pelos Coordenadores da Oferta Internacional, conforme previsto no artigo 44 da Instrução CVM 400, sendo que os Investidores Não Institucionais que aderiram à Oferta Brasileira não participaram do Procedimento de *Bookbuilding* e, portanto, não participaram da fixação do Preço por Ação.
Prospecto Preliminar	O prospecto preliminar da Oferta Brasileira.
Prospecto ou Prospecto Definitivo	Este prospecto definitivo da Oferta Brasileira.
Prospectos	O Prospecto Preliminar e o Prospecto Definitivo, considerados conjuntamente.
Real ou R$	Moeda corrente do Brasil.
Recife Locadora	Recife Locadora de Equipamentos para Autogeração Ltda.
Recife Parking	Recife Parking Ltda.
Regra 144A	*Rule 144A*, editada pela SEC ao amparo do *Securities Act,* 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 BOVESPA, 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	*Regulation S,* editado pela SEC ao amparo do *Securities Act*.
Resolução CMN 2.689	Resolução CMN n.º 2.689, de 26 de janeiro de 2000, e alterações posteriores.
Safra	Safra National Bank of New York.
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.
SDR	SDR – Empreendimentos Imobiliários S.A.
SEC	*Securities and Exchange Commission*, a comissão de valores mobiliários dos Estados Unidos.
Securities Act	*Securities Act of 1933* dos Estados Unidos, conforme alterado.
SESC	Serviço Social do Comércio
SFH	Sistema Financeiro de Habitação.
SFI	Sistema Financeiro Imobiliário.
Shopping Center ou Shopping	Empreendimentos comerciais que reúnem em um só um conjunto arquitetônico lojas comerciais, serviços de utilidade pública, casas de espetáculo, cinemas, estacionamento, dentre outros estabelecimentos comerciais.
SISA	SISA – Sociedade Independência Imóveis S.A.

Sistel	Fundação Sistel de Seguridade Social.
SPE Indianápolis	SPE Indianápolis Participações S.A.
SRF ou Receita Federal	Secretaria da Receita Federal.
Tangará	Tangará Pecuária e Participações Ltda.
Terras Novas	Terras Novas Administração e Empreendimentos Ltda.
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.
Vaspart	Vaspart Participações Ltda.
Villa-Lobos Parking	Villa-Lobos Parking Ltda.
Zuzy	Zuzy Empreendimentos Ltda.

CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTIMATIVAS E DECLARAÇÕES ACERCA DO FUTURO

Este Prospecto inclui estimativas e declarações acerca do futuro, inclusive nas seções "Fatores de Risco", "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais" e "Atividades".

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:

- 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 Center*s, 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; (iv) firmarmos novos contratos de prestação de serviços de administração de Shopping Centers e de comercialização de lojas e espaços comuns;
- 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 Center*s, 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 Center*s no Brasil como um todo e particularmente em nossas áreas de atuação;
- eventos de força maior; e
- outros fatores de risco apresentados na seção "Fatores de Risco".

As palavras "acreditamos", "entendemos", "iremos", "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

Nosso balanço patrimonial e nossas demonstrações de resultado relativos aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 foram extraídos das nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* auditadas para esses exercícios. Nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* anexas a este Prospecto foram auditadas pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, conforme indicado no respectivo parecer anexo a este Prospecto. As demonstrações financeiras estão sendo apresentadas como se a Companhia existisse desde 31 de dezembro de 2003 e detivesse as seguintes participações:

- 100,0% da ECISA Engenharia e da ECISA Participações;
- 99,8% da SDR e da EMCE;
- 60,2% da Campo Grande Parking;
- 32,5% da ASCR e da Recife Parking; e
- 26,9% da Villa-Lobos Parking.

Para maiores informações sobre os critérios utilizados para a elaboração de nossas demonstrações financeiras *pro-forma*, vide nota 1(b) de nossas demonstrações financeiras *pro-forma* e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais - Apresentação das Demonstrações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* e Consolidadas *Pro-Forma* Ajustada". Nossas demonstrações financeiras *pro-forma* têm como objetivo refletir as operações da Companhia, baseando-se na apresentação histórica da atual estrutura societária apresentada, 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 de aquisição da participação em tais sociedades. Para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004 e 2005 e até outubro de 2006, a BR Malls não possuía atividade operacional ou participações em outras empresas. Desta forma, as demonstrações financeiras históricas não são utilizadas neste Prospecto, inclusive no que se refere ao "Sumário da Companhia", "Sumário da Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras Selecionadas" e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais". Para tais seções, utilizamos as demonstrações financeiras *pro-forma*, e quando aplicável, as Informações Financeiras *Pro-Forma* Ajustadas, conforme descrito abaixo.

Nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 foram preparadas de acordo com o BR GAAP, que difere em aspectos relevantes do US GAAP.

Nossas informações financeiras consolidadas *pro-forma* devem ser lidas em conjunto com as nossas demonstrações e demais informações financeiras 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 Selecionadas" e "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais".

Informações Financeiras Consolidadas Pro-Forma Ajustadas

As Informações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* Ajustadas incluem ajustes às nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* para apresentar os efeitos das aquisições de EGEC e DACOM ocorridas em 10 de outubro de 2006 como se tivessem ocorrido em 1° de janeiro de 2006. Os ajustes *pro-forma* e critérios e premissas utilizados para determinar os mesmos estão descritos na seção "Informações Financeiras Selecionadas" deste Prospecto.

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, dentre 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.

Ao descrever nossos *Shopping Centers*, fazemos uso de indicadores utilizados no setor, como a 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 do *Shopping Center*.

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 precedem.

INFORMAÇÕES CADASTRAIS DA COMPANHIA

Identificação da Companhia	BR Malls Participações S.A., sociedade por ações, 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, o qual foi concedido sob o nº 19.909 (código CVM) em 4 de janeiro de 2006.
Sede	Praia de Botafogo nº 501, sala 702 (parte), Torre Corcovado, CEP 22250-040, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, Brasil.
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 (55 21) 2546-0100 e 2546-0101 e endereço de correio eletrônico ri@brmalls.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 para as Demonstrações Financeiras *Pro-Forma* Relativas aos Exercícios Sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006	PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes.
Banco Escriturador das Ações	Banco Itaú S.A.
Custodiante dos GDSs	JP Morgan Chase N.A.
Novo Mercado	Para fins de ingresso no Novo Mercado, celebramos o Contrato de Participação no Novo Mercado, que entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início. As Ações serão listadas no segmento do Novo Mercado para negociação no segundo dia útil subseqüente à data de publicação do Anúncio de Início, sob o código "BRML3". As Ações integrarão o Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada – IGC da BOVESPA, no segundo dia útil seguinte ao início de sua negociação no Novo Mercado.
Jornais nos quais a Companhia divulga informações	Valor Econômico e Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro.
Atendimento aos Acionistas	Agências do Banco Itaú S.A. especializadas no atendimento aos acionistas.

Informações Adicionais	Quaisquer informações complementares sobre a Oferta poderão ser obtidas com: (i) a Companhia, em sua sede e em sua página na *Internet* www.brmalls.com.br; (ii) o UBS Pactual - Coordenador Líder, com escritório na Av. Brigadeiro Faria Lima 3729, 10º andar, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, e em sua página na *Internet* www.ubs.com/1/p/ubslatinamerica/capital_markets.html; (iii) o Itaú BBA, com escritório na Av. Brigadeiro Faria Lima 3400, 4º andar, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, e em sua página na *Internet* www.itaubba.com.br; (iv) aos Coordenadores Contratados, Citigroup, com escritório na Av. Paulista 1100, 11º andar, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, e em sua página na *Internet* www.citibank.com.br e HSBC, com escritório na Av. Brigadeiro Faria Lima, 3064, 2º andar, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo e em sua página na Internet www.hsbcbroker.com.br; (v) à BOVESPA, localizada na Rua XV de Novembro, 275, na Cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo, e em sua página na *Internet* www.bovespa.com.br; (vi) à CBLC, localizada na Rua XV de Novembro 275, na Cidade de São Paulo, estado de São Paulo e em sua página na *Internet* www.cblc.com.br; e (vii) à CVM, localizada na Rua Sete de Setembro 111, 5º andar, na Cidade do Rio de Janeiro, no Estado do Rio de Janeiro, ou na Rua Cincinato Braga 340, 2º andar, na Cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo, ou, ainda, em sua página na *Internet* www.cvm.gov.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", "Informações Financeiras Selecionadas", "Fatores de Risco" e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais", bem como nas nossas demonstrações financeiras pro-forma, respectivas notas explicativas e parecer dos auditores independentes, também incluídos neste Prospecto.

Visão Geral

Somos uma das companhias líderes no mercado de *Shopping Centers* do Brasil. De acordo com dados da ABRASCE, somos a segunda maior proprietária de *Shopping Centers* do País, em termos de ABL, e a maior prestadora de serviços de administração, consultoria e comercialização de lojas, *Mall* e *Merchandising* para *Shopping Centers*, centros comerciais e centros empresariais, em termos de ABC.

Na data deste Prospecto, detemos participação em 11 *Shopping Centers*, sendo que em um deles nossa participação é por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros. Destes *Shopping Centers*, 10 estão em operação e um está em construção, totalizando 505,0 mil m² de ABC e 396,9 mil m² de ABL, com cerca de 2,2 mil lojas e vendas totais declaradas de R$3,1 bilhões. O percentual médio de participação que detemos em nossos *Shopping Centers* é de 52,2%, equivalente a 207,0 mil m² de ABL. A participação média da qual somos titulares, em cada um dos 11 *Shopping Centers* é calculada considerando a média ponderada de nossa participação imobiliária nas matrículas que constituem os referidos *Shopping Centers.*

Na data deste Prospecto, prestamos serviços de administração, consultoria e comercialização para 37 *Shopping Centers*, Centros Comerciais e Empresariais, totalizando 1.008,8 mil m² de ABL, com cerca de 5,8 mil lojas, inclusive (i) serviços de administração para 9 dos 11 *Shopping Centers* que detemos participação; (ii) serviços de comercialização para todos os *Shopping Centers* em que detemos participação com exceção do Pantanal Shopping; e (iii) serviços de comercialização para as redes de Supermercados Sendas e Pão de Açúcar.

Nossos *Shopping Centers* estão estrategicamente localizados nas principais cidades das seguintes regiões do País: (i) Sudeste (NorteShopping - RJ, Shopping Villa-Lobos - SP, Shopping Del Rey - MG e Shopping Independência - MG); (ii) Sul (Shopping Iguatemi Caxias do Sul – RS e Shopping Estação - PR); (iii) Nordeste (Shopping Recife - PE); e (iv) Centro-Oeste (Shopping Campo Grande – MS, Araguaia Shopping – GO, Goiânia Shopping – GO e Pantanal Shopping – MT). Nossa carteira de *Shopping Centers*, além de ser estrategicamente diversificada do ponto de vista geográfico, também é bastante diversificada por segmento de renda, incluindo *Shopping Centers* destinados ao público das Classes A, B e C.

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

Carteira de *Shopping Centers* em que Detemos Participação	**Estado**	**Em 31 de Dezembro de 2006** (*exceto se de outra forma indicado)* **Resultado Operacional Líquido[1]**	**Part. (%)[2]**	**ABC (m²) [3]**	**ABL (m²)**	**Nº Lojas (em unidades) [4]**	**Visitantes/ Ano**	**Vendas Declaradas**
		(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)						
Shopping Recife[5][12]	PE	58.527,0	31,1	82,8	61,2	415	24.000	784.379,5
NorteShopping[6] [12]	RJ	44.186,0	51,0	97,7	77,1	327	28.800	797.433,6
Shopping Villa-Lobos[7] [12]	SP	33.078,0	26,9	27,3	27,3	221	8.400	350.746,5
Shopping Del Rey[12]	MG	12.589,0	65,0	59,3	37,4	183	14.400	271.173,7
Shopping Campo Grande[12]	MS	15.696,0	65,1	57,3	28,2	161	9.000	229.638,9
Shopping Estação[8] [10]	PR	6.825,0	100,0	52,0	52,0	159	5.400	153.252,1
Shopping Iguatemi Caxias do Sul[12]	RS	6.163,0	45,5	27,3	14,8	94	10.800	121.299,3
Goiânia Shopping[13]	GO	6.213,0	38,7	19,2	16,8	113	7.300	137.234,5
Shopping Independência[9]	MG	-	8,0	23,1	23,1	182	-	-
Araguaia Shopping[10][11]	GO	3.586	50,0[10]	19,9	19,9	103	15.600	93.393,3
Pantanal Shopping[7] [10]	MT	12.310	10,0	39,2	39,2	241	9.000	171.400,0
Total		**199.173,0**		**505,0**	**396,9**	**2.199**	**132.700**	**3.109.951,4**

Notas:

(1) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde à receita bruta de cada um dos *Shopping Centers*, sem os efeitos de impostos e demais deduções de vendas, deduzido dos custos operacionais, que incluem depreciação e amortização. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*. Deste modo, os valores apresentados acima não refletem os valores incluídos em nossas receitas de aluguéis e serviços.

(2) Considera nossa participação na data deste Prospecto.

(3) No NorteShopping, já considerada recente expansão completada em janeiro de 2007.

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

(5) A administração do Shopping Recife é feita por meio da ASCR, sociedade em que detemos participação de 32,5%.

(6) No NorteShopping, já considerada recente expansão completada em janeiro de 2007.

(7) Administrado por terceiros. Prestamos serviços de comercialização.

(8) Participação adquirida a partir de fevereiro de 2007. Inclui área do Estação Convention Center, uma âncora com 25 mil m² de ABL.

(9) *Shopping Center* em construção com inauguração prevista para outubro de 2007.

(10) Participação adquirida em fevereiro de 2007.

(11) Participação por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido desse *Shopping Center* e o direito de indicar seus administradores.

(12) O resultado operacional destes *Shopping Centers* incluem os efeitos de consolidação reconhecidos pela Companhia, principalmente pela eliminação dos valores referentes à taxa de administração paga pelos shoppings para outras empresas do grupo. Tais valores representam uma diferença de aproximadamente R$ 9,1 milhões em relação ao resultado operacional não consolidado gerado por cada *Shopping Center*.

(13) Participação alcançada em janeiro 2007.

Nossa receita bruta *pro-forma* ajustada provém de nossas 4 atividades principais, que no ano de 2006 foram distribuídas da seguinte forma: (i) 85,9% decorrentes de propriedade de *Shopping Centers*, através da locação de lojas, espaços no Mall e Merchandising e da exploração de estacionamento; (ii) 8,6% decorrentes de prestação de serviços de administração e consultoria para Shopping Centers; (iii) 4,7% decorrentes de prestação de serviços de comercialização de lojas e espaços de Mall e Merchandising; e (iv) 0,8% decorrente de outros serviços.

A seguir apresentamos relação dos *Shopping Centers* para os quais prestamos serviços de administração, consultoria, comercialização e/ou gerenciamento de marketing e seus principais dados operacionais:

Portfólio Clientes *Shopping Centers*	Estado	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de 2006		
		ABL (m²)	Nº Lojas (em unidades)	Visitantes/ Ano
		(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)		
***Shopping Centers* em que Detemos Participação**				
NorteShoppping [(1)]	RJ	77,1	327	28.800
Shopping Recife [(2)]	PE	61,2	415	24.000
Shopping Estação[(3)]	PR	52,0	159	5.400
Shopping Del Rey	MG	37,4	183	14.400
Shopping Campo Grande	MS	28,2	161	9.000
Shopping Villa-Lobos [(4)]	SP	27,3	221	8.400
Shopping Independência[(5)]	MG	23,0	182	-
Araguaia Shopping[(6)] [(7)]	GO	19,9	103	15.600
Goiânia Shopping	GO	16,8	113	7.300
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	14,8	94	10.800
***Shopping Centers* de Terceiros**				
São Gonçalo Shopping	RJ	46,5	176	11.400
Shopping Vitória	ES	37,0	254	10.800
West Shopping Rio	RJ	30,9	162	12.000
Top Shopping	RJ	18,1	136	9.600
Iguatemi Campina Grande	PB	15,9	95	4.800
Center Shopping Rio	RJ	12,7	113	5.400
Crystal Plaza	PR	11,9	129	6.000
Shopping *Center* 3	SP	10,4	86	10.200
Liberty Mall	DF	5,4	61	3.000
I-Fashion	RJ	2,5	36	600
Shopping Midway Mall[(8)]	RN	46,4	205	11.400
Shopping ABC Santo André[(8)]	SP	49,6	253	12.000
Shopping Tamboré [(8)]	SP	55,4	159	12.000
Maxi Shopping Jundiaí[(8)]	SP	35,2	190	8.400
Amazonas Shopping[(8)]	AM	42,1	202	15.600
Shopping Butantã[(8)]	SP	14,5	159	12.000
Shopping Piracicaba[(8)]	SP	26,4	116	7.200
Fantasy Shopping [(8)] [(9)]	SP	15,2	34	6.000
Shopping Aldeota[(8)]	CE	11,6	140	4.300
Jaraguá Araraquara[(8)]	SP	8,8	57	2.400
Shopping Jaraguá Indaiatuba[(8)]	SP	6,2	30	1.900
Jaraguá Brasil [(8)]	SP	7,0	80	1.100
Shopping Jaraguá Conceição[(8)]	SP	1,7	33	1.000
Centros Comerciais[(10)]				
Shopping Città América	RJ	27,7	592	2.400
Shopping Itaipu MultiCenter	RJ	23,6	322	2.800
Centros Empresariais				
Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen	RJ	48,6	26	-
Città Office	RJ	39,8	-	-
Total		**1.008,8**	**5.804**	**298.000**

Nota:

(1) No NorteShopping, já considerada a recente expansão.

(2) A administração do Shopping Recife é feita por meio da ASCR, sociedade em que detemos participação.

(3) Participação adquirida a partir de fevereiro de 2007. Inclui área do Estação Convention Center, uma âncora com 25 mil m² de ABL.

(4) Administrado por terceiros. Prestamos serviços de comercialização.

(5) Shopping em construção com inauguração prevista para outubro de 2007.

(6) Participação adquirida em fevereiro de 2007.

(7) Participação por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos assegura, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido desse *Shopping Center* e o direito de indicar seus administradores.

(8) Prestamos serviços para estes *Shopping Centers* a partir de março de 2007, após aquisição de participação na DEICO.

(9) *Shopping Center* em construção com inauguração prevista para abril de 2007.

(10) Também administramos as áreas de lojas localizadas nas zonas contíguas a determinadas lojas dos supermercados Sendas e Pão de Açúcar.

Em linha com nossa estratégia de negócios, desde outubro de 2006, concluímos aquisições de participações em 5 *Shopping Centers*, adicionando, aproximadamente, 83,6 mil m² de ABL próprio à nossa carteira, com o investimento total de R$192,4 milhões: (i) 30,0% do Shopping Del Rey em 2 de outubro de 2006; (ii) 38,7% do Goiânia Shopping em 2 de janeiro de 2007; (iii) 100,0% do Shopping Estação em 5 de fevereiro de 2007; (iv) 10,0% do Pantanal Shopping em 27 de fevereiro de 2007; e (v) debêntures conversíveis com participação nos lucros da sociedade responsável pela exploração do Araguaia Shopping, em 27 de fevereiro 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. Além disso, adquirimos, em 13 de março de 2007, participação de 99,99% na DEICO, sociedade responsável pela administração, comercialização e/ou planejamento de 13 *Shopping Centers*.

Acreditamos ter uma sólida posição financeira, tendo apresentado crescimento consistente de nossas receitas líquidas, EBITDA e Lucro Líquido desde 2004, conforme pode-se verificar no quadro abaixo, o qual apresenta algumas de nossas informações financeiras e operacionais consolidadas para os períodos indicados:

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de			
	(*Pro-Forma*)[1]			***Pro-Forma* Ajustado[1]**
	2004	**2005**	**2006**	**2006**
	(em R$ milhões, exceto se de outra forma indicado)			
Receita Líquida	65,6	73,4	85,9	95,2
EBITDA[2]	33,9	41,8	53,7	61,4
Margem de EBITDA[3]	51,8%	57,0%	62,5%	64,5%
Lucro Líquido	12,9	21,3	30,3	32,4
Margem Liquida	19,7%	29,0%	35,3%	34,0%
ABL *Shopping Centers* (mil m^2)[4][5]	203,2	208,6	235,8	235,8
ABL Companhia (mil m^2)[5]	85,3	86,9	101,4	101,4

[1] Para maiores informações acerca das demonstrações financeiras *pro-forma* e *pro-forma* ajustada ver a seção "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais" deste Prospecto.
[2] Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, veja a seção "Definições".
[3] Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.
[4] Reflete a ABL total de cada *Shopping Center* no qual detemos participação (e, conseqüentemente, não reflete a nossa participação em cada *Shopping Center*).
[5] Valores ABL *Shopping Centers* e ABL Companhia não incluem expansão do NorteShopping (janeiro de 2006), Shopping Goiânia (janeiro de 2007) e Shopping Estação (fevereiro de 2007).

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 maior *Shopping Center* da região Nordeste (Shopping Recife) e o maior *Shopping Center* brasileiro destinado ao público de Classe B e C (NorteShopping). A ABC dos nossos *Shopping Centers* está distribuída nas diversas regiões do País da seguinte forma: 41,1% no Sudeste, 26,8% no Centro-Oeste, 16,4 % no Nordeste e 15,7% no Sul. Nossa carteira inclui desde *Shopping Centers* destinados ao público de Classe C, como NorteShopping, até *Shopping Centers* destinados ao público de Classe A, como Shopping Villa-Lobos. Acreditamos que a nossa presença nas principais 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 uma região ou de uma classe de renda específica; (ii) representam uma proteção contra flutuações das economias regionais ou setoriais; e (iii) representarão uma importante vantagem competitiva na implementação na 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 que privilegiam meritocracia e 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 as empresas 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., em que é sócia do Grupo GP desde 2005, 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, a qual será o nosso foco permanente, 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, mesmo que não tenhamos imediatamente a administração do *Shopping Center*; e (iii) acesso privilegiado a oportunidades geradas pela extensa rede de contatos dos nossos acionistas, além da base de clientes das nossas subsidiárias EGEC, DACOM e DEICO. Desde outubro de 2006, concluímos aquisições de participações em 5 *Shopping Centers*, sendo que em 1 deles nossa participação é por meio de debêntures conversíveis, com participação nos lucros, adicionando a nossa carteira, aproximadamente, 83,6 mil m² de ABL (o que representa um crescimento de 67,7%).

- ***Reconhecida, bem sucedida e crescente atividade de prestação de serviços.*** Nossa atividade de prestação de serviços de administração, consultoria e comercialização de *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais, representaram cerca de 13,3% de nossa receita bruta *pro-forma* ajustada em 2006. Ao longo de 9 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 criada, inclusive nos empreendimentos em que não detemos participação. Acreditamos que a proximidade com os proprietários dos *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais 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 37 *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais, incluindo as redes de supermercados. Acreditamos que a nossa atividade de prestação de serviços poderá crescer ainda mais tendo em vista o processo de profissionalização pelo qual passa a indústria de *Shopping Centers* no Brasil.

- ***Potencial de crescimento com elevadas margens e forte geração de caixa.*** Apresentamos, nos últimos 3 anos, crescimento elevado e consistente da nossa receita líquida, com crescimento composto de 14,4% ao ano no período entre 2004 e 2006, e com margens que acreditamos ser elevadas (margem de EBITDA de 51,8% em 2004, 57,0% em 2005 e 62,5% em 2006), resultando em uma forte geração de caixa operacional. Além disso, nosso lucro líquido composto cresceu à taxa média de 53,1% ao ano no período entre 2004 e 2006. Contribui também para nosso bom desempenho financeiro o excelente padrão operacional dos Shopping Centers de nossa carteira que, em 2006, apresentaram margem operacional líquida média de 86,7%.

- ***Forte relacionamento com lojistas.*** A extensa base de clientes dos *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais para os quais prestamos serviços nos coloca em posição de destaque no setor, já que estabelecemos um relacionamento muito próximo 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, Pão de Açúcar e Hard Rock Café. Além disso, nossa grande capacidade em identificar as lojas Âncoras que melhor se

adequam a cada novo projeto de *Shopping Center*, desde a fase de concepção do projeto, a fim de atraí-las para o empreendimento, colabora com o fortalecimento do nosso relacionamento com os lojistas. A atração das melhores lojas Âncoras é fator importante para o sucesso e atratividade de um *Shopping Center*, especialmente no início de sua operação, por meio de intensas campanhas de *marketing*, que ajudam no posicionamento do *Shopping Center* em sua região.

Nossa 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 concentrar todos os esforços da nossa equipe para a implantação da nossa estratégia de crescimento. Possuímos uma diretoria exclusivamente dedicada à prospecção, análise e execução de aquisições de *Shopping Centers*, com foco em: (i) participações adicionais em *Shopping Centers* da nossa carteira; (ii) participação em *Shopping Centers* que administramos 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.

- ***Expansão de Shopping Centers existentes e desenvolvimento de novos Shopping Centers.*** Pretendemos aproveitar as possíveis oportunidades para expansão dos *Shopping Centers* nos quais já detemos participação, obtendo: (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, realizamos recentemente uma expansão no NorteShopping, de 33 mil m², passando o NorteShopping a disputar a posição de maior *Shopping Center* do Rio de Janeiro, e pretendemos, em 2007, iniciar a expansão do Goiânia Shopping e do Shopping Iguatemi Caxias do Sul. Ainda, acreditamos que o mercado brasileiro de *Shopping Centers* possui grande potencial para desenvolvimento de projetos de médio porte, visando atender a cidades com população entre 100 mil habitantes com ABL per capita de 74,1. Nossos esforços estarão voltados para o desenvolvimento de projetos inovadores que possam viabilizar a concepção comercial e a construção de *Shopping Centers* de médio porte, a custos compatíveis com o retorno potencial em municípios de menor concentração populacional. Pretendemos, para tanto, utilizar nossa experiência na administração de *Shopping Centers,* especialmente nas classes B e C, aproveitando o maior potencial de crescimento desse segmento de renda no Brasil.

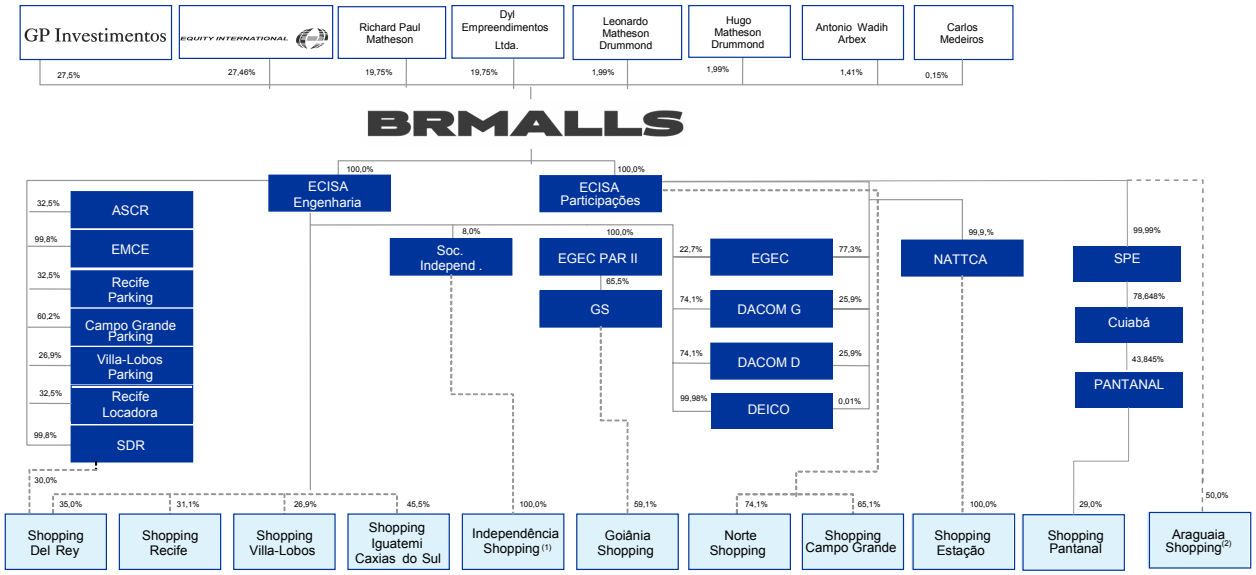
- ***Expansão das atividades de prestação de serviços.*** Nossa atividade de prestação de serviços de administração, consultoria e comercialização deverá beneficiar-se do acelerado crescimento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil. Além disso, o aumento do profissionalismo na gestão das propriedades imobiliárias deverá ampliar o mercado de prestação de serviços. Nossos esforços estarão voltados para a ampliação da nossa atividade de prestação de serviços, através da ampliação da nossa base de clientes, bem como através da aquisição de outras companhias que prestam serviços de administração, consultoria e comercialização de *Shopping Centers*.

- ***Implementação de padrões de excelência em gestão.*** Seguindo a mesma estratégia adotada por nossos acionistas nas companhias em que investem, pretendemos implementar padrões de excelência na nossa gestão operacional, financeira e de pessoas, através da adoção de práticas como orçamento base-zero, remuneração variável com base em metas previamente definidas e acompanhamento sistemático dos nossos indicadores de desempenho. Dedicaremos especial atenção à atração, à

retenção e ao incentivo dos nossos funcionários, buscando alinhar os seus interesses aos interesses dos nossos acionistas, inclusive por meio de programa de opção de ações.

Organograma Societário

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



(1) Em construção.
(2) Participação por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos assegura, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido deste Shopping Center e o direito de indicar seus administradores.

Para maiores informações sobre composição acionária de nossos Acionistas Relevantes vide seção "Principais Acionistas" deste Prospecto.

Eventos Societários Recentes e Composição Acionária

Em novembro de 2006, o Grupo GP, reconhecido grupo de sucesso em investimentos em *private equity***,** e a Equity International, liderada por Samuel Zell, um dos maiores investidores do mercado imobiliário mundial, passaram a deter, por meio da BR Malls, participação na ECISA. Em dezembro de 2006, a ECISA tornou-se subsidiária integral da BR Malls e os antigos acionistas da ECISA passaram a deter participação direta na BR Malls. Além do Grupo GP e da Equity International, também detêm participação em nosso capital social o Sr. Richard Paul Matheson, um dos sócios fundadores da ECISA, com ampla expertise e experiência em nosso setor de atuação, e a Sra. Adayl de Barros Stewart, viúva do Sr. Donald Stewart, também fundador da ECISA. Para maiores informações sobre a nossa recente reorganização societária e nossa composição societária, vide as seções "Atividades – Eventos Societários Recentes" e "Principais Acionistas" deste Prospecto.

Nossa sede está localizada na Praia de Botafogo nº 501, sala 702 (parte), Torre Corcovado, CEP 22250-040, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, Brasil e o telefone do nosso Departamento de Relações com Investidores é (55 21) 2546-0100 e 2546-0101 e o endereço de correio eletrônico é ri@brmalls.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", "Informações Financeiras Selecionadas" e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais".

Nosso balanço patrimonial e nossas demonstrações de resultado relativos aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 foram extraídos das nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* auditadas para esses exercícios. Nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* anexas a este Prospecto foram auditadas pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, conforme indicado no respectivo parecer anexo a este Prospecto. As demonstrações financeiras estão sendo apresentadas como se a Companhia existisse desde 31 de dezembro de 2003 e detivesse as seguintes participações:

- 100,0% da ECISA Engenharia e da ECISA Participações;
- 99,8% da SDR e da EMCE;
- 60,2% da Campo Grande Parking;
- 32,5% da ASCR e da Recife Parking; e
- 26,9% da Villa-Lobos Parking.

Para maiores informações sobre os critérios utilizados para a elaboração de nossas demonstrações financeiras *pro-forma*, vide nota 1(b) de nossas demonstrações financeiras *pro-forma* e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais - Apresentação das Demonstrações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* e Consolidadas *Pro-Forma* Ajustada". Nossas demonstrações financeiras *pro-forma* têm como objetivo refletir as operações da Companhia, baseando-se na apresentação histórica da atual estrutura societária apresentada, 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 de aquisição da participação em tais sociedades. Para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004 e 2005 e até outubro de 2006, a BR Malls não possuía atividade operacional ou participações em outras empresas. Desta forma, as demonstrações financeiras históricas não são utilizadas neste Prospecto, inclusive no que se refere ao "Sumário da Companhia", "Sumário da Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras Selecionadas" e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais". Para tais seções, utilizamos as demonstrações financeiras *pro-forma*, e quando aplicável, as Informações Financeiras *Pro-Forma* Ajustadas, conforme descrito abaixo.

Nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 foram preparadas de acordo com o BR GAAP, que difere em aspectos relevantes do US GAAP.

Nossas informações financeiras consolidadas *pro-forma* devem ser lidas em conjunto com as nossas demonstrações e demais informações financeiras 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 Selecionadas" e "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais".

Informações Financeiras Consolidadas Pro-Forma Ajustadas

As Informações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* Ajustadas incluem ajustes às nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* para apresentar os efeitos das aquisições de EGEC e DACOM ocorridas em 10 de outubro de 2006 como se tivessem ocorrido em 1° de janeiro de 2006. Os ajustes *pro-forma* e critérios e premissas utilizados para determinar os mesmos estão descritos na seção "Informações Financeiras Selecionadas" deste Prospecto.

Informações **sobre o Resultado Consolidado (*Pro-Forma*)**	**Exercícios Sociais Encerrados em 31 de Dezembro de**							
	2004	**AV (%)**	**2005**	**AV (%)**	**2006**	**AV (%)**	**Variação 2004/2005 (%)**	**Variação 2005/2006 (%)**
	(valores em milhares de reais)							
Receita de aluguél e serviços	**71.796**	**109,3%**	**82.172**	**111,9%**	**93.449**	**108,7%**	**14,5%**	**13,7%**
Impostos, contribuições e outros	(6.112)	(9,3)%	(8.759)	(11,9)%	(7.498)	(8,7)%	43,3%	(14,4)%
Receita líquida de aluguel e serviços	**65.684**	**100,0%**	**73.413**	**100,0%**	**85.951**	**100,0%**	**11,8%**	**17,1%**
Custo dos aluguéis e serviços	(24.910)	(37,9)%	(25.756)	(35,1)%	(19.609)	(22,8)%	3,4%	(23,9)%
Lucro bruto	**40.774**	**62,1%**	**47.657**	**64,9%**	**66.342**	**77,2%**	**16,9%**	**39,2%**
Receitas (Despesas) operacionais								
Despesas comerciais	(5.175)	(7,9)%	(2.427)	(3,3)%	(1.849)	(2,2)%	(53,1)%	(23,8)%
Despesas administrativas	(5.605)	(8,5)%	(7.464)	(10,2)%	(10.576)	(12,3%	33,2%	41,7%
Honorários da diretoria e conselho de administração	(447)	(0,7)%	(514)	(0,7)%	(566)	(0,7)%	15,0%	10,1%
Depreciações e amortizações	(277)	(0,4)%	(430)	(0,6)%	(3.878)	(4,5)%	55,2%	801,9%
Despesas legais e tributárias	(3.490)	(5,3)%	(2.152)	(2,9)%	(6.101)	(7,1)%	(38,3)%	185,3%
	(14.994)	(22,8)%	(12.987)	(17,7)%	(22.970)	(26,7)%	(13,4)%	76,9%
Resultado Financeiro Líquido	**(5.919)**	**(9,0)%**	**(3.794)**	**(5,2)%**	**(2.061)**	**(2,4)%**	**(35,9)%**	**(45,7)%**
Lucro operacional	**19.861**	**30,2%**	**30.876**	**42,1%**	**41.311**	**48,1%**	**55,5%**	**33,8%**
Resultado não operacional, líquido	1.124	1,7%	(125)	(0,2)%	(652)	(0,8)%	(111,1)%	421,6%
Lucro antes da tributação e das participações	**20.985**	**31,9%**	**30.751**	**41,9%**	**40.659**	**47,3%**	**46,5%**	**32,2%**
IR e CSLL	(7.317)	(11,1)%	(8.597)	(11,7)%	(9.525)	(11,1)%	17,5%	10,8%
Lucro antes das participações	**13.668**	**20,8%**	**22.154**	**30,2%**	**31.134**	**36,2%**	**62,1%**	**40,5%**
Participação nos lucros – empregados	(121)	(0,2)%	(127)	(0,2)%	-	-	5,0%	-
Participação dos minoritários	(606)	(0,9)%	(703)	(1,0)%	(786)	(0,9)%	16,0%	11,8%
Lucro líquido do exercício	**12.941**	**19,7%**	**21.324**	**29,0%**	**30.348**	**35,3%**	**64,8%**	**42,3%**

Informações sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados (*Pro-Forma*)

	Em 31 de Dezembro de							
	2004	**AV (%)**	**2005**	**AV (%)**	**2006**	**AV (%)**	**Variação 2004/2005 (%)**	**Variação 2005/2006 (%)**
	(valores em milhares de reais)							
Ativo								
Circulante								
Disponibilidades	3.446	3	3.458	3	6.576	1	0	90
Aplicações financeiras	10.070	8	15.677	12	105.640	16	56	574
Contas a receber	12.692	10	13.698	11	17.532	3	8	28
Impostos a recuperar	7.895	6	712	1	3.761	1	(91)	428
Imposto de renda e contribuição social diferidos	4.924	4	7.444	6	9.430	1	51	27
Adiantamentos a condomínio	1.607	1	2.081	2	2.977	0	29	43
Outros valores a receber	613	0	256	0	4.044	1	-58	1.480
Total do circulante	**41.247**	**33**	**43.326**	**33**	**149.960**	**22**	**5**	**246**
Realizável a longo prazo								
Contas a receber	759	1	865	1	2.130	0	14	146
Depósitos e cauções	7	0	187	0	1.353	0	2571	624
Créditos fiscais	-	-	-	-	35.072	5	-	-
Outros valores a receber	335	0	5	0	2.008	0	(99)	40.060
Total do realizável a longo prazo	**1.101**	**1**	**1.057**	**1**	**40.563**	**6**	**(4)**	3.738
Permanente								
Investimentos								
Ágio	-	-	-	-	321.878	47	-	-
Outros investimentos	9	0	9	0	2.341	0	0	25.911
Imobilizado	83.370	66	85.104	65	166.036	24	2	95
Diferido	1.170	1	833	1	472	0	-29	-43
Total do permanente	**84.549**	**67**	**85.946**	**66**	**490.727**	**72**	**2**	**471**
Total do ativo	**126.897**	**100**	**130.329**	**100**	**681.250**	**100**	**3**	**423**
Passivo								
Circulante								
Empréstimos e financiamentos	6.333	5	11.235	9	25.188	4	77	124
Fornecedores	321	0	510	0	2.699	0	59	429
Impostos e contribuições a recolher	24.473	19	28.213	22	45.722	7	15	62
Impostos e contribuições, parcelamentos	0	0	3.427	3	861	0		(75)
Salários e encargos sociais	97	0	258	0	302	0	166	17
Dividendos a pagar	3.493	3	5.202	4	842	0	49	(84)
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	0	0	-	0	8.216	1	-	-
Outros valores a pagar	866	1	1.670	1	2.605	0	93	56
Total do circulante	**35.583**	**28**	**50.515**	**39**	**86.435**	**13**	**42**	**71**
Exigível a longo prazo								
Empréstimos e financiamentos	42.550	34	26.643	20	39.342	6	(37)	48
Impostos e contribuições, parcelamentos	-	-	-	-	2.153	-	-	-
Retenções processuais	-	-	-	-	1.673	-	-	-
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	-	-	-	-	21.716	3	-	-
Provisão para contingências	5.532	4	6.244	5	7.676	1	13	23
Outros valores a pagar	4.211	3	4.449	3	4.471	1	6	0
Total do exigível a longo prazo	**52.293**	**41**	**37.336**	**29**	**77.031**	**11**	**(29)**	**106**
Participação dos minoritários	**119**	**0**	**19**	**0**	**406**	**0**	**(84)**	**2.037**
Patrimônio líquido								
Capital social	1	0	26	0	516.918	76	2500	1.988.046
Reserva de capital	-	-	-	-	126	-	-	-
Prejuízos acumulados	-	-	-	-	334	-	-	-
Total do patrimônio líquido	**1**	**0**	**26**	**0**	**517.378**	**76**	**2500**	**1.989.815**
Acervo líquido de sociedades a serem incorporadas	**38.901**	**31**	**42.433**	**33**	**0**	**0**	**9**	**(100)**
Total do passivo	**126.897**	**100**	**130.329**	**100**	**681.250**	**100**	**3**	**423**

Conciliação do EBITDA com o Lucro operacional

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de		
	2004	**2005**	**2006**
		(Pro-Forma)	
		(valores em milhares de reais)	
Lucro Operacional	**19.861**	**30.876**	**41.311**
(+) Depreciação e Amortização	8.218	7.208	10.379
(+) Resultado Financeiro Líquido	5.919	3.794	2.061
EBITDA[(1)]	**33.998**	**41.878**	**53.751**

[(1)]Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, veja a seção "Definições".

Outros Dados Financeiros

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de (*Pro-Forma*)			Exercício Social Encerrado em 31 Dezembro de (*Pro-Forma Ajustado*)
	2004	**2005**	**2006**	**2006**
		(em R$ milhões, exceto se de outra forma indicado)		
Receita Líquida de Aluguéis e Serviços	65.684	73.413	85.951	95.282
EBITDA[(1)]	33.998	41.878	53.751	61.479
Margem de EBITDA[(2)]	51,8%	57,0%	62,5%	64,5%
Lucro Líquido do Exercício	12.941	21.324	30.348	32.459

[(1)]Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, veja a seção "Definições".
[(2)] Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

SUMÁRIO DA OFERTA

Companhia	BR Malls Participações S.A.
Ações	40.351.923 ações ordinárias de nossa emissão, todas nominativas, escriturais, sem valor nominal, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus ou gravames, objeto da Oferta.
Ações da Oferta Brasileira	39.637.323 Ações ofertadas no Brasil, com esforços de colocação no exterior, no âmbito da Oferta Brasileira. A quantidade de Ações da Oferta Brasileira foi determinada pelos Coordenadores da Oferta Brasileira e pelos Coordenadores da Oferta Internacional, de acordo com o resultado do Procedimento de *Bookbuilding*.
Ações da Oferta Internacional	714.600 Ações a serem ofertadas no exterior, sob a forma de GDSs, representados por GDRs, cada GDS representando duas Ações, no âmbito da Oferta Internacional. A quantidade de Ações da Oferta Internacional foi determinada pelos Coordenadores da Oferta Brasileira e pelos Coordenadores da Oferta Internacional, de acordo com o resultado do Procedimento de *Bookbuilding.*
Oferta Global ou Oferta	A Oferta Brasileira e a Oferta Internacional, conjuntamente. Exceto pelo registro da Oferta Global perante a CVM, não será realizado nenhum registro da Oferta Global, da Oferta Brasileira, da Oferta Internacional, das Ações ou dos GDRs perante a SEC ou qualquer agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país.
Oferta Brasileira	Oferta pública de distribuição primária das Ações da Oferta Brasileira, a ser realizada no Brasil, 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 para Investidores Institucionais Estrangeiros, em operações isentas de registro em conformidade com o *Securities Act*.
Oferta Internacional	Oferta pública de distribuição primária das Ações da Oferta Internacional, a ser realizada exclusivamente no exterior, sob a coordenação dos Coordenadores da Oferta Internacional, para Investidores Institucionais Estrangeiros, em operações isentas de registro em conformidade com o *Securities Act*.
Opção de Lote Suplementar	A quantidade total de Ações poderá ser acrescida das Ações do Lote Suplementar, equivalentes a até 15% das ações inicialmente ofertadas, por meio do exercício da Opção de Lote Suplementar.
Preço por Ação	R$ 15,00.
Valor Total da Oferta Global	R$ 605.278.845,00.

Coordenador Líder	UBS Pactual.
Coordenadores da Oferta Brasileira	Coordenador Líder e Itaú BBA.
Coordenadores da Oferta Internacional	UBS Securities LLC e Itaú Securities, Inc.
Coordenadores Contratados	Citigroup e HSBC.
Instituições Participantes da Oferta Brasileira	Os Coordenadores da Oferta Brasileira, os Coordenadores Contratados e as Corretoras Consorciadas, considerados conjuntamente.
Garantia Firme de Liquidação	As Ações da Oferta Brasileira serão colocadas no Brasil pelos Coordenadores da Oferta Brasileira, em regime de garantia firme de liquidação individual e não solidária. A garantia firme de liquidação consiste na obrigação de cada um dos Coordenadores da Oferta Brasileira, individualmente e sem solidariedade entre eles, de subscrever, até o 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 saldo resultante da diferença entre (i) a quantidade de Ações da Oferta Brasileira objeto da garantia firme de liquidação indicada no Contrato de Distribuição (exceto as Ações do Lote Suplementar); e (ii) a quantidade de Ações da Oferta Brasileira efetivamente liquidada pelos investidores que as subscreveram, observadas as disposições do Contrato de Distribuição. Tal garantia tornou-se vinculante a partir do momento em que foi concluído o Procedimento de *Bookbuilding* e celebrado o Contrato de Distribuição. No âmbito da Oferta Internacional, observadas as disposições do Contrato de Colocação Internacional, os Coordenadores da Oferta Internacional prestarão garantia firme individual e não solidária de subscrição da totalidade das Ações da Oferta Internacional.
Fatores de Risco	Para uma descrição dos fatores que devem ser considerados antes da decisão de investimento nas Ações e nos GDSs, ver a seção “Fatores de Risco”, além de outras informações incluídas neste Prospecto.
Destinação dos Recursos	Os recursos líquidos provenientes da Oferta Global serão de R$ 580.260.652,74, após a dedução de comissões e despesas. Pretendemos empregar os recursos líquidos da Oferta Global para implementar nossas estratégias de negócios, na seguinte proporção: (i) 20% na concepção, incorporação e administração de novos shoppings centers; (ii) 10% na aquisição de maior participação nos nossos *Shopping Centers*; (iii) 60% na aquisição de participação em *Shopping Centers* de terceiros e empresas que atuem no mesmo setor; e (iv) 10% expansão das operações de nossos *Shopping Centers*.

Direitos das Ações	As Ações garantem aos seus titulares todos os direitos e benefícios assegurados às ações de nossa emissão, inclusive quanto ao recebimento integral de dividendos e demais proventos de qualquer natureza que vierem a ser declarados a partir da data de sua liquidação.
Direito de Venda Conjunta *(Tag Along)*	Em caso de alienação do nosso controle direto ou indireto, os nossos acionistas têm o direito de ser incluídos em oferta pública de aquisição de ações, que deverá ser efetivada pelo adquirente do controle, devendo o preço da referida oferta, por ação não representativa do bloco de controle, ser equivalente a 100% do preço pago por ação representativa do bloco de controle em garantia de extensão das mesmas condições atribuídas ao acionista alienante.
Restrições a Vendas de Ações *(Lock-up)*	Durante o prazo de 180 dias a contar da data da publicação do Anúncio de Início, nós, os Acionistas Relevantes e os nossos administradores, salvo na hipótese de prévio consentimento por escrito dos Coordenadores da Oferta Brasileira e dos Coordenadores da Oferta Internacional, e sujeito a determinadas exceções, nos obrigamos a não emitir ou por qualquer forma alienar ações de nossa emissão. Informações adicionais sobre o *lock-up* poderão ser encontradas na seção "Informações sobre a Oferta" deste Prospecto. Adicionalmente, nos termos do Regulamento do Novo Mercado, nos 6 meses subseqüentes à primeira distribuição pública de ações da Companhia após a assinatura do Contrato de Participação no Novo Mercado, os Acionistas Relevantes e os Administradores não poderão vender e/ou ofertar à venda quaisquer das ações e derivativos destas de que eram titulares imediatamente após a efetivação da distribuição anteriormente mencionada. Após esse período inicial de 6 meses, os Acionistas Relevantes e os Administradores não poderão, por mais de 6 meses, vender e/ou ofertar à venda mais do que 40% das ações e derivativos destas de que eram titulares imediatamente após efetivação da distribuição anteriormente mencionada.
Público Alvo da Oferta Brasileira	Investidores Não Institucionais, Investidores Institucionais Locais e Investidores Institucionais Estrangeiros, sendo que os Investidores Institucionais Estrangeiros somente poderão subscrever as Ações da Oferta Brasileira por meio dos mecanismos de investimento regulamentados pelo CMN, pelo Banco Central e pela CVM.
Público Alvo da Oferta Internacional	Investidores Institucionais Estrangeiros.
Inadequação da Oferta a Certos Investidores	Não há inadequação específica da Oferta a certo grupo ou categoria de investidor. Como todo e qualquer investimento em ações, a subscrição das Ações apresenta certos riscos e possibilidades de perdas patrimoniais que devem ser cuidadosamente considerados antes da tomada de decisão de investimento. Para mais informações, os investidores devem ler as seções "Descrição do Capital Social" e "Fatores de Risco" deste Prospecto.

Período de Reserva	Foi concedido aos Investidores Não Institucionais o prazo entre 23 de março de 2007 e 30 de março de 2007, inclusive, para a realização dos respectivos Pedidos de Reserva.
Período de Desistência do Pedido de Reserva	Foi concedido aos Investidores Não Institucionais que tiverem realizado Pedidos de Reserva, prazo para desistência de seu respectivo Pedido de Reserva, até 16:00 horas do dia 10 de abril de 2007.
Data de Liquidação	A liquidação física e financeira das Ações (excluídas as Ações do Lote Suplementar) ocorrerá no último dia útil do Período de Colocação.
Data de Liquidação das Ações do Lote Suplementar	A liquidação física e financeira das Ações do Lote Suplementar ocorrerá no terceiro dia útil subseqüente à respectiva data de exercício da Opção de Lote Suplementar.
Aprovações Societárias	A Oferta Global, mediante a emissão das Ações, com a possibilidade de emissão das Ações do Lote Suplementar, foi aprovada pela nossa Assembléia Geral Extraordinária realizada em 15 de março de 2007, cuja ata foi arquivada na JUCERJA em 30 de março 2007 e publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro e no jornal "Valor Econômico" em 3 de abril 2007. Nosso Conselho de Administração, em reunião realizada em 15 de março de 2007, cuja ata foi arquivada na JUCERJA em 30 de março 2007 e publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro e no jornal "Valor Econômico" em 3 de abril 2007, aprovou o aumento de nosso capital social, dentro do limite do capital autorizado previsto em nosso Estatuto Social, mediante a emissão das Ações, com exclusão do direito de preferência de nossos atuais acionistas, nos termos do artigo 172 da Lei das Sociedades por Ações, para colocação por meio da Oferta Global, e autorizou a nossa diretoria a praticar todos os atos e assinar todos os documentos necessários à realização dessas deliberações. Nosso Conselho de Administração da Companhia, em reunião realizada em 2 de abril de 2007, cuja ata será arquivada na JUCERJA e publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro e foi publicada no jornal "Valor Econômico" em 3 de abril 2007, fixou o Preço por Ação, calculado de acordo com o artigo 170, parágrafo primeiro, inciso III, da Lei das Sociedades por Ações e aferido com o resultado do Procedimento de *Bookbuilding*.
Listagem	No segundo dia útil subseqüente ao registro da Oferta Global e à publicação do Anúncio de Início, as Ações serão negociadas na BOVESPA sob o código "BRML3" e listadas no Novo Mercado. Buscando viabilizar a efetiva liquidação de eventuais operações realizadas na BOVESPA envolvendo as ações ordinárias de emissão da Companhia no primeiro dia de negociação das ações ordinárias de emissão da Companhia, a EI Brazil Investments, LLC disponibilizará 12.105.577 ações ordinárias de emissão da Companhia para empréstimo somente no dia 11 de abril de 2007, na modalidade de BTC Automático, em conformidade com o Regulamento de Operações e Procedimentos Operacionais da CBLC.

Informações Adicionais

Para uma descrição completa das condições aplicáveis à Oferta Global, ver "Informações Relativas à Oferta". A Oferta foi registrada na CVM sob o nº CVM/SRE/REM /2007/013, em 3 de abril de 2007. Mais informações sobre a Oferta Brasileira poderão ser obtidas com as Instituições Participantes da Oferta Brasileira nos endereços indicados na seção "Informações Relativas à Oferta".

CRONOGRAMA DAS ETAPAS DA OFERTA BRASILEIRA

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

N.º	Evento	Data de Realização/ Data Prevista
1.	Assembléia Geral Extraordinária e Reunião do Conselho de Administração da Companhia para aprovar o aumento de capital e a Oferta Global	15/03/2007
2.	Publicação do Aviso ao Mercado (sem logotipos das Corretoras Consorciadas) Disponibilização do Prospecto Preliminar da Oferta Brasileira Início das apresentações para potenciais investidores Início do Procedimento de *Bookbuilding*	16/03/2007
3.	Publicação do Aviso ao Mercado (com logotipos das Corretoras Consorciadas) Início do Período de Reserva	23/03/2007
4.	Encerramento do Período de Reserva	30/03/2007
5.	Encerramento das apresentações para potenciais investidores Encerramento do Procedimento de *Bookbuilding* Fixação do Preço por Ação Reunião do Conselho de Administração da Companhia para fixar 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	02/04/2007
6.	Registro da Oferta Global Publicação do Anúncio de Início Disponibilização do Prospecto Definitivo da Oferta Brasileira Início do Período de Desistência do Pedido de Reserva	03/04/2007
7.	Início da negociação das ações ordinárias de emissão da Companhia na Bovespa	05/04/2007
8.	Término do Período de Desistência do Pedido de Reserva	10/04/2007
9.	Data de Liquidação	11/04/2007
10.	Encerramento do prazo para exercício da Opção de Lote Suplementar	04/05/2007
11.	Data de Liquidação das Ações do Lote Suplementar	09/05/2007
12.	Publicação do Anúncio de Encerramento	11/05/2007(*)

(*) Essa data é meramente indicativa e está sujeita a alterações, atrasos e antecipações sem aviso prévio, a critério da Companhia e dos Coordenadores da Oferta Brasileira em conjunto com os Coordenadores da Oferta Internacional.

INFORMAÇÕES RELATIVAS À OFERTA

Composição Atual do Capital Social

Na data deste Prospecto, o nosso capital social, totalmente subscrito e integralizado, é de R$517.723.531,23, representado por 100.158.228 ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal. Nosso capital autorizado é de 176.000.000 ações ordinárias, além das ações já emitidas, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal.

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

	Subscrito/Integralizado	
Espécie e classe	**Quantidade**	**Valor (R$)**
Ordinárias	100.158.228	517.723.531,23
Total	**100.158.228**	**517.723.531,23**

Após a conclusão da Oferta Global, a composição do nosso capital social será a seguinte, assumindo a colocação da totalidade das Ações pelo Preço por Ação e sem considerar o exercício da Opção de Lote Suplementar:

	Subscrito/Integralizado	
Espécie e classe	**Quantidade**	**Valor (R$)**
Ordinárias	140.510.151	1.123.002.376,23
Total	**140.510.151**	**1.123.002.376,23**

Após a conclusão da Oferta Global, a composição do nosso capital social será a seguinte, assumindo a colocação da totalidade das Ações pelo Preço por Ação e considerando o exercício da Opção de Lote Suplementar:

	Subscrito/Integralizado	
Espécie e classe	**Quantidade**	**Valor (R$)**
Ordinárias	146.562.939	1.213.794.196,23
Total	**146.562.939**	**1.213.794.196,23**

O quadro a seguir apresenta as ações detidas pelos acionistas que detêm mais de 5% das Ações de nossa emissão, assim como o percentual representativo dessas ações em relação ao nosso capital social, antes e após a realização da Oferta Global:

	Na Data deste Prospecto		Após a Oferta Global[(1)]	
Acionistas	**Ações**	**Capital Total (%)**	**Ações**	**Capital Total (%)**
EI Brazil Investments, LLC	27.500.000	27,5%	27.500.000	19,6%
Private Equity Partners A, LLC	25.913.390	25,9%	25.913.390	18,4%
Private Equity Partners B, LLC	1.586.610	1,6%	1.586.610	1,1%
Richard Paul Matheson	19.790.039	19,8%	19.790.039	14,1%
Dyl Empreendimentos e Participações S.A.	19.790.038	19,8%	19.790.038	14,1%
Outros[(2)]	5.578.151	5,6%	45.930.074	32,7%
Total	**100.158.228**	**100,0%**	**140.510.151**	**100,0%**

(1) Considerando a colocação da totalidade das Ações, excluindo as Ações do Lote Suplementar .
(2) Considerando as ações detidas pelos membros do Conselho de Administração e da Diretoria.

Descrição da Oferta Global

A Oferta Global compreende a distribuição pública primária das Ações da Oferta Brasileira e das Ações da Oferta Internacional. As Ações da Oferta Brasileira serão ofertadas no Brasil, 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, por meio dos Coordenadores da Oferta Internacional, para Investidores Institucionais Estrangeiros.

As Ações da Oferta Internacional serão distribuídas no âmbito da Oferta Internacional exclusivamente no exterior, por meio dos Coordenadores da Oferta Internacional, para Investidores Institucionais Estrangeiros de acordo com as disposições do Contrato de Colocação Internacional. Este Prospecto não é, nem deve ser considerado, uma oferta pública das Ações da Oferta Internacional no Brasil, e as Ações da Oferta Internacional não são, nem deverão ser consideradas, objeto de oferta ao público no Brasil.

Nos termos do artigo 24 da Instrução CVM 400, a quantidade total das Ações inicialmente ofertadas poderá ser acrescida das Ações do Lote Suplementar, as quais serão destinadas a atender a eventual excesso de demanda que venha a ser constatado no decorrer da Oferta Brasileira. A Opção de Lote Suplementar poderá ser exercida pelo Coordenador Líder, após consulta ao Itaú BBA, total ou parcialmente, em uma ou mais vezes, a partir da data de assinatura do Contrato de Distribuição e no prazo de até 30 dias contados, inclusive, do dia útil subseqüente à data de publicação do Anúncio de Início, de acordo com os procedimentos previstos no Contrato de Distribuição.

Nos termos do *Intersyndicate Agreement*, 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.

Exceto pelo registro da Oferta Global perante a CVM, não será realizado nenhum registro da Oferta Global, da Oferta Brasileira, da Oferta Internacional ou das Ações, dos GDRs ou dos GDSs perante a SEC nem perante qualquer agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país.

Preço por Ação

O Preço por Ação foi fixado após a conclusão do Procedimento de *Bookbuilding,* realizado com Investidores Institucionais, no Brasil, pelos Coordenadores da Oferta Brasileira, e no exterior, pelos Coordenadores da Oferta Internacional, conforme previsto no artigo 44 da Instrução CVM 400. Nos termos do artigo 170, parágrafo primeiro, 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 atuais acionistas e de que as Ações serão distribuídas por meio de oferta pública, em que o valor de mercado das Ações foi aferido com a realização do Procedimento de *Bookbuilding*, que reflete o valor pelo qual os Investidores Institucionais apresentaram suas ordens de subscrição no contexto da Oferta Global. Os Investidores Não Institucionais que aderiram à Oferta Brasileira não participaram do Procedimento de *Bookbuilding*, e, portanto, suas ordens de subscrição não foram utilizadas como referência na fixação do Preço por Ação.

	Preço (R$)	Comissões e Despesas (R$)	Recursos Líquidos para a Companhia[(1)] (R$)
Por Ação	15,00	0,62	14,38
Total	**605.278.845,00**	**25.018.192,26**	**580.260.652,74**

(1) Sem considerar o exercício da Opção de Lote Suplementar.

Quantidade, Valor, Espécie e Recursos Líquidos

Na hipótese de não haver exercício da Opção de Lote Suplementar ofertadas no âmbito da Oferta Global:

Oferta Global	Quantidade	Preço por Ação (R$)	Comissões e Despesas (R$)	Recursos Líquidos (R$)
Oferta Global	40.351.923	15,00	0,62	14,38
Total	**40.351.923**	**605.278.845,00**	**25.018.192**	**580.260.652,74**

Na hipótese de haver exercício da Opção de Lote Suplementar, e considerando a distribuição total das Ações inicialmente ofertadas no âmbito da Oferta Global:

Oferta Global	Quantidade	Preço por Ação (R$)	Comissões e Despesas (R$)	Recursos Líquidos (R$)
Oferta Global	46.404.711	15,00	0,62	14,38
Total	**46.404.711**	**696.070.665,00**	**28.770.920,82**	**667.299.744,18**

Custos de Distribuição

Os custos de distribuição da Oferta Global serão pagos por nós. Abaixo, segue descrição dos custos relativos à Oferta Global, sem considerar a Opção de Lote Suplementar:

Custos	Custo Total (R$)	Custo por Ação (R$)	% em Relação ao Valor Total da Oferta Global
Comissão de Coordenação	3.329.033,65	0,08	0,55%
Comissão de Colocação	9.987.100,94	0,25	1,65%
Comissão de Garantia Firme de Liquidação	3.329.033,65	0,08	0,55%
Comissão de Incentivo[(1)]	4.539.591,34	0,11	0,75%
Total de Comissões	**21.184.759,58**	**0,52**	**3,50%**
Despesas de Registro e Listagem da Oferta Global	82.870,00	0,00	0,01%
Despesas com Consultores Legais	2.300.000,00	0,06	0,38%
Despesas com Auditores	1.200.000,00	0,03	0,20%
Despesas com Publicidade e Outras Despesas Relativas à Oferta Global	250.562,68	0,00	0,04%
Total de Despesas	**3.833.432,69**	**0,09**	**0,63%**

(1) Pagamento a ser feito a critério da Companhia.

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

Aprovações Societárias

A Oferta Global, mediante a emissão das Ações, com a possibilidade de emissão das Ações do Lote Suplementar, foi aprovada pela nossa Assembléia Geral Extraordinária realizada em 15 de março de 2007, cuja ata foi arquivada na JUCERJA em 30 de março 2007 e publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro e no jornal "Valor Econômico" em 3 de abril 2007. Nosso Conselho de Administração, em reunião realizada em 15 de março de 2007, cuja ata foi arquivada na JUCERJA em 30 de março 2007 e publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro e no jornal "Valor Econômico" em 3 de abril 2007, aprovou o aumento do nosso capital social, dentro do limite do capital autorizado previsto em nosso Estatuto Social, mediante a emissão das Ações, com exclusão do direito de preferência de nossos atuais acionistas, nos termos do artigo 172 da Lei das Sociedades por Ações, para colocação por meio da Oferta Global, e autorizou a diretoria a praticar todos os atos e assinar todos os documentos necessários à realização dessas deliberações. Nosso Conselho de Administração da Companhia, em reunião realizada em 2 de abril de 2007, cuja ata será arquivada na JUCERJA e publicada no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro e foi publicada no jornal "Valor Econômico" em 3 de abril 2007, fixou o Preço por Ação, calculado de acordo com o artigo 170, parágrafo primeiro, inciso III, da Lei das Sociedades por Ações e aferido com o resultado do Procedimento de *Bookbuilding*.

Público Alvo da Oferta Global

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

Os Coordenadores da Oferta Internacional realizarão esforços de colocação das Ações da Oferta Brasileira e venda das Ações da Oferta Internacional no exterior para Investidores Institucionais Estrangeiros, em operações isentas de registro em conformidade com o *Securities Act*, de acordo com as disposições do Contrato de Colocação Internacional, sendo que os Investidores Institucionais Estrangeiros que optarem por subscrever as Ações no âmbito da Oferta Brasileira deverão subscrever as Ações de acordo com as disposições da Resolução CMN 2.689 e da Instrução CVM 325.

Cronograma e Procedimentos da Oferta Brasileira

Cronograma

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

N.º	Evento	Data de Realização/ Data Prevista
1.	Assembléia Geral Extraordinária e Reunião do Conselho de Administração da Companhia para aprovar o aumento de capital e a Oferta Global	15/03/2007
2.	Publicação do Aviso ao Mercado (sem logotipos das Corretoras Consorciadas) Disponibilização do Prospecto Preliminar da Oferta Brasileira Início das apresentações para potenciais investidores Início do Procedimento de *Bookbuilding*	16/03/2007
3.	Publicação do Aviso ao Mercado (com logotipos das Corretoras Consorciadas) Início do Período de Reserva	23/03/2007
4.	Encerramento do Período de Reserva	30/03/2007
5.	Encerramento das apresentações para potenciais investidores Encerramento do Procedimento de *Bookbuilding* Fixação do Preço por Ação Reunião do Conselho de Administração da Companhia para fixar 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	02/04/2007
6.	Registro da Oferta Global Publicação do Anúncio de Início Disponibilização do Prospecto Definitivo da Oferta Brasileira Início do Período de Desistência do Pedido de Reserva	03/04/2007
7.	Início da negociação das ações ordinárias de emissão da Companhia na Bovespa	05/04/2007
8.	Término do Período de Desistência do Pedido de Reserva	10/04/2007
9.	Data de Liquidação	11/04/2007
10.	Encerramento do prazo para exercício da Opção de Lote Suplementar	04/05/2007
11.	Data de Liquidação das Ações do Lote Suplementar	09/05/2007
12.	Publicação do Anúncio de Encerramento	11/05/2007(*)

(*) Essa data é meramente indicativa e está sujeita a alterações, atrasos e antecipações sem aviso prévio, a critério da Companhia e dos Coordenadores da Oferta Brasileira em conjunto com os Coordenadores da Oferta Internacional.

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 duas ofertas distintas, quais sejam, a Oferta de Varejo, a ser realizada aos Investidores Não Institucionais, e a Oferta Institucional, a ser realizada aos Investidores Institucionais, 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 parágrafo 3º do artigo 33 da Instrução CVM 400, com a nossa expressa anuência, leva em consideração as relações com clientes e outras considerações de natureza comercial ou estratégica dos Coordenadores da Oferta Brasileira e da nossa Companhia, 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 eqüitativo aos investidores e realizar os melhores esforços de dispersão acionária previstos no Regulamento do Novo Mercado.

No contexto da Oferta de Varejo, o montante de no mínimo 10% das Ações inicialmente ofertadas no âmbito da Oferta Global (não computadas as Ações do Lote Suplementar), será destinado prioritariamente à colocação pública junto aos Investidores Não Institucionais que tenham realizado Pedido de Reserva de acordo com as condições ali previstas e o seguinte procedimento:

I. durante o Período de Reserva, cada um dos Investidores Não Institucionais interessado em participar da Oferta Brasileira deverá ter realizado Pedido de Reserva de Ações da Oferta Brasileira, irrevogável e irretratável, exceto pelo disposto nos subitens IX e X abaixo, mediante preenchimento de Pedido de Reserva perante uma única Instituição Participante da Oferta Brasileira, sem necessidade de depósito do valor do investimento pretendido, observados o valor

mínimo de investimento de R$3.000,00 e o valor máximo de R$300.000,00 por Investidor Não Institucional, sendo que os Investidores Não Institucionais puderam 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 fosse fixado em valor superior ao valor estabelecido pelo Investidor Não Institucional, o respectivo Pedido de Reserva seria automaticamente cancelado. As Instituições Participantes da Oferta Brasileira somente atenderiam Pedidos de Reserva realizados por Investidores Não Institucionais titulares de conta corrente ou de conta-investimento nelas aberta ou mantida pelo respectivo investidor. Os Coordenadores da Oferta Brasileira recomendaram aos Investidores Não Institucionais interessados na realização de Pedidos de Reserva que lessem 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 verificassem com a Instituição Participante da Oferta Brasileira de sua preferência, antes de realizar o seu Pedido de Reserva, se essa, a seu exclusivo critério, exigiria 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 ter realizado seus Pedidos de Reserva no Período de Reserva;

III. caso seja verificado excesso de demanda superior a 1/3 das Ações (sem considerar as Ações do Lote Suplementar), 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 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 destinadas à Oferta de Varejo, será realizado rateio entre todos os Investidores Não Institucionais, sendo que (a) até o limite de R$5.000,00, inclusive, o critério de rateio será a divisão igualitária e sucessiva das Ações 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 destinadas à Oferta de Varejo; e (b) uma vez atendido o critério descrito na alínea (a) acima, as Ações 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 ("Rateio");

VI. até as 16:00 horas do primeiro dia útil subseqüente 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 (ajustada, 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 10:30 horas da Data de Liquidação, cada Investidor Não Institucional deverá efetuar o pagamento, em recursos imediatamente disponíveis, do valor indicado no subitem VI acima à Instituição Participante da Oferta Brasileira que tiver 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 subitem VII acima;

IX. caso (a) seja verificada divergência relevante entre as informações constantes do Prospecto Preliminar 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 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 16:00 horas do quinto dia útil subseqüente à data de disponibilização do Prospecto Definitivo, no caso da alínea (a) acima; e (ii) até as 16:00 horas do quinto dia útil subseqüente à data em que foi comunicada por escrito a suspensão ou a modificação da Oferta Global, no caso das alíneas (b) e (c) acima. Caso o Investidor Não Institucional não informe sua decisão de desistência do Pedido de Reserva nos termos deste subitem, 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 subitem VII acima e venha a desistir do Pedido de Reserva nos termos deste subitem, os valores depositados serão devolvidos sem juros ou correção monetária, sem reembolso e com dedução, se a alíquota for superior a zero, dos valores relativos à incidência da CPMF, no prazo de 3 dias úteis contados do pedido de cancelamento do Pedido de Reserva; e

X. caso não haja conclusão da Oferta Global ou em caso de resilição 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 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 subitem VII acima, os valores depositados serão devolvidos sem juros ou correção monetária, sem reembolso e com dedução, se a alíquota for superior a zero, dos valores relativos à incidência da CPMF, no prazo de 3 dias úteis contados da comunicação do cancelamento da Oferta Global.

Por determinação da CVM, foram efetuadas alterações no Prospecto Definitivo em relação ao Prospecto Preliminar para inclusão de informações mais detalhadas sobre o montante global de remuneração a ser atribuída aos administradores da Companhia, sobre a política de remuneração variável e sobre o plano de opção de compra de ações para administradores e funcionários da Companhia (*vide* "Administração e Conselho Fiscal – Remuneração", "Administração e Conselho Fiscal – Opção de Compra de Ações", "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais", "Diluição" e "Fatores de Risco" do Prospecto Definitivo). Ainda por determinação da CVM, nos termos do artigo 45, parágrafo 4º, da Instrução CVM 400, os Investidores Não Institucionais que tiverem realizado Pedidos de Reserva poderão desistir de seu respectivo Pedido de Reserva, devendo, para tanto, informar sua decisão à Instituição Participante da Oferta Brasileira que tenha recebido o respectivo Pedido de Reserva durante o Período de Desistência do Pedido de Reserva, sendo que caso não informe sua decisão de desistir do Pedido de Reserva dentro do Período de Desistência do Pedido de Reserva, o respectivo Pedido de Reserva será considerado válido e o valor do investimento devido na Data de Liquidação.

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 ter apresentado suas intenções de investimento durante o Procedimento de *Bookbuilding*, inexistindo pedidos de reserva ou limites máximos de investimento;

II. caso seja verificado excesso de demanda superior a 1/3 das Ações (sem considerar as Ações do Lote Suplementar), 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;

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 16:00 horas do primeiro dia útil subseqüente à data de publicação do Anúncio de Início, os Coordenadores da Oferta Brasileira informarão aos Investidores Institucionais, por meio do seu respectivo endereço eletrônico, ou, na sua ausência, por telefone ou fac-símile, 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.

A subscrição das Ações da Oferta Brasileira será formalizada mediante assinatura de boletim de subscrição, cujo modelo final tenha sido apresentado à CVM.

Período de Colocação das Ações da Oferta Brasileira

A data de início da Oferta Brasileira será divulgada mediante a publicação do Anúncio de Início, em conformidade com o previsto no parágrafo único do 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.

Informações sobre a Garantia Firme de Liquidação

A liquidação física e financeira das Ações da Oferta Brasileira deverá ser realizada na Data de Liquidação e a liquidação física e financeira das Ações do Lote Suplementar deverá ser realizada na Data de Liquidação das Ações do Lote Suplementar, de acordo com os procedimentos previstos no Contrato de Distribuição. Caso as Ações da Oferta Brasileira que tenham sido alocadas não sejam totalmente liquidadas até o final do Período de Colocação, cada um dos Coordenadores da Oferta Brasileira, individualmente e sem solidariedade entre eles, subscreverá, até o último dia do Período de Colocação, pelo Preço por Ação, na proporção e até o limite individual de cada Coordenador da Oferta Brasileira previsto no Contrato de Distribuição, o saldo resultante da diferença entre (i) a quantidade de Ações da Oferta Brasileira indicada no Contrato de Distribuição (exceto as Ações do Lote Suplementar); e (ii) a quantidade de Ações da Oferta Brasileira efetivamente liquidada pelos investidores que as subscreveram.

Em caso de exercício da garantia firme de liquidação e posterior revenda das Ações da Oferta Brasileira ao público pelos Coordenadores da Oferta Brasileira antes da publicação do Anúncio de Encerramento, o preço de revenda de tais Ações da Oferta Brasileira será o preço de mercado das Ações, limitado ao Preço por Ação, exceto no caso de atividade de estabilização realizada nos termos do Contrato de Estabilização.

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

Cronograma e Procedimentos da Oferta Internacional

A Oferta Internacional será realizada pelos Coordenadores da Oferta Internacional simultaneamente à Oferta Brasileira, exclusivamente no exterior, nos Estados Unidos, para investidores institucionais qualificados conforme definidos na Regra 144A, e, nos demais países, exceto o Brasil e os Estados Unidos, em conformidade com o Regulamento S, em operações isentas de registro em conformidade com o Securities Act, respeitada a legislação vigente no país de domicílio de cada investidor e de acordo com as disposições do Contrato de Colocação 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 Colocação Internacional.

Exceto pelo registro da Oferta Global perante a CVM, não será realizado nenhum registro da Oferta Global, da Oferta Brasileira, da Oferta Internacional das Ações ou dos GDRs perante a SEC ou qualquer agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país.

Nos termos do Contrato de Colocação Internacional, os Coordenadores da Oferta Internacional prestarão, de forma individual e não solidária, garantia firme de aquisição da totalidade das Ações da Oferta Internacional.

Contrato de Distribuição

Nós, os Coordenadores da Oferta Brasileira e a CBLC (como interveniente-anuente) celebramos o Contrato de Distribuição, cuja cópia poderá ser obtida junto ao Coordenador Líder no seu endereço indicado na seção Identificação dos Administradores, Consultores e Auditores. De acordo com o Contrato de Distribuição, os Coordenadores da Oferta Brasileira concordaram em efetuar a colocação das Ações da Oferta Brasileira em regime de garantia firme de liquidação, individualmente e sem solidariedade entre eles, de acordo com os limites individuais de cada Coordenador da Oferta Brasileira indicados na tabela abaixo:

	Quantidade de Ações
UBS Pactual – Coordenador Líder	50**%**
Itaú BBA	50**%**
Total:	100**%**

Nos termos do Contrato de Colocação Internacional, os Coordenadores da Oferta Internacional realizarão, exclusivamente no exterior, esforços de colocação das Ações da Oferta Brasileira a Investidores Institucionais Estrangeiros, em operações isentas de registro segundo o *Securities Act*. As Ações da Oferta Brasileira que forem objeto de esforços de colocação no exterior pelos Coordenadores da Oferta Internacional serão obrigatoriamente subscritas, liquidadas e pagas em moeda corrente nacional no Brasil, de acordo com as disposições da Resolução CMN 2.689 e da Instrução CVM 325.

O Contrato de Distribuição e o Contrato de Colocação Internacional estabeleceram que a obrigação dos Coordenadores da Oferta Brasileira e dos Coordenadores da Oferta Internacional de efetuarem a colocação das Ações está sujeita a determinadas condições, tais como (i) a entrega de opiniões legais pelos nossos assessores jurídicos e pelos assessores jurídicos dos Coordenadores da Oferta Brasileira; (ii) a assinatura de compromissos de restrição à negociação de ações ordinárias por nós, pelo Acionista Controlador e pelos nossos administradores; e (iii) a emissão de certos relatórios pelos nossos Auditores Independentes. De acordo com o Contrato de Distribuição e o Contrato de Colocação Internacional, nos quais as obrigações da Companhia são substancialmente idênticas, nós nos obrigaremos a indenizar os Coordenadores da Oferta Brasileira e os Coordenadores da Oferta Internacional em certas circunstâncias e contra determinadas contingências. Em especial, o Contrato de Colocação Internacional apresenta 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 ou omissões relevantes 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 nossa Companhia por conta dessa 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.

Restrições à Negociação de Ações (*Lock-Up*)

Nós, o Acionista Controlador e os nossos administradores concordamos que, durante o prazo de 180 dias contados da data do Anúncio de Início, não venderemos, transferiremos ou oneraremos quaisquer ações de nossa emissão sem o prévio consentimento por escrito dos Coordenadores da Oferta Brasileira e dos Coordenadores da Oferta Internacional.

Especificamente, nós, os Acionistas Relevantes e os nossos administradores concordamos, sujeitos a determinadas exceções, que não iremos, direta ou indiretamente, salvo na hipótese de consentimento prévio por escrito dos Coordenadores da Oferta Brasileira e dos Coordenadores da Oferta Internacional:

- emitir, oferecer, vender, comprometer-se a vender, onerar ou emprestar quaisquer das Ações, ou qualquer título que constitua direito de receber Ações, ou qualquer título conversível em, permutável por, ou que outorgue direito de subscrição de Ações;

- conceder opção de compra ou de qualquer outra forma dispor ou comprometer-se a dispor, direta ou indiretamente, das Ações, ou de qualquer título que constitua direito de receber Ações, ou de qualquer título conversível em, permutável por, ou que outorgue direito de subscrição das Ações;

- solicitar ou requerer que nós arquivemos um pedido de registro de oferta ou venda das Ações, ou de qualquer título que constitua direito de receber as Ações, ou de qualquer título conversível em, permutável por, ou que outorgue direito de subscrição das Ações, com base no *Securities Act* ou em leis brasileiras;

- celebrar qualquer instrumento ou outros acordos que transfiram a outra pessoa, no todo ou em parte, de qualquer forma, qualquer dos direitos patrimoniais relativos às Ações, ou de qualquer título conversível em, ou permutável pelas Ações, ou de qualquer título que constitua direito de receber as Ações, independentemente de qualquer destas operações serem efetivamente liquidadas mediante a entrega das Ações, ou quaisquer outros valores mobiliários de nossa emissão, em dinheiro, ou de outra forma; ou

- anunciar publicamente a intenção de realizar qualquer uma das operações indicadas nos itens anteriores;

Adicionalmente, nos termos do Regulamento do Novo Mercado, nos 6 meses subseqüentes à primeira distribuição pública de ações da Companhia após a assinatura do Contrato de Participação no Novo Mercado, os Acionistas Relevantes e os nossos administradores não poderão vender e/ou ofertar à venda quaisquer das ações e derivativos destas de que eram titulares imediatamente após a efetivação da distribuição anteriormente mencionada. Após esse período inicial de 6 meses, os Acionistas Relevantes e os nossso administradores não poderão, por mais de 6 meses, vender e/ou ofertar à venda mais do que 40% das ações e derivativos destas de que eram titulares imediatamente após efetivação da distribuição anteriormente mencionada.

Estabilização do Preço das Ações Ordinárias de Nossa Emissão

O Coordenador Líder, por meio da UBS Pactual Corretora, poderá, a seu exclusivo critério, realizar atividades de estabilização do preço de ações ordinárias de nossa emissão, pelo prazo de até 30 dias contados, inclusive, do dia útil subseqüente à data de publicação do Anúncio de Início, por meio de operações de compra e venda de ações ordinárias de nossa emissão, observadas as disposições legais aplicáveis e o disposto no Contrato de Estabilização, que foi previamente aprovado pela BOVESPA e pela CVM, nos termos do artigo 23, parágrafo 3º, da Instrução CVM 400. Cópia do Contrato de Estabilização poderá ser obtida junto ao Coordenador Líder no seu endereço indicado neste Prospecto.

Operações com Derivativos

UBS AG e/ou suas afiliadas poderão celebrar operações com derivativos com as Ações, atuando por conta e ordem de seus clientes. UBS AG e/ou suas afiliadas poderão também subscrever Ações no âmbito da Oferta Global como forma de *hedge* para tais operações. Tais operações poderão afetar a demanda, o preço ou outros termos da Oferta.

Direitos, Vantagens e Restrições das Ações

As Ações garantem aos seus titulares os direitos, as vantagens e as restrições decorrentes da Lei das Sociedades por Ações, do Regulamento do Novo Mercado e do nosso Estatuto Social, dentre os quais:

- direito de voto nas nossas assembléias gerais sendo que cada Ação dará direito a um voto;

- direito ao dividendo mínimo obrigatório, em cada exercício social, equivalente a 25% do lucro líquido ajustado nos termos do artigo 202 da Lei das Sociedades por Ações;

- 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, direito de alienação de suas ações nas mesmas condições asseguradas ao acionista controlador alienante (incluindo *tag along* de 100% do preço);

- direito ao recebimento integral de dividendos e demais proventos de qualquer natureza que vierem a ser declarados por nós a partir da Data de Liquidação; e

- todos os demais direitos assegurados às Ações, nos termos previstos na Lei das Sociedades por Ações, no Regulamento do Novo Mercado e no nosso Estatuto Social.

Admissão à Negociação de Ações

As Ações serão admitidas à negociação na BOVESPA sob o símbolo "BRML3". Para mais informações sobre a negociação das Ações na BOVESPA, consulte uma sociedade corretora de valores mobiliários autorizada a operar na BOVESPA. As Ações serão listadas para negociação no segmento do Novo Mercado no primeiro dia útil subseqüente à data de publicação do Anúncio de Início. As negociações no mercado secundário poderão ser realizadas a partir, inclusive, do segundo dia útil subseqüente à data de publicação do Anúncio de Início. Exceto pelo registro da Oferta Global perante a CVM, não será realizado nenhum registro da Oferta Global, da Oferta Brasileira, da Oferta Internacional, das Ações, dos GDRs ou dos GDSs junto a SEC nem junto a qualquer agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país.

Em 15 de março de 2007, nós, os Acionistas Relevantes e os nossos administradores celebramos o Contrato de Participação no Novo Mercado com a BOVESPA, pelo qual todos nos comprometemos a observar todas as exigências relativas a práticas diferenciadas de governança corporativa estabelecidas pela BOVESPA.

Buscando viabilizar a efetiva liquidação de eventuais operações realizadas na BOVESPA envolvendo as ações ordinárias de emissão da Companhia no primeiro dia de negociação das ações ordinárias de emissão da Companhia, a EI Brazil Investments, LLC disponibilizará 12.105.577 ações ordinárias de emissão da Companhia para empréstimo somente no dia 11 de abril de 2007, na modalidade de BTC Automático, em conformidade com o Regulamento de Operações e Procedimentos Operacionais da CBLC.

Alteração das Circunstâncias, Revogação ou Modificação da Oferta Global

Nós 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 assumidos por nós 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 10 dias.

Adicionalmente, nós poderemos modificar, a qualquer tempo, a Oferta Global, a fim de melhorá-la em favor dos investidores ou para renúncia à condição para realização da Oferta Global estabelecida por nós, conforme disposto no parágrafo 3º do artigo 25 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, prorrogar o prazo da 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 da Oferta Brasileira, sem qualquer acréscimo, conforme disposto no artigo 26 da Instrução CVM 400, sendo permitida a dedução do valor relativo à CPMF.

A revogação ou qualquer modificação da Oferta Global será imediatamente divulgada por meio de Anúncio de Retificação, a ser publicado no jornal "Valor Econômico", veículo também utilizado 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 somente aceitarão ordens no Procedimento de *Bookbuilding* e Pedidos de Reserva daqueles investidores que se declararem cientes dos termos do Anúncio de Retificação. Os investidores que já tiverem aderido à Oferta Brasileira serão considerados cientes dos termos do Anúncio de Retificação quando, passados 5 dias úteis de sua publicação, não revogarem expressamente suas ordens no Procedimento de *Bookbuilding* ou seus Pedidos de Reserva. Nesta 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 a sua declaração de aceitação da Oferta Brasileira.

Suspensão e Cancelamento da Oferta Global

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. Findo 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 subseqüente 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 a alíquota for superior a zero, dos valores relativos à incidência da CPMF, no prazo de 3 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 – UBS Pactual

Além do relacionamento relativo à Oferta Global, o Coordenador Líder e sociedades de seu conglomerado econômico mantêm relacionamento comercial conosco, de acordo com as práticas usuais do mercado financeiro. Nós poderemos, no futuro, contratar o Coordenador Líder ou sociedades de seu conglomerado econômico para assessorar-nos, inclusive, na realização de investimentos ou em quaisquer outras operações necessárias para a condução de nossas atividades.

Itaú BBA

Além do relacionamento relativo à Oferta Global e ao financiamento relativo à aquisição da participação no Shopping Estação, descrito neste Prospecto, o Itaú BBA e sociedades do grupo Itaú mantêm relacionamento comercial conosco no curso normal dos negócios. Com base em tal relacionamento, o Itaú BBA e outras sociedades do grupo Itaú (i) prestam ou podem vir a prestar serviços de *investment banking* e de mercado de capitais; (ii) realizam ou podem vir a realizar, entre outras, renegociação de dívidas, operações de financiamento, operações de derivativos, operações de câmbio, operações envolvendo aplicações em certificados de depósitos bancários e operações compromissadas; e (iii) prestam ou podem vir a prestar serviços de custódia, entre outros.

Citigroup

Além do relacionamento relativo à Oferta Global, o Citigroup ou sociedades de seu conglomerado econômico não mantêm relações comerciais relevantes conosco, mas, no futuro poderão prestar serviços de banco de investimento, consultoria financeira e outros serviços para nós, ou sociedades de nosso grupo, pelos quais pretendem receber comissões.

HSBC

Além do relacionamento relativo à Oferta Global, o HSBC ou sociedades de seu conglomerado econômico não mantêm relações comerciais relevantes conosco, mas, no futuro poderão prestar serviços de banco de investimento, consultoria financeira e outros serviços para nós, ou sociedades de nosso grupo, pelos quais poderão lhes ser devidas comissões.

Instituição Financeira Escrituradora das Ações

A instituição financeira contratada para a prestação de serviços de escrituração das Ações é o Banco Itaú S.A.

Instituição Financeira Emissora e Escrituradora dos GDRs

A instituição financeira contratada para a prestação de serviços de emissão e escrituração dos GDRs é o JP Morgan Chase N.A.

Informações Adicionais

O investimento em ações representa um investimento de risco, visto que é um investimento em renda variável e, assim, investidores que pretendam investir nas Ações estão sujeitos à volatilidade do mercado de capitais. Ainda assim, não há nenhuma classe ou categoria de investidor que esteja proibida por lei de subscrever as Ações. Para mais informações, ver seção "Fatores de Risco" 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 aos investidores uma análise detalhada dos termos e condições da Oferta Brasileira e da Oferta Global, dos "Fatores de Risco" e dos demais riscos a estas inerentes.

Para a obtenção de mais informações sobre a Oferta Global, os investidores interessados deverão dirigir-se à CVM, nos seguintes endereços: (i) Rua Sete de Setembro 111, 5ºandar, CEP 20159-900, Rio de Janeiro, RJ; ou (ii) Rua Cincinato Braga 340, 2º, 3º e 4º andares, CEP 01333-010, São Paulo, SP (www.cvm.gov.br). Poderão, ainda, contatar quaisquer das Instituições Participantes da Oferta Brasileira, nos endereços indicados em "Identificação de Administradores, Consultores e Auditores".

Informações sobre as instituições credenciadas na CBLC para participar da Oferta Brasileira, conforme indicadas no Aviso ao Mercado, poderão ser obtidas na página da CBLC na *Internet* (www.cblc.com.br).

IDENTIFICAÇÃO DE ADMINISTRADORES, CONSULTORES E AUDITORES

1. Companhia

BR Malls Participações S.A.
Praia de Botafogo 501, sala 702 (parte), Torre Corcovado
CEP: 22250-040
Rio de Janeiro - RJ
Sr. Leandro Bousquet Viana
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
Telefone: (55 21) 2546-0100
Fac-símile: (55 21) 2546-0101
E-mail: ri@brmalls.com.br
Site: www.brmalls.com.br

2. Coordenadores da Oferta Brasileira

Banco UBS Pactual S.A.
Av. Brigadeiro Faria Lima, 3.729, 10º andar
CEP: 04538-133
São Paulo – SP
Sr. Evandro Pereira
Telefone: (55 11) 3383-2000
Fac-símile: (55 11) 3383-2001
Site: www.ubs.com/1/p/ubslatinamerica/capital_markets.html

Banco Itaú BBA S.A.
Av. Brigadeiro Faria Lima 3.400, 4º andar
CEP: 04538-132
São Paulo – SP
Sr. Fernando Iunes
Telefone: (55 11) 3708-8000
Fac-símile: (55 11) 3708-8107
Site: www.itaubba.com.br

4. Coordenadores Contratados

Citigroup Global Markets Brasil, Corretora de Câmbio, Títulos e Valores Mobiliários S.A.
Av. Paulista 1111, 11º andar
CEP: 01311-920
São Paulo, SP
Sr. Roberto Serwaczak
Telefone: (11) 4009-7449
Fac-símile: (11) 4009-5549
Site: www.citibank.com.br

HSBC Corretora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.
Av. Brigadeiro Faria Lima, 3064, 2º andar
CEP: 04538-132
São Paulo – SP
Sr. Frederico Dan Shigenawa
Telefone: (55 11) 3847-5720
Fac-símile: (55 11) 3847-5044
Site: www.hsbcbroker.com.br

5. Consultores Jurídicos

Para a Companhia quanto ao Direito Brasileiro

Barbosa, Müssnich & Aragão Advogados
Av. Almirante Barroso 52, 29°, 31º, 32° e 33º andares
CEP: 20031-000
Rio de Janeiro – RJ
Sr. Leandro Luiz Zancan / Sra. Camila Goldberg Cavalcanti
Telefone: (55 21) 3824-5800
Fac-símile: (55 21) 2262-5536
Site: www.bmalaw.com.br

Para a Companhia quanto ao Direito dos Estados Unidos

Davis Polk & Wardwell
450, Lexington Avenue
10017 - USA, New York, NY
Estados Unidos da América
Sr. Manuel Garciadiaz
Tel.: (1-212) 450-6095
Fac-símile: (1-212) 450-3428
Site: www.dpw.com

Para os Coordenadores da Oferta Brasileira e os Coordenadores da Oferta Internacional quanto ao Direito Brasileiro

Pinheiro Guimarães - Advogados
Avenida Paulista 1842, 24º andar
CEP: 01310-923
São Paulo - SP
Sr. Francisco José Pinheiro Guimarães / Sra. Ivie Moura Alves
Telefone: (55 11) 4501-5000
Fac-símile: (55 11) 4501-5025
Site: www.pinheiroguimaraes.com.br

Para os Coordenadores da Oferta Brasileira e os Coordenadores da Oferta Internacional quanto ao Direito dos Estados Unidos

Skadden, Arps, Slate, Meagher & Flom LLP
Four Times Square
New York, NY 10036 – 6522 USA
Sr. Jonathan Bisgaier
Telefone: (1 212) 735-2753
Fac-símile: (7 917) 777-2753
Site: www.skadden.com

6. Auditores Independentes

Para as demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006:

PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes
Av. Francisco Matarazzo 1400
CEP: 05001-903
São Paulo - SP
Sr. Henrique Luz
Telefone: (55 11) 3674-3897
Fac-símile: (55 11) 3674-2088
Site: www.pwc.com.br

FATORES DE RISCO

Antes de tomar qualquer tipo de decisão com relação a um investimento nas nossas Ações, o potencial investidor deve considerar e analisar cuidadosa e atentamente todas as informações contidas neste 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 nossas Ações e GDSs pode cair devido a quaisquer destes 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, condições financeiras, liquidez, resultados de operações, futuros negócios e/ou valor das nossas Ações e 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 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 as nossas obrigações, nossa condição financeira e nossos resultados operacionais podem ser afetados, assim como a distribuição de dividendos aos nossos acionistas. 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*, centros comerciais, centros empresariais 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* e os centros empresariais e comerciais que administramos estão instalados;

- incapacidade de atrairmos e mantermos locatários de primeira linha;

- inadimplência e/ou não cumprimento das obrigações contratuais pelos locatários;

- aumento dos custos operacionais, incluindo a necessidade para incremento do capital;

- 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 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, em grande parte, do volume de vendas das lojas, assim como da capacidade dos lojistas em gerar movimento de consumidores dos *Shopping Centers* nos quais temos participação e/ou administramos. Os 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 queda 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 provêem 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 e centros comerciais e empresariais sob contratos sujeitos a rescisão ou não renovação. Caso alguma dessas hipóteses ocorra, os nossos resultados podem ser afetados de forma adversa.

Nossas subsidiárias EGEC, DACOM e DEICO celebraram contratos de prestação de serviços de administração, consultoria e comercialização com nossos *Shopping Centers* e com *Shopping Centers* de terceiros, totalizando 37 *Shopping Centers* e centros comerciais e empresariais, dos quais temos participação em 9 para os serviços de administração e 10 para os serviços de comercialização. A maioria dos contratos firmados para a viabilização dessa atividade, que representou cerca de 13,3% de nossa receita bruta Pro-Forma Ajustada de aluguel e serviços em 2006, é por prazo indeterminado. Caso esses contratos sejam rescindidos ou não sejam renovados, a nossa condição financeira e a capacidade de conduzir nossos negócios podem ser afetadas adversamente e de forma relevante.

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

A construção de *Shopping Centers* competitivos em áreas próximas àquelas em que se situam os nossos empreendimentos poderá impactar nossa capacidade em locar 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 locá-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. 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 acessar mercados de capitais a um custo aceitável e de negociar condições favoráveis em tais operações. Aquisições futuras podem ainda requerer um maior endividamento, o qual pode nos afetar adversamente. Além disso, podemos vir a ter que captar recursos adicionais através de operações de emissão pública ou privada de ações ou valores mobiliários conversíveis em ações, o que pode resultar na diluição da participação do referido investidor nas nossas Ações.

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 diligence*) que conduzirmos com relação a uma aquisição e quaisquer garantias contratuais ou indenizações que possamos receber dos vendedores de tais *Shopping Centers* sociedades 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 aos nossos.

Dividimos o controle de nossos *Shopping Centers* com investidores institucionais, tais como fundos de pensão, 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 (veja item "Empregados e Aspectos Trabalhistas" da seção "Atividades" 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 nossas Ações.

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

Em 31 de dezembro de 2006, aproximadamente 56,4% da ABL dos nossos *Shopping Centers* eram ocupados por Âncoras. 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, 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 na Lei de Locação. Nesse sentido, uma eventual renovação compulsória do contrato de locação pode apresentar 2 riscos principais que, caso efetivamente materializados, podem causar efeito adverso para nós, são eles: (i) se desejarmos desocupar o espaço ocupado por determinado locatário visando a renovar e/ou adaptar o *Mix* de Lojas de nossos *Shopping Centers*, esta ação ficará prejudicada, na hipótese de o locatário obter ordem judicial que o permita permanecer no *Shopping Center* por um novo período contratual; e (ii) se desejarmos revisar o aluguel para valor maior, essa revisão poderá ocorrer no curso de ação judicial de renovação do contrato de locação, hipótese em que a definição do valor final do aluguel ficará a cargo de sentença judicial. Dessa forma, ficamos sujeitos à interpretação a ser adotada e à 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 impactar de forma adversa os nossos resultados operacionais.

O fato de nossos Shopping Centers serem espaços públicos pode gerar conseqüências 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 vitimas, 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 conseqüência 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 do desenvolvimento de determinados empreendimentos, causando um efeito adverso para nós.

Nossas atividades estão sujeitas às 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 vir 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*, centros comerciais e centros empresariais 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 impeça a realização dos nossos negócios conforme inicialmente planejados poderão causar um efeito adverso para nós.

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 conseqüência, 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.

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 Ações.

O Governo Federal freqüentemente 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, freqüentemente implicaram aumento das taxas de juros, mudança das políticas fiscais, controle de preços, desvalorização cambial, controle de capital e limitação às importações, entre outras medidas. 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;
- 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.

A incerteza acerca das políticas futuras do Governo Federal recém reeleito pode 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 e para o valor de mercado das Ações.

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, nós e o valor de mercado de nossas ações ordinárias.

Ao longo de sua história, o Brasil registrou taxas de inflação extremamente altas. 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, no entanto, a inflação

brasileira tem sido substancialmente menor do que em períodos anteriores. Não obstante, pressões inflacionárias persistem. Medidas adotadas para combater a inflação e especulação sobre as medidas futuras que possam vir a ser adotadas pelo Governo Federal têm gerado ao longo dos últimos anos um clima de incerteza econômica no Brasil e aumentado a volatilidade do mercado de capitais brasileiro. A inflação apurada pelo IGP-M foi 25,3% em 2002, 8,7% em 2003, 12,4% em 2004, 1,2% em 2005 e 3,8% em 2006. Os preços, por sua vez, quando apurados pelo IPCA, aumentaram em 12,5% em 2002, 9,3% em 2003, 7,5% em 2004, 5,9% em 2005 e 3,1% em 2006.

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.

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

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 2 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. Em 31 de dezembro de 2005, a taxa de câmbio entre o Real e o Dólar era de R$2,34 por US$1,00, o que representa uma valorização do Real de 13,4% desde 31 de dezembro de 2004. Em 31 de dezembro de 2006, a taxa de câmbio entre o Real e o Dólar era de R$2,14 por US$1,00. Não é possível assegurar que a taxa de câmbio permanecerá nos níveis atuais.

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.

Possuímos endividamento atrelado ao Dólar (para mais informações ver seção "Discussão e Análise da Administração sobre a situação Financeira e os Resultados Operacionais – Endividamento"), assim, caso haja uma valorização do Real frente ao Dólar, nossas despesas operacionais cresceriam, o que poderia ter um efeito adverso para nós.

O valor de mercado dos títulos e valores mobiliários emitidos por companhias brasileiras é influenciado pela percepção de risco do Brasil e de outras economias emergentes e a deterioração dessa percepção poderá ter um efeito adverso no valor de mercado das Ações e restringir nosso acesso ao mercado financeiro e de capitais internacional.

Acontecimentos adversos na economia e as condições de mercado em outros países de mercados emergentes, especialmente da América Latina, poderão influenciar o mercado em relação aos títulos e valores mobiliários emitidos por companhias brasileiras. As reações dos investidores aos acontecimentos nesses outros países podem ter um efeito adverso no valor de mercado dos títulos e valores mobiliários de emissores brasileiros. Em razão dos problemas econômicos em vários países de mercados emergentes em anos recentes (como a crise financeira da Ásia em 1997, a crise financeira da Rússia em 1998 e a crise financeira da Argentina que começou em 2001), os investidores examinaram com maior prudência os investimentos em mercados emergentes. Essas crises produziram uma evasão de Dólares do Brasil, fazendo com que as companhias brasileiras enfrentassem custos mais altos para a captação de recursos, tanto no País como no exterior, restringindo seu acesso ao mercado de capitais internacional. Não há garantia de que o mercado de capitais permaneça aberto às companhias brasileiras ou de que os custos de financiamento nesse mercado sejam

vantajosos para nós. Crises em outros países emergentes poderiam restringir o interesse dos investidores em relação aos títulos e valores mobiliários emitidos por companhias brasileiras, inclusive os nossos, dificultando a realização do nosso plano de investimento e afetando adversamente o valor de mercado das Ações.

A ocorrência de um ou mais desses fatores poderia afetar adversamente o valor de mercado de nossas ações e dificultar nosso acesso ao mercado financeiro e de capitais em condições aceitáveis por nós.

RISCOS RELACIONADOS À OFERTA E ÀS AÇÕES

Um mercado ativo e líquido para as nossas Ações poderá não se desenvolver, limitando a possibilidade de venda de nossas Ações ou GDSs.

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

Como exemplo, a BOVESPA apresentou capitalização bursátil de aproximadamente R$1,5 trilhão em 31 de dezembro de 2006 e uma média diária de negociação de R$ 2,4 bilhões em 2006. As 10 ações mais negociadas em termos de volume contabilizaram cerca de 46,1 % de todas as ações negociadas na BOVESPA no período de 12 meses encerrado em 31 de dezembro de 2006. Essas características de mercado podem limitar substancialmente a capacidade dos detentores de Ações de vendê-las ao preço e na ocasião em que desejarem fazê-lo e, conseqüentemente, poderão vir a afetar negativamente o preço de mercado das Ações.

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

A venda de um número significativo de nossas Ações após a conclusão desta Oferta pode afetar de maneira adversa o seu preço.

Por ocasião da consumação da Oferta, teremos 140.510.151 ações em circulação (sem considerar as Ações do Lote Suplementar). Nós, os membros de nosso Conselho de Administração e de nossa Diretoria e o nossos Acionistas Relevantes, desde a data da publicação do Aviso ao Mercado e até o término do prazo de 180 dias contados da data da publicação do Anúncio de Início, obrigam-se, salvo na hipótese de prévio consentimento por escrito dos Coordenadores, a não oferecer para a venda, vender, contratar ou concordar em vender, empenhar, ou de outra forma alienar, direta ou indiretamente, quaisquer Ações de nossa emissão, ou outros valores mobiliários passíveis de conversão, permuta ou exercício sob a forma de Ações de nossa emissão, na forma prevista em "Informações sobre a Oferta – Restrições à Negociação de Ações (*Lock-Up*)".

Adicionalmente, nos termos do Regulamento do Novo Mercado, nos 6 meses subseqüentes à primeira distribuição pública de ações da Companhia após a assinatura do Contrato de Participação no Novo Mercado, os Acionistas Relevantes e os Administradores não poderão vender e/ou ofertar à venda quaisquer das ações e derivativos destas de que eram titulares imediatamente após a efetivação da distribuição anteriormente mencionada. Após esse período inicial de 6 meses, os Acionistas Relevantes e os Administradores não poderão, por mais de 6 meses, vender e/ou ofertar à venda mais do que 40% das ações e derivativos destas de que eram titulares imediatamente após efetivação da distribuição anteriormente mencionada.

Vendas ou a percepção da possibilidade de vendas de volume substancial de ações podem prejudicar o preço de mercado vigente das nossas Ações.

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" 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 a nossos acionistas em qualquer exercício social se nossos administradores manifestarem, e nossa Assembléia Geral de acionistas assim aprovar, ser tal pagamento desaconselhável diante de nossa situação financeira.

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

Após a Oferta, nossos atuais Acionistas Relevantes serão, conjuntamente, titulares de aproximadamente 67,3% de nossas ações ordinárias, sem considerar o exercício de Opção de Lote Suplementar e as Ações Adicionais. 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* (prospecto) distribuído no exterior, inclusive no que tange aos riscos de potenciais procedimentos judiciais por parte de investidores.

Adicionalmente, somos parte do Contrato de Colocação Internacional, que regula os esforços de colocação de Ações da Oferta Brasileira no exterior e a Oferta Internacional. O Contrato de Colocação 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 Colocação 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. Estes procedimentos no exterior, em especial nos Estados Unidos, poderão envolver valores substanciais, em decorrência do critério utilizado nos Estados Unidos para o cálculo das indenizações devidas nestes processos. Além disso, devido ao sistema processual dos Estados Unidos, as partes envolvidas em um litígio são obrigadas a arcar com altos custos na fase inicial do processo, o que penaliza companhias sujeitas a tais processos mesmo que fique provado que nenhuma improbidade foi cometida. Nossa eventual condenação em um processo no exterior em relação a incorreções relevantes ou omissões relevantes no Contrato de Colocação Internacional ou no *Offering Memorandum*, se envolver valores elevados, poderá causar um efeito adverso relevante para nós.

Quando da conclusão da Oferta, não teremos um acionista controlador ou grupo de controle titular de mais de 50% das nossas Ações, o que poderá nos deixar suscetíveis a novas alianças de acionistas, controvérsias entre estes últimos ou outros acontecimentos imprevisíveis.

Quando da conclusão desta Oferta, nosso Acordo de Acionistas estará automaticamente extinto de pleno direito, e portanto não teremos um acionista controlador ou grupo de controle titular de mais de 50% das nossas Ações. Nesse sentido, novas alianças ou acordos de acionistas poderão ser celebrados com o fim de estabelecer um novo 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 assembléia geral ou em reunião do Conselho de Administração da nossa Companhia, deliberando, por exemplo, sobre a substituição de um, alguns ou todos os membros de nossa administração. Tais alterações podem causar um efeito adverso nas nossas estratégias e políticas, bem como no preço de mercado de nossas ações.

Nosso Estatuto Social não contém dispositivos visando a obstar a aquisição hostil de lote significativo de nossas ações, 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 nossas ações em circulação em um investidor ou em um grupo pequeno de investidores. A ausência de tais disposições, aliada ao fato de que não teremos um acionista controlador ou grupo de controle titular de mais de 50% das nossas Ações (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, 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 Global serão de R$ 580.260.652,74, após a dedução das comissões de distribuição e as despesas da Oferta Global, e sem considerar a emissão das Ações do Lote Suplementar.

Pretendemos utilizar os recursos líquidos obtidos com a Oferta Global para implementar nossas estratégias de negócios. Para mais informações ver o item "Nossas Estratégias" nas seções "Sumário da Companhia" e "Atividades" deste Prospecto. Pretendemos destinar os recursos líquidos captados com a Oferta Global na proporção indicada na tabela abaixo:

Destinação	**Percentual Estimado**	**Valor Estimado (R$)** *(em milhões de Reais)*
Concepção, incorporação e administração de novos *Shopping Centers*.	20%	116,1
Aquisição de maior participação nos nossos *Shopping Centers*.	10%	58,0
Aquisição de participação em *Shopping Centers* de terceiros e empresas que atuem no mesmo setor.	60%	348,2
Expansão dos nossos *Shopping Centers*.	10%	58,0
Total	**100%**	**580,3**

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

Para informações acerca das comissões de distribuição e estimativa de despesas, vide seção "Informações Relativas à Oferta – Custos de Distribuição" deste Prospecto e sobre o impacto dos recursos líquidos auferidos por nós em decorrência da Oferta Global em nossa situação patrimonial, ver seções "Capitalização" e "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais".

Parte II – COMPANHIA

Capitalização
Diluição
Informações Financeiras Selecionadas
Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais
Visão Geral do Setor
Atividades
Principais Acionistas
Administração e Conselho Fiscal
Operações com Partes Relacionadas
Títulos e Valores Mobiliários Emitidos
Descrição do Capital Social
Dividendos e Política de Dividendos
Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa

[página intencionalmente deixada em branco]

CAPITALIZAÇÃO

A tabela a seguir apresenta nossas disponibilidades, nossos financiamentos no circulante e no exigível a longo prazo (inclusive nossos financiamentos não sujeitos a liquidação em dinheiro), nossos passivos com partes relacionadas no circulante e no exigível a longo prazo e o patrimônio líquido em 31 de dezembro de 2006, com base nas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma*, ajustado para refletir o aumento do capital relativo à Oferta Global.

Para fins de elaboração da tabela, não consideramos as Ações do Lote Suplementar mas consideramos a dedução das comissões de distribuição da oferta.

As informações descritas abaixo na coluna "Real" foram extraídas de nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* em 31 de dezembro de 2006, elaboradas de acordo com o BR GAAP, e auditadas 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", "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras Selecionadas", "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais" e nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma*, constantes deste Prospecto.

	Em 31 de Dezembro de 2006	
	Real (*Pro-Forma*)	**Ajustado[1] (*Pro-Forma*)**
	(valores em milhões de Reais)	
Disponibilidades:	112.216	692.477
Financiamentos – Circulante	25.188	25.188
Financiamentos – Exigível a Longo Prazo	39.342	39.342
Débitos com Partes Relacionadas – Circulante	0	0
Débitos com Partes Relacionadas – Exigível a Longo Prazo	0	0
Total do patrimônio líquido[2]	517.378	1.097.639
Total de Capitalização[3]	**581.908**	**1.162.169**

(1) Valor ajustado para refletir o recebimento e uso dos recursos obtidos com a Oferta Global, e sem considerar as Ações do Lote Suplementar.

(2) Para mais informações sobre o nosso patrimônio líquido, veja a nota explicativa de nossas demonstrações financeiras para o exercício social findo em 31 de dezembro de 2006.

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

DILUIÇÃO

Em 31 de dezembro de 2006, o valor do nosso patrimônio líquido, calculado a partir das nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* preparadas segundo o BR GAAP, era de R$517.378 mil. O valor patrimonial líquido por ação, que representa o valor contábil do patrimônio líquido em 31 de dezembro de 2006, dividido pelo número total das ações por nós emitidas até a data deste Prospecto, correspondia a aproximadamente R$ 5,17.

Considerando a emissão de 40.351.923 Ações, ofertadas pelo Preço por Ação de R$15,00 o valor patrimonial líquido em 31 de dezembro de 2006, ajustado pela Oferta, seria de R$1.097,6 mil, representando aproximadamente R$7,81 por ação.

O quadro a seguir ilustra a diluição por ação.

Ações	**Na Data da Oferta**
	(valores em milhares de Reais, exceto %)
Preço por Ação	15,00
Valor patrimonial por ação em 31 de dezembro de 2006[1]	5,17
Valor patrimonial por ação em 31 de dezembro de 2006 ajustado pela Oferta[1]	7,81
Aumento no valor patrimonial por ação	2,65
Diluição por ação para novos acionistas	7,19
Percentual de diluição para os novos investidores[2]	47,9%

(1) Considerando o desdobramento de ações ocorrido em 8 de novembro de 2006.
(2) Calculado por meio de divisão entre a diluição por Ação para novos acionistas e o Preço por Ação.

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

No contexto da Oferta Global, sem considerar as Ações do Lote Suplementar, nossos atuais acionistas sofrerão uma diluição acionária imediata, passando de 100% para aproximadamente 67,3% de participação em nosso capital total.

Para mais informações sobre nosso patrimônio líquido, veja nota explicativa de nossas demonstrações financeiras consolidadas para o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006 anexas a este Prospecto.

A emissão de novas ações, mediante o exercício das Opções do 1º Programa, sem considerar o exercício das Opções de Programa Futuro (veja o item "Plano de Opção de Compra de Ações" na seção "Administração e Conselho Fiscal" deste Prospecto), poderá resultar em diluição adicional para os acionistas existentes, conforme tabela abaixo:

1º 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)
2007	140.510.151	-	-	-	-	-
2008	141.309.202	799.051	0,6%	6,70	16,95	8.191
2009	142.108.252	799.051	0,6%	7,10	19,15	9.630
2010	142.907.303	799.051	0,6%	7,53	21,64	11.280
2011	143.706.354	799.051	0,6%	7,98	24,46	13.167
2012	143.912.050	205.696	0,1%	8,46	27,64	3.945
Total		**3.401.899**	**2,4%**			**46.213**

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

Nota 2: Expectativa de valorização de IGP + 3% a.a., com premissa de 3% para IGP

Nota 3: Expectativa de valorização de IGP + 10% a.a., com premissa de 3% para IGP, a partir do Preço por Ação da Oferta, qual seja R$ 15,00.

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

A emissão de novas ações, mediante o exercício das Opções de Programa Futuro (veja o item "Plano de Opção de Compra de Ações" na seção "Administração e Conselho Fiscal" deste Prospecto), sem considerar o exercício das Opções do 1º 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)
2007	140.510.151	-	-	-	-	-
2008	142.639.974	2.129.823	1,5%	15,90	16,95	2.236
2009	144.769.797	2.129.823	1,5%	16,85	19,15	4.898
2010	146.899.621	2.129.823	1,5%	17,87	21,64	8.047
2011	149.029.444	2.129.823	1,4%	18,94	24,46	11.757
2012	151.159.267	2.129.823	1,4%	20,07	27,64	16.108
Total		**10.649.116**	**7,4%**			**43.045**

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

Nota 2: Expectativa de valorização de IGP + 3% a.a., com premissa de 3% para IGP

Nota 3: Expectativa de valorização de IGP + 10% a.a., com premissa de 3% para IGP, a partir do Preço por Ação da Oferta, qual seja R$ 15,00.

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 e das Opções de Programa Futuro (veja o item "Plano de Opção de Compra de Ações" na seção "Administração e Conselho Fiscal" 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)
2007	140.510.151	-	-	-
2008	143.439.025	2.928.874	2,1%	10.427
2009	146.367.899	2.928.874	2,0%	14.528
2010	149.296.773	2.928.874	2,0%	19.327
2011	152.225.647	2.928.874	2,0%	24.923
2012	154.561.166	2.335.519	1,5%	20.053
Total		**14.051.015**	**9,6%**	**89.258**

Nota 1: Considera a base acionária do 1º ano após a Oferta (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 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 nosso balanço patrimonial e das nossas demonstrações 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 parecer dos auditores independentes anexas a este Prospecto, bem como com as seções "Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações", "Informações Financeiras Selecionadas" e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais".

Nosso balanço patrimonial e nossas demonstrações de resultado relativos aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 foram extraídos das nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* auditadas para esses exercícios. Nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* anexas a este Prospecto foram auditadas pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, conforme indicado no respectivo parecer anexo a este Prospecto. As demonstrações financeiras estão sendo apresentadas como se a Companhia existisse desde 31 de dezembro de 2003 e detivesse as seguintes participações:

- 100,0% da ECISA Engenharia e da ECISA Participações;
- 99,8% da SDR e da EMCE;
- 60,2% da Campo Grande Parking;
- 32,5% da ASCR e da Recife Parking; e
- 26,9% da Villa-Lobos Parking.

Para maiores informações sobre os critérios utilizados para a elaboração de nossas demonstrações financeiras *pro-forma*, vide nota 1(b) de nossas demonstrações financeiras *pro-forma* e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais - Apresentação das Demonstrações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* e Consolidadas *Pro-Forma* Ajustada". Nossas demonstrações financeiras *pro-forma* têm como objetivo refletir as operações da Companhia, baseando-se na apresentação histórica da atual estrutura societária apresentada, 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 de aquisição da participação em tais sociedades. Para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004 e 2005 e até outubro de 2006, a BR Malls não possuía atividade operacional ou participações em outras empresas. Desta forma, as demonstrações financeiras históricas não são utilizadas neste Prospecto, inclusive no que se refere ao "Sumário da Companhia", "Sumário da Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras Selecionadas" e "Discussão e Análise da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais". Para tais seções, utilizamos as demonstrações financeiras *pro-forma*, e quando aplicável, as Informações Financeiras *Pro-Forma* Ajustadas, conforme descrito abaixo.

Nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 foram preparadas de acordo com o BR GAAP, que difere em aspectos relevantes do US GAAP.

Nossas informações financeiras consolidadas *pro-forma* devem ser lidas em conjunto com as nossas demonstrações e demais informações financeiras 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 Selecionadas" e "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais".

Informações Financeiras Consolidadas Pro-Forma Ajustadas

As Informações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* Ajustadas incluem ajustes às nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* para apresentar os efeitos das aquisições de EGEC e DACOM ocorridas em 10 de outubro de 2006 como se tivessem ocorrido em 1° de janeiro de 2006. Os ajustes *pro-forma* e critérios e premissas utilizados para determinar os mesmos estão descritos na seção "Informações Financeiras Selecionadas" deste Prospecto.

Informações **sobre o Resultado Consolidado (*Pro-Forma*)**	**Exercícios Sociais Encerrados em 31 de Dezembro de**							
	2004	**AV (%)**	**2005**	**AV (%)**	**2006**	**AV (%)**	**Variação 2004/2005 (%)**	**Variação 2005/2006 (%)**
	(valores em milhares de reais)							
Receita de aluguél e serviços	**71.796**	**109,3%**	**82.172**	**111,9%**	**93.449**	**108,7%**	**14,5%**	**13,7%**
Impostos, contribuições e outros	(6.112)	(9,3)%	(8.759)	(11,9)%	(7.498)	(8,7)%	43,3%	(14,4)%
Receita líquida de aluguel e serviços	**65.684**	**100,0%**	**73.413**	**100,0%**	**85.951**	**100,0%**	**11,8%**	**17,1%**
Custo dos aluguéis e serviços	(24.910)	(37,9)%	(25.756)	(35,1)%	(19.609)	(22,8)%	3,4%	(23,9)%
Lucro bruto	**40.774**	**62,1%**	**47.657**	**64,9%**	**66.342**	**77,2%**	**16,9%**	**39,2%**
Receitas (Despesas) operacionais								
Despesas comerciais	(5.175)	(7,9)%	(2.427)	(3,3)%	(1.849)	(2,2)%	(53,1)%	(23,8)%
Despesas administrativas	(5.605)	(8,5)%	(7.464)	(10,2)%	(10.576)	(12,3%	33,2%	41,7%
Honorários da diretoria e conselho de lAdministração	(447)	(0,7)%	(514)	(0,7)%	(566)	(0,7)%	15,0%	10,1%
Depreciações e amortizações	(277)	(0,4)%	(430)	(0,6)%	(3.878)	(4,5)%	55,2%	801,9%
Despesas legais e tributárias	(3.490)	(5,3)%	(2.152)	(2,9)%	(6.101)	(7,1)%	(38,3)%	185,3%
	(14.994)	(22,8)%	(12.987)	(17,7)%	(22.970)	(26,7)%	(13,4)%	76,9%
Resultado Financeiro Líquido	**(5.919)**	**(9,0)%**	**(3.794)**	**(5,2)%**	**(2.061)**	**(2,4)%**	**(35,9)%**	**(45,7)%**
Lucro operacional	**19.861**	**30,2%**	**30.876**	**42,1%**	**41.311**	**48,1%**	**55,5%**	**33,8%**
Resultado não operacional, líquido	1.124	1,7%	(125)	(0,2)%	(652)	(0,8)%	(111,1)%	421,6%
Lucro antes da tributação e das participações	**20.985**	**31,9%**	**30.751**	**41,9%**	**40.659**	**47,3%**	**46,5%**	**32,2%**
IR e CSLL	(7.317)	(11,1)%	(8.597)	(11,7)%	(9.525)	(11,1)%	17,5%	10,8%
Lucro antes das participações	**13.668**	**20,8%**	**22.154**	**30,2%**	**31.134**	**36,2%**	**62,1%**	**40,5%**
Participação nos lucros – empregados	(121)	(0,2)%	(127)	(0,2)%	-	-	5,0%	-
Participação dos minoritários	(606)	(0,9)%	(703)	(1,0)%	(786)	(0,9)%	16,0%	11,8%
Lucro líquido do exercício	**12.941**	**19,7%**	**21.324**	**29,0%**	**30.348**	**35,3%**	**64,8%**	**42,3%**

Informações sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados (*Pro-Forma*)

	Em 31 de Dezembro de							
	2004	**AV (%)**	**2005**	**AV (%)**	**2006**	**AV (%)**	**Variação 2004/2005 (%)**	**Variação 2005/2006 (%)**
	(valores em milhares de reais)							
Ativo								
Circulante								
Disponibilidades	3.446	3	3.458	3	6.576	1	0	90
Aplicações financeiras	10.070	8	15.677	12	105.640	16	56	574
Contas a receber	12.692	10	13.698	11	17.532	3	8	28
Impostos a recuperar	7.895	6	712	1	3.761	1	(91)	428
Imposto de renda e contribuição social diferidos	4.924	4	7.444	6	9.430	1	51	27
Adiantamentos a condomínio	1.607	1	2.081	2	2.977	0	29	43
Outros valores a receber	613	0	256	0	4.044	1	-58	1.480
Total do circulante	**41.247**	**33**	**43.326**	**33**	**149.960**	**22**	**5**	**246**
Realizável a longo prazo								
Contas a receber	759	1	865	1	2.130	0	14	146
Depósitos e cauções	7	0	187	0	1.353	0	2571	624
Créditos fiscais	-	-	-	-	35.072	5	-	-
Outros valores a receber	335	0	5	0	2.008	0	(99)	40.060
Total do realizável a longo prazo	**1.101**	**1**	**1.057**	**1**	**40.563**	**6**	**(4)**	3.738
Permanente								
Investimentos								
Ágio	-	-	-	-	321.878	47	-	-
Outros investimentos	9	0	9	0	2.341	0	0	25.911
Imobilizado	83.370	66	85.104	65	166.036	24	2	95
Diferido	1.170	1	833	1	472	0	-29	-43
Total do permanente	**84.549**	**67**	**85.946**	**66**	**490.727**	**72**	**2**	**471**
Total do ativo	**126.897**	**100**	**130.329**	**100**	**681.250**	**100**	**3**	**423**
Passivo								
Circulante								
Empréstimos e financiamentos	6.333	5	11.235	9	25.188	4	77	124
Fornecedores	321	0	510	0	2.699	0	59	429
Impostos e contribuições a recolher	24.473	19	28.213	22	45.722	7	15	62
Impostos e contribuições, parcelamentos	0	0	3.427	3	861	0		(75)
Salários e encargos sociais	97	0	258	0	302	0	166	17
Dividendos a pagar	3.493	3	5.202	4	842	0	49	(84)
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	0	0	-	0	8.216	1	-	-
Outros valores a pagar	866	1	1.670	1	2.605	0	93	56
Total do circulante	**35.583**	**28**	**50.515**	**39**	**86.435**	**13**	**42**	**71**
Exigível a longo prazo								
Empréstimos e financiamentos	42.550	34	26.643	20	39.342	6	(37)	48
Impostos e contribuições, parcelamentos	-	-	-	-	2.153	-	-	-
Retenções processuais	-	-	-	-	1.673	-	-	-
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	-	-	-	-	21.716	3	-	-
Provisão para contingências	5.532	4	6.244	5	7.676	1	13	23
Outros valores a pagar	4.211	3	4.449	3	4.471	1	6	0
Total do exigível a longo prazo	**52.293**	**41**	**37.336**	**29**	**77.031**	**11**	**(29)**	**106**
Participação dos minoritários	**119**	**0**	**19**	**0**	**406**	**0**	**(84)**	**2.037**
Patrimônio líquido								
Capital social	1	0	26	0	516.918	76	2500	1.988.046
Reserva de capital	-	-	-	-	126	-	-	-
Prejuízos acumulados	-	-	-	-	334	-	-	-
Total do patrimônio líquido	**1**	**0**	**26**	**0**	**517.378**	**76**	**2500**	**1.989.815**
Acervo líquido de sociedades a serem incorporadas	**38.901**	**31**	**42.433**	**33**	**0**	**0**	**9**	**(100)**
Total do passivo	**126.897**	**100**	**130.329**	**100**	**681.250**	**100**	**3**	**423**

Conciliação do EBITDA com o Lucro operacional

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de		
	2004	2005	2006
		(Pro-Forma)	
		(valores em milhares de reais)	
Lucro Operacional	**19.861**	**30.876**	**41.311**
(+) Depreciação e Amortização	8.218	7.208	10.379
(+) Resultado Financeiro Líquido	5.919	3.794	2.061
EBITDA[(1)]	**33.998**	**41.878**	**53.751**

[(1)] Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, veja a seção "Definições".

Outros dados financeiros

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de (*Pro-Forma*)			Exercício Social Encerrado em 31 Dezembro de (*Pro-Forma Ajustado*)
	2004	2005	2006	2006
	(em R$ milhões, exceto se de outra forma indicado)			
Receita líquida de Aluguéis e Serviços	65.684	73.413	85.951	95.282
EBITDA[(1)]	33.998	41.878	53.751	61.479
Margem de EBITDA[(2)]	51,8%	57,0%	62,5%	64,5%
Lucro Líquido do Exercício	12.941	21.324	30.348	32.459

[(1)] Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, veja a seção "Definições".
[(2)] Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.

DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO RESULTADO PRO-FORMA AJUSTADO DO EXERCÍCIO FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 (não auditado)

Demonstrações Consolidadas *Pro-Forma e Pro-Forma Ajustado* do Resultado	**Exercício encerrado em 31 de Dezembro de 2006** *(valores em milhares de Reais)*		
	Pro-Forma	**Ajustes**	***Pro-Forma* Ajustado**
Receita de aluguel e serviços	**93.449**	**10.417**	**103.866**
(-) Impostos e contribuições	(7.498)	(1.086)	(8.584)
Receita líquida de aluguéis e serviços	**85.951**	**9.331**	**95.282**
Custos de aluguéis e serviços	(19.609)	(2.930)	(22.539)
Lucro bruto de aluguéis e serviços	**66.342**	**6.401**	**72.743**
Receitas (Despesas) operacionais			
Despesas Operacionais			
Despesas comerciais	(1.849)	(41)	(1.890)
Despesas administrativas	(10.576)	(693)	(11.269)
Honorários da diretoria e conselho de administração	(566)	(120)	(686)
Depreciações e amortizações	(3.878)	(4.136)	(8.014)
Despesas com contingências	(6.101)	(72)	(6.173)
	(22.970)	(5.062)	(28.032)
Resultado financeiro líquido	**(2.061)**	**664**	**(1.397)**
Lucro operacional líquido	**41.311**	**2.003**	**43.314**
Resultado não operacional líquido	(652)	2	(650)
Lucro antes da tributação e participações	**40.659**	**2.005**	**42.664**
IR e CSLL	(9.525)	106	(9.419)
Lucro antes das participações	**31.134**	**2.111**	**33.245**
Participação nos lucros – empregados	-		-
Participação dos minoritários	(786)	-	(786)
Lucro líquido do exercício	**30.348**	**2.111**	**32.459**

Descrição das Operações e Base de Preparação das Informações Financeiras *Pro-Forma* Ajustadas

Descrição das Operações

O balanço patrimonial consolidado *pro-forma* histórico de 31 de dezembro de 2006 e a demonstração do resultado consolidado *pro-forma* Ajustado (não auditada) para o exercício findo em 31 de dezembro de 2006 da Companhia refletem as operações detalhadas a seguir, ocorridas antes do encerramento do exercício.

Base de Preparação das Informações Financeiras Consolidadas Pro-Forma

A demonstração do resultado consolidada *pro-forma* Ajustado reflete os efeitos das aquisições das empresas EGEC, DACOM D e DACOM G, ocorridas em outubro de 2006, como se as mesmas tivessem ocorrido em 1º de janeiro de 2006. O balanço patrimonial não difere do balanço patrimonial consolidado *pro-forma* incluído nas demonstrações financeiras auditadas da Companhia incluídas na seção "Informações Financeiras Selecionadas" deste Prospecto.

A demonstração do resultado consolidado *pro-forma* Ajustado é apresentada com fins ilustrativos e não é necessariamente indicativa dos resultados das operações caso estas tivessem acontecido nessas datas, nem são indicativos dos resultados das operações ou posições financeiras futuras.

A demonstração do resultado consolidado *pro-forma* Ajustado deve ser lida em conjunto com as demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2006, 2005 e 2004.

Ajustes Pro-Forma

As informações financeiras consolidadas *pro-forma* ajustadas são baseadas em premissas e estimativas preliminares, as quais acreditamos serem razoáveis, e incluem os seguintes ajustes:

- reconhecimento como ajuste das receitas e despesas totais de EGEC, DACOM D e DACOM G, na proporção da participação adquirida nessas empresas, para todo o exercício social findo em 31 de dezembro de 2006;

- amortização do ágio gerado na aquisição EGEC, DACOM D e DACOM G correspondente à todo o exercício social findo em 31 de dezembro de 2006. Tal ágio, no valor de R$ 55.151 mil quando da aquisição dessas empresas em 10 de outubro de 2006, será amortizado em 10 anos e gera uma despesa de amortização anual de R$ 5.515 mil;

- eliminação como ajuste *pro-forma* na coluna "Eliminações de consolidação" de transações entre a Companhia e as empresas adquiridas;

- reconhecimento como ajuste *pro-forma* dos efeitos do IR e CSLL calculados sobre os ajustes *pro-forma*.

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 pro-forma para os exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 e as informações financeiras consolidadas pro-forma ajustadas para o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006 e respectivas notas explicativas anexas a este Prospecto e com as seções "Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações", "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais", "Informações Financeiras Selecionadas" e com outras informações financeiras apresentadas ao longo deste 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" e "Fatores de Risco".

Visão Geral

Somos uma das companhias líderes no mercado de *Shopping Centers* do Brasil. De acordo com dados da ABRASCE, somos a segunda maior proprietária de *Shopping Centers* do País, em termos de ABL, e a maior prestadora de serviços de administração, consultoria e comercialização de lojas, *Mall* e *Merchandising* para *Shopping Centers*, centros comerciais e centros empresariais, em termos de ABC.

Na data deste Prospecto, detemos participação em 11 *Shopping Centers*, sendo que em um deles nossa participação é por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros. Destes *Shopping Centers*, 10 estão em operação e um está em construção, totalizando 505,0 mil m² de ABC e 396,9 mil m² de ABL, com cerca de 2,2 mil lojas e vendas totais declaradas de R$3,1 bilhões. O percentual médio de participação que detemos em nossos *Shopping Centers* é de 52,2%, equivalente a 207,0 mil m² de ABL. A participação média da qual somos titulares, em cada um dos 11 *Shopping Centers* é calculada considerando a média ponderada de nossa participação imobiliária nas matrículas que constituem os referidos *Shopping Centers.*

Na data deste Prospecto, prestamos serviços de administração, consultoria e comercialização para 37 *Shopping Centers*, Centros Comerciais e Empresariais, totalizando 1.008,8 mil m² de ABL, com cerca de 5,8 mil lojas, inclusive (i) serviços de administração para 9 dos 11 *Shopping Centers* que detemos participação; (ii) serviços de comercialização para todos os *Shopping Centers* em que detemos participação com exceção do Pantanal Shopping; e (iii) serviços de comercialização para as redes de Supermercados Sendas e Pão de Açúcar.

Nossos *Shopping Centers* estão estrategicamente localizados nas principais cidades das seguintes regiões do País: (i) Sudeste (NorteShopping - RJ, Shopping Villa-Lobos - SP, Shopping Del Rey - MG e Shopping Independência - MG); (ii) Sul (Shopping Iguatemi Caxias do Sul – RS e Shopping Estação - PR); (iii)Nordeste (Shopping Recife - PE); e (iv) Centro-Oeste (Shopping Campo Grande – MS, Araguaia Shopping – GO,Goiânia Shopping – GO e Pantanal Shopping – MT). Nossa carteira de *Shopping Centers*, além de ser estrategicamente diversificada do ponto de vista geográfico, também é bastante diversificada por segmento de renda, incluindo *Shopping Centers* destinados ao público das Classes A, B e C.

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

Carteira de *Shopping Centers* em que Detemos Participação	**Estado**	**Em 31 de Dezembro de 2006** (*exceto se de outra forma indicado)* **Resultado Operacional Líquido[1]**	**Part. (%)[2]**	**ABC (m²) [3]**	**ABL (m²)**	**Nº Lojas (em unidades)[4]**	**Visitantes/ Ano**	**Vendas Declaradas**
		(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)						
Shopping Recife[5] [12]	PE	58.527,0	31,1	82,8	61,2	415	24.000	784.379,5
NorteShopping[6] [12]	RJ	44.186,0	51,0	97,7	77,1	327	28.800	797.433,6
Shopping Villa-Lobos[7] [12]	SP	33.078,0	26,9	27,3	27,3	221	8.400	350.746,5
Shopping Del Rey[12]	MG	12.589,0	65,0	59,3	37,4	183	14.400	271.173,7
Shopping Campo Grande[12]	MS	15.696,0	65,1	57,3	28,2	161	9.000	229.638,9
Shopping Estação[8] [10]	PR	6.825,0	100,0	52,0	52,0	159	5.400	153.252,1
Shopping Iguatemi Caxias do Sul[12]	RS	6.163,0	45,5	27,3	14,8	94	10.800	121.299,3
Goiânia Shopping[13]	GO	6.213,0	38,7	19,2	16,8	113	7.300	137.234,5
Shopping Independência[9]	MG	-	8,0	23,1	23,1	182	-	-
Araguaia Shopping[10] [11]	GO	3.586	50,0[10]	19,9	19,9	103	15.600	93.393,3
Pantanal Shopping[7] [10]	MT	12.310	10,0	39,2	39,2	241	9.000	171.400,0
Total		**199.173,0**		**505,0**	**396,9**	**2.199**	**132.700**	**3.109.951,4**

Notas:

(1) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde à receita bruta de cada um dos *Shopping Centers*, sem os efeitos de impostos e demais deduções de vendas, deduzido dos custos operacionais, que incluem depreciação e amortização. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*. Deste modo, os valores apresentados acima não refletem os valores incluídos em nossas receitas de aluguéis e serviços.

(2) Considera nossa participação na data deste Prospecto.

(3) No NorteShopping, já considerada recente expansão completada em janeiro de 2007.

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

(5) A administração do Shopping Recife é feita por meio da ASCR, sociedade em que detemos participação de 32,5%.

(6) No NorteShopping, já considerada recente expansão completada em janeiro de 2007.

(7) Administrado por terceiros. Prestamos serviços de comercialização.

(8) Participação adquirida a partir de fevereiro de 2007. Inclui área do Estação Convention Center, uma âncora com 25 mil m² de ABL.

(9) *Shopping Center* em construção com inauguração prevista para outubro de 2007.

(10) Participação adquirida em fevereiro de 2007.

(11) Participação por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido desse *Shopping Center* e o direito de indicar seus administradores.

(12) O resultado operacional destes *Shopping Centers* incluem os efeitos de consolidação reconhecidos pela Companhia, principalmente pela eliminação dos valores referentes à taxa de administração paga pelos shoppings para outras empresas do grupo. Tais valores representam uma diferença de aproximadamente R$ 9,1 milhões em relação ao resultado operacional não consolidado gerado por cada *Shopping Center*.

(13) Participação alcançada em janeiro 2007.

Nossa receita bruta *pro-forma* ajustada provém de nossas 4 atividades principais, sendo que no ano de 2006 foram distribuídas da seguinte forma: (i) 85,9% decorrentes de propriedade de Shopping Centers, através da locação de lojas, espaços no Mall e Merchandising e da exploração de estacionamento; (ii) 8,6% decorrentes de prestação de serviços de administração e consultoria para *Shopping Centers*; (iii) 4,7% decorrentes de prestação de serviços de comercialização de lojas e espaços de Mall e Merchandising; e (iv) 0,8% decorrente de outros serviços.

A seguir apresentamos relação dos *Shopping Centers* para os quais prestamos serviços de administração, consultoria, comercialização e/ou gerenciamento de marketing e seus principais dados operacionais:

Portfólio Clientes *Shopping Centers*	Estado	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de 2006		
		ABL (m²)	Nº Lojas (em unidades)	Visitantes/ Ano
		(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)		
***Shopping Centers* em que Detemos Participação**				
NorteShoppping [(1)]	RJ	77,1	327	28.800
Shopping Recife [(2)]	PE	61,2	415	24.000
Shopping Estação[(3)]	PR	52,0	159	5.400
Shopping Del Rey	MG	37,4	183	14.400
Shopping Campo Grande	MS	28,2	161	9.000
Shopping Villa-Lobos [(4)]	SP	27,3	221	8.400
Shopping Independência[(5)]	MG	23,0	182	-
Araguaia Shopping[(6)] [(7)]	GO	19,9	103	15.600
Goiânia Shopping	GO	16,8	113	7.300
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	14,8	94	10.800
***Shopping Centers* de Terceiros**				
São Gonçalo Shopping	RJ	46,5	176	11.400
Shopping Vitória	ES	37,0	254	10.800
West Shopping Rio	RJ	30,9	162	12.000
Top Shopping	RJ	18,1	136	9.600
Iguatemi Campina Grande	PB	15,9	95	4.800
Center Shopping Rio	RJ	12,7	113	5.400
Crystal Plaza	PR	11,9	129	6.000
Shopping *Center* 3	SP	10,4	86	10.200
Liberty Mall	DF	5,4	61	3.000
I-Fashion	RJ	2,5	36	600
Shopping Midway Mall[(8)]	RN	46,4	205	11.400
Shopping ABC Santo André[(8)]	SP	49,6	253	12.000
Shopping Tamboré [(8)]	SP	55,4	159	12.000
Maxi Shopping Jundiaí[(8)]	SP	35,2	190	8.400
Amazonas Shopping[(8)]	AM	42,1	202	15.600
Shopping Butantã[(8)]	SP	14,5	159	12.000
Shopping Piracicaba[(8)]	SP	26,4	116	7.200
Fantasy Shopping [(8)] [(9)]	SP	15,2	34	6.000
Shopping Aldeota[(8)]	CE	11,6	140	4.300
Jaraguá Araraquara[(8)]	SP	8,8	57	2.400
Shopping Jaraguá Indaiatuba[(8)]	SP	6,2	30	1.900
Jaraguá Brasil [(8)]	SP	7,0	80	1.100
Shopping Jaraguá Conceição[(8)]	SP	1,7	33	1.000
Centros Comerciais[(10)]				
Shopping Città América	RJ	27,7	592	2.400
Shopping Itaipu MultiCenter	RJ	23,6	322	2.800
Centros Empresariais				
Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen	RJ	48,6	26	-
Città Office	RJ	39,8	-	-
Total		**1.008,8**	**5.804**	**298.000**

Nota:

(1) No NorteShopping, já considerada a recente expansão.

(2) A administração do Shopping Recife é feita por meio da ASCR, sociedade em que detemos participação.

(3) Participação adquirida a partir de fevereiro de 2007. Inclui área do Estação Convention Center, uma âncora com 25 mil m² de ABL.

(4) Administrado por terceiros. Prestamos serviços de comercialização.

(5) Shopping em construção com inauguração prevista para outubro de 2007.

(6) Participação adquirida em fevereiro de 2007.

(7) Participação por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos assegura, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido desse *Shopping Center* e o direito de indicar seus administradores.

(8) Prestamos serviços para estes *Shopping Centers* a partir de março de 2007, após aquisição de participação na DEICO.

(9) *Shopping Center* em construção com inauguração prevista para abril de 2007.

(10) Também administramos as áreas de lojas localizadas nas zonas contíguas a determinadas lojas dos supermercados Sendas e Pão de Açúcar.

Em linha com nossa estratégia de negócios, desde outubro de 2006, concluímos aquisições de participações em 5 *Shopping Centers*, adicionando, aproximadamente, 83,6 mil m² de ABL próprio à nossa carteira, com o investimento total de R$192,4 milhões: (i) 30,0% do Shopping Del Rey em 2 de outubro de 2006; (ii) 38,7% do Goiânia Shopping em 2 de janeiro de 2007; (iii) 100,0% do Shopping Estação em 5 de fevereiro de 2007; (iv) 10,0% do Pantanal Shopping em 27 de fevereiro de 2007; e (v) debêntures conversíveis com participação nos lucros da sociedade responsável pela exploração do Araguaia Shopping, em 27 de fevereiro 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. Além disso, adquirimos, em 13 de março de 2007, participação de 99,99% na DEICO, sociedade responsável pela administração, comercialização e/ou planejamento de 13 *Shopping Centers*.

Acreditamos ter uma sólida posição financeira, tendo apresentado crescimento consistente de nossas receitas líquidas, EBITDA e Lucro Líquido desde 2004, conforme pode-se verificar no quadro abaixo, o qual apresenta algumas de nossas informações financeiras e operacionais consolidadas para os períodos indicados:

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de			
	(*Pro-Forma*)[1]			***Pro-Forma* Ajustado[1]**
	2004	**2005**	**2006**	**2006**
	(em R$ milhões, exceto se de outra forma indicado)			
Receita Líquida	65,6	73,4	85,9	95,2
EBITDA[2]	33,9	41,8	53,7	61,4
Margem de EBITDA[3]	51,8%	57,0%	62,5%	64,5%
Lucro Líquido	12,9	21,3	30,3	32,4
Margem Líquida	19,7%	29,0%	35,3%	34,0%
ABL *Shopping Centers* (mil m^2)[4][5]	203,2	208,6	235,8	235,8
ABL Companhia (mil m^2)[5]	85,3	86,9	101,4	101,4

[1] Para maiores informações acerca das demonstrações financeiras *pro-forma* e *pro-forma* ajustada ver a seção "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais" deste Prospecto.
[2] Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, veja a seção "Definições".
[3] Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.
[4] Reflete a ABL total de cada *Shopping Center* no qual detemos participação (e, conseqüentemente, não reflete a nossa participação em cada *Shopping Center*).
[5] Valores ABL *Shopping Centers* e ABL Companhia não incluem expansão do NorteShopping (janeiro de 2006), Shopping Goiânia (janeiro de 2007) e Shopping Estação (fevereiro de 2007).

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 2004, a economia brasileira mostrou importantes melhorias em seus principais indicadores econômicos. O PIB cresceu 4,9% e a taxa média de desemprego atingiu 11,5%, em 2004, nas principais regiões metropolitanas do País, de acordo com as estatísticas de desemprego publicadas pelo IBGE (em comparação à média de 12,3% em 2003). Durante 2004, o Brasil teve um superávit comercial de US$33,6 bilhões. A inflação medida pelo IPCA foi de 7,5% em 2004.

Em 2004, o Real valorizou-se 8,1% em comparação ao Dólar. Entretanto, o aumento das atividades econômicas causou alguma preocupação com relação à inflação, o que resultou na manutenção da taxa de juros SELIC pelo Governo Federal em níveis elevados, a qual foi de 17,3% ao ano em 31 de dezembro de 2004.

O ano de 2005 foi marcado pelo esforço do Banco Central em atingir a meta de inflação anual de 5,1%, o que resultou na manutenção da taxa de juros em níveis elevados. Porém, com o desaquecimento da economia, a partir de novembro, o Governo Federal começou a reduzir a taxa básica de juros de modo a incentivar a retomada do crescimento econômico. Em 31 de dezembro de 2005, a taxa básica de juros era de 18,0% ao ano.

Em 2005, o Real valorizou-se 11,8% em comparação ao Dólar. Apesar dessa valorização, o Brasil teve um superávit comercial de US$44,7 bilhões, conforme dados divulgados pelo Banco Central, seu mais alto superávit comercial de todos os tempos. O PIB cresceu em 2,3% e a taxa média de desemprego passou de 11,5% em 2004 para 9,8% no mesmo período de 2005 nas principais regiões metropolitanas do Brasil, de acordo com as estimativas de desemprego publicadas pelo IBGE. A inflação medida pelo IPCA foi de 5,9% em 2005.

Em 2006, o Banco Central continuou a reduzir a taxa básica de juros, tendo a taxa Selic alcançado 13,25% em dezembro de 2006, medida pela taxa SELIC. Nesse período, a inflação medida pelo IPCA foi de 3,1% e o PIB cresceu 2,9%. O Real valorizou-se 8,7% em comparação com o Dólar, alcançando a cotação de R$2,1380 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%.

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.

	31 de Dezembro de		
	2004	**2005**	**2006**
Crescimento real do PIB	4,9%	2,3%	2,9%
Inflação (IGP-M)	12,4%	1,2%	3,8%
Inflação (IPCA)	7,5%	5,9%	3,1%
CDI[3]	17,8%	18,0%	13,2%
Valorização (desvalorização) do Real face ao Dólar	8,1%	11,8%	8,7%
Taxa de Câmbio do Fim do Período — US$1.00	R$2,6544	R$2,3410	R$2,1380
Taxa de Câmbio Média — US$1,00	R$2,9257	R$2,4341	R$2,1771

Fontes: IBGE, IPEA Data, Banco Central e Cetip.

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 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 tal percentual é superior ao aluguel 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-DI, um índice inflacionário publicado pela FGV. Apesar da taxa de inflação mais elevada no Brasil poder 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, em seu turno, poderão, em ultima análise, reduzir as vendas desses locatários e, conseqüentemente, os aluguéis baseados nas suas vendas totais.

Nós também estamos sujeitos aos riscos da variação da taxa de câmbio, uma vez que 37,1% de nossos empréstimos e financiamento em 31 de dezembro de 2006 eram indexados ao Dólar. Dessa forma, a desvalorização do Real em relação ao Dólar gera perdas cambiais nesses financiamentos que afetam diretamente nossos resultados financeiros.

Apresentação das Demonstrações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* e Consolidadas *Pro-Forma* Ajustada

As nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* 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 controladas também mencionadas abaixo:

Controladas e Sob Controle Compartilhado	Total da Participação em 31 de Dezembro de 2006
ECISA Engenharia	100,0%
ECISA Participação	100,0%
EGEC	100,0%
DACOM D	100,0%
DACOM G	100,0%
SDR	99,8%
Emce	99,8%
Campo Grande Parking	60,2%
Recife Parking[(1)]	32,5%
ASCR [(1)]	32,5%
Villa-Lobos Parking[(1)]	26,8%

[(1)] Sociedade sob controle compartilhado

As nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* refletem a integral consolidação do resultado de nossas controladas e a consolidação proporcional de nossas controladas sujeitas a controle compartilhado como se tais participações tivessem sido adquiridas em 1º de janeiro de 2004, bem como a consolidação proporcional do resultado dos nossos *Shopping Centers*. O processo de consolidação das contas patrimoniais e de resultado das nossas controladas corresponde à soma horizontal dos saldos das contas de ativo, passivo e receitas e despesas, segundo a natureza de cada saldo. No caso das participações em *Shopping Centers*, os ativos, passivos, receitas e despesas que consolidamos correspondem ao percentual que detemos como participação em cada um dos *Shopping Centers* (consolidação proporcional).

Nas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* são efetuadas as (i) eliminações da participação no capital, reservas e resultados acumulados e nossas controladas; (ii) eliminações dos saldos de contas correntes e outros saldos, integrantes do ativo e/ou passivo, mantidos entre nossas controladas, inclusive resultados não realizados; e (iii) reconhecimento da participação dos acionistas minoritários nos resultados e no patrimônio das nossas controladas.

Nossas Principais Fontes de Receita

Se considerarmos os efeitos refletidos nas Informações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* Ajustadas para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, que consideram a aquisição de EGEC e DACOM como se tivesse ocorrido em 1º de Janeiro de 2006, a composição da nossa receita de aluguel e serviços seria: (i) propriedade em *Shopping Centers* 85,9%; (ii) atividade de prestação de serviços de administração 8,6%; (iii) atividade de prestação de serviços de comercialização de 4,7%; e (iv) 0,8% de outros serviços.

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.

Práticas Contábeis Críticas

As nossas demonstrações financeiras consolidadas *pro-forma* foram elaboradas e estão sendo apresentadas de acordo com o BR GAAP e nossos livros e registros contábeis são mantidos em Reais.

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 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, 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 atualmente utilizadas são baseadas em laudos técnicos específicos.

Provisões para Contingências

Atualmente estamos sujeitos a contingências de natureza fiscal, trabalhista e cível. 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 coligadas são avaliados pelo método de equivalência patrimonial. Os investimentos em companhias controladas conjuntamente com outras sociedades são consolidados na proporção da participação acionária da Companhia nessas empresas. Os investimentos em companhias controladas são integralmente consolidados.

Os demais investimentos estão registrados ao custo de aquisição e deduzidos, se aplicável, por provisão para ajuste a valores de realização.

Os ágios apurados nas aquisições dos investimentos da Companhia na Ecisa Engenharia e Ecisa Participações e nas aquisições por estas empresas de investimentos na EGEC, DACOM D e DACOM G, estão fundamentados na rentabilidade futura das mesmas e vêm sendo amortizados de forma linear pelo prazo de 10 anos.

Formação dos Resultados das Operações

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

Receita de Aluguel e Serviços

Nossa receita de aluguel e serviços provém de nossas 3 atividades principais: (i) propriedade de *Shopping Centers*, através da locação de lojas, espaços no *Mall* e *Merchandising* e da exploração de estacionamento; (ii) prestação de serviços de administração e consultoria para *Shopping Centers* realizados por meio da nossa subsidiária EGEC; e (iii) prestação de serviços de comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising*, por meio da nossa subsidiária DACOM. No exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, a receita decorrente de propriedade em *Shopping Centers* representou 95,4% da nossa receita de aluguel e serviços. A receita decorrente da atividade de prestação de serviços de administração representou 2,4% de nossa receita de aluguel e serviços; e a receita decorrente da atividade de prestação de serviços de comercialização representou 1,7% de nossa receita de aluguel e serviços em 2006.

Se considerarmos os efeitos refletidos nas informações financeiras consolidadas *pro-forma* ajustadas para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006, que consideram a aquisição de EGEC e DACOM como se tivessem ocorrido em 1º de janeiro de 2006, a composição das nossas receitas brutas seria: (i) propriedade em *Shopping Centers* e estacionamento correspondente a 85,9% de nossa receita de aluguel e serviços; (ii) atividade de prestação de serviços de administração correspondente a 11,7% de nossa receita bruta; e (iii) atividade de prestação de serviços de comercialização correspondente a 2,4%.

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 lojistas de nossos *Shopping Centers* contratos de locação com prazo médio de 5 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 por nós obtidas com a locação de lojas em nossos *Shopping Centers* representaram 72,2% do total da nossa receita de aluguel e serviços durante o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006;

- **estacionamento:** exceto no shopping Caxias do Sul, 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 17,6% do total da nossa receita de aluguel e serviços durante o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006;
- **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 5,3% do total da nossa receita de aluguel e serviços durante o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006; 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 0,4% do total da nossa receita de aluguel e serviços durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006.

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

- **administração dos empreendimentos e dos seus condomínios:** nossa subsidiária EGEC presta serviços de administração e consultoria 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; e (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. As receitas por nós obtidas com a prestação de serviços de administração representaram 2,4% do total das nossas receitas de aluguel e serviços durante o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006; e
- **comercialização dos espaços:** A nossa subsidiária DACOM presta serviços de comercialização auferindo receitas 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 comercialização representaram 1,7% do total da nossa receita de aluguel e serviços durante o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006.

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 *pro-forma* e *pro-forma* ajustada nos períodos e exercícios abaixo indicados:

Receita de Aluguel e Serviços	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de							
	Pro-Forma						*Pro-Forma* Ajustado	
	2004	**AV%**	**2005**	**AV%**	**2006**	**AV%**	**2006**	**AV%**
	(valores em milhares de Reais)							
Aluguéis	57.900	80,6%	62.526	76,1%	67.494	72,2%	67.494	65,0%
Taxa de Cessão de Direito	1.834	2,6%	4.009	4,9%	4.975	5,3%	4.975	4,8%
Estacionamento	11.364	15,8%	15.067	18,3%	16.415	17,6%	16.415	15,8%
Taxa de Transferência	158	0,2%	306	0,4%	331	0,4%	331	0,3%
Serviços de Administração	-	-	-	-	2.199	2,4%	8.942	8,6%
Serviços de Comercialização	540	-	-	-	1.609	1,7%	4.875	4,7%
Outras	-	0,8%	264	0,3%	426	0,4%	833	0,8%
Total	**71.796**	**100,0%**	**82.172**	**100,0%**	**93.449**	**100,0%**	**103.866**	**100,0%**

Abaixo, apresentamos tabela contendo a contribuição de cada *Shopping Centers* à nossa receita de aluguel e serviços total consolidada *pro-forma* e *pro-forma* ajustada nos exercícios abaixo indicados:

Receita de Aluguel e Serviços	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de							
	Pro-Forma						*Pro-Forma* Ajustado	
	(valores em milhares de Reais)							
	2004	**AV%**	**2005**	**AV%**	**2006**	**AV%**	**2006**	**AV%**
Norteshopping	25.784	35,9%	28.708	34,9%	29.189	31,2%	29.189	28,1%
Shopping Recife	16.709	23,3%	19.760	24,1%	21.424	22,9%	21.395	20,6%
Shopping Campo Grande	11.097	15,5%	12.807	15,6%	13.239	14,2%	13.239	12,7%
Shopping Villa-Lobos	8.935	12,4%	10.223	12,4%	11.213	12,0%	11.213	10,8%
Shopping Del Rey	5.737	8,0%	6.902	8,4%	10.194	10,9%	10.194	9,8%
Iguatemi Caxias do Sul	2.994	4,2%	3.508	4,3%	3.907	4,2%	3.907	3,8%
Serviços	540	0,7%	264	0,3%	4.234	4,5%	14.243	13,7%
Outras	-	0,0%	-	0,0%	49	0,1%	484	0,5%
Total	**71.796**	**100,0%**	**82.172**	**100,0%**	**93.449**	**100,0%**	**103.866**	**100,0%**

Impostos, Contribuições e outros

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

- **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, 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, a alíquota equivale a 3,0% da nossa receita de aluguel e serviços;

- **ISS:** incide sobre as nossas receitas de taxa de administração 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 em laudos técnicos; e
- **custos comerciais:** custos relacionados à corretagem das lojas e dos espaços promocionais comercializados nos *Shopping Centers*, que são prestados pela DACOM G e pela DACOM D, nossas controladas.

Apresentamos abaixo tabela contendo a contribuição de cada tipo de custo ao nosso custo de aluguéis e serviços consolidado *pro-forma* e *pro-forma* ajustado nos exercícios abaixo indicados:

Custo dos Aluguéis e Serviços	**Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de**							
	Pro-Forma						***Pro-Forma* Ajustado**	
	2004	**AV%**	**2005**	**AV%**	**2006**	**AV%**	**2006**	**AV%**
Custos com:	*(valores em milhares de Reais)*							
Pessoal	861	3,5%	1.060	4,1%	670	3,4%	670	3,0%
Serviços de Terceiros	5.619	22,5%	7.494	29,1%	6.741	34,4%	9.671	42,9%
Custos Condominiais	4.098	16,4%	4.464	17,3%	2.222	11,3%	2.222	9,9%
Fundo de Promoção	3.232	13,0%	3.240	12,6%	1.808	9,2%	1.808	8,0%
Financeiros e Tributários	818	3,3%	967	3,8%	622	3,2%	622	2,7%
Comerciais	1.141	4,6%	925	3,6%	216	1,1%	216	1,0%
Depreciação e Amortização	7.941	31,9%	6.778	26,3%	6.501	33,2%	6.501	28,8%
Demais Custos	1.200	4,8%	828	3,2%	829	4,2%	829	3,7%
Total	**24.910**	**100,0%**	**25.756**	**100,0%**	**19.609**	**100,0%**	**22.539**	**100,0%**

Abaixo, apresentamos tabela contendo a contribuição de cada shopping center ao nosso custo de aluguéis e serviços consolidado *pro-forma* e *pro-forma* ajustado nos exercícios abaixo indicados:

Custos dos Serviços	**Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de**							
	Pro-Forma						***Pro-Forma* Ajustado**	
	2004	**AV%**	**2005**	**AV%**	**2006**	**AV%**	**2006**	**AV%**
	(valores em milhares de Reais)							
Norteshopping	9.597	38,5%	10.076	39,1%	6.654	33,9%	6.654	29,5%
Shopping Recife	3.694	14,8%	4.209	16,3%	3.222	16,4%	3.222	14,3%
Shopping Campo Grande	3.997	16,0%	3.775	14,7%	3.021	15,4%	3.021	13,4%
Shopping Villa-Lobos	4.471	17,9%	3.439	13,4%	2.315	11,8%	2.315	10,3%
Shopping Del Rey	1.316	5,3%	1.419	5,5%	2.011	10,3%	2.011	8,9%
Iguatemi Caxias do Sul	1.371	5,5%	1.429	5,5%	1.103	5,6%	1.104	4,9%
Outros	464	2,0%	1.409	5,5%	1.283	6,6%	4.212	18,7%
Total	**24.910**	**100,0%**	**25.756**	**100,0%**	**19.609**	**100,0%**	**22.539**	**100,0%**

Despesas (Receitas) Operacionais

Nossas despesas (receitas) operacionais consistem substancialmente em despesas comerciais, despesas administrativas, honorários de diretoria e Conselho de Administração, 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, 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 e despesas legais e judiciais.

Despesas com Remuneração Variável. Caso a Companhia, no exercício social de 2006, tivesse em vigor a sua atual política de remuneração variável conforme aqui descrita, considerando o número de empregados e executivos da Ecisa, Egec e Dacom que seriam então elegíveis para o recebimento de tal remuneração no âmbito do Programa de Distribuição de Lucros e Resultados, e que o cumprimento das metas necessárias para distribuição dessa remuneração variável tivesse sido alcançado, a Companhia teria incorrido em despesas adicionais no montante de R$ 2.900.000,00, o que provocaria um incremento de 10,3% em suas despesas operacionais e uma redução de 4,7% em seu EBITDA, em ambos os casos com base nas Informações Financeiras Consolidadas Pro-Forma Ajustadas da Companhia. A tabela pro-forma abaixo apresenta tal impacto nas receitas operacionais da Companhia e em seu EBITDA.

	Exercício Social encerrado em 31 de Dezembro de 2006			
	Proforma Ajustado	**Remuneração Variável Adicional**	**Efeito Após Remuneração Variável**	**Variação %**
Receitas (Despesas) Operacionais	(28.032)	(2.900)	(30.932)	10,3%
EBITDA	61.479	(2.900)	58.579	-4,7%

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

	Exercício Encerrado em 31 de Dezembro de							
	Pro-Forma						***Pro-Forma* Ajustado**	
	2004	**AV%**	**2005**	**AV%**	**2006**	**AV%**	**2006**	**AV%**
	(valores em milhares de Reais)							
Despesas de Pessoal	1.424	25,4%	1.647	22,1%	2.393	22,6%	2.757	24,5%
Serviços Prestados – Pessoas Jurídicas	2.980	53,2%	3.261	43,7%	4.350	41,1%	4.462	39,6%
Despesas com Materiais de Uso e Consumo	128	2,3%	335	4,5%	712	6,7%	788	7,0%
Aluguéis	328	5,9%	374	5,0%	509	4,8%	634	5,6%
Outras Despesas Administrativas	745	13,2%	1.847	24,7%	2.612	24,7%	2.628	23,3%
Total	**5.605**	**100%**	**7.464**	**100%**	**10.576**	**100%**	**11.269**	**100%**

Despesas Legais e Tributárias. Tais despesas são formadas por encargos de CPMF sobre aplicações financeiras e movimentações bancárias, como também a constituição de provisões para contingências fiscais.

Depreciações e Amortizações. Refere-se, principalmente, as despesas com depreciação dos ativos imobilizados do nosso escritório central, além da amortização de ágio.

Resultado Financeiro Líquido

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

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

Resultado Não Operacional Líquido

O resultado não operacional líquido é decorrente de ganhos e perdas com alienação de ativo permanente.

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

O lucro líquido do exercício consiste do lucro após a tributação pelo imposto de renda e contribuição social e exclusão do resultado da participação dos minoritários.

EBITDA

O EBITDA consiste no lucro operacional antes de receitas financeiras, despesas financeiras, depreciação e amortização. 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.

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

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de			
	Pro-Forma			*Pro-Forma* Ajustado
	2004	2005	2006	2006
		(em milhares de reais)		
Lucro Operacional	**19.861**	**30.876**	**41.311**	**44.903**
(+) Depreciação e Amortização	8.218	7.208	10.379	14.515
(+) Resultado Financeiro Líquido	5.919	3.794	2.061	2.061
EBITDA	**33.998**	**41.878**	**53.751**	**61.479**
Margem EBITDA	50,2%	57,0%	62,5%	64,5%

Comparação entre os Exercícios Sociais Encerrados em 31 de Dezembro de 2005 e em 31 de Dezembro de 2006 (*Pro-Forma*)

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de				
Demonstração de Resultados (*Pro-Forma*)	**2005**	**AV(%)**	**2006**	**AV(%)**	**Variação 2005/2006 (%)**
		(valores em milhares de Reais)			
Receita de aluguel e serviços	**82.172**	**111,9%**	**93.449**	**108,7%**	**13,7%**
(-) Impostos, Contribuições e Outros	(8.759)	(11,9%)	(7.498)	(8,7%)	(14,4%)
Receita Líquida de Aluguéis e Serviços	**73.413**	**100,0%**	**85.951**	**(100,0%)**	**17,1%**
Custos dos Aluguéis e Serviços	(25.756)	(35,1%)	(19.609)	(22,8%)	(23,9%)
Lucro Bruto de Aluguéis e Serviços	**47.657**	**64,9%**	**66.342**	**77,2%**	**39,2%**
Despesas (Receitas) Operacionais	**(12.987)**	**(17,7%)**	**(22.970)**	**(26,7%)**	**76,9%**
Despesas Comerciais	(2.427)	(3,3%)	(1.849)	(2,2%)	(23,8%)
Despesas Administrativas	(7.464)	(10,2%)	(10.576)	(12,3%)	41,7%
Honorários da Diretoria e Conselho de Administração	(514)	(0,7%)	(566)	(0,7%)	10,1%
Depreciações e Amortizações	(430)	(0,6%)	(3.878)	(4,5%)	801,9%
Despesas legais e Tributárias	(2.152)	(2,9%)	(6.101)	(7,1%)	183,5%
Resultado Financeiro Líquido	**(3.794)**	**(5,2%)**	**(2.061)**	**(2,4%)**	**(45,7%)**
Lucro Operacional Líquido	**30.876**	**42,1%**	**41.311**	**48,1%**	**33,8%**
Resultado Não Operacional Líquido	(125)	(0,2%)	(652)	(0,8%)	421,6%
Lucro Antes da Tributação e Participações	**30.751**	**41,9%**	**40.659**	**47,3%**	**32,2%**
IR e CSLL	(8.597)	(11,7%)	(9.525)	(11,1%)	10,8%
Lucro antes das Participações	**22.154**	**30,2%**	**31.134**	**36,2%**	**40,5%**
Participação nos Lucros - Empregados	(127)	(0,2%)	-	0,0%	(100,0%)
Participação dos Minoritários	(703)	(1,0%)	(786)	(0,9%)	11,8%
Lucro Líquido do Exercício	**21.324**	**29,0%**	**30.348**	**35,3%**	**42,3%**

Receita de Aluguel e Serviços

Nossa receita de aluguel e serviços apresentou um aumento de 13,7%, passando de R$82,2 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R$93,4 milhões para o mesmo período de 2006. Esse aumento das nossas receitas de aluguel e serviços decorreu principalmente:

(i) das receitas de prestação de serviços por nossas subsidiárias EGEC e DACOM, que foram adquiridas em outubro de 2006 e que adicionaram, respectivamente, R$2,2 milhões e R$1,6 milhão à nossa receita de aluguel e serviços;

(ii) do efeito de 3 meses da aquisição de participação adicional de 30% no Shopping Del Rey ocorrida no início de outubro de 2006, que adicionou cerca de 11,2 mil m^2 à nossa ABL própria e contribuiu para o crescimento de 40,8% (R$2,5 milhões adicionais) na receita de aluguel proveniente deste shopping;

(iii) do incremento médio de cerca de 2,0% da ABL total dos demais *Shopping Centers* (excluindo o shopping Del Rey), que adicionou 1,4 mil m^2 à nossa ABL própria, combinado com a redução da taxa média de vacância de 3,3% no final do exercício de 2005 para 3,0% no mesmo período de 2006, além do crescimento das receitas por m² de ABL em nossos *Shopping Centers*, que de forma conjunta, contribuíram para a adição de cerca de R$2,5 milhões à nossa receita de aluguel e serviços em 2006; e

(iv) do crescimento das receitas com a exploração de estacionamentos, que adicionaram cerca de R$1,4 milhão às nossas receitas de aluguel e serviços. O crescimento das receitas de estacionamento decorreu em especial ao crescimento de 98,9% das receitas de estacionamento no Shopping Del Rey, que iniciou a sua cobrança apenas em maio de 2005.

Impostos, Contribuições e Outros

Os impostos, contribuições e outros apresentaram redução de 14,4%, passando de R$8,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 (representando 10,7% da nossa receita de aluguéis e serviços) para R$7,5 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006 (representando 8,0% da nossa receita de aluguel e serviços). Esta variação, decorreu, principalmente da adoção pela nossa subsidiária Ecisa Participações do regime de lucro presumido cujas alíquotas de PIS e COFINS são inferiores àquelas incidentes sobre o regime do lucro real.

Receita Líquida dos Aluguéis e Serviços

Pelas razões explicadas acima, a receita líquida apresentou um aumento de 17,1%, passando de R$73,4 milhões exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 para R$86,0 milhões para o mesmo período em 2006.

Custo dos Aluguéis e Serviços

O custo dos aluguéis e serviços apresentou uma redução de 23,9%, passando de R$25,8 milhões em 2005 (representando 35,1% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$19,6 milhões em 2006 (representando 22,8% da receita líquida de aluguéis e serviços). Essa redução decorreu, principalmente: (i) da redução das taxas condominiais das lojas vagas (redução de R$3,7 milhões como reflexo da redução da nossa taxa média de vacância e em decorrência da redução dos custos condominiais do Norteshopping); (ii) da redução dos custos com serviços de terceiros principalmente decorrente da renegociação de contratos de prestação de serviços para o Norteshopping (redução de R$0,8 milhão); e (iii) da redução de R$0,6 milhão dos custos comerciais nos nossos *Shopping Centers*; e (iv) redução de R$1,4 milhão nos custos com fundo de promoção.

Lucro Bruto de Aluguéis e Serviços

Como resultado do exposto acima, o lucro bruto de aluguéis e serviços apresentou um aumento de 39,2%, passando de R$47,7 milhões em 2005 (representando 64,9% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$66,3 milhões em 2006 (representando 77,2% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Despesas (Receitas) Operacionais

Despesas Comerciais. As nossas despesas comerciais foram reduzidas em 23,8%, passando de R$2,4 milhões em 2005 (representando 3,3% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$1,9 milhão em 2006 (representando 2,2% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Despesas Administrativas. As nossas despesas administrativas cresceram 41,7%, passando de R$7,5 milhões em 2005 (representando 10,2% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$10,6 milhões em 2006 (representando 12,4% da receita líquida de aluguéis e serviços). Essa variação se deve, principalmente, ao crescimento: (i) das despesas com prestadores de serviços, em especial assessoria jurídica decorrente do nosso recente processo de reorganização societária, e (ii) das despesas com pessoal, que aumentaram cerca de R$0,7 milhão.

Resultado Financeiro Líquido

As despesas financeiras líquidas foram reduzidas em 45,7%, passando de R$3,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2005 (representando 5,2 % da receita líquida) para R$2,1 milhões para o igual período de 2006 (representando 2,4% da receita líquida). Essa redução nas despesas financeiras líquidas se deve, principalmente ao crescimento de 39,0% da receita de aplicação financeira decorrente, principalmente, do aporte de capital de R$193,0 milhões realizado em novembro de 2006, bem como pela realização de despesas com operações de *hedge* realizadas em 2005 no valor de R$1,6 milhão, que não se repetiram em 2006 .

Despesas legais e tributárias. Nossas despesas legais e tributárias aumentaram 183,5%, de R$ 2,2 milhões para R$ 6,1 milhões em decorrência de encargos de CPMF sobre aplicações financeiras face ao incremento nas aplicações e da constituição de provisão para contingências cíveis no montante de R$ 0,8 milhão, o restante pulverizado nas demais contas.

Depreciações e amortizações. Despesas de depreciação e amortização aumentaram 801,9%, de R$ 0,4 milhões para R$ 3,9 milhões em decorrência da amortização do ágio, no montante de R$3,6 milhões.

Lucro operacional Líquido

Como resultado do exposto acima, o lucro operacional líquido apresentou um crescimento de 33,7%, passando de R$30,9 milhões em 2005 (representando 42,1% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$41,3 milhões em 2006 (representando 48,1% da receita líquida de aluguéis e serviços, correspondendo a um crescimento de 6,0%).

Resultado não operacional, líquido

O nosso resultado não operacional líquido passou de R$0,1 milhão negativo em 2005 (representando 0,2% da receita líquida de aluguéis e serviços) para um resultado negativo de R$0,7 milhão em 2006 (representando 0,8% da receita líquida de aluguéis e serviços). O aumento decorreu, principalmente, da venda de equipamentos de informática que compõem nosso ativo imobilizado por valores abaixo do custo de aquisição líquido de depreciação.

IR e CSLL

As despesas com IR e CSLL apresentaram um aumento de 10,8%, passando de R$8,6 milhões em 2005 (representando 11,7% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$9,5 milhões em 31 de dezembro de 2006 (representando 11,1% da receita líquida de aluguéis e serviços). Esse aumento decorreu principalmente do aumento da nossa receita sujeita a essa tributação em 2006.

Lucro Antes das Participações

Em virtude do explicado acima, nosso lucro antes das participações em 2006 aumentou 40,5%, passando de R$22,2 milhões (representando 30,2% da receita líquida de aluguéis e serviços) em 2005 para R$31,1 milhões em 2006 (representando 36,2% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Participação dos Minoritários

A participação dos minoritários apresentou um aumento de 11,8%, passando de R$0,7 milhão em 2005 (representando 1,0% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$0,8 milhão em 2006 (representando 0,9% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Lucro Líquido do Exercício

Em virtude do explicado acima, nosso lucro no exercício aumentou 42,3%, passando de R$21,3 milhões (representando 29,0% da receita líquida de aluguéis e serviços) em 2005 para R$30,4 milhões em 2006 (representando 35,3% da receita líquida de aluguéis e serviços, o que corresponde a um crescimento de 6,3% em nossa margem líquida).

EBITDA

Pelas razões apresentadas acima, o EBITDA passou de R$33,9 milhões em 2005 (57,0% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$ 41,9 milhões em 2006 (62,5% da receita líquida de aluguéis e serviços), representando um aumento de 23,6%. O EBITDA não é medida de performance financeira calculada de acordo o BR GAAP ou o U.S. 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. Veja "Definições".

Comparação entre os Exercícios Sociais Encerrados em 31 de Dezembro de 2004 e em 31 de Dezembro de 2005

Informações **sobre o Resultado Consolidado (*Pro-Forma*)**	**Exercícios Sociais Encerrados em 31 de Dezembro de**				
	2004	**AV (%)**	**2005**	**AV (%)**	**Variação 2004/2005 (%)**
	(valores em milhares de reais)				
Receita de aluguél e serviços	**71.796**	**109,3%**	**82.172**	**111,9%**	**14,5%**
Impostos, contribuições e outros	(6.112)	(9,3)%	(8.759)	(11,9)%	43,3%
Receita líquida de aluguel e serviços	**65.684**	**100,0%**	**73.413**	**100,0%**	**11,8%**
Custo dos aluguéis e serviços	(24.910)	(37,9)%	(25.756)	(35,1)%	3,4%
Lucro bruto	**40.774**	**62,1%**	**47.657**	**64,9%**	**16,9%**
Receitas (Despesas) operacionais					
Despesas comerciais	(5.175)	(7,9)%	(2.427)	(3,3)%	(53,1)%
Despesas administrativas	(5.605)	(8,5)%	(7.464)	(10,2)%	33,2%
Honorários da diretoria e conselho de administração	(447)	(0,7)%	(514)	(0,7)%	15,0%
Depreciações e amortizações	(277)	(0,4)%	(430)	(0,6)%	55,2%
Despesas legais e tributárias	(3.490)	(5,3)%	(2.152)	(2,9)%	(38,3)%
	(14.994)	(22,8)%	(12.987)	(17,7)%	(13,4)%
Resultado Financeiro Líquido	**(5.919)**	**(9,0)%**	**(3.794)**	**(5,2)%**	**(35,9)%**

Lucro operacional	**19.861**	**30,2%**	**30.876**	**42,1%**	**55,5%**
Resultado não operacional, líquido	1.124	1,7%	(125)	(0,2)%	(111,1)%
Lucro antes da tributação e das participações	**20.985**	**31,9%**	**30.751**	**41,9%**	**46,5%**
IR e CSLL	(7.317)	(11,1)%	(8.597)	(11,7)%	17,5%
Lucro antes das participações	**13.668**	**20,8%**	**22.154**	**30,2%**	**62,1%**
Participação nos lucros – empregados	(121)	(0,2)%	(127)	(0,2)%	5,0%
Participação dos minoritários	(606)	(0,9)%	(703)	(1,0)%	16,0%
Lucro líquido do exercício	**12.941**	**19,7%**	**21.324**	**29,0%**	**64,8%**

Receita de Aluguel e Serviços

Nossa receita de aluguel e serviços apresentou um aumento de 14,5%, passando de R$71,8 milhões em 2004 para R$82,2 milhões em 2005. Esse aumento das nossas receitas brutas decorreu, principalmente:

(i) do incremento de cerca de 2,7% no ABL nos nossos *Shopping Centers*, que adicionou 1,9 mil m^2 à nossa ABL própria, combinado com a redução da taxa média de vacância de 4,2% em 2004 para 3,3% em 2005, além do crescimento das receitas por m² de ABL em nossos *Shopping Centers*. Estes efeitos combinados contribuíram para a adição de cerca de R$4,6 milhões à nossa receita de aluguel e serviços em 2005 comparado com 2004;

(ii) do crescimento de 32,6%, de R$ 11,4 milhões para R$15,1 milhões, das receitas com a exploração de estacionamentos que adicionaram cerca de R$3,7 milhões à nossa receita de aluguel e serviços. O crescimento das receitas de estacionamento decorrem do início da cobrança de estacionamento no Shopping Del Rey, em maio de 2005, e do crescimento de 96% das receitas de estacionamento do Shopping Recife; e

(iii) o crescimento de 118,6%, de R$1,8 milhão em 2004 para R$4,0 milhões em 2005, da taxa de cessão cobrada na locação de lojas vagas, em virtude de entrada de novos contratos com lojistas em nossos *Shopping Centers*, sendo os mais relevantes nos Shopping Recife, Shopping Villa-Lobos e NorteShopping.

Impostos, Contribuições e Outros

Os impostos, contribuições e outros aumentaram 42,6%, passando de R$6,1 milhões em 2004 (representando 8,5% da nossa receita de aluguéis e serviços) para R$8,7 milhões em 2005 (representando 10,7% da nossa receita de aluguéis e serviços). Esse aumento decorreu, principalmente, do aumento das alíquotas de PIS e COFINS, a partir de agosto de 2004, de 3,65% para 9,25%, para empresas que adotam o regime de lucro real afetando principalmente a receita líquida da nossa subsidiária Ecisa Engenharia.

Receita Líquida de Aluguéis e Serviços

Pelas razões explicadas acima, a receita líquida de aluguéis e serviços apresentou um aumento de 11,7%, passando de R$65,7 milhões em 2004 para R$73,4 milhões em 2005.

Custo de Aluguéis e Serviços

O custo dos aluguéis e serviços aumentou 3,6%, passando de R$24,9 milhões em 2004 (representando 37,9% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$25,8 milhões em 2005 (representando 35,1% da receita líquida de aluguéis e serviços). Esse aumento decorreu, principalmente, do crescimento de 33,1% dos custos com serviços de terceiros, que adicionou R$1,8 milhão aos nossos custos, sendo que a maior variação ocorreu nos custos do Norteshopping e do Shopping Recife, que juntos contribuíram com um aumento de R$0,9 milhão no período. Contudo este aumento foi parcialmente compensado pela revisão dos contratos de terceiros que proporcionou redução dos demais custos a partir de 2005.

Lucro Bruto de Aluguéis e Serviços

Como resultado do exposto acima, o lucro bruto de aluguéis e serviços apresentou um aumento de 16,9%, passando de R$40,8 milhões em 2004 (62,1% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$47,7 milhões em 2005 (64,9% da receita líquida).

Despesas (Receitas) Operacionais

Despesas Comerciais. As nossas despesas comerciais reduziram 53,1%, passando de R$5,2 milhões em 2004 (representando 7,9% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$2,4 milhões em 2005 (representando 3,3% da receita líquida de aluguéis e serviços). Essa redução nas nossas despesas comerciais decorreu, principalmente, da redução das perdas com aluguéis em atraso, que contribuíram com uma redução de cerca de R$2,7 milhões em 2005, comparado com 2004.

Despesas Administrativas. As nossas despesas administrativas aumentaram 33,9%, passando de R$5,6 milhões em 2004 (representando 8,5% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$7,5 milhões em 2005 (representando 10,2% da receita líquida de aluguéis e serviços). Essa variação se deve principalmente a multas pagas referentes a infrações fiscais, classificadas em outras despesas administrativas no exercício de 2005 que adicionaram R$0,8 milhão às nossas despesas administrativas, o restante da variação está pulverizado nas demais contas dentro das Despesas Administrativas.

Resultado Financeiro Líquidas

O resultado financeiro líquido diminuiu 35,6 %, passando de R$5,9 milhões em 2004 (9,0% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$3,8 milhões em 2005 (5,2% da receita líquida de aluguéis e serviços). Essa redução se deve, principalmente, à diminuição do endividamento total de R$48,9 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R$37,9 milhões em 31 de dezembro de 2005.

Despesas Legais e Tributárias. Apresentou redução de R$ 1,3 milhão, representando 2,9% da receita líquida de aluguéis e serviços em 2005 e 5,3% em 2004.

Lucro Operacional Líquido

Como resultado do exposto acima, o lucro operacional líquido apresentou um crescimento de 55,3%, passando de R$19,9 milhões em 2004 (30,2 % da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$30,9 milhões em 2005 (42,1% da receita líquida de aluguéis e serviços, o que corresponde a um crescimento de 11,9 pontos percentuais).

Resultado Não Operacional Líquido

Nosso resultado não operacional líquido passou de R$1,1 milhão positivo em 2004 (1,7% da receita líquida de aluguéis e serviços) para um resultado negativo de R$0,1 milhão em 2005 (0,2% da receita líquida de aluguéis e serviços), o que decorreu principalmente da venda de equipamentos de informática, que compõem nosso ativo imobilizado, por valores abaixo do custo de aquisição líquido de depreciação.

IR e CSLL

As despesas IR e CSLL aumentaram de R$7,3 milhões em 2004 (11,1% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$8,6 milhões em 2005 (11,7% da receita líquida de aluguéis e serviços, que corresponde a um aumento de 0,6 pontos percentuais).

Participação dos Minoritários

A participação dos minoritários apresentou um aumento de 16,0%, passando de R$0,6 milhão em 2004 (0,9% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$0,7 milhão em 2005 (1,0% da receita líquida de aluguéis e serviços).

Lucro Líquido do Exercício

Em virtude do explicado acima, nosso lucro no exercício cresceu 64,8%, passando de R$12,9 milhões em 2004 (19,7% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$21,3 milhões 2005 (29,0% da receita líquida de aluguéis e serviços).

EBITDA

Pelas razões apresentadas acima, o EBITDA passou de R$33,9 milhões em 2004 (representando 51,8% da receita líquida de aluguéis e serviços) para R$41,9 milhões em 2005 (representando 57% da receita líquida de aluguéis e serviços, um aumento de 5,3 pontos percentuais), representando um aumento de 23,2 % em relação a 2004. O EBITDA não é medida de performance financeira calculada de acordo o BR GAAP ou o U.S. 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. Veja "Definições".

Análise das Principais Variações nas Nossas Contas Patrimoniais, em Base Histórica, Relativas aos Períodos Indicados

Informações sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados (*Pro-Forma*)	**Em 31 de Dezembro de**							
	2004	**AV (%)**	**2005**	**AV (%)**	**2006**	**AV (%)**	**Variação 2004/2005 (%)**	**Variação 2005/2006 (%)**
	(valores em milhares de Reais)							
Ativo								
Circulante								
Disponibilidades	3.446	3	3.458	3	6.576	1	0	90
Aplicações Financeiras	10.070	8	15.677	12	105.640	16	56	574
Contas a Receber	12.692	10	13.698	11	17.532	3	8	28
Impostos a Recuperar	7.895	6	712	1	3.761	1	(91)	428
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	4.924	4	7.444	6	9.430	1	51	27
Adiantamentos a Condomínio	1.607	1	2.081	2	2.977	0	29	43
Outros Valores a Receber	613	0	256	0	4.044	1	(58)	1.480
Total do circulante	**41.247**	**33**	**43.326**	**33**	**149.960**	**22**	**5**	**246**
Realizável a longo prazo								
Contas a Receber	759	1	865	1	2.130	0	14	146
Depósitos e Cauções	7	0	187	0	1.353	0	2571	624
Créditos Fiscais	-	-	-	-	35.072	5	-	-
Outros Valores a Receber	335	0	5	0	2.008	0	(99)	40.060
Total do realizável a longo prazo	**1.101**	**1**	**1.057**	**1**	**40.563**	**6**	**(4)**	3738
Permanente								
Investimentos								
Ágio	-	-	-	-	321.878	47	-	-
Outros Investimentos	9	0	9	0	2.341	0	0	25.911
Imobilizado	83.370	66	85.104	65	166.036	24	2	95
Diferido	1.170	1	833	1	472	0	(29)	(43)
Total do permanente	**84.549**	**67**	**85.946**	**66**	**490.727**	**72**	**2**	**471**
Total do ativo	**126.897**	**100**	**130.329**	**100**	**681.250**	**100**	**3**	**423**

Informações sobre os Balanços Patrimoniais Consolidados (*Pro-Forma*)	Em 31 de Dezembro de							
	2004	AV (%)	2005	AV (%)	2006	AV (%)	Variação 2004/2005 (%)	Variação 2005/2006 (%)
Passivo								
Circulante								
Empréstimos e Financiamentos	6.333	5	11.235	9	25.188	4	77	124
Fornecedores	321	0	510	0	2.699	0	59	429
Impostos e Contribuições a Recolher	24.473	19	28.213	22	45.722	7	15	62
Impostos e Contribuições, Parcelamentos	0	0	3.427	3	861	0	-	(75)
Salários e Encargos Sociais	97	0	258	0	302	0	166	17
Dividendos a Pagar	3.493	3	5.202	4	842	0	49	(84)
Obrigações a Pagar por Aquisição de Shopping	0	0	-	0	8.216	1	-	-
Outros Valores a Pagar	866	1	1.670	1	2.605	0	93	56
Total do circulante	**35.583**	**28**	**50.515**	**39**	**86.435**	**13**	**42**	**71**
Exigível a longo prazo								
Empréstimos e Financiamentos	42.550	34	26.643	20	39.342	6	(37)	48
Impostos e Contribuições, Parcelamentos	-	-	-	-	2.153	-	-	-
Retenções Processuais	-	-	-	-	1.673	-	-	-
Obrigações a Pagar por Aquisição de Shopping	-	-	-	-	21.716	3	-	-
Provisão para Contingências	5.532	4	6.244	5	7.676	1	13	23
Outros Valores a Pagar	4.211	3	4.449	3	4.471	1	6	0
Total do exigível a longo prazo	**52.293**	**41**	**37.336**	**29**	**77.031**	**11**	**(29)**	**106**
Participação dos minoritários	**119**	**0**	**19**	**0**	**406**	**0**	**(84)**	**2.037**
Patrimônio líquido								
Capital Social	1	0	26	0	516.918	76	2500	1.988.046
Reserva de Capital	-	-	-	-	126	-	-	-
Prejuízos Acumulados	-	-	-	-	334	-	-	-
Total do patrimônio líquido	**1**	**0**	**26**	**0**	**517.378**	**76**	**2500**	**1.989.815**
Acervo Líquido de Sociedades a Serem Incorporadas	**38.901**	**31**	**42.433**	**33**	**0**	**0**	**9**	**(100)**
Total do passivo	**126.897**	**100**	**130.329**	**100**	**681.250**	**100**	**3**	**423**

Ativo

Circulante

O ativo circulante apresentou aumento de 5,0% em 31 de dezembro de 2005 se comparado a 31 de dezembro de 2004, e aumento de 246,1% em 31 de dezembro de 2006, se comparado a 31 de dezembro de 2005. A participação do ativo circulante no ativo total foi de 32,5% em 2004 e 33,2% em 2005, reduzindo para 22% em 2006. O crescimento do ativo circulante em 31 de dezembro 2006 se comparado com 31 de dezembro de 2005 e 2004, deveu-se, principalmente, ao aumento de capital realizado em novembro de 2006, decorrente da nossa reorganização societária recente adicionando cerca de R$90 milhões às nossas aplicações financeiras em 2006. Adicionalmente, ocorreu aumento de contas a receber no ano de 2006 em função do aumento nos aluguéis e taxas de cessão e aumento nos impostos diferidos em função do crescimento do saldo de impostos e contribuições a recolher no passivo circulante.

Realizável a longo Prazo

O realizável a longo prazo permaneceu praticamente estável em 31 de dezembro de 2005, comparado a 31 de dezembro de 2004, contudo apresenta um aumento de 3.737,6% em 31 de dezembro de 2006, comparado a em 31 de dezembro de 2005. A participação do realizável a longo prazo no ativo total é de 0,9% em 31 de dezembro de 2004, 0,8% em 31 de dezembro de 2005, passando a 6,0% em 31 de dezembro de 2006. A variação principal ocorrida no realizável a longo prazo em 31 de dezembro de 2006, comparado a 31 de dezembro de 2005 é explicada pelo crédito fiscal no montante de R$35 milhões, gerado pelo ágio resultante da nossa recente reorganização societária (incorporação reversa).

Permanente

O ativo permanente permaneceu praticamente estável com um aumento de 1,7% em 31 de dezembro de 2005, comparado a 31 de dezembro de 2004 e aumentou 471,0% em 31 de dezembro de 2006 comparado a 31 de dezembro de 2005, mantendo a sua participação no ativo total de 66,6% em 31 de dezembro de 2004, 65,9% em 31 de dezembro de 2005 e aumentando para 72,0% em 31 de dezembro de 2006. As variações ocorridas em 31 de dezembro de 2006, comparado a 31 de dezembro de 2005 são explicadas, principalmente, pelo ágio de R$321,9 milhões resultante da nossa recente reorganização societária e pelo aumento de R$80,9 milhões no nosso imobilizado, resultado, principalmente, das obras de expansão do Norteshopping.

Passivo

Circulante

Em 31 de dezembro de 2005, o passivo circulante era de R$50,5 milhões, apresentando um aumento de 41,9% em relação a 31 de dezembro de 2004 (R$ 35,6 milhões), em razão de incremento do volume de impostos e contribuições a recolher (corrente e parcelamentos), aumento do volume de financiamentos de curto prazo e dividendos a pagar.

Em 31 de dezembro de 2006, o passivo circulante era de R$86.4 milhões, apresentando um aumento de 71,1% em relação a 31 de dezembro de 2005. Esta variação foi ocasionada pelo aumento dos empréstimos de curto prazo em razão de empréstimo-ponte para as obras de expansão do Norteshopping, e pelo aumento das provisões para pagamento de impostos e contribuições.

Exigível a Longo Prazo

Em 31 de dezembro de 2005, o exigível a longo prazo era de R$37,3 milhões, apresentando uma redução de 28.6% em relação a 31 de dezembro de 2004 (R$52,3 milhões), em decorrência da redução do endividamento de longo prazo ocorrido neste período.

Em 31 de dezembro de 2006, o exigível era de R$77,0 milhões, apresentando um aumento de 106,4% em relação a 31 de dezembro de 2005. Esta variação foi ocasionada pelo: aumento dos empréstimos e financiamento de longo prazo em decorrência das obras de expansão do Norteshopping e pelo aumento de R$21,7 milhões nos valores de obrigações a pagar por aquisição de *Shopping Centers*, decorrente, principalmente, da aquisição à prazo de 30% de participação no Shopping Del Rey por meio da nossa subsidiária SDR.

Patrimônio Líquido e Acervo Líquido de Sociedades a Serem Incorporadas

O nosso patrimônio líquido, incluindo o acervo líquido de sociedades a serem incorporadas em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006, passou de R$38,9 milhões em 31 de dezembro de 2004 para R$42,5 milhões em 31 de dezembro de 2005 e R$517,4 milhões em 31 de dezembro de 2006, sendo que a grande variação ocorrida entre 31 de dezembro de 2006 e 31 de dezembro de 2005 decorreu, principalmente, do aumento de capital realizado no âmbito da nossa recente reorganização societária. Para maiores informações sobre nossa reorganização societária vide seção "Atividades – Eventos Recentes"

Endividamento

O nosso endividamento bruto no exercício cresceu 70,2%, de R$37,9 milhões em 31 de dezembro de 2005 para R$64,5 milhões em 31 de dezembro de 2006, sendo o endividamento bruto, em 31 de dezembro de 2005, 22,5% inferior a 31 de dezembro de 2004, o que correspondente à variação de R$ 48,9 milhões em 2004 para R$37,9 milhões em 2005.

A parcela de endividamento de curto prazo correspondia a 13,0%, 29,7%, e 39,0%, do nosso endividamento bruto em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 respectivamente.

A parcela de endividamento indexada ao dólar correspondia a 81,8%, 82,0%, e 37,1%, do nosso endividamento bruto em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 respectivamente, sendo o restante em Reais.

A maior parte das linhas de crédito que obtivemos durante 2006 foi utilizada para financiar a expansão do Norteshopping.

Contratos Financeiros

A tabela abaixo detalha os financiamentos e empréstimos que temos contratados e suas características nos encerramentos dos períodos indicados:

	Em 31 de Dezembro de *(valores em milhares de Reais)*			
Circulante				
Empréstimos e Financiamentos				
Descrição	**2004**	**2005**	**2006**	**Juros**
Empréstimos a Pagar				
Banco ABC Brasil	0	6.681	22.181	Taxa do CDI + 0,38% a.m.
Bradesco	428	0	0	TJLP + 5,5% a.a.
BNB	0	0	51	14% a.a
Safra N. Bank of New York	5.905	4.554	2.956	2 Empréstimos –11,875% a.a. e 12,250% a.a.
TOTAL	**6.333**	**11.235**	**25.188**	

Exigível Longo Prazo				
Descrição	**2004**	**2005**	**2006**	**Juros**
Empréstimos e Financiamentos Empréstimos a Pagar				
Banrisul	865	127	0	TJLP + 5,5% a.a.
BNB	0	0	3.510	14% a.a
Banco ABC	5.333	0	14.452	5 empréstimos: 1 a CDI + 0,38% a.a. e 4 a CDI + 0,32 a.a.
BNDES	2.259	0	0	TJLP + 5,5% a.a.
Citibank (Maruda - Tioga)	26.544	23.408	21.380	12% a.a.
Safra	7.549	3.108	0	2 Empréstimos –11,875% a.a. e 12,250% a.a.
	42.550	**26.643**	**39.342**	
TOTAL	**48.883**	**37.878**	**64.530**	

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

<u>*Empréstimo com o Banco ABC*</u>

Em outubro de 2006, celebramos os contratos de empréstimo n^{os} 26100201, 26100202, 26100203 e 26100204. O total dos empréstimos que contraímos corresponde a R$20 milhões, cada um no valor de R$5 milhões, os quais são remunerados pela variação do CDI e acrescido de juros à taxa de 0,32% ao mês. O

vencimento ocorrerá em 16 de abril de 2007, podendo, contudo, ser prorrogado para o dia 15 de março de 2011, mediante notificação ao Banco ABC até 15 dias antes do vencimento inicial.

Nossos contratos de empréstimo com o Banco ABC são garantidos por (i) cessão fiduciária dos nossos direitos de crédito em relação a (a) 35% do resultado do Condomínio Shopping Del Rey decorrente dos contratos de aluguel com os lojistas; e (b) 23% do resultado do Condomínio Shopping Del Rey decorrente das taxas de estacionamento; (ii) hipoteca de primeiro grau e sem concorrência de terceiros, sobre a fração ideal de nossa propriedade no imóvel do Shopping Del Rey; (iii) nota promissória no valor de R$ 6,5 milhões, com vencimento a vista e avalizada pela ECISA Participações, e pelo Sr. Richard Paul Matheson.

Além das hipóteses usuais de vencimento antecipado (tais como descumprimento de obrigação, insolvência, falência, protesto de títulos, dentre outras), os contratos de empréstimo prevêem que são hipóteses de vencimento antecipado: alteração de objeto social, de composição de capital social, ocorrência de modificação, direta ou indireta, de seu controle societário/acionário, sua incorporação, fusão ou cisão.

Cédula de Crédito Bancário com o Banco ABC

Em 5 de julho de 2006, emitimos cédula de crédito bancário no valor de R$8 milhões, cujo credor é o Banco ABC, incidindo sobre tal valor a variação do CDI e acrescido de juros calculadas à taxa de 0,38% ao mês. Esta cédula deverá ser paga em 5 parcelas iguais, anuais e sucessivas, após o período de carência de um ano, sendo a primeira em 05 de julho de 2007 e a última em 5 de julho de 2011, todas no valor de R$1,6 milhão, acrescidas dos encargos incidentes.

Esta cédula é garantida pelo aval da ECISA Participações e do Sr. Richard Paul Matheson (com a autorização de sua cônjuge), na qualidade de co-obrigados.

Contrato de Empréstimo com o Banco ABC

Celebramos, em 16 de dezembro de 2003, com o Banco ABC, o Contrato de Empréstimo nº 23121601, no valor de R$ 4,5 milhões, com vencimento em 15 de março de 2004. Posteriormente, foram firmados 5 aditivos ao referido contrato, alterando-se as condições negociadas datados de 6 de fevereiro de 2004, 19 de abril 2004, 31 de março de 2005 e 17 de novembro 2005.

Em 28 de abril de 2006, celebramos o quinto aditivo ao Contrato de Empréstimo no valor de R$7,1 milhões. Sobre tal montante incide a variação do CDI acrescido de juros mensais a taxa de 0,38%. O vencimento foi prorrogado de 11 de maio 2007 para 28 de abril de 2009, tendo sido emitida nova nota promissória avalizada pelo Sr. Richard Paul Matheson, no valor de R$ 9,3 milhões.

O saldo devedor dos contratos acima firmados com o Banco ABC somavam em agregado R$ 36,6 milhões em 31 de dezembro de 2006.

Contrato de Abertura de Crédito com o BNB

Em 21 de fevereiro de 2006, celebramos com o BNB contrato de abertura de crédito, por meio do qual o BNB nos concedeu crédito, bem como concedeu crédito em favor da EMAMI, da Milburn, e da Magus, no valor de R$11,7 milhões, para a expansão do Shopping Recife, cujo vencimento ocorrerá em 21 de março de 2011. O valor do principal será acrescido de taxa de juros de 14% ao ano, calculada mensalmente e exigível trimestralmente no dia 21 de cada mês, durante o período de 24 meses compreendido entre 21 de fevereiro de 2006 e 21 de fevereiro de 2008 e, mensalmente, a partir de 21 de março de 2008.

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.

O saldo devedor do contrato firmado com o BNB somava R$ 3,6 milhões em 31 de dezembro de 2006.

Agency Agreement com o Citibank

Em 3 de julho de 1995, celebramos com o Citibank, o Agency Agreement, , pelo qual foram emitidos títulos de créditos internacionais denominados *Fixed Rate Notes*, no valor de US$ 10 milhões, com preço de emissão de 100% do valor de face.

Em 17 de julho de 2003, assinamos um documento de renegociação dos títulos com seus adquirentes, "Tioga Establishment" e "Maruda Company", por meio do qual estabelecemos que a data de vencimento do principal passou a ser 03 de julho de 2008 e que sobre o montante ainda não pago, incidirão juros a taxa de 12% ao ano, pagos semestralmente a cada 03 de janeiro e 03 de julho de cada ano, vencendo-se a primeira parcela em 3 de janeiro de 2005 e a última em 03 de julho de 2008.

O saldo devedor do contrato firmado com o Citibank somava R$ 21,4 milhões em 31 de dezembro de 2006.

Financiamento com The Chase Manhattan Bank

Em 31 de julho de 1997, celebramos com a Ancar Empreendimentos Comerciais S.A., a Magus e a Milburn, na qualidade de Emissores, e o The Chase Manhattan Bank, na qualidade de *trustee*, o *mortgage bond indenture*, por meio do qual emitimos títulos de créditos internacionais denominados *mortgage bonds*, no valor total de US$75 milhões, com o objetivo de, em parte, financiar a expansão e o refinanciamento de hipotecas sobre o Recife Shopping Center.

As obrigações representadas por tal emissão, foram garantidas por hipotecas registradas em todas as matrículas que integram o Shopping Recife.

Em 15 de dezembro de 2001, celebramos o instrumento de assunção parcial de dívida, com sub-rogação de crédito e outros pactos, de acordo com o qual ficou estabelecido que os *mortgages bonds* foram adquiridos pelo Credit Suisse First Boston Mortgage Capital LLC, o qual posteriormente os alienou ao Safra que se sub-rogou nos direitos creditórios por tais *mortgage bonds*.

O saldo devedor dos contratos acima firmados com o Banco Safra (antigo Chase Manhattan) somavam em agregado R$ 2,9 milhões em 31 de dezembro de 2006.

Cédula de Crédito Bancário com Banco Itaú BBA

Em 15 de fevereiro de 2007, NATTCA emitiu cédula de crédito bancário para aquisição de imóveis, no valor de R$10 milhões, cujo credor é o Itaú BBA, incidindo sobre tal valor a variação do IGP-M e acrescido de juros calculadas à taxa de 9,7489% ao ano. Esta cédula deverá ser paga 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, acrescidas dos encargos incidentes.

Esta cédula é garantida pelo aval da BR Malls, da ECISA Participações e da ECISA, na qualidade de coobrigados.

Cédula de Crédito Bancário com o Banco Itaú BBA

Em 15 de fevereiro de 2007, NATTCA emitiu cédula de crédito bancário para aquisição de imóveis, incluindo todas as construções, edificações e benfeitorias erguidas, no valor de R$ 60 milhões, cujo credor é o Itaú BBA, incidindo sobre tal valor a variação do IGP-M e acrescido de juros calculadas à taxa de 9,7489% ao

ano, equivalente a 0,7782% ao mês, capitalizados de forma exponencial "*pro rata temporis*" com base em um ano de 360 dias. Esta cédula deverá ser paga 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, acrescidas dos encargos incidentes.

Esta cédula é garantida (i) pela alienação fiduciária de 100% dos imóveis a serem adquiridos em virtude desta Cédula; (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; (v) pela Carta de Fiança solidária, pelas seguintes fiadoras a) BR Malls; b) ECISA Participações; e c) ECISA Engenharia.

Empréstimo com Unibanco

Em 14 de fevereiro de 2007, Unibanco fez uma proposta firme de crédito para a estruturação e concessão de financiamento para nós, por meio da emissão de cédulas de crédito bancário, no montante total de R$ 70 milhões, desembolsado em 15 de fevereiro de 2007, incidindo sobre tal valor a variação do IGP-M e acrescido 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 1 ano. Os recursos provenientes de tal financiamento serão utilizados para a manutenção do nosso nível de liquidez e para novas aquisições a serem realizadas.

O financiamento será garantido (i) por hipoteca de primeiro 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 shoppings; e (iii) por conta reserva a ser mantida no Unibanco, em valor equivalente a 3 parcelas de principal e juros. Esses documentos deverão ser formalizados em até 360 dias contados da data da emissão da proposta.

A proposta foi aceita na mesma data, estando pendente somente a documentação que embasa referido financiamento.

Além das hipóteses usuais de vencimento antecipado (tais como descumprimento de obrigação, insolvência, falência, protesto de títulos, dentre outras), a proposta prevê que são hipóteses de vencimento antecipado: ocorrência de modificação, direta ou indireta, de seu controle societário/acionário, sua incorporação, fusão ou cisão.

Cédula de Crédito Comercial

Em 9 de fevereiro de 2007, a Sociedade Independência Imóveis S.A. emitiu cédula de crédito comercial com o intuito de obter um financiamento para a construção de edificações comerciais e industriais e para a implantação de shopping center em Juiz de Fora, no valor de R$ 10 milhões, cujo credor é o Banco do Brasil S.A., incidindo sobre tal valor encargos básicos calculados na TJLP e acrescido de juros calculadas à taxa de 2,0% ao ano, calculados por dias corridos, com base em um ano de 360 dias. Esta cédula deverá ser paga em 72 parcelas, mensais, após o período de carência de um ano, sendo a primeira em 9 de março de 2008 e a última em 9 de fevereiro de 2014, acrescidas dos encargos incidentes.

Esta cédula é garantida por hipoteca cedular de primeiro grau e sem concorrência de terceiros de imóvel registrado sob a matrícula nº 50745.

Além das hipóteses usuais de vencimento antecipado (tais como descumprimento de obrigação, insolvência, falência, protesto de títulos, dentre outras), a cédula de crédito comercial prevê que são hipóteses de vencimento antecipado: ocorrência de modificação, direta ou indireta, de controle societário/acionário da Sociedade Independência Imóveis S.A., substituição de qualquer um dos atuais dirigentes/administradores da Sociedade Independência Imóveis S.A., e modificação do estatuto social.

Novos Financiamentos

De acordo com a deliberação do Conselho de Administração em reunião realizada em 6 de março de 2007, a administração da Companhia fica autorizada a celebrar atos pelos quais a Companhia venha a prestar fiança, aval ou qualquer outra forma de garantia, incluindo oneração de seu ativo permanente, até o limite de R$ 150 milhões, com relação a financiamento obtidos por quaisquer de suas Subsidiárias perante instituições financeiras, destinados a viabilizar aquisição e participação em novos empreendimentos.

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 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

Em 2006, tínhamos um maior nível de caixa operacional em relação aos anos anteriores. Como resultado, o caixa líquido gerado por atividades operacionais totalizou R$73,9 milhões em 2006 comparado ao caixa líquido gerado por atividades operacionais de R$45,0 milhões em 2005 e R$31,0 milhões em 2004.

Atividades de Investimento

O caixa líquido utilizado em aquisições de imobilizado e novos investimentos totalizou R$418,7 milhões, R$ 14,9 milhões e R$12,0 milhões em 2006, 2005 e 2004, respectivamente.

Atividades de financiamento

O caixa líquido gerado por atividades de financiamento em 2006 totalizou R$348,0 milhões, um aumento de R$377,9 milhões comparado com o caixa líquido usado nas atividades de financiamento em 2005 de R$29,9 milhões.
O caixa líquido usado nas atividades de financiamento em 2005 totalizou R$29,9 milhões, um aumento de R$6,6 milhões quando comparado ao ano de 2004 que totalizou R$23,3 milhões.

Perspectivas Futuras de Investimento

Em 2004, 2005 e 2006, realizamos o total de 12 milhões, 9,3 milhões e 94,5 milhões, respectivamente, em investimentos que consistiam principalmente na expansão de *Shopping Centers,* no aumento de nossa

participação em *Shopping Centers* de nosso portfólio e na compra de participação em nosso *Shopping Centers.*

Desde outubro de 2006, concluímos a aquisição de participações em *Shopping Centers*, adicionando 83,6 mil m^2 de ABL para nossa carteira, com o investimento total de R$192,4 milhões: (i) 30,0% do Shopping Del Rey, em 02 de outubro de 2006; (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 27 de fevereiro de 2007; e (v) debêntures conversíveis com participação nos lucros de emissão da Maia e Borba S.A., sociedade responsável pela exploração do Araguaia Shopping, em 27 de fevereiro 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. Além disso, adquirimos, em 13 de março de 2007, participação de 99,99% na DEICO, sociedade responsável pela administração, comercialização e/ou planejamento de 13 Shopping Centers.

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 Dezembro de 2006, relacionadas à aquisição do Shopping Del Rey. Os valores apresentados a seguir também incluem montantes devidos a título de juros calculados sobre o respectivo montante de principal.

	Vencimento					
	Total	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011 em diante**
	(em milhares de reais)					
Shopping Del Rey ……..	29.932	8.216	8.216	8.216	5.284	-
Total.....	29.932	8.216	8.216	8.216	5.284	-

Operações não Refletidas no Balanço Patrimonial

Não temos nenhum 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 dezembro de 2006, cerca de 56,8% do nosso endividamento total de R$ 64,5 milhões estava sujeito a taxas de juros variáveis. Nossa dívida em Dólar está sujeita a variações da LIBOR, enquanto nossa dívida em Real está sujeita à variações da TJLP e Taxa DI, dentre outras. Conseqüentemente, o nosso resultado é afetado pela variação desses índices na medida em que eventual elevação das taxas de juros resultará em um aumento nos custos e pagamentos do serviço das nossas dívidas. Em caso de aumento correspondente a 10% sobre os encargos aplicáveis aos nosso empréstimos e financiamentos, nossa despesa financeira anual oriunda dessas operações aumentaria em aproximadamente R$0,68 milhões.

Risco Cambial

Como temos financiamentos expressos em Dólares, no caso de uma desvalorização hipotética de 10% do Real frente ao Dólar, tomando como referência dezembro de 2006, nossas despesas operacionais cresceriam em aproximadamente R$2,4 milhões.

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.

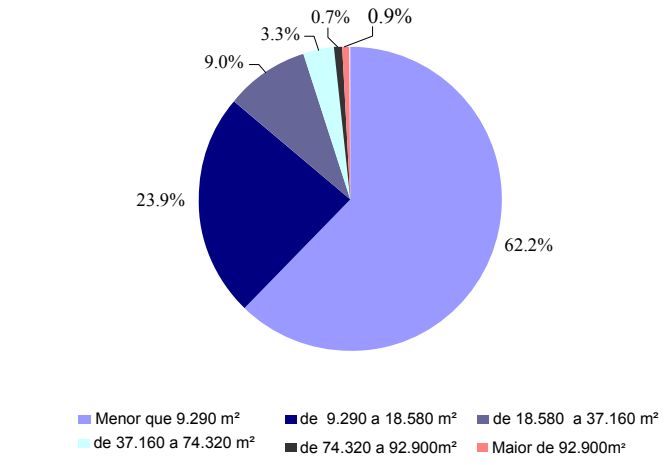
Nos anos 50, foram inaugurados os primeiros *Shopping Centers* ancorados por lojas de departamentos tradicionais e, após o término da segunda guerra mundial, com o desenvolvimento dos subúrbios e o crescimento da população, a demanda por novos centros de conveniência cresceu fortemente.

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 80.000m^2 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 m^2 de ABL e um tamanho médio de cerca de 11.600 m^2 de ABL por *Shopping Center*. Cerca de 62% dos *Shopping Centers* dos Estados Unidos possuem ABL inferior a 10.000 m^2. 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 m^2 por habitante em 1986, para 1,91 m^2 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$1.700/$m^2$ de vendas em 1986 para cerca de US$2.718/$m^2$ 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 m^2)	Vendas Estimadas (Bilhões de dólares)	Venda Média US$/$m^2$	Novos *Shopping Centers*	População Estados Unidos	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

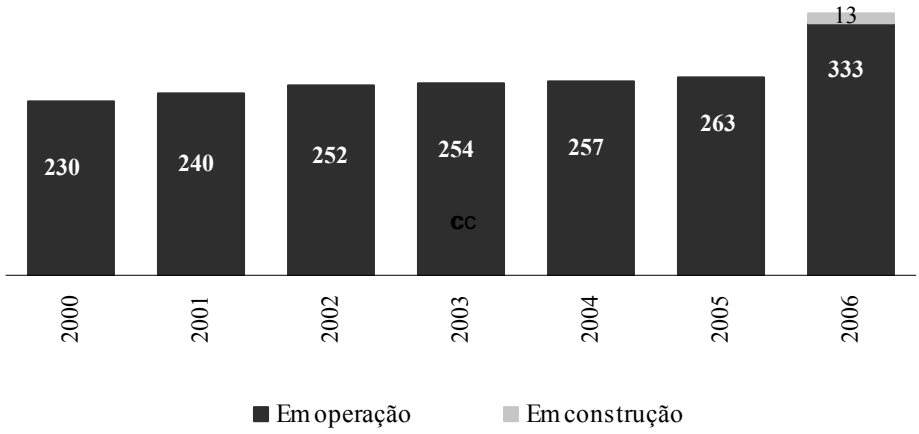
No Brasil, o primeiro *Shopping Center* foi inaugurado em 1966, seguido 5 anos mais tarde pelo Conjunto Nacional de Brasília, que foi desenvolvido pela ECISA e foi um dos primeiros *Shopping Centers* brasileiros a seguir os conceitos e padrões internacionais da indústria. Na década de 70, além do Conjunto Nacional de Brasília, 5 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 31 de dezembro de 2006, atualmente 346 *Shopping Centers*, segundo a ABRASCE. 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 *Shopping Centers*

(ano/unidades)



Fonte: ABRASCE.

Segundo a ABRASCE, existiam, em 2006, aproximadamente 7,4 milhões de m² de ABL distribuídos nos 346 *Shopping Centers* por todo o Brasil. Em termos regionais, cerca de 60,6% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em conseqüência dessa região do País ser responsável por maior parte do PIB, concentrando os maiores índices de densidade populacional e de renda *per capita*.

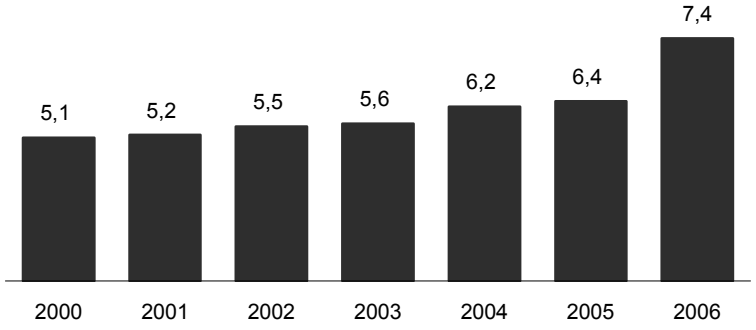
Em uma análise mais detalhada, aproximadamente 40% do estoque encontra-se no estado de São Paulo e 13% no estado do Rio de Janeiro, historicamente os estados com melhores bases econômicas e maior concentração populacional, conforme dados da ABRASCE.

O índice médio de ABL *per capita* brasileiro é de cerca de 0,037 m^2/hab. enquanto nos Estados Unidos esse índice é de 1,91 m^2/hab, segundo National Research Bureau.

Os gráficos abaixo apresentam a evolução da ABL do País desde 2000 e sua distribuição regional em 2006:

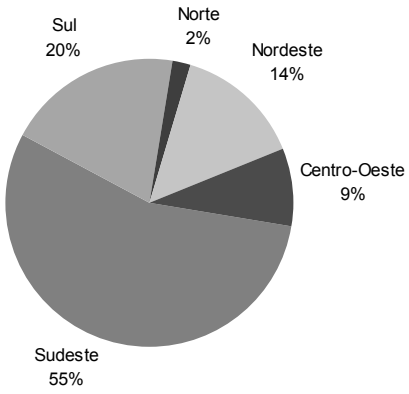
Evolução da ABL

(ano/mm de m²)



Fonte: ABRASCE.

Distribuição Regional



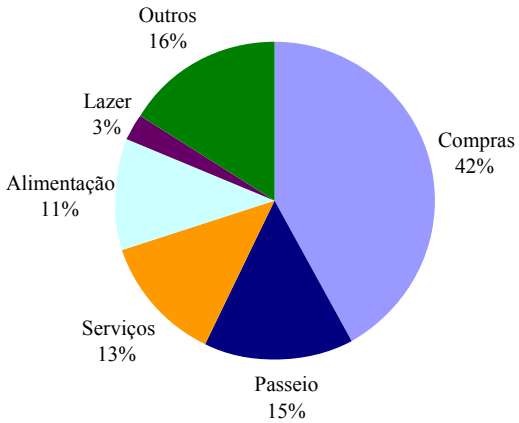
Fonte: ABRASCE.

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 a 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 in 2003.

Motivos para Gastar em Shopping Centers

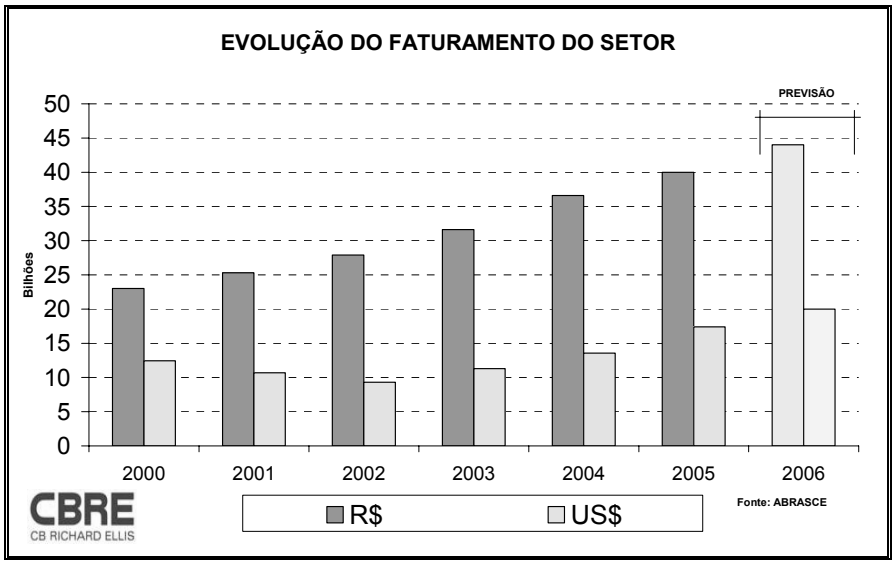


Fonte: IPDM de 2003 e Revista Shopping Centers.

Segundo dados da ABRASCE, a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 18% do volume de vendas do mercado de varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais de 70% e 30/35% nos Estados Unidos e na Europa, respectivamente. Esses números demonstram o notável potencial de crescimento do setor de *Shopping Centers* no Brasil.

Aliada à estabilização econômica do País, com a redução de taxas de juros, o Brasil apresenta um bom momento de sua economia. O aumento de consumo acima da taxa de inflação teve um impacto positivo nas vendas dos *Shopping Centers* brasileiros. O bom desempenho das vendas no mercado de varejo tem estimulado a procura por novos espaços em *Shopping Centers* e a redução no ritmo de inaugurações nos últimos 5 anos e a conseqüente oferta limitada de ABL adicional nos *Shopping Centers* não tem conseguido atender a demanda dos principais varejistas. Os níveis de vacância (3,0/4,0%) e inadimplência (8,0%) dos *Shopping Centers* diminuíram significantemente se comparados com anos anteriores, de acordo com o Valor Análise Setorial,.

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, em Reais e em Dólares, tendo sido estimado para o ano de 2006 um crescimento na ordem de 10%.



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. Conforme apresentado na tabela abaixo, os 9 maiores grupos de empreendedores brasileiros possuem apenas 18,3% do número de *Shopping Centers* e 31,5% do ABL no Brasil.

	ABL Total (m^2)	**%**	***# Shopping Centers***	**%**
9 Maiores Grupos	1.999.010	31.5%	48	18.3%
Outros	4.348.990	68.5%	215	81.7%
Total	**6.348.000**	**100.0%**	**263**	**100.0%**

Nota 1: Brascan não inclui Bay Market.
Nota 2: Aliansce não inclui Shopping Leblon.
Nota 3: IESC não inclui Iguatemi Fortaleza.
Nota 4: Victor Malzoni não inclui Botafogo Praia Shopping.
Fonte: Valor Setorial

Embora bastante pulverizado e diversificado, o segmento de *Shopping Centers* do País apresenta um nível de qualidade de especialização que se equipara aos melhores do mundo, sendo o Brasil o décimo país do mundo em número de *Shopping Centers* construídos, de acordo com a ABRASCE.

Nos últimos 5 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 ABRASCE, em 2006, a indústria de *Shopping Centers* vem demonstrando grande vitalidade, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 524 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 compatível 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* especifico de lojas 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, 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 o 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 Companhia, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan e Sonae.

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 locáveis a preços inferiores daqueles 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 com 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 maior 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 das compras ao lazer e à 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 5 anos. O valor do aluguel mínimo é definido por referências de mercado em função da área, enquanto o aluguel percentual 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, Mall*, 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 privada (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.

Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao 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 do *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, concordância dos proprietários das demais unidades autônomas.

É importante destacar que as modalidades de condomínio edilício e condomínio civil podem coexistir. Ou seja, é bastante comum um *Shopping Center* constituído sob a forma de condomínio edilício, em que cada loja consiste em um imóvel independente, cada uma dessas lojas possuírem 2 ou mais proprietários (condomínio civil).

Condomínio Civil

Os condomínios civis são regulamentados pelos artigos 1.314 e seguintes do Código Civil. Nessa modalidade de condomínio, 2 ou mais co-proprietários do imóvel exercem a propriedade por meio de uma fração ideal de que são titulares, não existindo área privativa de 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 5 anos, podendo ser prorrogado; contudo, por razões graves, poderá o interessado requerer judicialmente a divisão antes do prazo;

- cada condômino tem o direito de perceber os frutos e rendimentos auferidos pelo bem comum na proporção de sua participação; e

- cada condômino tem o dever de participar das despesas do bem comum na proporção de sua participação, ainda que tais despesas sejam contraídas por apenas um dos condôminos se feitas em proveito do bem comum, todos dela deverão participar.

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

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.

Vale ressaltar que no condomínio edilício, ao contrário do condomínio civil, não há a figura do direito de preferência no caso de venda de uma unidade autônoma de propriedade exclusiva aos proprietários das demais unidades.

Convenção de Condomínio

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

- maioria dos condôminos para a realização de obras úteis;

- 2/3 dos condôminos para a realização de obras voluptuárias. a realização de obras em partes comuns em acréscimo às já existentes e a alteração da convenção ou do regimento interno do condomínio; e

- unanimidade dos condôminos para a realização de construção de outro pavimento ou, no solo comum, de outro edifício e a mudança da destinação do edifício ou da unidade imobiliária.

Contrato de Locação em Shopping Centers

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

Características Gerais das Locações Comerciais

Renovação Compulsória da Locação. De acordo com a Lei de Locação, o locatário tem direito à renovação compulsória do contrato de locação quando preenchidos, em síntese, os seguintes requisitos, cumulativamente: (i) o contrato de locação tenha sido celebrado por escrito e com prazo determinado de

vigência igual ou superior a 5 anos, ou a soma dos prazos ininterruptos dos contratos escritos seja de 5 anos; e (ii) o locatário desenvolva o mesmo ramo de atividade há, pelo menos, 3 anos.

Revisão do Aluguel. A Lei de Locação prevê, também, que tanto o locatário como o locador podem, após 3 anos de vigência do contrato de locação ou do acordo firmado entre eles, 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, 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 5 anos da locação, e desde que preenchidos alguns requisitos, o locatário tem o direito de renovar seu contrato de locação, o que impede o empreendedor de alterar o *Mix* de Lojas quando entender necessário para melhorar o movimento e os negócios do *Shopping Center*. Com base nesses direitos e benefícios aproveitados pelos lojistas, o lojista interessado em se instalar no *Shopping Center* dispõe-se a pagar uma taxa de cessão para adquirir o direito de co-participação na infra-estrutura oferecida pelo *Shopping Center*. O valor e as condições de pagamento de tal contribuição são definidos entre o empreendedor e o lojista no momento em que o lojista adere ao empreendimento (seja antes ou depois de concluída a construção), sendo que o calculo é feito com base no período em que o lojista terá à sua disposição o fundo de comércio do *Shopping Centers*.

Escritura de Normas Gerais

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

- direito de fiscalização, pelo locador, do faturamento do locatário, com a finalidade de apurar o valor de aluguel devido nos casos em que é cobrado o aluguel variável com base no faturamento;
- 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 federais, 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 dos *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 3 licenças: (i) licença prévia, (ii) licença de instalação, e (iii) licença de operação. Cada uma destas licenças é emitida conforme a fase em que se encontra a implantação do empreendimento e a manutenção de sua validade depende do cumprimento das condicionantes que forem estabelecidas pelo órgão ambiental licenciador. A ausência de licença ambiental, independentemente da atividade estar ou não causando danos efetivos ao meio ambiente, caracteriza a prática de crime ambiental, além de sujeitar o infrator a penalidades administrativas, tais como multas e interdição de suas atividades.

Eventuais demoras ou indeferimentos, por parte dos órgãos ambientais licenciadores, na emissão ou renovação dessas licenças, assim como a eventual impossibilidade de atender às exigências estabelecidas por órgãos ambientais no curso do processo de licenciamento ambiental, poderão prejudicar, ou mesmo impedir, conforme o caso, a instalação e manutenção regular desses empreendimentos.

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$50,0 milhões de acordo com a capacidade econômica e os antecedentes da pessoa infratora, bem como a gravidade dos fatos e antecedentes, as quais podem ser aplicadas em dobro ou no triplo em caso de reincidência;

- 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 uma das companhias líderes no mercado de *Shopping Centers* do Brasil. De acordo com dados da ABRASCE, somos a segunda maior proprietária de *Shopping Centers* do País, em termos de ABL, e a maior prestadora de serviços de administração, consultoria e comercialização de lojas, *Mall* e *Merchandising* para *Shopping Centers*, centros comerciais e centros empresariais, em termos de ABC.

Na data deste Prospecto, detemos participação em 11 *Shopping Centers*, sendo que em um deles nossa participação é por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros. Destes *Shopping Centers*, 10 estão em operação e um está em construção, totalizando 505,0 mil m² de ABC e 396,9 mil m² de ABL, com cerca de 2,2 mil lojas e vendas totais declaradas de R$3,1 bilhões. O percentual médio de participação que detemos em nossos *Shopping Centers* é de 52,2%, equivalente a 207,0 mil m² de ABL. A participação média da qual somos titulares, em cada um dos 11 *Shopping Centers* é calculada considerando a média ponderada de nossa participação imobiliária nas matrículas que constituem os referidos *Shopping Centers.*

Na data deste Prospecto, prestamos serviços de administração, consultoria e comercialização para 37 *Shopping Centers*, Centros Comerciais e Empresariais, totalizando 1.008,8 mil m² de ABL, com cerca de 5,8 mil lojas, inclusive (i) serviços de administração para 9 dos 11 *Shopping Centers* que detemos participação; (ii) serviços de comercialização para todos os *Shopping Centers* em que detemos participação com exceção do Pantanal Shopping; e (iii) serviços de comercialização para as redes de Supermercados Sendas e Pão de Açúcar.

Nossos *Shopping Centers* estão estrategicamente localizados nas principais cidades das seguintes regiões do País: (i) Sudeste (NorteShopping - RJ, Shopping Villa-Lobos - SP, Shopping Del Rey - MG e Shopping Independência - MG); (ii) Sul (Shopping Iguatemi Caxias do Sul – RS e Shopping Estação - PR); (iii) Nordeste (Shopping Recife - PE); e (iv) Centro-Oeste (Shopping Campo Grande – MS, Araguaia Shopping – GO, Goiânia Shopping – GO e Pantanal Shopping – MT). Nossa carteira de *Shopping Centers*, além de ser estrategicamente diversificada do ponto de vista geográfico, também é bastante diversificada por segmento de renda, incluindo *Shopping Centers* destinados ao público das Classes A, B e C.

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

Carteira de *Shopping Centers* em que Detemos Participação		**Em 31 de Dezembro de 2006** (*exceto se de outra forma indicado)*						
	Estado	**Resultado Operacional Líquido[1]**	**Part. (%)[2]**	**ABC (m²) [3]**	**ABL (m²)**	**Nº Lojas (em unidades)[4]**	**Visitantes/ Ano**	**Vendas Declaradas**
		(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)						
Shopping Recife[5][12]	PE	58.527,0	31,1	82,8	61,2	415	24.000	784.379,5
NorteShopping[6][12]	RJ	44.186,0	51,0	97,7	77,1	327	28.800	797.433,6
Shopping Villa-Lobos[7][12]	SP	33.078,0	26,9	27,3	27,3	221	8.400	350.746,5
Shopping Del Rey[12]	MG	12.589,0	65,0	59,3	37,4	183	14.400	271.173,7
Shopping Campo Grande[12]	MS	15.696,0	65,1	57,3	28,2	161	9.000	229.638,9
Shopping Estação[8][10]	PR	6.825,0	100,0	52,0	52,0	159	5.400	153.252,1
Shopping Iguatemi Caxias do Sul[12]	RS	6.163,0	45,5	27,3	14,8	94	10.800	121.299,3
Goiânia Shopping[13]	GO	6.213,0	38,7	19,2	16,8	113	7.300	137.234,5
Shopping Independência[9]	MG	-	8,0	23,1	23,1	182	-	-
Araguaia Shopping[10][11]	GO	3.586	50,0[10]	19,9	19,9	103	15.600	93.393,3
Pantanal Shopping[7][10]	MT	12.310	10,0	39,2	39,2	241	9.000	171.400,0
Total		**199.173,0**		**505,0**	**396,9**	**2.199**	**132.700**	**3.109.951,4**

Notas:

(1) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde à receita bruta de cada um dos *Shopping Centers*, sem os efeitos de impostos e demais deduções de vendas, deduzido dos custos operacionais, que incluem depreciação e amortização. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*. Deste modo, os valores apresentados acima não refletem os valores incluídos em nossas receitas de aluguéis e serviços.

(2) Considera nossa participação na data deste Prospecto.

(3) No NorteShopping, já considerada recente expansão completada em janeiro de 2007.

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

(5) A administração do Shopping Recife é feita por meio da ASCR, sociedade em que detemos participação de 32,5%.

(6) No NorteShopping, já considerada recente expansão completada em janeiro de 2007.

(7) Administrado por terceiros. Prestamos serviços de comercialização.

(8) Participação adquirida a partir de fevereiro de 2007. Inclui área do Estação Convention Center, uma âncora com 25 mil m² de ABL.

(9) *Shopping Center* em construção com inauguração prevista para outubro de 2007.

(10) Participação adquirida em fevereiro de 2007.

(11) Participação por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos asseguram, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido desse *Shopping Center* e o direito de indicar seus administradores.

(12) O resultado operacional destes *Shopping Centers* incluem os efeitos de consolidação reconhecidos pela Companhia, principalmente pela eliminação dos valores referentes à taxa de administração paga pelos shoppings para outras empresas do grupo. Tais valores representam uma diferença de aproximadamente R$ 9,1 milhões em relação ao resultado operacional não consolidado gerado por cada *Shopping Center*.

(13) Participação alcançada em janeiro 2007.

Nossa receita bruta *pro-forma* ajustada provém de nossas 4 atividades principais, sendo que no ano de 2006 foram distribuídas da seguinte forma: (i) 85,9% decorrentes de propriedade de Shopping Centers, através da locação de lojas, espaços no Mall e Merchandising e da exploração de estacionamento; (ii) 8,6% decorrentes de prestação de serviços de administração e consultoria para *Shopping Centers*; (iii) 4,7% decorrentes de prestação de serviços de comercialização de lojas e espaços de Mall e Merchandising; e (iv) 0,8% decorrente de outros serviços.

A seguir apresentamos relação dos *Shopping Centers* para os quais prestamos serviços de administração, consultoria, comercialização e/ou gerenciamento de marketing e seus principais dados operacionais:

Portfólio Clientes *Shopping Centers*	Estado	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de 2006		
		ABL (m²)	Nº Lojas (em unidades)	Visitantes/ Ano
		(todos os valores em milhares, exceto se de outra forma indicado)		
***Shopping Centers* em que Detemos Participação**				
NorteShoppping [(1)]	RJ	77,1	327	28.800
Shopping Recife [(2)]	PE	61,2	415	24.000
Shopping Estação[(3)]	PR	52,0	159	5.400
Shopping Del Rey	MG	37,4	183	14.400
Shopping Campo Grande	MS	28,2	161	9.000
Shopping Villa-Lobos [(4)]	SP	27,3	221	8.400
Shopping Independência[(5)]	MG	23,0	182	-
Araguaia Shopping[(6)] [(7)]	GO	19,9	103	15.600
Goiânia Shopping	GO	16,8	113	7.300
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	14,8	94	10.800
***Shopping Centers* de Terceiros**				
São Gonçalo Shopping	RJ	46,5	176	11.400
Shopping Vitória	ES	37,0	254	10.800
West Shopping Rio	RJ	30,9	162	12.000
Top Shopping	RJ	18,1	136	9.600
Iguatemi Campina Grande	PB	15,9	95	4.800
Center Shopping Rio	RJ	12,7	113	5.400
Crystal Plaza	PR	11,9	129	6.000
Shopping *Center* 3	SP	10,4	86	10.200
Liberty Mall	DF	5,4	61	3.000
I-Fashion	RJ	2,5	36	600
Shopping Midway Mall[(8)]	RN	46,4	205	11.400
Shopping ABC Santo André[(8)]	SP	49,6	253	12.000
Shopping Tamboré [(8)]	SP	55,4	159	12.000
Maxi Shopping Jundiaí[(8)]	SP	35,2	190	8.400
Amazonas Shopping[(8)]	AM	42,1	202	15.600
Shopping Butantã[(8)]	SP	14,5	159	12.000
Shopping Piracicaba[(8)]	SP	26,4	116	7.200
Fantasy Shopping [(8)] [(9)]	SP	15,2	34	6.000
Shopping Aldeota[(8)]	CE	11,6	140	4.300
Jaraguá Araraquara[(8)]	SP	8,8	57	2.400
Shopping Jaraguá Indaiatuba[(8)]	SP	6,2	30	1.900
Jaraguá Brasil [(8)]	SP	7,0	80	1.100
Shopping Jaraguá Conceição[(8)]	SP	1,7	33	1.000
Centros Comerciais[(10)]				
Shopping Città América	RJ	27,7	592	2.400
Shopping Itaipu MultiCenter	RJ	23,6	322	2.800
Centros Empresariais				
Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen	RJ	48,6	26	-
Città Office	RJ	39,8	-	-
Total		**1.008,8**	**5.804**	**298.000**

Nota:

(1) No NorteShopping, já considerada a recente expansão.

(2) A administração do Shopping Recife é feita por meio da ASCR, sociedade em que detemos participação.

(3) Participação adquirida a partir de fevereiro de 2007. Inclui área do Estação Convention Center, uma âncora com 25 mil m² de ABL.

(4) Administrado por terceiros. Prestamos serviços de comercialização.

(5) Shopping em construção com inauguração prevista para outubro de 2007.

(6) Participação adquirida em fevereiro de 2007.

(7) Participação por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos assegura, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido desse *Shopping Center* e o direito de indicar seus administradores.

(8) Prestamos serviços para estes *Shopping Centers* a partir de março de 2007, após aquisição de participação na DEICO.

(9) *Shopping Center* em construção com inauguração prevista para abril de 2007.

(10) Também administramos as áreas de lojas localizadas nas zonas contíguas a determinadas lojas dos supermercados Sendas e Pão de Açúcar.

Em linha com nossa estratégia de negócios, desde outubro de 2006, concluímos aquisições de participações em 5 *Shopping Centers*, adicionando, aproximadamente, 83,6 mil m² de ABL próprio à nossa carteira, com o investimento total de R$192,4 milhões: (i) 30,0% do Shopping Del Rey em 02 de outubro de 2006; (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 27 de fevereiro de 2007; e (v) debêntures conversíveis com participação nos lucros da sociedade responsável pela exploração do Araguaia Shopping, em 27 de fevereiro 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. Além disso, adquirimos, em 13 de março de 2007, participação de 99,99% na DEICO, sociedade responsável pela administração, comercialização e/ou planejamento de 13 *Shopping Centers*.

Acreditamos ter uma sólida posição financeira, tendo apresentado crescimento consistente de nossas receitas líquidas, EBITDA e Lucro Líquido desde 2004, conforme pode-se verificar no quadro abaixo, o qual apresenta algumas de nossas informações financeiras e operacionais consolidadas para os períodos indicados:

	Exercício Social Encerrado em 31 de Dezembro de			
	(*Pro-Forma*) [1]			***Pro-Forma* Ajustado**[1]
	2004	**2005**	**2006**	**2006**
	(em R$ milhões, exceto se de outra forma indicado)			
Receita Líquida	65,6	73,4	85,9	95,2
EBITDA[2]	33,9	41,8	53,7	61,4
Margem de EBITDA[3]	51,8%	57,0%	62,5%	64,5%
Lucro Líquido	12,9	21,3	30,3	32,4
Margem Líquida	19,7%	29,0%	35,3%	34,0%
ABL *Shopping Centers* (mil m^2)[4]	203,2	208,6	235,8	235,8
ABL Companhia (mil m^2)[5]	85,3	86,9	101,4	101,4

[1] Para maiores informações acerca das demonstrações financeiras *pro-forma* e *pro-forma* Ajustada ver a seção "Sumário das Informações Financeiras e Operacionais" deste Prospecto.
[2] Para mais informações sobre a definição e cálculo do EBITDA, veja a seção "Definições".
[3] Representa o EBITDA dividido pela receita líquida.
[4] Reflete a ABL total de cada *Shopping Center* no qual detemos participação (e, conseqüentemente, não reflete a nossa participação em cada *Shopping Center*).
[5] Valores ABL *Shopping Centers* e ABL Companhia não incluem expansão do NorteShopping (janeiro de 2006), Shopping Goiânia (janeiro de 2007) e Shopping Estação (fevereiro de 2007).

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 maior *Shopping Center* da região Nordeste (Shopping Recife) e o maior *Shopping Center* brasileiro destinado ao público de Classe B e C (NorteShopping). A ABC dos nossos *Shopping Centers* está distribuída nas diversas regiões do País da seguinte forma: 41,1% no Sudeste, 26,8% no Centro-Oeste, 16,4 % no Nordeste e 15,7% no Sul. Nossa carteira inclui desde *Shopping Centers* destinados ao público de Classe C, como NorteShopping, até *Shopping Centers* destinados ao público de Classe A, como Shopping Villa-Lobos. Acreditamos que a nossa presença nas principais 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 uma região ou de uma classe de renda específica; (ii) representam uma proteção contra flutuações das economias regionais ou setoriais; e (iii) representarão uma importante vantagem competitiva na implementação na 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 que privilegiam meritocracia e 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 as empresas 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., em que é sócia do Grupo GP desde 2005, 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, a qual será o nosso foco permanente, 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, mesmo que não tenhamos imediatamente a administração do *Shopping Center*; e (iii) acesso privilegiado a oportunidades geradas pela extensa rede de contatos dos nossos acionistas, além da base de clientes das nossas subsidiárias EGEC, DACOM e DEICO. Desde outubro de 2006, concluímos aquisições de participações em 5 *Shopping Centers*, sendo que em 1 deles nossa participação é por meio de debêntures conversíveis, com participação nos lucros, adicionando a nossa carteira, aproximadamente, 83,6 mil m² de ABL (o que representa um crescimento de 67,7%).

- ***Reconhecida, bem sucedida e crescente atividade de prestação de serviços.*** Nossa atividade de prestação de serviços de administração, consultoria e comercialização de *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais, representaram cerca de 13,3% de nossa receita bruta *pro-forma* ajustada em 2006. Ao longo de 9 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 criada, inclusive nos empreendimentos em que não detemos participação. Acreditamos que a proximidade com os proprietários dos *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais 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 37 *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais, incluindo as redes de supermercados. Acreditamos que a nossa atividade de prestação de serviços poderá crescer ainda mais tendo em vista o processo de profissionalização pelo qual passa a indústria de *Shopping Centers* no Brasil.

- ***Potencial de crescimento com elevadas margens e forte geração de caixa.*** Apresentamos, nos últimos 3 anos, crescimento elevado e consistente da nossa receita líquida, com crescimento composto de 14,4% ao ano no período entre 2004 e 2006, e com margens que acreditamos ser elevadas (margem de EBITDA de 51,8% em 2004, 57,0% em 2005 e 62,5% em 2006), resultando em uma forte geração de caixa operacional. Além disso, nosso lucro líquido composto cresceu à taxa média de 53,1% ao ano no período entre 2004 e 2006. Contribui também para nosso bom desempenho financeiro o excelente padrão operacional dos Shopping Centers de nossa carteira que, em 2006, apresentaram margem operacional líquida média de 86,7%.

- ***Forte relacionamento com lojistas.*** A extensa base de clientes dos *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais para os quais prestamos serviços nos coloca em posição de destaque no setor, já que estabelecemos um relacionamento muito próximo 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, Pão

de Açúcar e Hard Rock Café. Além disso, nossa grande capacidade em identificar as lojas Âncoras que melhor se adequam a cada novo projeto de *Shopping Center*, desde a fase de concepção do projeto, a fim de atraí-las para o empreendimento, colabora com o fortalecimento do nosso relacionamento com os lojistas. A atração das melhores lojas Âncoras é fator importante para o sucesso e atratividade de um *Shopping Center*, especialmente no início de sua operação, por meio de intensas campanhas de *marketing*, que ajudam no posicionamento do *Shopping Center* em sua região.

Nossa 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 concentrar todos os esforços da nossa equipe para a implantação da nossa estratégia de crescimento. Possuímos uma diretoria exclusivamente dedicada à prospecção, análise e execução de aquisições de *Shopping Centers*, com foco em: (i) participações adicionais em *Shopping Centers* da nossa carteira; (ii) participação em *Shopping Centers* que administramos 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.

- ***Expansão de Shopping Centers existentes e desenvolvimento de novos Shopping Centers.*** Pretendemos aproveitar as possíveis oportunidades para expansão dos *Shopping Centers* nos quais já detemos participação, obtendo: (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, realizamos recentemente uma expansão no NorteShopping, de 33 mil m², passando o NorteShopping a disputar a posição de maior *Shopping Center* do Rio de Janeiro, e pretendemos, em 2007, iniciar a expansão do Goiânia Shopping e do Shopping Iguatemi Caxias do Sul. Ainda, acreditamos que o mercado brasileiro de *Shopping Centers* possui grande potencial para desenvolvimento de projetos de médio porte, visando atender a cidades com população entre 100 mil habitantes com ABL per capita de 74,1. Nossos esforços estarão voltados para o desenvolvimento de projetos inovadores que possam viabilizar a concepção comercial e a construção de *Shopping Centers* de médio porte, a custos compatíveis com o retorno potencial em municípios de menor concentração populacional. Pretendemos, para tanto, utilizar nossa experiência na administração de *Shopping Centers,* especialmente nas classes B e C, aproveitando o maior potencial de crescimento desse segmento de renda no Brasil.

- ***Expansão das atividades de prestação de serviços.*** Nossa atividade de prestação de serviços de administração, consultoria e comercialização deverá beneficiar-se do acelerado crescimento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil. Além disso, o aumento do profissionalismo na gestão das propriedades imobiliárias deverá ampliar o mercado de prestação de serviços. Nossos esforços estarão voltados para a ampliação da nossa atividade de prestação de serviços, através da ampliação da nossa base de clientes, bem como através da aquisição de outras companhias que prestam serviços de administração, consultoria e comercialização de *Shopping Centers*.

- ***Implementação de padrões de excelência em gestão.*** Seguindo a mesma estratégia adotada por nossos acionistas nas companhias em que investem, pretendemos implementar padrões de excelência na nossa gestão operacional, financeira e de pessoas, através da adoção de práticas como orçamento base-zero, remuneração variável com base em metas previamente definidas e acompanhamento

sistemático dos nossos indicadores de desempenho. Dedicaremos especial atenção à atração, à retenção e ao incentivo dos nossos funcionários, buscando alinhar os seus interesses aos interesses dos nossos acionistas, inclusive por meio de programa de opção de ações.

Histórico

Atuamos nos seguintes setores, respectivamente: (i) participação em empreendimentos de *Shopping de Centers*, (ii) administração de *Shopping Centers* e (iii) comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising* em *Shopping Centers*, centros empresariais e centros comerciais. Apresentamos abaixo breve histórico de nossas principais subsidiárias.

A ECISA foi constituída, em 1949, desenvolvendo atividades no setor de construção civil, dedicando-se à construção de estradas, viadutos, vias elevadas, entre outros. Dentre algumas de suas principais obras, destacam-se o metropolitano das cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, trechos das rodovias federais brasileiras BR 116, BR 153, BR 040 e o porto de Assunção, no Paraguai, além da construção do sistema de galerias de águas pluviais da capital paraguaia. A partir da década de 70, a ECISA ingressou no setor de desenvolvimento e investimento em *Shopping Centers* e foi gradualmente reduzindo suas demais atividades. Foi responsável pelo planejamento, comercialização, incorporação e construção do Conjunto Nacional Brasília, o primeiro empreendimento brasileiro concebido dentro dos padrões e conceitos que caracterizam um *Shopping Center*. No período entre 1980 e 2000, a ECISA construiu e administrou o Shopping Recife (PE), o NorteShopping (RJ), o Shopping Campo Grande (MS), o Shopping Del Rey (MG), o Shopping Iguatemi Caxias do Sul (RS) e o Shopping Villa-Lobos (SP).

No final da década de 1990, as atividades da ECISA de administração de *Shopping Centers* e comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising* foram transferidos para outras sociedades de propósito específico constituídas para esse fim, sendo criadas a EGEC e a DACOM, as quais passaram a prestar serviços aos *Shopping Centers* em que a ECISA detém participação e aos *Shopping Centers* de propriedade de terceiros.

Nesse contexto, a EGEC atualmente administra os seguintes *Shopping Centers* em que detemos participação: NorteShopping; Shopping Campo Grande; Shopping Del Rey; Shopping Iguatemi Caxias do Sul; Goiânia Shopping, Independência Shopping, Shopping Estação (PR), Araguaia Shopping (GO); e Shopping Recife, cuja administração é feita por meio da ASCR, sociedade em que detemos participação; assim como os seguintes *Shopping Centers* de propriedade de terceiros; West Shopping Rio (RJ); Center Shopping Rio (RJ); São Gonçalo Shopping Rio (RJ), Liberty Mall (DF). A EGEC administra, ainda, os seguintes centros empresariais: Cittá Office (RJ) e Centro Empresarial Mário Henrique Simonsen (RJ) e os seguintes centros comerciais: Cittá América (RJ), Shopping Itaipu Multi*Center* (RJ). Além disso, a EGEC presta serviços de gerenciamento de *marketing* aos *Shoppings* Top Shopping (RJ) e I-Fashion (RJ), bem como serviços de consultoria de gestão ao Shopping Vitória (ES).

Por sua vez, a DACOM atualmente presta serviços de comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising* para os seguintes *Shopping Centers* em que a ECISA detém participação: Shopping Recife; NorteShopping, Shopping Campo Grande; Shopping Del Rey; Shopping Iguatemi Caxias do Sul; Shopping Villa-Lobos; Independência Shopping, Goiânia Shopping, Shopping Estação e Araguaia Shopping; assim como para os seguintes *Shopping Centers* de propriedade de terceiros: Top Shopping; Center Shopping Rio; West Shopping Rio; São Gonçalo Shopping Rio; Liberty Mall; Cittá América; Shopping Itaipu MultiCenter; Shopping Center 3 (SP); Iguatemi Campina Grande (PB); Crystal Shopping; e mais à rede dos supermercados Sendas e Pão de Açúcar, assim como ao Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen e Cittá Office. Recentemente, adquirimos participação na DEICO, sociedade responsável pela administração, comercialização e/ou planejamento de 13 Shopping Centers, e passsamos a prestar também serviços para os seguintes *Shopping Centers:* (i) Amazonas Shopping; (ii) Shopping Jaraguá Araraquara; (iii) Shopping Jaraguá Brasil; (iv) Shopping Jaraguá Conceição; (v) Shopping Jaraguá Indaiatuba; (vi) Maxi Shopping Jundiaí; (vii) Shopping Midway Mall; (viii) Shopping ABC Santo André; (ix) Shopping Aldeota; (x) Shopping Piracicaba, (xi) Shopping Tamboré; (xii) Fantasy Shopping; e (xiii) Shopping Butantã.

Eventos de Reestruturações Societárias Desde 2001

Em 8 de abril de 2005, concluiu-se o processo de fechamento de capital da ECISA Engenharia, através de oferta pública de ações visando ao referido propósito.

Em 21 de outubro de 2005, a ECISA Engenharia foi parcialmente cindida, constituindo-se a ECISA Participações, que incorporou a parcela cindida da ECISA Engenharia e passou a ser proprietária, dentre outros ativos, do NorteShopping e do Shopping Campo Grande. As ações de emissão da ECISA Participações foram atribuídas aos mesmos acionistas da ECISA Engenharia, preservando-se as proporções anteriormente detidas.

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 outubro de 2006, a ECISA Engenharia e a ECISA Participações adquiriram, por permuta e compra e venda, a totalidade do capital social da EGEC e da DACOM. Logo após, em novembro de 2006, a Licia, uma subsidiária integral da BR Malls, subscreveu ações emitidas em aumento do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações, representando 28,8% do capital social de cada uma delas.

Em dezembro de 2006, a Licia adquiriu a totalidade das ações de emissão da Dylpar, detentora de 26,2% de ações da ECISA Engenharia e 26,2% da ECISA Participações, de modo que a BR Malls passou a deter, indiretamente, uma participação acionária de 55% do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações.

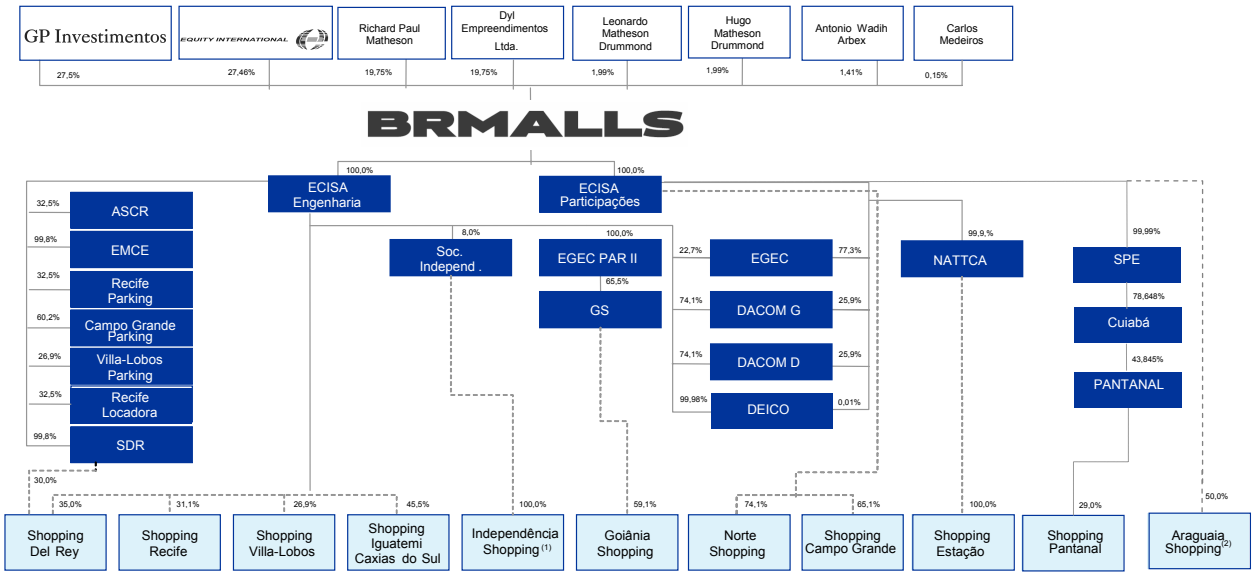
No final de dezembro de 2006, as sociedades Licia e Dylpar foram parcialmente cindidas e posteriormente incorporadas pela ECISA Engenharia e pela ECISA Participações, passando a BR Malls a deter, agora diretamente, 55% do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações. Adicionalmente, a totalidade das ações de emissão da ECISA Engenharia e da ECISA Participações (à exceção daquelas detidas pela BR Malls) foram incorporadas pela BR Malls, convertendo-se (i) a ECISA Engenharia e a ECISA Participações em subsidiárias integrais da BR Malls; e (ii) os antigos acionistas da ECISA Engenharia e da ECISA Participações em acionistas da BR Malls.

Em janeiro de 2007, adquirimos a totalidade das quotas representativas do capital social da EgecPar II e passamos a deter participação acionária, indireta, de 65,5% na GS Shopping, que possui participação imobiliária de 59,1% do Goiânia Shopping. Dessa forma, passamos a deter, indiretamente, 38,7% do Goiânia Shopping. Em fevereiro de 2007, adquirimos 100,0% do Shopping Estação, através de nossa controlada Nattca. Também em fevereiro 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 para a Companhia remuneração correspondente a 50% do resultado líquido do Araguaia Shopping, empreendimento comercial explorado pela referida sociedade. Além disso, em março de 2007, adquirimos participação societária de 99,99% na DEICO, sociedade responsável pela administração, comercialização e/ou planejamento de 13 *Shopping Centers*.

A partir de então, não ocorreram alterações relevantes nas participações acionárias da Companhia, que se mantêm inalteradas até a data deste Prospecto.

Estrutura Societária

O organograma a seguir indica nossa composição societária, bem como nossa participação em *Shopping Centers* na data deste Prospecto (para mais informações acerca de nossas principais subsidiárias e empreendimentos vide itens "Sociedades Controladas Relevantes" e "Empreendimentos" desta seção):



(1) Em construção.
(2) Participação por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos assegura, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido deste Shopping Center e o direito de indicar seus administradores.

Sociedades Controladas Relevantes

Abaixo descrevemos nossas subsidiárias relevantes:

ECISA Engenharia e ECISA Participações

Detemos a totalidade do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações, as quais têm como objeto social (i) a exploração de *Shopping Centers*, de prédios comerciais ou industriais, próprios ou de terceiros; (ii) o planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers*, de edifícios comerciais e industriais; (iii) a exploração de estacionamentos; (iv) a prestação de assistência técnica para implantação, organização e funcionamento de empresas industriais, comerciais ou de outras naturezas, e (v) a participação no capital social de outras sociedades como acionista ou quotista. Por meio destas sociedades detemos participações societárias nos seguintes *Shopping Centers*: Shopping Del Rey, Independência Shopping; Goiânia Shopping, Shopping Recife, Shopping Villa-Lobos e Iguatemi Caxias do Sul, Norte Shopping, Shopping Campo Grande, Shopping Estação, Pantanal Shopping e Araguaia Shopping, sendo neste último caso temos participação nos resultados por meio de debêntures conversíveis. Para maiores informações sobre as atividades da ECISA vide o item "Segmentos e Mercados de Atuação - Participação em Shopping *Centers*" abaixo.

EGEC

A ECISA Engenharia e a ECISA Participações detêm, conjuntamente, a totalidade do capital social da EGEC, companhia 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.

DACOM

A ECISA Engenharia e a ECISA Participações detêm, conjuntamente, a totalidade do capital social da DACOM D e da DACOM G, as quais têm como objeto a prestação de serviços de assessoria e consultoria em gestão empresarial, planejamento de *Shopping Centers*, assim como o acompanhamento, coordenação e

exploração de *Shopping Centers*. Para maiores informações sobre as atividades da DACOM vide a seção "Atividades – Segmentos e Mercados de Atuação - Comercialização de lojas e espaços de Mall e Merchandising" deste Prospecto.

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 Independência.

EGEC Par e GS

A ECISA Engenharia é titular da totalidade do capital social da EGEC Par II, companhia que tem como propósito específico a participação no capital social da. A EGEC Par II detém 65,5% do capital social da GS, companhia que tem como objeto social a participação no Goiânia Shopping. A GS detém participação imobiliária de 59,1% do Goiânia Shopping.

Em 29 de dezembro de 2005, a GS adquiriu da Capef parte dos imóveis e benfeitorias relativos ao empreendimento do Goiânia Shopping pelo preço de R$22,6 milhões, ficando acordado o pagamento do saldo do preço, no montante de R$18,1 milhões, em 48 parcelas mensais e sucessivas, iniciando-se em 5 de fevereiro de 2006 e terminando em 5 de janeiro de 2010. Em garantia do pagamento do saldo do preço, foi constituída alienação fiduciária dos imóveis e benfeitorias adquiridos.

Em 18 de dezembro de 2006, a GS e Invest Mall Participações S.A firmaram com a Fundação Saelpa de Seguridade Social - Funasa promessa de compra e venda para a aquisição de parte dos imóveis referentes ao Goiânia Shopping, pelo preço de R$3,1 milhões, ficando definido o pagamento do saldo do preço, no montante de R$2,5 milhões, em 12 parcelas mensais e sucessivas, iniciando-se a primeira em 30 dias após a liberação da parcela inicial e as demais sucessivamente.

Nattca

A ECISA Participações detém, aproximadamente, 99,99% do capital social da Nattca, companhia que tem como propósito específico a participação no Shopping Estação e é a exclusiva proprietária (100%) do referido shopping center. As demais ações de emissão da Nattca pertencem à ECISA Engenharia.

As ações de emissão da Nattca foram utilizadas para outorga de garantia ao Banco Itaú BBA S.A., por alienação fiduciária, no âmbito do contrato de financiamento contraído para a aquisição do Shopping Estação.

SPE Indianápolis

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 78,648% do capital social da Cuiabá Participações S.A, que por sua vez detém 43,8% do capital social da Pantanal Plaza. Esta última detém participação imobiliária de 29% do Pantanal Shopping. Consolidando-se estas participações societárias, 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.

DEICO

A ECISA Engenharia e a ECISA Participação detêm aproximadamente 99,99% do capital social da DEICO, sociedade que tem como objeto social, dentre outros, a elaboração de projetos econômicos e técnicos, administração e coordenação de projetos, assessoria promocional e de publicidade, assessoria a lançamentos de vendas de imóveis, administração e comercialização de imóveis e a participação no capital social de outras

sociedades. A DEICO é atualmente responsável pela administração, comercialização e/ou planejamento de 13 *Shopping Centers*, quais sejam: (i) Amazonas Shopping; (ii) Shopping Jaraguá Araraquara; (iii) Shopping Jaraguá Brasil; (iv) Shopping Jaraguá Conceição; (v) Shopping Jaraguá Indaiatuba; (vi) Maxi Shopping Jundiaí; (vii) Shopping Midway Mall; (viii) Shopping ABC Santo André; (ix) Shopping Aldeota; (x) Shopping Piracicaba, (xi) Shopping Tamboré; (xii) Fantasy Shopping; e (xiii) Shopping Butantã.

Outras Sociedades

Além das participações nas sociedades acima elencadas, também detemos participações nas seguintes sociedades:

Sociedades	Participação
SDR	99,8%
ASCR	32,5%
EMCE	99,8%
Recife Parking	32,5%
Campo Grande Parking	60,2%
Villa-Lobos Parking	26,9%
Recife Locadora	32,5%

Investimentos e Desinvestimentos Desde 2004

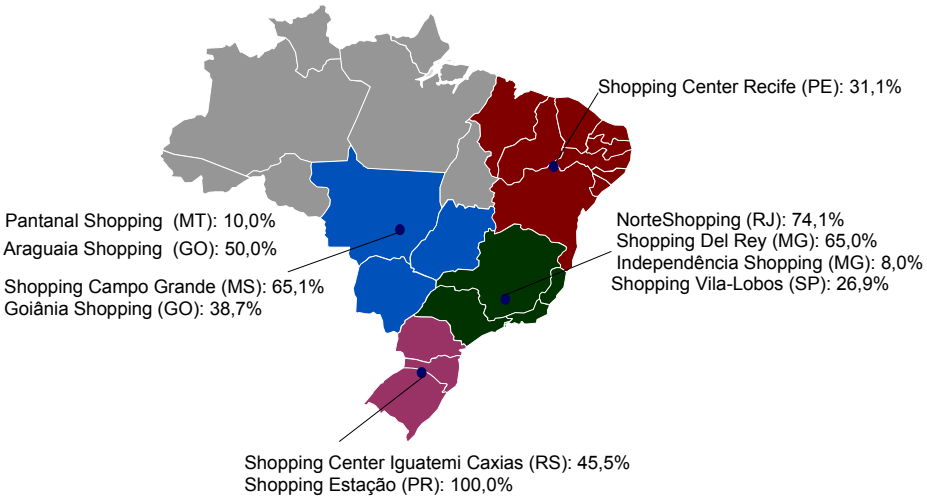
Para maiores informações acerca de nossos principais investimentos ver item "Eventos de Reestruturações Societárias desde 2001" acima. Além dos investimentos mencionados neste item, em 27 de fevereiro de 2007, adquirimos, por meio de nossa subsidiária SPE Indianápolis Participações S.A., a totalidade 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 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 Participações S.A. e da Country Shopping S.A. De acordo com os termos da escritura de emissão, compete aos debenturistas indicar a administração do Araguaia Shopping, ressalvada as condições de mercado. Nesse contexto, a Egec e a DACOM prestarão 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 11 *Shopping Centers*, quais sejam: (i) Shopping Recife, localizado em Recife, Pernambuco, (ii) Goiânia Shopping, localizado em Goiânia, Goiás (iii) NorteShopping, localizado no Rio de Janeiro, RJ, (iv) Shopping Campo Grande, localizado em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, (v) Shopping Del Rey, localizado em Minas Gerais, (vi) Shopping Villa-Lobos, localizado em São Paulo, SP (vii) Independência Shopping, localizado em Juiz de Fora, Minas Gerais; (viii) Shopping Iguatemi Caxias do Sul, localizado em Caxias do Sul, Rio Grande do Sul; (ix) Shopping Estação, localizado na cidade de Curitiba, Paraná; (x) Pantanal Shopping, localizado em Cuiabá – MT e (xi) Araguaia Shopping, localizado em Goiânia – GO, sendo nossa participação no Araguaia Shopping por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos assegura, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido deste Shopping Center e o direito de indicar seus administradores. Nesse contexto, estamos localizados nas regiões 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 NorteShopping e o Shopping Recife, estando o NorteShopping e o Shopping Recife entre os 6 maiores *Shopping Centers* do Brasil em termos de ABC, de acordo com ABRASCE. Após sua recente expansão, o NorteShopping passou a disputar a posição de maior *Shopping Center* do Rio de Janeiro, de acordo com ABRASCE.

Para mais informações sobre os dados operacionais dos nossos *Shopping Centers*, vide o item "Empreendimentos" desta Seção do Prospecto.

Administração de Shopping Centers, Centros Comerciais e Centros Empresariais

Somos especializados na administração de nossos *Shopping Centers*, de *Shopping Centers* de terceiros, de centros comerciais e centros empresariais. Possuímos experiência na gestão de tais empreendimentos comerciais com seus diversos perfis, porte, localização e estágios de maturação. Atualmente, somos responsáveis pela administração, de 21 *Shopping Centers*, 2 centros comerciais e 2 centros empresariais no País, todos constituídos na forma de condomínio edilício e condomínio *pro-indiviso*, ressalvados o Shopping Itaipu MultiCenter e o centro comercial Cittá América, cujas lojas são de propriedade dos respectivos lojistas. Além disso, prestamos serviços de consultoria para o Vitória Shopping e serviços de gerenciamento de *marketing* para o Top Shopping e o I-Fashion.

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 adminitração de *Shopping Centers*.

Para mais informações operacionais sobre os *Shopping Centers* que administramos, vide "Atividades - Visão Geral" e "Atividades - Empreendimentos" deste Prospecto.

Comercialização de Lojas e Espaços de Mall e Merchandising

Somos especializados na comercialização de lojas e espaços de Mall, Merchandising e realização de eventos em Shopping Centers. Atualmente, prestamos serviços para 33 empreendimentos, em diversas regiões do

Brasil, com atuação destacada no Rio de Janeiro e São Paulo. Destes empreendimentos, 31 são Shopping Centers que possuem, conjuntamente, 5.336 lojas, ocupando 883,0 mil m² de ABL. Adicionalmente, prestamos serviços de comercialização para 2 cadeias de supermercado. No ano de 2006, foram negociadas pela DACOM 344 lojas com 58,4 mil m² de ABL.

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 estacionamentos. 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 inicio 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, Pão de Açúcar e Hard Rock Café.

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, em 2006, era de cerca de 1,5 milhão de habitantes, de acordo com ITPM.

Atualmente, o Shopping Recife é um dos maiores centros de compras da América Latina, de acordo com ABRASCE, com 82,8 mil m² de ABC e 61,2 mil m² de ABL, e conta com 5 mil vagas de estacionamento e com 415 lojas, sendo 404 Lojas Satélites e 11 Âncoras.

O público consumidor do Shopping Recife é formado por pessoas de todas as idades, 68% deles das Classes A e B. Cerca de 73% dos consumidores do Shopping Recife visitam o empreendimento semanalmente e a cada 100 visitas, 74 efetivamente resultaram em compra, de acordo com IPESPE, em setembro de 2006.

De acordo com as declarações de vendas dos lojistas, o volume de vendas do Shopping Recife passou de R$649 milhões em 2004 para aproximadamente R$ 784,4 milhões em 2006. O Shopping Recife atrai um tráfego de 24,0 milhões consumidores ao ano. De acordo com a contagem eletrônica nas entradas de acesso ao *Mall*, em 2006, diariamente 60 mil pessoas em média freqüentaram o *Shopping* e cerca de 300 mil carros estacionaram, mensalmente, em uma das 5 mil vagas oferecidas pelo empreendimento.

Atualmente, o Shopping Recife é administrado por nossa subsidiária ASCR e seu resultado operacional, no ano de 2006, foi de R$ 58,5 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Recife:

Shopping Recife

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[1]	31,1%
ABC (m²)	82,8 mil
ABL Total (m²)	61,2 mil
N.º de Lojas[2]	415
Principais Lojas	Zara, C&A, Renner, Mega Store Saraiva, Lojas Americanas, Hiper Bom Preço, Tok&Stok
N.º de Visitantes por ano	24, milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	5 mil
Resultado Operacional[2]	58,5 milhões
Vendas declaradas em 2006	784,4 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

Os principais concorrentes do Shopping Recife são os seguintes:

Shopping Center	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 Carrefour, uma 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 2 salas de cinema.

Atualmente, seu *Mix* de Lojas está entre os mais completos entre todos os *Shopping Centers* do Rio de Janeiro, totalizando 327 lojas, sendo 316 lojas Satélites e 11 Âncoras (Carrefour, Renner, C&C, C&A, Casa & Vídeo, Leader Magazine, Lojas Americanas, Casas Bahia e Ponto Frio) além de um portfólio diversificado de serviços que inclui: posto da Polícia Federal para emissão de passaportes, Detran (IFP), postos da Secretaria de Fazenda e Ministério do Trabalho, Correios, lava a jato *indoor*, bancos 24h, bancos (Banco Itaú, Sudameris e Caixa Econômica Federal), cabeleireiros, lavanderia, banheiro-família, fraldário, carrinhos gratuitos para bebês, chaveiro, jornaleiro e foto instantânea. Além da grande variedade de marcas e serviços, conta com 4 salas de cinema (Art Filmes e Luis Severiano Ribeiro), e 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 Francesa e o Wise-up.

Cercado por um estacionamento com 4.692 vagas cobertas, acreditamos que o NorteShopping assume hoje o papel de referência em compras, lazer, moda e cultura da zona norte do Rio de Janeiro. O NorteShopping atrai um tráfego médio de 28,8 milhões consumidores ao ano, sendo 15% da Classe A e 51% da Classe B, 62% feminino e 79% acima dos 20 anos, de acordo com o IMA, em abril de 2006.

De acordo com IMA, dos freqüentadores do NorteShopping, 57% vão ao shopping pelo menos 1 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". Com a ampliação, o NorteShopping passou a ter 97,7 mil m² de ABC e 77,1 mil m² de ABL se tornando um dos maiores *Shopping Centers* do Rio de Janeiro.

O Pátio NorteShopping possui uma área de lazer e entretenimento com 32,5 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. O Pátio NorteShopping possui 35 lojas e um estacionamento com 192 vagas.

Atualmente, somos responsáveis pela administração do NorteShopping. O resultado operacional do NorteShopping, no ano de 2006, foi de R$44,2 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do NorteShopping:

NorteShopping	**Em 31 de Dezembro de 2006**
Participação (%)[1]	74,1%
ABC (m²)	97,7 mil
ABL Total (m²)	77,1 mil
N.º de Lojas[2]	327
Principais Lojas	Carrefour, Renner, C&C, C&A, Casa&Vídeo, Leader Magazine, Lojas Americanas, Casas Bahia e Ponto Frio
N.º de Visitantes por ano	28,8 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	4.692
Resultado Operacional[2]	44,2 milhões
Vendas declaradas em 2006	797,4 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

O NorteShopping tem como principais concorrentes 3 *Shopping Centers*, conforme descrito abaixo:

Shopping *Center*	**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 America	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 mais informações sobre projetos sociais desenvolvidos pelo NorteShopping e serviços prestados a clientes portadores de necessidades especiais ver seção "Atividades - Responsabilidade Ambiental e Social" 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 Shopping Campo Grande tem ABC de 57,3 mil m² e ABL de 28,2 mil m² e oferece estacionamento para 2.120 vagas simultâneas.

O *Mix* de Lojas do Shopping Campo Grande contempla 161 lojas, sendo 154 Lojas Satélites e 7 lojas Âncoras, entre elas: Casas Bahia, Renner, Pernambucanas, Riachuelo, Lojas Americanas e C&A e Hipermercado Carrefour, além de reunir as melhores marcas regionais e nacionais, agências bancárias e agências dos correios.

De acordo com o IMA, no ano de 2006, a freqüência do Shopping Campo Grande atingiu média de 9,0 milhões pessoas por ano e o aumento de vendas com relação ao ano anterior foi de 9,4%, alcançando cerca de R$229,6 milhões. Em abril de 2006, 60% dos consumidores do Shopping Campo Grande pertenciam à Classes A e B, 70% dos freqüentadores possuíam automóveis, 65% tinham cartão de crédito, 44% possuíam nível superior completo e 74% acessavam a *Internet*.

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). Com população total de 766.010 pessoas, a cidade de Campo Grande teve um crescimento demográfico de 2,42% ao ano e um consumo per capita de R$8.904,80 ao ano, no ano de 2006, conforme dados do ITPM, o que a coloca na posição de 17ª no *ranking* do IPC Target 2006 (dentre 5.564 municípios brasileiros). Não há outro *Shopping Center* na região, não havendo concorrente a se destacar.

Somos responsáveis por sua administração. No ano de 2006, o resultado operacional do Shopping Campo Grande foi de R$15,7 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Campo Grande:

Shopping Campo Grande

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[1]	65,1%
ABC (m²)	57,3 mil
ABL Total (m²)	28,2 mil
N.º de Lojas[2]	161
Principais Lojas	Casas Bahia, Renner, Pernambucanas, Riachuelo, Lojas Americanas e C&A e Hipermercado Carrefour
N.º de Visitantes por ano	9,0 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	2.120
Resultado Operacional[2]	15,7 milhões
Vendas declaradas	229,6 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

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 ABC de 59,3m² e uma ABL de 37,4 mil m², o Shopping Del Rey oferece um estacionamento com 2.356 vagas e conta com 183 lojas, sendo 174 Satélites e 9 lojas Âncoras, sendo elas: C&A, Riachuelo, Renner, Lojas Americanas, Dadalto, Pernambucanas, Marisa, 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.

Acreditamos que o Shopping Del Rey é um dos principais *Shopping Centers* do mercado mineiro, com vendas que ultrapassaram R$271 milhões em 2006 e um público de 14,4 milhões consumidores ao ano com perfil qualificado: 66% de Classes A e B, 55% de jovens (entre 18 e 34 anos), 50% com ensino médio e 26% com nível superior ou mais, 75% com residência em imóvel próprio, conforme dados do Instituto Ipsos para o ano de 2003.

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.

Em 2007, o Shopping Del Rey será objeto de uma grande revitalização, com investimento de aproximadamente R$ 3,3 milhões, sendo que o projeto prevê a reformulação nas áreas de paisagismo, iluminação e circulação interna.

Atualmente, somos proprietários de fração ideal equivalente a 65,0% do Shopping Del Rey e somos responsáveis por sua administração. No ano de 2006, o resultado operacional do Shopping Del Rey foi de R$12,6 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Del Rey:

Shopping Del Rey

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[1]	65,0%
ABC (m²)	59,3 mil
ABL Total (m²)	37,4 mil
N.º de Lojas[2]	183
Principais Lojas	C&A, Riachuelo, Renner, Lojas Americanas, Dadalto, Pernambucanas, Marisa, Carrefour e Multiplex
N.º de Visitantes por ano	14,4 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	2.356
Resultado Operacional[2]	12,6 milhões
Vendas declaradas	271,2 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

O Shopping Del Rey tem como principais concorrentes 3 *Shopping Centers*, conforme descrito abaixo:

Shopping *Center*	**Ano de Inauguração**	**Nº Lojas**	**ABL (m²)**	**Vagas de Estacionamento**	**Principais Lojas**
BH Shopping	1979	289	35,5 mil	3.128	Carrefour, C&A, Lojas Americanas, Riachuelo, Renner e Zara
Itaúpower	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. Com uma ABC de 27,3 mil m² e uma ABL de 14,8 mil m², o Shopping Iguatemi Caxias do Sul conta com um estacionamento com 1.700 vagas e com 94

lojas, sendo 92 lojas Satélites e 2 lojas Âncoras, dentre as principais estão a Loja Renner, o Hipermercado Carrefour, um complexo de 6 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.

O Shopping Iguatemi Caxias do Sul atende uma área que abrange 56 municípios do nordeste do Rio Grande do Sul, totalizando uma população de 764,9 mil pessoas em 2002, com uma renda familiar anual de R$16.243 e índice de alfabetização superior a 90%, de acordo com o IBGE.

O Shopping Iguatemi Caxias do Sul está voltado para um público majoritariamente da Classes A e B, que representavam 78,0% dos consumidores do *Shopping Center* em 2004, de acordo com o Instituto Luciano Monteiro e Associados, e sua freqüência é de aproximadamente 10,8 milhões consumidores por ano.

Atualmente, somos responsáveis pela administração do Shopping Iguatemi Caxias do Sul. Através da participação no Shopping Iguatemi Caxias do Sul, marcamos a nossa entrada no mercado de *Shopping Centers* da região Sul do País. Em 2007, pretendemos iniciar uma expansão no Shopping Iguatemi Caxias do Sul, cujo resultado operacional, no ano de 2006, foi de R$6,2 milhões.

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

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[(1)]	45,5%
ABC (m²)	27,3 mil
ABL Total (m²)	14,8 mil
N.º de Lojas[(2)]	94
Principais Lojas	Loja Renner, Hipermercado Carrefour
N.º de Visitantes por ano	10,8 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	1.700
Resultado Operacional[(2)]	6,2 milhões
Vendas declaradas	121,3 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

Shopping Villa-Lobos

Inaugurado em abril de 2000, o Shopping Villa-Lobos está localizado na cidade São Paulo, no estado de São Paulo.

Com 27,3 mil m² de ABC e 27,3 mil m² de ABL, o Shopping Villa-Lobos possui 1.913 vagas de estacionamento, um *Mix* de Lojas que conta com 221 lojas, sendo 219 lojas Satélites e 2 lojas Âncoras. O Shopping Villa-Lobos conta também com opções de gastronomia, serviços e lazer.

A freqüência do Shopping Villa-Lobos é de aproximadamente 8,4 milhões consumidores por ano, sendo 97% de Classes A e B, conforme dados do GIS Marketo Estudos de Mercado para o ano de 2006. O Shopping Villa-Lobos está localizado na Marginal Pinheiros na cidade de São Paulo, por onde trafegam 300 mil carros por dia.

O Shopping Villa-Lobos atualmente é administrado pela empresa Saphyr Gestão. No ano de 2006, o resultado operacional do Shopping Villa-Lobos foi de R$33,0 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Villa-Lobos:

Shopping Villa-Lobos

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[1]	26,9%
ABC (m²)	27,3 mil
ABL Total (m²)	27,3 mil
N.º de Lojas[2]	221
Principais Lojas	Zara, C&A, Pão de Açúcar, Fast Shop, Livraria Cultura
N.º de Visitantes por ano	8,4milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	1.913
Resultado Operacional[2]	33,0 milhões
Vendas declaradas em 2006	350,7 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

Os principais concorrentes do Shopping Villa-Lobos são os seguintes:

Shopping Center	Ano de Inauguração	Nº Lojas	ABL (m²)	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	N/A[1]	Diesel, Emporio Armani e Louis Vuitton

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 cerca de 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 8 salas de cinemas Multiplex Severiano Ribeiro, considerado por muitos goianos o melhor cinema da cidade. Com uma ABC 19,2 mil m² e uma ABL de 16,8 mil m², o Goiânia Shopping oferece 962 vagas a seus consumidores. Em 2007, pretendemos realizar uma nova expansão no Goiânia Shopping.

O Goiânia Shopping conta com um diversificado e sofisticado *Mix* de Lojas, incluindo 113 lojas, sendo 3 lojas Âncoras (Hipermercado Bretas, C&A e Cinemas Severiano Ribeiro) e 110 lojas Satélites, bem como com uma galeria de serviços.

A freqüência do Goiânia Shopping chega a 7,3 milhões consumidores por ano com um perfil altamente qualificado: 71% pertencem à Classes A e B, 53% têm de 20 a 39 anos, 52% têm o 2º grau completo e 56% possui automóvel próprio.

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.

Atualmente, somos proprietários de fração ideal equivalente a 38,7% do Goiânia Shopping e somos responsáveis por sua administração. No ano de 2006, o resultado operacional do Goiânia Shopping foi de R$6,2 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Goiânia Shopping:

Goiânia Shopping

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[1]	38,7%
ABC (m²)	19,2 mil
ABL Total (m²)	16,8 mil
N.º de Lojas[2]	113
Principais Lojas	Hipermercado Bretas, C&A e Cinemas Severiano Ribeiro
N.º de Visitantes por ano	7,3 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	962
Resultado Operacional[2]	6,2 milhões
Vendas declaradas em 2006	137,2 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

O Shopping Goiânia tem como principais concorrentes 3 *Shopping Centers*, conforme descrito abaixo:

Shopping Center	**Ano de inauguração**	**Nº Lojas**	**ABL (m²)**	**Vagas de Estacionamento**	**Principais Lojas**
Flamboyant	1981	265	46,1 mil	3.000	C&A, Renner, Lojas Americanas, Tok&Stock, Riachuelo, Saraiva,
Buriti	1996	234	32,0 mil	1.000	C&A, Lojas Americanas, Hipermercado Bretas
Bouganville	2006	148	11,5 mil	550	Renner, CTIS, Toolbox, Calvin Klein, M. Officer, Zoomp, Colcci

Fonte: ABRASCE e *sites* dos *Shopping Centers.*

Independência Shopping

A inauguração do Independência Shopping está prevista para outubro de 2007, na cidade de Juiz de Fora em Minas Gerais. O investimento total deverá alcançar R$ 100 milhões, sendo que nossa participação deverá ser de aproximadamente R$ 8 milhões.

Com cerca de 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 3 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.

Juiz de Fora é a única cidade deste porte no País que ainda não possui um *Shopping Center* nos padrões tradicionais. O Independência Shopping atenderá a demanda de uma região com cerca de 2,1 milhões de habitantes, que compreende cerca de 98 municípios num raio de 100 km, e deverá impulsionar o comércio local e regional. No total, estimamos que o empreendimento criará 1500 empregos diretos na fase de construção e 2.000 empregos diretos após a inauguração.

O Independência Shopping encontra-se em um terreno 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. Quando finalizado o Independência Shopping terá cerca de 23,1 mil m² de ABC e 23,1 mil m² de ABL.

Serão 5 andares de *Shopping Center*, sendo 2 para lojas, cinemas e praça de alimentação e 3 exclusivos para estacionamento, com 1.300 vagas.

Atualmente, somos responsáveis pela administração do Independência Shopping. A tabela abaixo apresenta as principais características do Independência Shopping:

Independência Shopping

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[1]	8,0%
ABC (m²)	23,1 mil
ABL Total (m²)	23,1 mil
N.º de Lojas[2]	182
Principais Lojas	-
N.º de Visitantes por ano	-
N.º de Vagas no Estacionamento	1.300
Resultado Operacional[2]	-
Vendas declaradas em 2006	-

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

O Independência Shopping tem como principal concorrente o centro comercial descrito abaixo:

Centros Comerciais	**Ano de inauguração**	**Nº lojas**	**ABL (m²)**	**Vagas de Estacionamento**	**Principais Lojas**
Mister	1988	141	9,0 mil	350	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 52,0 mil m² de ABC e 52,0 mil m² de ABL, o Shopping Estação conta com um estacionamento com 1.746 vagas e 159 lojas, sendo 156 lojas Satélites e 3 lojas Âncoras, dentre elas: O Boticário, Arezzo, Bob's e McDonald's. O *Mix* de Lojas do Shopping Estação está sendo aperfeiçoado, ganhando forte ancoragem, inclusive do Estação Convention Center com 25,0 mil m². O Shopping Estação está voltado para um público majoritariamente das Classes B e C, sendo sua freqüência de 5,4 milhões consumidores por ano. Seus principais concorrentes são: Parkshopping Birigui, Crystal Shopping, Shopping Mueller e Shopping Curitiba.

Em fevereiro deste ano, adquirimos participação no Shopping Estação, sendo proprietários de fração equivalente a 100,0%. No ano de 2006, seu resultado operacional foi de R$ 6,8 milhões.

2 imóveis do Shopping Estação estão penhorados e arrestados por diversas dívidas, no valor de aproximadamente R$ 12,5 milhões, de credores trabalhistas e cíveis 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.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Estação:

Shopping Estação

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[1]	100,0%
ABC (m²)	52,0 mil
ABL Total (m²)	52,0 mil
N.º de Lojas[2]	159
Principais Lojas	O Boticário, Arezzo, Bob's e McDonald's
N.º de Visitantes por ano	5,4 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	1.746
Resultado Operacional[2]	6,8 milhões
Vendas declaradas em 2006	153,3 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

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 39,2 mil m² de ABC e 39, mil m² de ABL, o Pantanal Shopping conta com um estacionamento com duas mil vagas e 241 lojas, sendo 230 lojas Satélites e 11 lojas Âncoras, dentre elas: Lojas Americanas, Renner, Ponto Frio, Novo Mundo, Supermercado Modelo IGA e Cinemas Multiplex. A freqüência do Pantanal Shopping é de aproximadamente 9,0 milhões de consumidores por ano.

Em fevereiro deste ano, adquirimos participação no Pantanal Shopping, sendo proprietários de fração equivalente a 10,0%. A tabela abaixo apresenta as principais características do Independência Shopping:

Pantanal Shopping

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[1]	10,0
ABC (m²)	39,2mil
ABL Total (m²)	39,2mil
N.º de Lojas[2]	241
Principais Lojas	Lojas Americanas, Renner, Ponto Frio, Novo Mundo, Supermercado Modelo IGA e Cinemas Multiplex
N.º de Visitantes por ano	9,0 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	2 mil
Resultado Operacional[3]	12,3 milhões
Vendas declaradas em 2006	171,4 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

A tabela abaixo indica as participações detidas no Pantanal Shopping:

Condomínio	Participação (%)
FUNCEF	20,0
Country Shopping S.A.	51,0
Pantanal Plaza S.A. [1]	29,0

[1] Participamos no Pantanal Shopping por meio da SPE Indianápolis que detém participação acionária de 78,6% do capital social da Cuiabá Participações S.A, que por sua vez detém 43,8% do capital social da Pantanal Plaza S.A., que detém participação imobiliária de 29,0% do Pantanal Shopping.

Araguaia Shopping

Inaugurado em julho 2001, o Araguaia Shopping está localizado na cidade de Goiânia, no estado de Goiás. O Araguaia Shopping tem 19,9 mil m² de ABC e 19,9 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 1.900 vagas e com 103 lojas, sendo 98 lojas Satélites e 5 lojas Âncoras, dentre elas: Novo Mundo, Lojas Americanas, Tecelagem Avenida e Bretas. A freqüência do Araguaia Shopping é de aproximadamente 15,6 milhões consumidores ao ano. 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 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.

Araguaia Shopping

	Em 31 de Dezembro de 2006
Participação (%)[1]	50% do resultado líquido do Araguaia Shopping
ABC (m²)	19,9mil m²
ABL Total (m²)	19,9mil m²
N.º de Lojas[2]	103
Principais Lojas	Novo Mundo, Lojas Americanas, Tecelagem Avenida e Bretas
N.º de Visitantes por ano	15,6 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	1.900
Resultado Operacional[3]	3,6 milhões
Vendas declaradas em 2006	93,4 milhões

(1) Considera a participação que detemos na data deste Prospecto.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

Serviços de Administração, Consultoria e Gerenciamento de *Marketing*

Atualmente, somos responsáveis pela administração de 9 dos 11 *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; e (ix) Shopping Recife (para mais informações sobre esses *Shopping Centers* ver acima o item "Empreendimentos" nesta seção do Prospecto). Também prestamos serviços de administração, consultoria e gerenciamento de marketing, conforme o caso, para os seguintes *Shopping Centers*, centros comerciais e centros empresariais:

Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen

Prestamos serviços de administração para o Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen, localizado na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro. Inaugurado em agosto de 2003, o Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen conta com ABC de 48,6 mil m², ABL de 48,6 mil m², estacionamento com 1.622 vagas e com 26

espaços comerciais, onde estão localizadas empresas multinacionais e de grande porte, tais como TIM, Nokia, Samsung, Volkswagen, Petroflex, BHP Billiton e White Martins.

Cittá América e Cittá Office

Prestamos serviços de administração para o centro empresarial Cittá América e para o centro comercial Cittá Office. Inaugurado em 1999, o Cittá América está localizado na Barra da Tijuca, Zona Oeste do Rio de Janeiro. A Barra da Tijuca é um dos principais bairros da cidade, com população de 238.532 habitantes, em 2006, e um crescimento demográfico de 5,36%, ao ano, de 2005 em relação a 2004, conforme dados do ITPM. Ainda de acordo com ITPM, na área de influência primária do *Shopping Center*, estão 62.768 residências de Classes A e B, gerando um consumo *per capita* urbano de R$ 21.644,15 ao ano, em 2006. Com uma ABC de 27,7mil m², são ao todo 592 espaços comerciais, 2.293 mil vagas de estacionamento e uma ancoragem diferenciada com a primeira e maior filial do restaurante Hard Rock Café da cidade do Rio de Janeiro e a academia A! Body Tech, um dos maiores complexos de bem-estar da América Latina com 12 mil m².

O complexo abriga, também, o centro empresarial Città Office com 39,8 mil m² de ABC, que conta com espaços comerciais, onde estão localizadas empresas multinacionais e de grande porte como Michelin, Globo.com, Novartis, Cisco Systems, AT&T, Star Shipping e Renault. A infra-estrutura conta com 13 prédios e uma moderna central de comunicação, suficiente para uma cidade de médio porte. O tráfego diário no Città Office é de 3 mil pessoas que trabalham ali e 4 mil que freqüentam as salas comerciais diariamente.

São Gonçalo Shopping

Prestamos serviços de administração para o São Gonçalo Shopping, que está localizado na cidade de São Gonçalo, no estado do Rio de Janeiro. Inaugurado no dia 25 de março de 2004, como o quarto maior *Shopping Center* do estado do Rio de Janeiro e o primeiro e único do município, o São Gonçalo Shopping tem 46,5 mil m² de ABC e 46,5 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 2.500 vagas e com 176 lojas, sendo 169 lojas Satélites e 7 lojas Âncoras, dentre elas: Hipermercado Extra, Leader Magazine, Marisa, Lojas Americanas, C&A, Casa & Vídeo, Casas Bahia e Ponto Frio. A freqüência do São Gonçalo Shopping é de aproximadamente 11,4 milhões consumidores ao ano.

Shopping Vitória

Prestamos serviços de consultoria para o Shopping Vitória. Inaugurado em 28 de junho de 1993, na cidade de Vitória, no estado do Espírito Santo, o Shopping Vitória, conta com 37,0 mil m² de ABC e 37,0 milm² de ABL, bem como com um estacionamento com 2.200 vagas e com aproximadamente 252 lojas, sendo 248 lojas Satélites e 4 lojas Âncoras. O Shopping Vitória recebe um fluxo de 10,8 milhões consumidores por ano, sendo 72% de Classes A e B.

West Shopping Rio

Prestamos serviços de administração para o West Shopping Rio o qual foi inaugurado em 1997. O West Shopping Rio está localizado na zona oeste da cidade do Rio de Janeiro. Possui 30,9 mil m² de ABC e 30,9 mil m² de ABL. Atualmente, o West Shopping Rio conta com um estacionamento com 1.100 vagas e com 162 lojas, sendo 156 lojas Satélites, 6 lojas Âncoras e algumas mega lojas de relevância, tais como: Casa&Vídeo, C&A, Leader, Superlar, Lojas Americanas, Casas Bahia, Ponto Frio e Di Satinni. O West Shopping Rio tem tráfego de 12 milhões consumidores por ano, sendo que 20% pertencem à Classe A, 63% à Classe B, 50% é feminino e 64% têm acima de 25 anos, conforme dados do IMA em junho de 2003.

Shopping Itaipu MultiCenter

Prestamos serviços de administração para o Shopping Itaipu MultiCenter, que está localizado na cidade de Niterói, no estado do Rio de Janeiro. Inaugurado em setembro de 1999, o Shopping Itaipu Multi*Center* conta com um estacionamento com 1000 vagas e com 322 lojas, sendo 320 lojas Satélites e 2 lojas Âncoras, tais como: Sendas, Casa & Vídeo e Universo. Complementando o *Mix* de Lojas, o Shopping Itaipu MultiCenter

tem 4 salas de cinema e um centro empresarial com 93 salas. O Shopping Itaipu MultiCenter tem 23,6 mil m² de ABC e possui um público altamente qualificado e um fluxo médio de 2,8 milhões pessoas por ano.

Top Shopping

Prestamos serviços de gerenciamento de marketing para o Top Shopping, o qual foi inaugurado em 1996, em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense do estado do Rio de Janeiro. O Top Shopping é um dos maiores *Shopping Centers* da Baixada Fluminense e está entre os 10 maiores do estado do Rio de Janeiro, conforme dados da ABRASCE. O Shopping tem 18,1mil m² de ABC e 18,1 mil m² de ABL e um estacionamento com 660 vagas, contando, ainda, com 136 lojas, sendo 132 lojas Satélites e 4 lojas Âncoras, dentre elas, podemos destacar as Âncoras Leader Magazine, Riachuelo, Casa & Vídeo, Lojas Americanas e Casas Bahia. A freqüência é de 9,6 milhões 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 IPMA.

Center Shopping Rio

Prestamos serviços de administração para o *Center* Shopping Rio, que está localizado na cidade do Rio de Janeiro, no bairro de Jacarepaguá. Inaugurado em abril de 2001, o *Center* Shopping Rio conta com 12,7 mil m² de ABC e 12,7 mil m² de ABL, 113 lojas, sendo 109 lojas Satélites e 4 lojas Âncoras, como Casa&Video, Lojas Americanas, Leader Magazine e Casas Bahia, além de 4 salas de cinema, parque de diversões Parks & Games e praça de alimentação diversificada. O tráfego de consumidores é da ordem de 5,4 milhões por ano. O *Center* Shopping Rio conta com um estacionamento com 770 vagas.

Liberty Mall

Prestamos serviços de administração ao *Shopping* Liberty Mall o qual foi inaugurado em 1994, na cidade de Brasília, no Distrito Federal. O Liberty Mall conta com 5,4 mil m² de ABC e 5,4 m² de ABL, bem como com 1.800 vagas de estacionamento e com um *Mix* de Lojas completo com 61 lojas para atender a um público qualificado: 80,8% de Classes A e B e 54% com curso superior ou pós-graduação, conforme dados do Codeplan – Companhia de Desenvolvimento do Planalto Central e do TRE do Distrito Federal, de novembro de 2006. A freqüência é de aproximadamente 3,0 milhões pessoas por ano. Dentre as 61 lojas que compõem o *Mix* de Lojas destacam-se grandes marcas como Richards, Lacoste, Vuarnet, M. Officer, além dos restaurantes Café Cancun e Sonoma Steak.

I-Fashion

Prestamos serviços de gerenciamento de marketing para o *Shopping* I-Fashion, o qual foi inaugurado em janeiro de 2005, na cidade de Niterói, no estado do Rio de Janeiro. Na sua área de influência primária estão mais de 130 mil habitantes. Com um ABC de 2,5 mil m² e uma ABL de 2,5 mil m², o I-Fashion tem 36 lojas Satélites e possui um *Mix* de Lojas sofisticado com marcas voltadas para o público Classe A, como H. Stern, Mara Mac, Ellus, Fórum, Mary Zaide e Cavendish. O I-Fashion conta com um estacionamento com 20 vagas. A freqüência média do *Shopping* gira em torno de 600 mil consumidores por ano.

Shopping ABC Santo André

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping ABC Santo André. Inaugurado em 1996, o Shopping ABC Santo André está localizado na cidade de Santo André, no estado de São Paulo. O Shopping ABC Santo André tem 49,6 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 2.200 vagas e com 253 lojas, sendo 240 lojas Satélites e 13 lojas Âncoras, dentre elas: C&A, Renner, Riachuelo, Tok Stok, Lojas Americanas, Casas Bahia, Peg & Faça, Mix Móveis, Nivaldir, Sugoi Big Fish, Fast Shop e Preçolândia. O público médio é de 12,0 milhões por ano.

Fantasy Shopping

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Fantasy Shopping. Com inauguração prevista para abril de 2007, o Fantasy Shopping está localizado na cidade de Osasco, no estado de São Paulo. O Fantasy Shopping tem 15,2 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 1.100 vagas e com 43 lojas, sendo 40 lojas Satélites e 03 lojas Âncoras, dentre elas: C&C Construção, C&A, Carrefour, Centauro, Preçolândia, Lojas Americanas e Casas Bahia. Estima-se que o público médio será de 6 milhões por ano.

Jaraguá Brasil

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Jaraguá Brasil. Inaugurado em 1998, o Jaraguá Brasil está localizado na cidade de Campinas, no estado de São Paulo. O Jaraguá Brasil tem 7,0 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 395 vagas e com 80 lojas, sendo 78 lojas satélites e 2 lojas Âncoras, dentre elas: Caixa Econômica Federal e Academia Douglas Fernandes. O público mensal é de 1,1 milhão por ano.

Shopping Jaraguá Conceição

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping Jaraguá Conceição. Inaugurado em 1995, o Shopping Jaraguá Conceição está localizado na cidade de Campinas, no estado de São Paulo. O Shopping Jaraguá Conceição tem 1,7 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 130 vagas e com 33 lojas, todas lojas satélites. O público médio é de 1,0 milhão por ano.

Jaraguá Araraquara

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Jaraguá Araraquara. Inaugurado em 2001, o Jaraguá Araraquara está localizado na cidade de Araraquara, no estado de São Paulo. O Jaraguá Araraquara tem 8,8 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 730 vagas e com 57 lojas, sendo 54 lojas satélites e 3 lojas Âncoras. O público médio é de 2,4 milhões por ano.

Shopping Jaraguá Indaiatuba

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping Jaraguá Indaiatuba. Inaugurado em 1993, o Shopping Jaraguá Indaiatuba está localizado na cidade de Indaiatuba, no estado de São Paulo. O Shopping Jaraguá Indaiatuba tem 8,2 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 210 vagas e com 30 lojas, sendo 29 lojas satélites e 1 loja Âncora. O público médio é de 1,9 milhão por ano.

Shopping Piracicaba

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping Piracicaba, localizado na cidade de Piracicaba, no estado de São Paulo. O Shopping Piracicaba tem 26,2 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 2 mil vagas e com 116 lojas, sendo 109 lojas satélites e 7 lojas Âncoras. O público médio é de 7,5 milhões por ano.

Amazonas Shopping

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Amazonas Shopping. Inaugurado em 1991, o Amazonas Shopping está localizado na cidade de Manaus, no estado do Amazonas. O Amazonas Shopping tem 42,1 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 2 mil vagas e com 202 lojas, sendo 193 lojas Satélites e 9 lojas Âncoras. O público médio é de 16,0 milhões por ano.

Shopping Aldeota

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping Aldeota. Inaugurado em 1998, o Shopping Aldeota está localizado na cidade de Fortaleza, no estado do Ceará. O Shopping Aldeota tem 11,7

mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 430 vagas e com 140 lojas, sendo 136 lojas Satélites e 04 lojas Âncoras. O público médio é de 2,0 milhões por ano.

Projetos em Desenvolvimento

Temos um plano de crescimento bem definido que procura gerar um crescimento criterioso, sólido e consistente com as oportunidades de mercado. Dentre nossos principais projetos atualmente em desenvolvimento está a construção do Independência Shopping, o qual pretendemos inaugurar em outubro de 2007 (para mais informações ver o item "Empreendimentos" acima). Além disso, após a recente expansão do NorteShopping, pretendemos, em 2007, iniciar a expansão do Goiânia Shopping e do Shopping Iguatemi Caxias do Sul.

Concorrência

Nossos principais concorrentes são Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan e Sonae, empresas que atuam no mesmo que setor que nós, inclusive através de participação em *Shopping Centers* e prestam 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 do 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 *prospects* (clientes em potencial). A busca por constante renovação e atualização do *Mix* de Lojas dos *Shopping Centers* requer permanente pesquisa por novos lojistas e novos conceitos de lojas. Nossa história e tradição no setor auxiliam na relação de confiança e lealdade com os lojistas, aumentando a eficiência na prospecção de novos operadores.

Buscando garantir a rentabilidade dos *Shopping Centers*, as condições contratuais e custos relativos aos prestadores de serviços são monitorados frequentemente através de 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. É também esta confiança que faz com que a gestão de *Shopping Centers* desses parceiros (e nos quais não temos participação) seja feita por nós (Itaipu MultiCenter, Centro Empresarial Mário Henrique Simonsen, Center Shopping Rio e São Gonçalo Shopping).

Política Comercial

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

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 mais informações ver item "Comercialização de Lojas e Espaços de *Mall* e *Merchandising*" nesta seção.

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 3 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 prevêem, em sua maioria, o pagamento de aluguel mínimo em dobro no mês de dezembro.

Para mais 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".

Propriedade Intelectual

Marcas

No Brasil, a propriedade de uma marca adquire-se 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 10 anos prorrogáveis por iguais períodos sucessivos. Durante o processo de registro, o depositante tem apenas uma expectativa de direito para utilização das marcas depositadas, aplicadas para a identificação de seus produtos ou serviços.

De acordo com a base de dados do INPI, somos titulares, no Brasil, individualmente ou por meio de nossas controladas, de 15 marcas devidamente registradas, quais sejam: "ECISA", logotipo, "Del Rey – Administradora", "EGEC", "NorteShopping", "Festival Goiânia Shopping do Cantor Mirim", "Deico", "São Paulo Shopping Center", Master Shopping", "Shopping Vila Mariana", além de 14 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 10 anos. Adicionalmente, procuramos obter registros de novas marcas para manter a fidelidade do público consumidor à nossa imagem corporativa.

Nomes de Domínio

Somos titulares de 18 nomes de domínio no Brasil, incluindo www.brmalls.com.br; www.ecisa.com.br, www.egec.com.br, www.norteshopping.com.br e www.shoppingdelrey.com.br.

Softwares

Não possuímos um *software* de gestão próprio, utilizamos os serviços de uma empresa denominada *Group Software*, a qual consideramos uma das melhores e mais conceituadas no mercado brasileiro, atualmente, no ramo de desenvolvimento de sistemas para gestão empresarial.

Propriedades

Segue abaixo tabela descrevendo a ABC e ABL dos *Shopping Centers* em que participamos, bem como o total de lojas existentes em cada um deles e o percentual, em 31 de dezembro de 2006, da ABL ocupada:

Empreendimento	ABC (m2)	ABL (m2)	Número de lojas	Taxa de Ocupação (*)
Shopping Recife	82.750,33	61.204,63	415	98,1%
NorteShoppping (inclui recente expansão)	97.673,42	77.065,63	327	98,6%
Shopping Campo Grande	57.292,75	28.168,64	161	95,3%
Shopping Del Rey	59.309,39	37.443,73	183	92,9%
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	27.254,85	14.754,85	94	98,3%
Shopping Villa-Lobos	27.336,99	27.336,99	221	98,77%
Goiânia Shopping	19.183,29	16.783,29	113	94,2%
Shopping Independência (em construção)	23.052,44	23.052,44	182	...

Além dos *Shopping Centers* mencionados acima, na data deste Prospecto, detemos participação no Shopping Estação e no Pantanal Shopping. Para mais informações sobre nossas propriedades, ver item "Empreendimentos", nesta seção deste Prospecto.

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 2008, apresentam especificações e franquias usuais para a cobertura contratada. O limite máximo de indenização (i) para riscos nomeados é de R$ 175 milhões por danos materiais e de R$ 38,1 milhões por lucros cessantes, e (ii) para multi-riscos é de R$ 91,8 milhões por danos materiais e de R$ 15 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 EGEC), 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 expresso 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 2008.

A importância segurada pode ser dividida por *Shopping Center* da seguinte forma riscos decorrentes (i) de contingentes de veículos (R$ 1 milhão) e danos morais decorrentes (R$ 200 mil); (ii) da guarda de veículos (R$ 300 mil e danos morais decorrentes (R$ 60 mil); (iii) alagamento de veículos (R$ 25 mil) e danos morais decorrentes (R$ 5 mil); (iv) de pequenas colisões (R$ 10 mil); (v) da operação como shopping center (R$ 20 milhões) e danos morais decorrentes (R$ 4 milhões); (vi) da condição de empregador (R$ 1 milhão) e danos morais decorrentes (R$ 200 mil); e (vii) danos ao conteúdo das lojas por incêndio e/ou explosão (R$ 200 mil) e danos morais decorrentes (R$ 40 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 2008.

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, não possuímos nenhum processo administrativo ou judicial, com relação a questões ambientais. Para mais informações ver Seção "Visão Geral do Setor – Aspectos Ambientais" deste Prospecto. Também participamos de alguns projetos ambientais, que descrevemos a seguir.

Projeto de Reutilização de Esgoto - Norteshopping

Considerando o elevado consumo de água no NorteShopping, encontra-se em fase de implementação no aludido *Shopping Center* um sistema de captação e tratamento de parte dos efluentes sanitários gerados no NorteShopping, visando a redução da matéria orgânica deste efluente e remoção de resíduos sólidos e desinfecção. A água resultante deste processo será utilizada para a reposição da águas 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 a 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 auto-produção de energia a partir da queima de gás natural numa 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 8 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 a 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 freqüentadores 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, mensalmente, projetos especiais variados para valorização da mão-de-obra local, além de campanhas para doações de produtos diversos como alimentos, agasalhos e livros.

Os *Shopping Centers* administrados por nós no Rio de Janeiro, por exemplo, participam de ações cooperadas de solidariedade, em parceria com o jornal "O Globo", a ONG "Ação da Cidadania" (fundada pelo sociólogo Betinho) e o INCA - Instituto Nacional de Câncer. Com "O Globo", há um calendário anual de doações para instituições carentes, com temáticas diversas como: (i) "Parceiros da Leitura", que visa a arrecadação de livros; (ii) "Inverno Sem Frio", para arrecadação de roupas e cobertores, (iii) "Feliz Terceira Idade", na qual o foco é a doação de cadeiras de rodas, fraldas geriátricas, roupas e artigos de higiene; e (iv) "Doe Sonhos" para recolhimento de brinquedos para crianças carentes. Em janeiro de 2006, a EGEC firmou uma parceria inédita com o INCA para arrecadação de material escolar para crianças em tratamento de câncer.

Periodicamente, os *Shopping Centers* que administramos em todo o Brasil desenvolvem projetos comunitários gratuitos, promovendo ações na área da saúde, através de parcerias com órgãos como SUS – Sistema Único de Saúde, secretarias municipais, Sociedade Brasileira de Oftalmologia, entre diversos outros. Tais projetos mobilizam os clientes dos *Shopping Centers* a doar sangue e prestam serviços na área de saúde. Entre eles, estão: "Dia Nacional de Combate ao Fumo" e "Campanha Nacional de Vacinação contra a Paralisia Infantil", entre outros.

Além disso, os *Shopping Centers* promovem ações gratuitas envolvendo o meio ambiente, educação e cultura, através de atividades como: aulas de ginástica e dança, bailes para a terceira idade, cursos de artesanato, bordado, biscuit, culinária, bricolagem, entre outros.

O NorteShopping, em continuidade à sua campanha de valorização da Zona Norte do Rio de Janeiro, iniciada há 5 anos, adotou o Jardim do Méier, patrimônio público localizado na região, com o objetivo de reafirmar seu compromisso. Assim, em parceria com a Fundação Parques e Jardins, realizou um projeto de revitalização e recuperação do projeto paisagístico original e restauração dos monumentos e áreas de lazer do local. A adoção inclui, ainda, a realização de eventos periódicos no local para as famílias.

Além disso, o NorteShopping e o West Shopping Rio, buscando valorizar a Zona Norte e a Zona Oeste do Rio de Janeiro, respectivamente, patrocinaram a edição de livros sobre as mencionadas regiões, mostrando suas características e pontos positivos. No mesmo sentido, o Shopping Del Rey, em Belo Horizonte, também patrocinou a edição de um livro sobre a região da Pampulha.

Empregados e Aspectos Trabalhistas

Em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006, contávamos, respectivamente, com 108, 115 e 123 prestadores de serviços, sendo, respectivamente, 71, 75 e 88 deles contratados sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e os demais sob contratos de prestação de serviços. Na mesma época, os *Shopping Centers* em que detínhamos participação tinham, conjuntamente, aproximadamente 350 empregados. 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 anos mencionados acima:

Área	31 de Dezembro de		
	2004	2005	2006
Executivos	8	8	8
Administrativos / Operacionais	63	67	80

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, atrelado ao cumprimento de metas orçamentárias e metas operacionais. Nos termos do referido plano, o montante de nosso lucro líquido, depois de descontados os impostos, deve ser distribuído anualmente para nossos empregados, de acordo com as metas alcançadas. 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. Importante ressaltar que 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 convenção coletiva de trabalho mais recente foi celebrada em 17 de julho de 2006, prevendo reajuste salarial de 5%, em 01 de maio de 2006.

Estabelecemos contratos com sociedade de mão-de-obra terceirizada para atividades que não consideramos essenciais para nós, tais como limpeza, segurança, vigilância, manutenção, engenharia, paisagismo e

ambulatório médico, totalizando aproximadamente 390 empregados terceirizados nessas atividades. Além desses, terceirizamos os serviços de corretagem.

Não possuímos áreas e/ou atividades insalubres ou perigosas, de acordo com a legislação aplicável. De toda forma, de acordo com a legislação em vigor, mantemos o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais e o Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional.

Planos de Opção de Compra de Ações

Para informações sobre o nosso Plano de Opção de Compra de Ações, ver item "Plano de Opção de Compra de Ações" na seção "Administração" deste Prospecto.

Pendências Judiciais e Administrativas

Atualmente, estamos expostos à contingências de natureza fiscal, trabalhista e cível decorrentes do curso normal de nossos negócios. Em 31 de dezembro de 2006, 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$7,7 milhões, das quais R$ 6,8 milhões relacionavam-se a aspectos tributários e R$ 0,9 milhão a aspectos cíveis.

Somos parte, também, em outros processos judiciais que na avaliação de nossos consultores jurídicos, baseada em experiências com naturezas semelhantes, não apresentam risco provável e possível e, portanto, para as quais não há provisões. Em 31 de dezembro de 2006, a Companhia possuía um montante de 49,3 milhões 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. Veja a seção "Fatores de Risco" 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 por conta dos valores envolvidos, porque não apresentam riscos às nossas atividades e/ou porque nossos advogados consideram remotas nossas chances de perda.

Ação movida pela Klace Pisos e Azulejos S/A ("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 Hélder Câmara, que previa (i) pagamento do saldo remanescente da dívida por meio de 7 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 2 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 conta 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 Shopping Goiânia (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, vez que decorridos 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 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 dos nossos advogados externos, o processo, movido há mais de 10 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.

Trabalhista

Na data deste Prospecto, figurávamos como réus em 4 processos judiciais trabalhistas referentes à ECISA, um processo judicial trabalhista referente à DACOM D e 2 processos judiciais trabalhistas referente à Recife Parking, totalizando 7 ações trabalhistas ao todo. 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, sendo que em um dos processos a ECISA responde apenas subsidiariamente. Com data base em 31 de dezembro de 2006, estimamos o total do passivo referente às ações trabalhistas em R$ 159,8 mil, dos quais R$ 42 mil foram avaliados como de chance remota de êxito para as empresas e R$ 117,8 mil foram estimados como de chance de êxito possível.

Além dos processos trabalhistas ajuizados diretamente em face da ECISA e demais subsidiárias, os *Shopping Centers* Norte Shopping, Villa-Lobos, Caxias do Sul, Campo Grande, Recife, Pantanal, Estação Curitiba e Araguaia são parte em aproximadamente 120 processos judiciais trabalhistas, cujos valores aproximados foram estimados em aproximadamente R$ 2,5 milhões em 31 de dezembro de 2006. Desse valor, aproximadamente R$ 1,6 milhão referem-se a ações em que há responsabilidade direta dos *Shopping Centers*, onde atuam como únicos réus. Os R$ 919 mil restantes, referem-se a ações em que há pedido de condenação subsidiária dos *Shopping Centers*.

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 Center*s de nossa propriedade, com fundamento (i) na inconstitucionalidade da majoração da base de cálculo da COFINS pela Lei n° 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 3 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 aproximado de R$ 662,3 mil (dezembro de 2006), 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 aproximado de R$ 6,2 milhões (dezembro de 2006), 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$ 6,8 milhões, em dezembro de 2006.

O terceiro processo refere-se a débitos de COFINS apurados no período de 1º de fevereiro 2004 a 31de 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.

A COFINS não recolhida no período subseqüente a janeiro de 2004 encontra-se integralmente provisionada, acrescida dos encargos legais, e encontra-se incluída na rubrica de "impostos e contribuições a recolher (COFINS)", no valor de R$ 23,2 milhões em 31 de dezembro de 2006.

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$1,5 milhão, em dezembro de 2006.

Anteriormente ao ajuizamento da referida execução fiscal, o Shopping Recife ajuizou ação anulatória para discussão do débito, bem como medida cautelar incidental 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 sentença na ação anulatória do débito.

Na esfera administrativa federal, o Shopping Recife é parte em 2 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$ 2,9 milhões (dezembro de 2006).

Atualmente, tais processos encontram-se aguardando decisão de 1ª instância a ser proferida pela Delegacia da Receita de Julgamento de Recife.

Os advogados que patrocinam tais processos judiciais e administrativos estimam nossas chances de êxito como possíveis.

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 dezembro de 2006, totalizam aproximadamente R$ 14,1 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, ECISA é parte em 281 execuções fiscais ajuizadas pelo Município do Rio de Janeiro, para 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 totalizavam, em dezembro de 2006, o valor aproximado de R$ 15,5 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%.

Shopping Estação – IPTU

Nattca se tornou responsável pelo pagamento de uma dívida de IPTU com a Prefeitura Municipal de Curitiba, no valor de R$ 12,5 milhões, atualizada até dezembro de 2006, ao adquirir o Shopping Estação. O débito foi parcelado até 2014 e está sendo pago pela Nattca a partir de fevereiro de 2007.

Parcelamentos perante a Secretaria da Receita Federal

Na esfera administrativa federal, a ECISA vem quitando débitos relativos a IRPJ e CSLL, referente 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 dezembro de 2006, a aproximadamente R$ 3,0 milhões.

Em fevereiro de 2007, a ECISA obteve autorização para parcelar débitos de COFINS relativos ao período de 1º de fevereiro de 2004 a 31 de março de 2005, objeto do auto de infração descrito em "Pendências Judiciais e Administrativas – Tributário – COFINS – Receitas de Locação de Imóveis", no valor de R$ 8,1 milhões.

Autos de Infração perante a Secretaria da Receita Federal

No âmbito administrativo federal, a ECISA é parte em 3 processos administrativos decorrentes de cobrança, pela Secretaria da Receita Federal, de débitos de IRPJ, CSLL, PIS e IRRF, cujos valores, em dezembro de 2006, totalizam aproximadamente R$ 2,6 milhões.

No primeiro e no segundo processos administrativos, referentes a débitos de IRRF, IRPJ e CSLL, foram os recursos voluntários interpostos pela ECISA julgados parcialmente procedentes pelo Conselho de Contribuintes Federal.

O terceiro processo administrativo, referente a débitos de PIS e IRPJ, aguarda julgamento da impugnação administrativa apresentada pela ECISA.

Os advogados que patrocinam tais processos judiciais e administrativos estimam nossas chances de êxito como possíveis.

INSS – NorteShopping

O NorteShopping possui 3 débitos perante o INSS, no valor aproximadamente de R$ 1,8 milhão (dezembro de 2006).

Atualmente, aguarda-se adoção de medidas judiciais pela ECISA.

Endividamento

O nosso endividamento bruto, em 31 de dezembro de 2006, era de aproximadamente R$64,5 milhões. A parcela de endividamento de curto prazo corresponde a aproximadamente R$25,2 milhões, enquanto que a de longo prazo corresponde a aproximadamente R$39,3 milhões. Para mais informações ver seção "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais – Endividamento" e "Fatores de Risco" deste Prospecto.

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 mais informações, ver seção "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais – Endividamento".

Contratos Relevantes

Contratos de Administração - EGEC

No âmbito de suas atividades, a EGEC firma contratos de prestação de serviços, sendo alguns com empreendimentos nos quais a ECISA participa, sendo os principais celebrados com (i) Condomínio do Shopping Del Rey; (ii) JSR Shopping Ltda. (para o Center Shopping); (iii) JSR Shopping Ltda. (para o West Shopping); (iv) Nova Cidade Shopping Centers S.A. (para o Shopping Vitória); (v) Condomínio do Shopping Vitória; (vi) Associação dos Lojistas do Iguaçu Top Shopping; (vii) Condomínio Goiânia Shopping; (viii) Icaraí Fashion Empreendimentos e Realizações Ltda. (para o I-Fashion); (ix) Condomínio Pro-Indiviso do Shopping Campo Grande; (x) Subcondomínio do Shopping Campo Grande; (xi) Condomínio Pro-Indiviso do Norteshopping I; (xii) Condomínio Pro-Indiviso do Norteshopping II; (xiii) Shopping Iguatemi Caxias do Sul; (xiv) Regius Sociedade Civil de Previdência Privada e BRB - Clube de Seguros e Assistência (para o Liberty Mall); (xv) Condomínio Cittá América; (xvi) JSR Shopping Ltda. (para o São Gonçalo Shopping); e (xvii) Condomínio Itaipu Multicenter (para o Itaipu Multi Center).

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.

A maior parte dos contratos possui prazo indeterminado. Entretanto, a vigência dos contratos com o Condomínio do Shopping Del Rey, com o Condomínio Pro Indiviso Itaipu MultiCenter, e com a Associação dos Lojistas do Iguaçu Top Shopping terminará em abril de 2007, podendo o primeiro e o segundo ser prorrogados por 2 anos e o terceiro por prazo indeterminado, mediante a celebração de aditivo. A vigência do contrato com o centro empresarial Mario Henrique Simonsen terminará em agosto de 2007.

A remuneração da EGEC 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 2006, a receita bruta da EGEC com a prestação desses serviços correspondeu a R$ 12,2 milhões. Não existe qualquer inadimplemento relevante no cumprimento de qualquer das obrigações oriundas de referidos contratos.

Contratos de Prestação de Serviços - DACOM

No âmbito de sua atividades, a DACOM firma contratos de prestação de serviços, sendo alguns com empreendimentos nos quais a ECISA participa, sendo os principais firmados com (i) Condomínio Cittá América; (ii) Condomínio Shopping Campina Grande; (iii) Carrefour Comércio e Indústria Ltda.; (iv) Condomínio Pro Indiviso do Shopping Caxias do Sul; (v) Condomínio do Itaipu MultiCenter; (vi) SISA; (vii) GSR Shopping Ltda. (para o São Gonçalo Shopping); (viii) Condomínio Pro Indiviso do Shopping Recife; (ix) Marcellino Martins Imobiliária S.A.; (x) Sendas Distribuidora S.A.; (xi) Condomínio Pro Indiviso do Shopping Villa-Lobos; (xii) EGEC e o Condomínio Pro Indiviso do Norte Shopping; (xiii) Condomínio Pro Indiviso Shopping Del Rey; (xiv) Vipasa - Valorização Imobiliária Paulista S.A.; (xv) Condomínio Goiânia Shopping; (xvi) Condomínio Civil do Shopping Center Liberty Mall; (xvii) Ecisa (para a terceira expansão do NorteShopping); (xviii) JSR Shopping Ltda (para o West Shopping); (xix) JSR Shopping Ltda (para o Center Shopping); e (xx) Condomínio Pro Indiviso do Shopping Campo Grande.

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 sua expensas, de corretores para essa finalidade. A maior parte dos contratos possui prazo indeterminado.

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* (estandes, 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 2006, a receita bruta da DACOM com a prestação desses serviços correspondeu a R$7,1 milhões. Não existe qualquer inadimplemento relevante no cumprimento de qualquer das obrigações oriundas de referidos contratos.

Contratos de Prestação de Serviços - DEICO

No âmbito de suas atividades, a DEICO firma contratos de prestação de serviços, sendo os principais firmados com (i) Shopping Aldeota; (ii) Shopping ABC; (iii) Maxi Shopping Jundiaí; (iv) Shopping Tamboré; (v) Shopping Center Midway Mall; (vi) Amazonas Shopping; (vii) Shopping Piracicaba; (viii) Shopping Jaraguá Araraquara; (ix) Shopping Jaraguá Brasil; (x) Shopping Jaraguá Indaiatuba; (xi) Shopping Jaraguá Conceição; (xii) Fantasy Shopping; (xiii) Shopping Butantã; e (xiv) Golf Village, sendo certo que no caso deste último Shopping prestamos apenas serviços de assessoria no seu planejamento, estando o mesmo ainda em fase de construção).

Os contratos têm como objeto, entre outras atividades relacionadas, (i) a administração comercial e patrimonial de certos empreendimentos, envolvendo elaboração de cronograma de sua implantação, campanha de inauguração, cadastramento e gestão dos contratos de locação; (ii) o planejamento, desenvolvimento e comercialização, incluindo definição do *Mix* de Lojas preliminar, pesquisa de mercado da área de influência, entre outros; (iii) serviços de gerenciamento e coordenação de projetos de obras e melhorias dos empreendimentos; e (iv) serviços de planejamento e comercialização da expansão, envolvendo apoio logístico e operacional de financiamentos a serem obtidos e ao desenvolvimento do projeto executivo de arquitetura.

A remuneração da DEICO pelos serviços contratados é, em geral, dividida entre uma remuneração fixa e uma taxa de administração variável que pode ser baseada em uma porcentagem sobre a receita auferida nos empreendimentos, eventuais reduções de custos ou a comercialização dos espaços comuns. Para serviços específicos, também pode ser estabelecida uma remuneração fixa ou em função de aluguéis de lojas que venham a ser comercializadas.

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 mais informações ver item “Política de Inadimplência e Cobrança” nesta seção do Prospecto.

Os contratos de locação dos nossos *Shopping Centers* e os *Shopping Centers* que administramos têm usualmente prazo entre 5 a 10 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 mais informação vide Seção "Fatores de Risco" e "Visão Geral do Setor - Regulamentação Relativa a Shopping *Center*".

ADMINISTRAÇÃO E CONSELHO FISCAL

Somos administrados por um Conselho de Administração e por uma Diretoria. A partir da realização da Oferta, estaremos sujeitos a determinadas regras relativas a governança 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 Sociedade 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, 5 membros, sendo, no mínimo, 20% de conselheiros independentes, todos com mandato unificado de até 2 anos, ressalvada a hipótese de mandato de 3 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 assembléias gerais de acionistas que os elegeram.

Conforme previsto em nosso Estatuto Social, nosso Conselho de Administração é composto por até 7 membros efetivos e até igual número de suplentes, vinculados ou não a membros efetivos específicos, todos acionistas, eleitos e destituíveis a qualquer tempo pela Assembléia Geral, com mandato unificado de 2 anos, sendo permitida a reeleição. Em conformidade com as disposições do Regulamento do Novo Mercado Bovespa, 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 3 anos. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, todos os conselheiros devem ser nossos acionistas. Nossos administradores podem ser eleitos através dos procedimentos de eleição em separado e voto múltiplo (para mais informações sobre esses procedimentos ver seção "Descrição do Capital Social" 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 2 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	67	Presidente	09.02.2007	3 anos
Carlos Medeiros	34	Vice - Presidente	09.02.2007	3 anos
Adayl de Barros Stewart	69	Conselheiro	09.02.2007	3 anos
Fersen Lamas Lambranho	45	Conselheiro	09.02.2007	3 anos
Thomas Joseph McDonald	43	Conselheiro	09.02.2007	3 anos
Ira Chaplik	46	Conselheiro	09.02.2007	3 anos
Danilo Palmer	67	Conselheiro Independente	05.03.2007	3 anos

O endereço comercial de todos os Conselheiros é Praia de Botafogo nº 501, sala 702 (parte), Torre Corcovado, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, Brasil.

De acordo com a deliberação aprovada na Assembléia Geral Extraordinária da Companhia realizada em 5 de março de 2007, 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 Lambranho; Adayl de Barros Stewart; Thomas Joseph McDonald; Ira Chaplik e Danilo Palmer (Conselheiro Independente) — foram unificados. O prazo dos mandatos dos membros do Conselho de Administração, que é de 3 anos, será encerrado na Assembléia 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 assembléia 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.

Sr. Richard Paul Matheson: Nascido em 10 de maio de 1939. 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.

Adayl de Barros Stewart: Nascida em 7 de setembro 1937. Graduada em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, em 1976, Pós-graduada em Psicopedagogia pela CEPERJ, em 1981. A Sra. Adayl detém participação majoritária na DYL Empreendimentos Imobiliários S.A., sociedade que é acionista detentora de aproximadamente 19,75% das Ações de nosso capital social.

Carlos Medeiros: Nascido em 3 de fevereiro de 1973. Graduado em Finanças e Comércio Internacional em 1994, pela Universidade de Nova York e pós-graduado em Administração de Empresas pela Harvard Business School, em 2002. Ingressou no Grupo GP em 1998 e se tornou sócio executivo em 2002. O Sr. Carlos Medeiros é membro do Conselho de Administração da GP. Foi membro do Conselho de Administração da Gafisa, Tele Norte Leste, Contax, Lupatech, Kuala, Pegasus Telecom e Internet Group (iG). Atuou, ainda, como associado da Salomon Brothers, em Nova York, entre 1994 e 1998.

Fersen Lamas Lambranho: Nascido em 11 de outubro de 1961. Graduado em Engenharia Civil pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 1983, 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 sócio em 1999, é Presidente e Diretor - Executivo da GP Investimentos S.A. e Presidente do Conselho de Administração da Gafisa S.A. Atuou como membro do Conselho Fiscal da Tele Norte Leste Participações 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. 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.

Ira Chaplik: Nascido em 21 de julho de 1961. Graduado em contabilidade e em Direito pela Universidade de Illinois - respectivamente em 1983 e 1986 - e contador público certificado, o Sr. Chaplik é COO da Equity International. Associado à Companhia desde sua concepção, em 1999, é responsável pelas operações, bem como pela gerência legal da Companhia e seu portfólio de investimentos. O Sr. Chaplik ingressou em 1989 no Equity Group Investments, LLC (EGI), uma Companhia privada de investimentos fundada por Sam Zell. Tem experiência relevante com o setor imobiliário e transações corporativas no setor público e privado. Foi peça fundamental em muitas transações imobiliárias envolvendo a Equity Office Properties, Inc.

Danilo Palmer: Nascido em 30 de julho de 1940. 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 Assembléia 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 cargos do Conselho de Administração poderá ser preenchido por membros da Diretoria.

Os diretores são eleitos pelo nosso Conselho de Administração com mandato de 3 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, 6 e, no máximo, 7 diretores, acionistas ou não, residentes no País, sendo 1 Diretor Presidente, 1 Diretor de Relações com Investidores, 1 Diretor Financeiro, 1 Diretor Comercial, 1 Diretor Operacional e 2 2Diretores de Desenvolvimento de Negócios, eleitos pelo Conselho de Administração, com mandatos de 3 anos, podendo ser reeleitos e a qualquer tempo destituídos pelo Conselho de Administração. Atualmente, nossa Diretoria é formada por 6 membros (com o diretor Leandro Bousquet Vianna cumulando os cargos de Diretor Financeiro e Diretor de Relações com Investidores), todos eleitos em reunião do Conselho de Administração realizada em 9 de fevereiro 2007, com mandato de 3 anos.

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.

Nome	Idade	Cargo	Data de Eleição	Prazo do mandato
Carlos Medeiros	34	Diretor Presidente	09.02.2007	3 anos
Leandro Bousquet Viana	34	Diretor Financeiro e Diretor de Relação com Investidores	09.02.2007	3 anos
Hugo Matheson Drummond	43	Diretor Operacional	09.02.2007	3 anos
Antonio Wadih Arbex	48	Diretor Comercial	09.02.2007	3 anos
Leonardo Matheson Drummond	47	Diretor de Desenvolvimento de Negócios	09.02.2007	3 anos

O endereço comercial de todos os diretores é Praia de Botafogo nº 501, sala 702 (parte), Torre Corcovado, 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: Nascido em 06 de maio de 1972. 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.

Hugo Matheson Drummond: Nascido em 1º de setembro de 1963. Graduado em Engenharia Civil pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, em 1986. O Sr. Matheson trabalhou no setor de *Shopping Centers* por mais de 20 anos. Fundou a EGEC em 1997. Previamente à EGEC, no período de 1985 a 1997, atuou como gerente geral de diversos *Shopping Centers*, incluindo o Norte Shopping.

Leonardo Matheson Drummond: Nascido em 13 de setembro de 1959. Graduado em Engenharia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro com co-graduação em Harvard nos anos de 1986/1987. Co-fundador da DACOM em 1999. Previamente à DACOM, o Sr. Leonardo Matheson Drummond trabalhou em diversos setores, desde comércio internacional a varejo.

Antônio Wadih Arbex: Nascido em 04 de maio de 1958. Graduado em Engenharia Civil pela UFJF/MG, em 1980, pós-graduado em Engenharia de Transportes pelo Instituto Militar de Engenharia do Rio de Janeiro, em 1981 e em Finanças pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, em 1987. Co-fundador da DACOM em 1999. O Sr. Antônio Arbex trabalha na indústria de *Shopping Centers* desde 1988 e antes da DACOM foi gerente geral de diversos *Shopping Centers*, incluindo o Shopping Del Rey/MG, Shopping Campo Grande/MT, Shopping Vitória/ES e Shopping Tijuca/RJ, no período de 1988 a 1999. Possui o certificado de ASM conferido pelo ICSC – International Council of Shopping Centers.

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 3 membros e suplentes em igual número. O Conselho Fiscal poderá ser instalado pela Assembléia Geral, a pedido de acionistas que representem, no mínimo, 5% do capital social da Companhia, nos termos da Instrução CVM n.º 324, de 19 de janeiro de 2000. Adicionalmente, os acionistas minoritários que representem, no mínimo, 10% das ações ordinárias têm direito de eleger separadamente 1 membro do Conselho Fiscal e seu suplente, e os demais acionistas poderão eleger 1 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 Assembléia 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 2006, a remuneração total paga para os membros da administração da ECISA, da EGEC e da DACOM, anteriormente à consolidação da atual estrutura societária da Companhia, pelos serviços prestados em suas respectivas áreas de atuação foi de aproximadamente R$ 1.740.000,00 (veja o item "Eventos de Reestruturações Societárias desde 2001" na seção "Atividades" deste Prospecto).

Para o exercício social de 2007, a remuneração do nosso Conselho de Administração e da nossa Diretoria foi fixada, pela Assembléia Geral Extraordinária realizada em 9 de fevereiro de 2007, de forma global, em até R$ 5.000.000,00.

O Conselho de Administração distribuirá a remuneração global anual dentre os membros da administração da nossa Companhia, devendo atribuir o montante anual de R$ 360.000,00 a cada membro da Diretoria, com exceção do Diretor-Presidente, a quem será atribuído o montante anual de R$ 480.000,00. Como resultado, o montante total anual de remuneração da Diretoria (considerando a atual composição de seis diretores) será de R$ 2.280.000,00. A partir da realização da Oferta, cada membro do Conselho de Administração passará a receber uma remuneração anual de R$ 48.000,00, totalizando o montante anual de aproximadamente R$ 300.000,00 (considerando a atual composição de 7 conselheiros).

Além da remuneração fixa acima descrita, a Diretoria da Companhia possui uma parcela de remuneração variável, pois oferecemos aos nossos empregados e diretores estatutários um plano de participação nos lucros e resultados, atrelado ao cumprimento de metas orçamentárias e metas operacionais pela Companhia e pelos empregados individualmente (veja item "Empregados e Aspectos Trabalhistas" da seção "Atividades"). Caso tais metas sejam alcançadas no exercício social de 2007, o Diretor-Presidente poderá receber 15 salários mensais adicionais e os demais Diretores poderão receber 12 salários mensais adicionais.

Em decorrência da remuneração variável acima descrita, no exercício social de 2007, caso a Companhia atinja as metas necessárias para distribuição da remuneração variável aos membros de sua Diretoria, a remuneração global variável poderá atingir o valor máximo de R$ 2.400.000,00 para os membros da Diretoria (considerando a atual composição de seis diretores), correspondente a um custo total de remuneração com a administração da Companhia de R$ 4.980.000,00. Adicionalmente, a remuneração global variável poderá atingir o valor máximo de R$ 2.440.000,00 para os empregados.

Nossa política de remuneração conta ainda com um programa de opção de ações que, tal como nosso programa de remuneração variável, privilegia meritocracia e metas (veja o item "Plano de Opção de Compra de Ações" na seção "Administração e Conselho Fiscal" deste Prospecto). Caso sejam exercidas as Opções do 1º Programa do Plano, a Companhia estima um custo potencial incremental (que não seria objeto de desembolso pela Companhia) que poderia variar de, R$ 8.190.909,00 em 2008 a R$ 3.945.035,00 em 2012

(veja tabela constante da Seção "Diluição" deste Prospecto, consideradas as premissas ali descritas). Caso sejam exercidas as Opções de Programa Futuro, no percentual máximo de 10% em 2007, a Companhia estimaria um custo potencial incremental (que não seria objeto de desembolso pela Companhia) que poderia variar de, R$ 2.236.314,00 em 2008 a R$ 16.108.160,00 em 2012 (veja tabela constante da Seção "Diluição" deste Prospecto, consideradas as premissas ali descritas).

Em decorrência da adesão da Companhia ao Novo Mercado da BOVESPA, a Companhia estima gastar anualmente, aproximadamente, R$ 400.000,00 com o Comitê de Auditoria.

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.

Relação Familiar entre os Administradores, bem como entre os Administradores e os Acionistas Relevantes da Companhia

Os diretores Hugo Matheson Drummond e Leonardo Matheson Drummond são irmãos, além disso são sobrinhos do Presidente do nosso Conselho de Administração, Sr. Richard Paul Matheson, que detém, aproximadamente, 19,79% do nosso capital social.

Ações detidas, direta ou indiretamente, pelos administradores, incluindo outros valores mobiliários conversíveis em ações de nossa emissão

A tabela a seguir indica os nomes e quantidades de ações de emissão da Companhia 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	158.228 (1)
Adayl de Barros Stewart	Conselheiro	1(2)
Fersen Lamas Lambranho	Conselheiro	1(1)
Thomas Joseph McDonald	Conselheiro	1(3)
Ira Chaplik	Conselheiro	1(3)
Danilo Palmer	Conselheiro	1
Total		**19.948.272**

(1) Também detém participação na GP Investments.
(2) Também detém participação na Dyl Participações.
(3) Também detém participação na Equity International.

Plano de Opção de Compra de Ações

Em Assembléia 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 Assembléia Geral Ordinária e Extraordinária realizada em 02 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 nossa 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"), único existente até a data deste Prospecto, 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 IGP-MFGV acrescidos de *spread* 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.

Embora as Opções do 1º Programa sejam as únicas atualmente existentes, a Companhia, com o objetivo de buscar a retenção de seus principais executivos, tem a intenção de aprovar a contratação de um novo programa no âmbito do Plano, respeitado o limite máximo do Plano ("Programa Futuro do Plano") na data de lançamento de tal programa. Assumindo que no ano de 2007 a Companhia outorgue opções correspondentes a este limite máximo, isso implicaria a outorga de opções de compra adicionais de 10.649.116 ações ("Opções de Programa Futuro").

Nos termos do Plano de Opção, nas Opções de Programa Futuro outorgadas após a Oferta, o preço de exercício por ação seria equivalente ao valor médio das ações dos últimos trinta pregões na BOVESPA, anteriores à data da concessão da opção. As demais condições inerentes às Opções de Programa Futuro seriam as mesmas atribuídas à Opção de Compra do 1º Programa detida pelo Diretor Financeiro (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 e das Opções de Programa Futuro, veja a seção "Diluição" 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.

PRINCIPAIS ACIONISTAS

Principais Acionistas

Na data deste Prospecto, nosso capital social é de R$517.723.531,23, totalmente subscrito e integralizado, representado por 100.158.228 ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal. A tabela a seguir destaca os acionistas detentores das nossas ações imediatamente antes da Oferta, assim como as ações detidas por cada um desses acionistas após a Oferta:

	Na Data deste Prospecto[1]		Após a Oferta[2]	
Acionistas	**Ações**	**Capital Social Total (%)**	**Ações**	**Capital Social Total (%)**
EI Brazil Investments, LLC	27.500.000	27,5%	27.500.000	19,6%
Private Equity Partners A, LLC	25.913.390	25,88%	25.913.390	18,4%
Private Equity Partners B, LLC	1.586.610	1,58%	1.586.610	1,1%
Richard Paul Matheson	19.790.039	19,75%	19.790.039	14,1%
Dyl Empreendimentos e Participações S.A.	19.790.038	19,75%	19.790.038	14,1%
Leonardo Matheson Drumond	2.000.029	1,99%	2.000.029	1,4%
Hugo Matheson Drummond	2.000.029	1,99%	2.000.029	1,4%
Antonio Wadih Arbex	1.419.860	1,41%	1.419.860	1,0%
Carlos Medeiros [3]	158.228	0,15%	158.228	0,1%
Outros	5	-	40.351.928	28,7%
Total	**100.158.228**	**100%**	**140.510.151**	**100,00%**

[1] Alguns de nossos administradores são titulares de ações de emissão dos nossos acionistas. Para mais informações, veja a seção "Administração e Conselho Fiscal".
[2] Considerando a colocação da totalidade das Ações, excluindo as Ações do Lote Suplementar.
[3] Também detém participação na GP Investments.

A tabela acima evidencia que apenas os nossos acionistas (i) EI Brazil Investments, LLC; (ii) Private Equity Partners A, LLC; (iii) Private Equity Partners B, LLC; (iv) Richard Paul Matheson; e (v) Dyl Empreendimentos e Participações S.A. são atualmente detentores de participação acionária superior a 5% de nossas Ações.

Após a conclusão da Oferta, nenhum de nossos acionistas deterá, individualmente e/ou em conjunto com outros acionistas vinculados por acordo, participação acionária de mais de 50% do nosso capital social. Em virtude do grau de pulverização que o nosso capital social poderá alcançar, poderá haver controle difuso na Companhia.

Composição Societária dos Principais Acionistas

- Grupo GP Investments: Tem seu investimento em nossa Companhia (27,5%) por meio de duas sociedades estrangeiras: Private Equity Partners A, LLC (25,88%) e Private Equity Partners B, LLC (1,58%) (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 (82,32%) e pelo BR Malls Fund, LP (17,68%) (ambos com sede em Cayman Islands). Já Private Equity Partners B, (Cayman), Ltd é 100% detida 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 General Partner detém 8% do GPCPIII, que somados aos 38,86% detidos em tal fundo pela GP Investments, Ltd, asseguram ao Grupo GP Investments uma participação de 46,86% no GPCPIII, enquanto os demais investidores – que não possuem discricionariedade com relação à realização de investimentos e desinvestimentos do fundo, ou qualquer influência sobre as companhias investidas – possuem 53,14% do fundo, sendo que apenas 2 Limited Partners do GPCPIII possuem mais de 5% e menos de 12% do fundo.

O General Partner do GPCPIII somente poderá ser destituído sem justa causa com o consentimento de 75% da participação dos Limited Partners não ligados ao General Partner.

Já o BR Malls Fund, LP é detido 100% por Limited Partners, excetuada 01 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 3 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: Tem seu investimento na Companhia (27,5%) através da EI Brazil Investments, LLC (com sede em Delaware), que por sua vez é 100% detida pelo EI Fund II, LP (com sede em Cayman). O EI Fund II é administrado pelo EI Fund II GP, LLC, com sede em Delaware ("General Partner"), que é uma subsidiária integral do EI Fund II Sponsor, LLC (com sede em Delaware), e possui total discricionariedade pelas decisões de investimento e desinvestimento do fundo. O EI Fund II Sponsor, LLC é 90% detido por Trusts estabelecidos em benefício do Sr. Sam Zell e seus familiares e 10% detido pela Su Castle Holdings (com sede em Delaware) detida pelos executivos da Equity International.

O EI Fund II possui um capital de US$ 308 milhões. Desse total, 84% são de investidores externos na qualidade de Limited Partners, que não possuem discricionariedade com relação à realização de investimentos e desinvestimentos do fundo, ou qualquer influência sobre as companhias investidas. Tais investidores incluem, resumidamente, fundos de universidades, companhias seguradoras, fundações familiares e investidores particulares, sendo que apenas 2 Limited Partners do EI Fund II possuem mais de 5% e menos de 15% do fundo. A participação de 16% remanescente no EI Fund II é detida pelo já referido EI Fund II Sponsor, LLC. O General Partner do EI Fund II somente poderá ser destituído sem justa causa com o consentimento de 75% da participação dos Limited Partners.

Acordos de Acionistas

Em 20 de dezembro de 2006, foi celebrado acordo de acionistas entre Richard Paul Matheson, Dyl, Dylpar, Hugo Matheson Drummond, Leonardo Matheson Drummond, Antonio Wadih Arbex, Private Equity Partners A, LLC, Private Equity Partners B, LLC, EI Brazil Investments, LLC; Licia; tendo como intervenientes anuentes a BR MALLS, a ECISA Engenharia e a ECISA Participações ("Acordo de Acionistas de 2006"). O referido Acordo de Acionistas de 2006 dispunha, dentre outros, sobre orientações genéricas acerca das operações de reestruturação societária realizadas, que culminaram com a simplificação de nossa estrutura societária e migração de todos os acionistas para a BR MALLS. Ver Seção "Atividades – Eventos societários Recentes deste Prospecto.

Em virtude da referida reestruturação societária, o Acordo de Acionistas de 2006 foi extinto, tendo sido substituído pelo Acordo de Acionistas da BR MALLS, assinado em 05 de fevereiro de 2007 por Private Equity Partners A, LLC, Private Equity Partners B, LLC, EI Brazil Investments, LLC, Richard Paul Matheson, Dyl Empreendimentos e Participações S.A., Hugo Matheson Drummond, Leonardo Matheson Drummond, Antonio Wadih Arbex, tendo como intervenientes anuentes, a BR MALLS, a ECISA Engenharia e a ECISA Participações ("Acordo de Acionistas").

O Acordo de Acionistas estabelece normas sobre as relações obrigacionais entre os referidos acionistas, dispondo, dentre outras, sobre regras: (i) de indicação de membros do Conselho de Administração; (ii) exercício do direito de veto com relação a aprovação de determinadas matérias, tais como incorporação, fusão, cisão, alteração de nosso objeto social e aprovação de orçamento; (iii) de transferência, alienação ou oneração das ações de nossa emissão, inclusive com normas vedando a transferência de ações, detidas por determinados acionistas, por período de 2 anos (*lock-up*), direito de preferência, direito de venda conjunta (*tag along*) e direito de obrigar a venda em conjunto (*drag along*).

Conforme estabelecido no Acordo de Acionistas, a implementação da Oferta constitui hipótese de vencimento antecipado, de modo que, uma vez implementada a Oferta, o Acordo de Acionistas estará automaticamente extinto de pleno direito, para todos os fins e efeitos legais.

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.

Alterações Relevantes da nossa Composição Acionária nos Últimos 3 Exercícios Sociais

Em 8 de abril de 2005, concluiu-se o processo de fechamento de capital da ECISA Engenharia, através de oferta pública de aquisição de ações visando ao referido propósito.

Em 21 de outubro de 2005, a Ecisa Engenharia foi parcialmente cindida, constituindo-se a Ecisa Participações, que incorporou a parcela cindida da Ecisa Engenharia e passou a ser proprietária, dentre outros ativos, do Norteshopping e do Shopping Campo Grande. As ações de emissão da Ecisa Participações foram atribuídas aos mesmos acionistas da Ecisa Engenharia, preservando-se as proporções anteriormente detidas.

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 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 e da ECISA Participações.

À época, a totalidade das ações de emissão da Companhia eram detidas pelo Grupo GP e pela Equity International, os quais passaram então a deter participação indireta na ECISA e na ECISA Participações.

Em 20 de dezembro de 2006, a Companhia — ainda por meio de sua subsidiária integral Licia — adquiriu ações em ECISA 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. Conseqüentemente, nossa estrutura foi simplificada e a Companhia consolidou todas as participações acionárias detidas na ECISA 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 e da ECISA Participações (à exceção daquelas já detidas pela Companhia) foram incorporadas pela Companhia, de modo que (i) a ECISA e a ECISA Participações passaram a ser subsidiárias integrais da Companhia; e (ii) os antigos acionistas da ECISA e da ECISA Participações receberam ações da Companhia em substituição das ações da ECISA e ECISA Participações anteriormente detidas.

Em janeiro de 2007, adquirimos a totalidade das quotas representativas do capital social da EgecPar II e passamos a deter participação acionária, indireta, de 65,5% na GS Shopping, que possui participação imobiliária de 59,1% do Goiânia Shopping. Dessa forma, passamos a deter, indiretamente, 38,7% do Goiânia Shopping. Em fevereiro de 2007, adquirimos 100,0% do Shopping Estação, através de nossa controlada Nattca. Também em fevereiro de 2007, através da SPE Indianápolis, (i) adquirimos participação societária indireta de 10,0% (10 por cento) do Pantanal Shopping; e (ii) adquirimos 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. Além disso, adquirimos participação societária de 99,99% na DEICO, sociedade responsável pela administração,comercialização e/ou planejamento de 13 *Shopping Centers*.

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

Na data deste Prospecto, não possuímos negócios jurídicos celebrados entre a Companhia e suas controladas e coligadas, seus administradores, seus Acionistas Relevantes, e, ainda, entre a Companhia e sociedades controladas e coligadas dos administradores e dos Acionista Relevantes. Caso, no curso normal de nossos negócios, venhamos a celebrar operações com partes relacionadas, o faremos de acordo com as práticas usuais de mercado e conforme as normas previstas no Regulamento do Novo Mercado, nos comprometendo a divulgar as informações relevantes com relação às mencionadas operações.

TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS EMITIDOS

Geral

Antes da Oferta, nossas ações eram negociadas no mercado de balcão organizado da BOVESPA (SOMA). Em 9 de fevereiro de 2007, aprovou-se em Assembléia Geral Extraordinária a transferência do registro para negociação das nossas ações para o Novo Mercado da BOVESPA. Conforme os termos da Oferta, assinaremos o Contrato de Participação no Novo Mercado com a BOVESPA, para que as nossas ações ordinárias sejam admitidas à negociação no segmento do Novo Mercado. Não podemos garantir que, após a Oferta, será desenvolvido um mercado ativo para as nossas ações ordinárias ou que as mesmas sejam negociadas por um valor maior que o Preço por Ação. Para mais informações, ver a seção "Fatores de Risco – Riscos Relacionados à Oferta e às Ações", "Administração e Conselho Fiscal", "Descrição do Capital Social" e "Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa".

Além das nossas ações, emitimos *mortgage bonds* no valor de US$ 75 milhões e *fixed rate notes* no valor de US$ 10 milhões. Para maiores informações, vide "Discussão e Análise da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais – Endividamento – Contratos Financeiros".

Negociação na BOVESPA

A BOVESPA é uma entidade sem fins lucrativos de propriedade de corretoras-membro. A negociação na BOVESPA só pode ser realizada pelas corretoras-membro e por um número limitado de não-membros autorizados. As negociações 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 BOVESPA 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 a corretoras tradicionais e a 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 BOVESPA, a liquidação acontece 3 dias úteis após a data da negociação, sem correção monetária do preço de compra. O vendedor deve entregar as ações à BOVESPA na manhã do terceiro dia útil após a data da negociação. A entrega e o pagamento das ações são realizados por meio da CBLC.

A fim de manter um melhor controle sobre a oscilação do Índice BOVESPA, a BOVESPA 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 BOVESPA cair abaixo dos limites de 10% ou 15%, respectivamente, com relação ao índice de fechamento da sessão de negociação anterior.

Para mais informações, ver "Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa".

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 BOVESPA regulando o nosso ingresso no Novo Mercado, cuja eficácia está condicionada a (i) que a Companhia tenha sido admitida no segmento de negociação do Novo Mercado, e cumulativamente (ii) que tenha publicado o Anúncio de Início da presente Oferta.

Capital Social

Na data deste Prospecto, o nosso capital social é de R$517.723.531,23, dividido em 100.158.228 ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal. O capital social da Companhia pode ser aumentado independentemente de reforma estatutária, por deliberação do Conselho de Administração, até o limite de 176.000.000 de ações ordinárias. Os nossos acionistas deverão aprovar em Assembléia Geral qualquer aumento de capital social que exceda o limite do capital autorizado mencionado acima.

De acordo com as regras do Novo Mercado, a partir da admissão das ações de emissão da Companhia para negociação no segmento do Novo Mercado da BOVESPA, 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.

Antes da Oferta, nossas ações eram negociadas no mercado de balcão organizado da BOVESPA (SOMA). Conforme os termos da Oferta, assinamos o Contrato de Participação no Novo Mercado com a BOVESPA, para que as nossas ações ordinárias sejam admitidas à negociação no segmento do Novo Mercado. Não podemos garantir que, após a Oferta, será desenvolvido um mercado ativo para as nossas ações ordinárias ou que as mesmas sejam negociadas por um valor maior que o Preço por Ação. Para mais informações, ver a Seção “Fatores de Risco – Riscos Relacionados à Oferta e às Ações”, “Administração”, “Descrição do Capital Social” e “Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa”.

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 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.

Na data deste Prospecto, o nosso capital social é de R$517.723.531,23, dividido em 100.158.228 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal. O nosso capital social pode ser aumentado, independente de reforma estatutária, por deliberação do Conselho de Administração, até o limite de 176.000.000 ações ordinárias.

Para melhor compreensão da evolução de nosso capital social, apresentamos abaixo quadro descritivo dos eventos expostos acima:

		Valor do Capital Social (R$)	
Data	**Evento**	**Antes do Evento**	**Depois do Evento**
26.05.04	Constituição	N/A	R$ 1.000,00
30.11.05	AGE	R$ 1.000,00	R$ 26.092,22
10.10.06	AGE	R$ 26.092,22	R$ 56.550,06
13.11.06	AGE	R$ 56.550,06	R$ 192.837.188,60
20.12.06	AGE	R$ 192.837.188,60	R$ 368.227.699,79
29.12.06	AGE	R$ 368.227.699,79	R$ 516.723.531,23
09.02.07	AGE	R$ 516.723.531,23	R$ 517.723.531,23

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 serão mantidas sob a forma escritural junto ao Banco Itaú S.A. A transferência de nossas ações será 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 Assembléias 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. Veja seção "Alocação do Lucro Líquido e Distribuição de Dividendos – Pagamento de Dividendos e Juros sobre Capital Próprio" 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. Veja também "Informações sobre a Oferta Direitos, Vantagens e Restrições das Ações".

Assembléias Gerais

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, nas assembléias 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 Assembléia 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 Assembléias 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 Assembléia Geral.

As Assembléias Gerais Extraordinárias podem ser realizadas concomitantemente com as Assembléias Gerais Ordinárias. Compete aos nossos acionistas decidir exclusivamente em Assembléia 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, a que será 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 Assembléia 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”.

Quorum

Como regra geral, a Lei das Sociedades por Ações prevê que a Assembléia Geral será instalada, em primeira convocação, com a presença de acionistas 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 Assembléia 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 3 últimas Assembléias 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 quoruns diferenciados 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 assembléia geral, por maioria de votos dos acionistas representantes das ações em circulação presentes naquela assembléia, 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. Veja "Cancelamento do Registro de Companhia Aberta".

Convocação

A Lei das Sociedades por Ações exige que todas as nossas assembléias gerais sejam convocadas mediante 3 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 (quinze) dias da assembléia, em primeira convocação, e de 8 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 assembléias gerais seja feita com, pelo menos, 30 dias de antecedência da realização da respectiva Assembléia Geral. A CVM poderá ainda, a pedido de

qualquer acionista, interromper, por até 15 dias, o curso do prazo de antecedência da convocação da Assembléia Geral Extraordinária, a fim de conhecer e analisar as propostas a serem submetidas à Assembléia. O edital de convocação de Assembléia Geral deverá conter, além do local, data e hora da Assembléia, a ordem do dia e, no caso de alteração do Estatuto Social, a indicação da matéria.

Competência para Convocar Assembléias Gerais

De acordo com nosso Estatuto Social as Assembléias 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 8 dias, uma assembléia 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 8 dias, um pedido de convocação de assembléia 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 assembléia geral ordinária, sendo que o conselho fiscal poderá também convocar uma Assembléia Geral Extraordinária, sempre que ocorrerem motivos graves ou urgentes.

Local da Realização de Assembléia Geral

Nossas assembléias gerais são realizadas em nossa sede social, localizada na Praia de Botafogo nº 501, sala 702 (parte), Torre Corcovado, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, Brasil. A Lei das Sociedades por Ações permite que nossas Assembléias 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 Assembléia Geral deverá ocorrer.

Legitimação e Representação

Aqueles que comparecerem às Assembléias 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 Assembléia Geral por procurador constituído há menos de 1 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 7 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 num 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 3 meses, no mínimo, imediatamente anterior à realização da assembléia geral e detenham, individualmente ou em bloco, pelo menos 15% (excluído o controlador) de nossas ações ordinárias, o direito de indicar, em votação em separado, um conselheiro e seu suplente. Caso não seja atingido o quorum de 15% acima referido, o mesmo será reduzido para 10%, conforme previsto no artigo 141, parágrafo 5º, da Lei das Sociedades por Ações.

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 3 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 3 anos, empregado ou diretor da companhia, do acionista controlador ou de sociedade controlada pela companhia; (iv) não ser fornecedor ou comprador, direto ou indireto, de serviços e/ou produtos da companhia, em magnitude que implique perda de independência; (v) não ser funcionário ou administrador de sociedade ou entidade que esteja oferecendo ou demandando serviços e/ou produtos à companhia; (vi) não ser 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 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 por 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 assembléia geral;

- sem prévia autorização da assembléia 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 3 membros e suplentes em igual número. Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, o Conselho Fiscal poderá ser instalado pela Assembléia Geral, a pedido de acionistas que representem, no mínimo, 10% das ações ordinárias, com período de funcionamento até a primeira assembléia 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 e Resgate

Direito de Retirada

Qualquer um de nossos acionistas dissidente de certas deliberações tomadas em Assembléia Geral poderá retirar-se da nossa Companhia, mediante o reembolso do valor de suas ações, com base no menor valor entre o valor econômico da Companhia e o valor patrimonial, 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 mínimo obrigatório; ou

    c) a nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido na Lei das Sociedades por Ações).

- redução do dividendo mínimo 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 BOVESPA 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 Assembléia Geral que tiver aprovado o ato que deu origem ao recesso. Adicionalmente, os acionistas em assembléia têm o direito de reconsiderar qualquer deliberação que tenha ensejado direito de retirada nos 10 dias subseqüentes 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 menor valor entre o valor econômico e o valor patrimonial de suas ações, com base no último balanço aprovado pela assembléia geral. 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 assembléia geral.

Resgate

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, nossas Ações podem ser resgatadas mediante determinação dos nossos acionistas em Assembléia Geral Extraordinária, 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 nossos 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 6 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.

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 assembléia 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.

Vide "Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Cancelamento de Registro de Companhia Aberta" 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

Vide "Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Saída do Novo Mercado" 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

Vide "Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Alienação do Controle" para uma descrição das normas previstas no Regulamento do Novo Mercado nos casos de alienação do nosso controle.

Aquisição pela Companhia de Ações Emissão Própria

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 do preço por ação artificial, ou utilizar-se de qualquer prática injusta, ou;
- 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 comprar 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.

Na data deste Prospecto, não possuíamos ações em tesouraria.

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 BOVESPA determinadas informações periódicas, que incluem as informações anuais, as informações trimestrais e os relatórios trimestrais da administração e dos auditores independentes. Estas regras prevêem, também, a obrigação de emitir avisos de convocação de Assembléias Gerais, bem como as atas destas assembléias.

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".

Divulgação de Negociação por Parte de Acionista Controlador, Conselheiro, Diretor ou Membro do Conselho Fiscal

De acordo com as regras da CVM, os diretores, membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal, quando instalado, ou de qualquer outro órgão com funções técnicas ou consultivas da Companhia, criados por disposições estatutárias, ficam obrigados a comunicar à Companhia, a titularidade e as negociações realizadas com os valores mobiliários de emissão da Companhia, ou de emissão de suas 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 5 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 10 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 BOVESPA 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%.

Vide "Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Negociações de Valores Mobiliários e seus Derivativos por Acionista Controlador" 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

Vide "Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa – Política de Divulgação de Informações ao Mercado" para uma descrição das políticas aplicáveis à Companhia para divulgação de informações ao mercado.

Negociação em Bolsas de Valores

As nossas ações serão negociadas na BOVESPA, uma entidade sem fins lucrativos, de propriedade das corretoras que dela são membros. As negociações na BOVESPA são realizadas pelas suas corretoras. A CVM e a BOVESPA 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 BOVESPA ocorre 3 dias úteis após a data da negociação. A entrega e o pagamento das ações são realizados por intermédio de câmara de compensação independente. A câmara de compensação da BOVESPA é a CBLC. A CBLC é contraparte central garantidora das operações realizadas na BOVESPA, realizando a compensação multilateral tanto para as obrigações financeiras quanto para as movimentações de títulos. Segundo o Regulamento da CBLC, 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 CBLC. 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 imposto de renda e à contribuição social, 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 mais 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 Assembléia Geral que a distribuição seria desaconselhável, tendo em vista a situação financeira da companhia. A suspensão está sujeita a aprovação em Assembléia Geral e análise pelos membros do Conselho Fiscal, se estiver instalado na ocasião. Nosso Conselho de Administração deverá apresentar justificativa para a suspensão à CVM, no prazo de 5 dias a contar da Assembléia 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 subseqüentes, tais valores serão pagos aos acionistas assim que a situação financeira da companhia permitir.

Alocação do Lucro Líquido e Distribuição de Dividendos

Valores Disponíveis para Distribuição

Anteriormente a cada Assembléia 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 imposto de renda e à contribuição social, 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 o pagamento de participações estatutárias de empregados e administradores somente será paga após o pagamento do dividendo mínimo 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;
- reduzido por valores alocados a reservas estatutárias, se houver;
- reduzido por valores alocados à reserva de contingência, se houver;
- reduzido por valores alocados à reserva de lucros a realizar;
- aumentado por reversões de reservas de contingência registradas em anos anteriores;
- aumentado por valores alocados à reserva de lucros a realizar, quando realizados e se não forem absorvidos por prejuízos.

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 retenção de lucros.

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 Assembléia 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 dezembro de 2006, 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 Assembléia 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 subseqüentes. Em 31 de dezembro de 2006, o saldo da nossa reserva de lucros a realizar era R$0,00.

Reserva para Contingências. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, parte do lucro líquido poderá ser destinada à formação da reserva para contingências com a finalidade de compensar, em exercício futuro, a diminuição do lucro decorrente de perda julgada provável, cujo valor possa ser estimado. A proposta da administração para destinação de parte do lucro líquido à formação desta reserva deverá indicar a causa da perda prevista e justificar a constituição da reserva. Qualquer valor assim destinado em exercício anterior deverá ser revertido no exercício social em que a perda que tenha sido antecipada, não venha, de fato, a ocorrer, ou deverá ser baixado, na hipótese de a perda antecipada efetivamente ocorrer. A alocação de recursos destinados à reserva para contingências está sujeita à aprovação dos acionistas em Assembléia Geral. Em 31 de dezembro de 2006, o saldo da nossa reserva para contingências 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 mínimo obrigatório. Nosso Estatuto Social não prevê essa espécie de reserva.

Reserva de Retenção de Lucros. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, a Assembléia 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 dezembro de 2006, 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 para contingências e reserva de lucros a realizar, não podem exceder o nosso capital social. Caso isso ocorra, a Assembléia Geral Ordinária deverá

decidir se o excedente será utilizado no pagamento de capital subscrito e não integralizado, no aumento e subscrição de capital social ou no pagamento de dividendos.

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 dezembro de 2006, o saldo da nossa reserva de capital era de R$126 mil.

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 Assembléia Geral que a distribuição seria desaconselhável, tendo em vista a situação financeira da companhia. A suspensão está sujeita a aprovação em Assembléia Geral e análise pelos membros do Conselho Fiscal, se estiver instalado na ocasião. No caso de companhias abertas, o Conselho de Administração deverá apresentar justificativa para a suspensão à CVM, no prazo de 5 dias a contar da Assembléia 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 subseqüentes, 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 Assembléia Geral Ordinária até o quarto mês subseqüente 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

revertem em nosso favor se não reclamados dentro de 3 anos após a data em que os colocamos 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 do imposto de renda brasileiro e, a partir de 1997, para fins de contribuição social sobre o lucro líquido. 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 contribuição social incidentes sobre o lucro líquido, mas antes de se levar em conta a provisão de imposto de renda 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 3 anos após a data em que os colocamos 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 "Informações sobre Títulos e Valores Mobiliários Emitidos".

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 3 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 entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início. 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 5 membros sendo, no mínimo, 20% de conselheiros independentes, todos com mandato unificado de até 2 anos, ressalvada a hipótese de mandato de 3 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) nos 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, sendo que, trimestralmente, poder ser encaminhado o ITR traduzido para o idioma inglês;
- 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, 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.

Conselho de Administração

O Conselho de Administração de companhias autorizadas a terem suas ações negociadas no Novo Mercado deve ser composto por, no mínimo, 5 membros, sendo, no mínimo, 20% de conselheiros independentes, todos com mandato unificado de até 2 anos, ressalvada a hipótese de mandato de 3 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 Assembléia 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 7 membros, podendo ser reeleitos por mandatos de 2 anos e destituídos a qualquer momento por acionistas da Companhia reunidos em Assembléia Geral. Na Assembléia 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. Veja as seções "Administração – Conselho de Administração" e "Descrição do Capital Social – Conselho de Administração".

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. Veja a seção "Administração – Conselho Fiscal" e "Descrição do Capital Social – Conselho Fiscal".

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 6 meses subseqüentes 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 6 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 não subscrever 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 6 meses subseqüentes 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, acerca da 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. Veja a seção "Descrição do Capital Social – Divulgação de Negociação por Parte de Conselheiro, Diretor ou Membro do Conselho Fiscal".

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 Assembléia 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 assembléia, 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 Assembléia Geral, o acionista controlador informará nessa assembléia 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.

No demais, o procedimento para o cancelamento do registro de companhia aberta deve seguir 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 Assembléia Geral, e comunicada à BOVESPA por escrito com antecedência de 30 dias. A ata de assembléia 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".

Caso o controle da Companhia seja alienado nos 12 meses subseqüentes 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 2 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 Assembléia 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 de os investidores 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, obrigam-se a resolver por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre eles, relacionada ou oriunda, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei das Sociedade por Ações, no nosso Estatuto Social, nas normas editadas pelo CMN, pelo BACEN e pela CVM, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Contrato de Participação do Novo Mercado e do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado.

Informações Periódicas

Demonstrações de Fluxos de Caixa

Estipula o Regulamento do Novo Mercado que as demonstrações financeiras da Companhia e as demonstrações consolidadas a serem elaboradas ao término de cada trimestre e de cada exercício social, devem incluir 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.

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, em reais ou Dólares, as quais deverão ser divulgadas na íntegra, no idioma inglês. 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 os princípios contábeis brasileiros e a proposta de destinação do resultado, e do parecer dos auditores independentes; ou (ii) divulgar, no idioma inglês, a íntegra das demonstrações financeiras, relatório 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 os 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 da demonstrações financeiras referentes ao segundo exercício após a obtenção pela Companhia de autorização para negociar suas ações no Novo Mercado.

Informações Trimestrais em Inglês ou elaborada 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 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 detive 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, 6 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".

Reunião Pública com Analistas

O Regulamento do Novo Mercado estipula que pelo menos uma vez ao ano, a Companhia deve 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 Novo Mercado determina que as companhias e os administradores devem enviar à BOVESPA e divulgar, até o fim de janeiro de cada ano, um calendário anual, informando sobre eventos corporativos programados, contendo informações sobre a Companhia, o evento, data e hora de sua realização, a publicação e o envio do documento tratado no evento à BOVESPA.

Acordo de Acionistas

A Companhia enviará à BOVESPA e à CVM até a data da publicação do Anúncio de Início, cópia de todos os acordos de acionistas arquivados em sua sede, e noticiar a mesma sobre as averbações de acordos existentes em seus livros, se existente.

Planos de Opções de Compra de Ações

A Companhia possui um Plano de Opção de Compra de Ações de emissão da Companhia, aprovado em Assembléia Geral realizada em 9 de fevereiro de 2006. Para mais informações sobre o Plano de Opção de Compra de Ações da Companhia ver item "Plano de Opção de Compra de Ações" na seção "Administração" deste Prospecto.

Contratos com o mesmo grupo

Segundo o Regulamento do Novo Mercado, a Companhia deve enviar à BOVESPA e divulgar informações de todo qualquer contrato celebrado entre a Companhia e suas 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, num único contrato ou em contratos sucessivos, com ou sem o mesmo fim, em qualquer período de um ano, valor igual ou superior a R$ 200 mil, ou valor igual ou superior a 1% sobre o patrimônio líquido da Companhia, considerando o maior.

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. Veja a seção "Operações com Partes Relacionadas".

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 eqüidade, 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 Assembléia 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 findo, comparativamente aos exercícios anteriores e de acordo com os padrões internacionais de contabilidade;
- transparência na divulgação dos relatórios anuais da administração;
- convocações de assembléia 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 assembléias 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 assembléias 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 deve ter ao menos 20% de membros independentes (ausente de 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”.

[página intencionalmente deixada em branco]

Parte III – ANEXOS

Estatuto Social da Companhia, conforme aprovado na Assembléia Geral Extraordinária de Acionistas realizada em 15 de março de 2007

Ata da Assembléia Geral da Companhia, realizada em 15 de março de 2007, autorizando a realização da Oferta.

Ata da Reunião do Conselho de Administração da Companhia, realizada em 15 de março de 2007, aprovando o aumento do capital social da Companhia

Ata da Reunião do Conselho de Administração da Companhia, realizada em 2 de abril de 2007, aprovando o Preço por Ação e o aumento do capital social da Companhia

Informações Anuais – IAN da Companhia

Declaração do artigo 56 da Instrução CVM 400 da Companhia

Declaração do artigo 56 da Instrução CVM 400 do Coordenador Líder

[página intencionalmente deixada em branco]

ANEXO I
À ATA DA ASSEMBLÉIA GERAL EXTRAORDINÁRIA DA BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A., REALIZADA EM 15 DE MARÇO DE 2007.

ESTATUTO SOCIAL

BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.
CNPJ nº 06.977.745/0001-91

Companhia Aberta

ESTATUTO SOCIAL

CAPÍTULO I
DENOMINAÇÃO, SEDE, OBJETO E DURAÇÃO

Art. 1º. A **BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.** (a "Companhia") é uma sociedade anônima, que se rege por este Estatuto Social e pelas disposições legais que lhe são aplicáveis.

Art. 2º. A Companhia tem sede na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, podendo, por deliberação da Diretoria, abrir, transferir e extinguir sucursais, filiais, agências, escritórios, depósitos, agências de representação e quaisquer outros estabelecimentos em qualquer parte do território nacional e/ou do exterior.

Art. 3º. A Companhia tem por objeto: **(i)** a exploração de Shopping Centers, de prédios comerciais ou industriais próprios ou de terceiros*;* **(ii)** o planejamento econômico e financeiro, desenvolvimento, comercialização, gerenciamento e implantação de Shopping Centers, de edifícios comerciais e/ou industriais; **(iii)** a exploração de estacionamentos; **(iv)** a 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)** assistência técnica para implantação, organização e funcionamento de empresas industriais, comerciais ou de outras naturezas; e **(vi)** 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.

Art. 4º. A Companhia tem prazo indeterminado de duração.

CAPÍTULO II
CAPITAL SOCIAL E AÇÕES

Art. 5º. O capital social da Companhia, totalmente subscrito e integralizado, é de R$ 517.723.531,23 (quinhentos e dezessete milhões, setecentos e vinte e três mil, quinhentos e trinta e um reais e vinte e três centavos), dividido em 100.158.228 (cem milhões, cento e cinqüenta e oito mil, duzentos e vinte e oito) ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal.

Parágrafo Primeiro. As ações de emissão da Companhia são escriturais, mantidas em conta de depósito em nome de seus titulares, perante instituição financeira devidamente autorizada pela Comissão de Valores Mobiliários a prestar este serviço, podendo ser cobrado dos acionistas o custo de que trata o artigo 35, §3º, da Lei nº 6.404/76, observando-se os limites eventualmente fixados na legislação vigente.

Parágrafo Segundo. Cada ação ordinária confere a seu titular direito a um voto nas deliberações da Assembléia Geral.

Parágrafo Terceiro. A Companhia não pode emitir ações preferenciais ou partes beneficiárias.

Parágrafo Quarto. Na proporção do número de ações que possuírem, os acionistas terão direito de preferência na subscrição de ações a serem emitidas em aumentos de capital da Companhia, na forma do artigo 171 da Lei nº 6.404/76. O direito de preferência será exercido dentro do prazo decadencial de 30 (trinta) dias.

Parágrafo Quinto. Nas hipóteses em que a lei conferir o direito de retirada a acionista dissidente de deliberação da Assembléia Geral, o valor do reembolso terá por base o menor valor entre o valor econômico da Companhia e o valor de patrimônio líquido constante do último balanço aprovado pela Assembléia Geral, observadas as disposições do artigo 45 da Lei nº 6.404/76.

Art. 6º. A Companhia possui capital autorizado, podendo aumentar o seu capital social até o limite de 176.000.000 (cento e setenta e seis milhões) ações, independentemente de reforma estatutária, mediante deliberação do Conselho de Administração, que fixará o preço e a quantidade de ações a serem emitidas, os termos e condições da emissão, da subscrição, da integralização e da colocação das ações a serem emitidas.

Parágrafo Único. A Companhia pode, dentro do limite de capital autorizado e por deliberação do Conselho de Administração, no âmbito de plano de opção aprovado pela Assembléia Geral, outorgar opção de compra de ações em favor de seus administradores, empregados e prestadores de serviços, assim como a administradores e empregados de outras sociedades que sejam controladas, direta ou indiretamente, pela Companhia.

Art. 7º. A Companhia poderá, por deliberação de seu Conselho de Administração, excluir o direito de preferência ou reduzir o prazo para seu exercício nas emissões de ações, debêntures conversíveis em ações ou bônus de subscrição, cuja colocação seja feita mediante venda em bolsa de valores, subscrição pública ou permuta por ações em oferta pública obrigatória de aquisição de controle nos termos dos artigos 257 a 263 da Lei nº 6.404/76. Não haverá direto de preferência na outorga e no exercício de opção de compra de ações, na forma do disposto no §3º do artigo 171 da Lei nº 6.404/76.

Art. 8º. Nos aumentos de capital mediante a emissão de novas ações, o acionista que não fizer o pagamento correspondente às ações subscritas nas condições previstas no respectivo boletim de subscrição ficará de pleno direito constituído em mora, na forma do artigo 106, §2º, da Lei nº 6.404/76, sujeitando-se (i) à multa de 10% (dez por cento) do valor da prestação devida, sem prejuízo da correção monetária de acordo com a variação do IGP-M - Índice Geral de Preços ao Mercado, divulgado pela Fundação Getúlio Vargas – FGV ou índice que venha a substituí-lo, em caso de sua extinção, na menor periodicidade admitida; (ii) ao disposto no artigo 107 da Lei nº 6.404/76; e (iii) ao pagamento de juros de mora de 12% (doze por cento) ao ano, *pro rata temporis*.

CAPÍTULO III
ASSEMBLÉIA GERAL

Art. 9º. A Assembléia Geral reunir-se-á, ordinariamente, dentro dos 04 (quatro) primeiros meses seguintes ao término do exercício social, para deliberar sobre as matérias constantes

do artigo 132 da Lei nº 6.404/76 e, extraordinariamente, sempre que os interesses sociais, este Estatuto Social e/ou a lei exigirem.

Parágrafo Primeiro. A Assembléia Geral deverá ser convocada na forma da lei. Independentemente das formalidades de convocação, será considerada regular a Assembléia Geral a que comparecerem todos os acionistas.

Parágrafo Segundo. A Assembléia Geral será instalada e presidida pelo Presidente do Conselho de Administração ou, na ausência deste, por qualquer outro membro do Conselho de Administração que venha a ser escolhido por deliberação da maioria dos acionistas presentes, ou, na ausência de todos os membros do Conselho de Administração, o presidente será escolhido, dentre os acionistas presentes, por deliberação majoritária. O Presidente escolherá, dentre os presentes, o secretário da mesa.

Parágrafo Terceiro. As deliberações da Assembléia Geral, ressalvadas as exceções previstas em lei e neste Estatuto Social, serão tomadas por maioria de votos, não se computando os votos em branco.

Art. 10. Sem prejuízo de outras matérias previstas em lei ou neste Estatuto Social, caberá à Assembléia Geral:

(a) deliberar sobre a saída da Companhia do Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA ("Novo Mercado"), a qual deverá ser comunicada à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA por escrito, com antecedência prévia de 30 (trinta) dias;

(b) escolher, dentre as instituições qualificadas e indicadas em lista tríplice pelo Conselho de Administração, aquela que será responsável pela preparação do laudo de avaliação das ações da Companhia para os fins e efeitos ***(i)*** de saída do Novo Mercado e/ou ***(ii)*** de cancelamento de registro de companhia aberta; e

(c) resolver os casos omissos no presente Estatuto Social, observadas as disposições da Lei nº 6.404/76.

CAPÍTULO IV
ADMINISTRAÇÃO

Seção I – Regras Gerais

Art. 11. A Companhia será administrada por um Conselho de Administração e por uma Diretoria, na forma da lei e deste Estatuto Social.

Parágrafo Primeiro. Os membros do Conselho de Administração e da Diretoria serão investidos em seus respectivos cargos mediante assinatura de termo de posse no livro próprio, dentro dos 30 (trinta) dias que se seguirem à sua eleição, e ficam dispensados de prestar caução em garantia de sua gestão.

Parágrafo Segundo. A posse e investidura dos administradores em seus respectivos cargos está condicionada (**i**) à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Administradores referido no Regulamento de Listagem do Novo Mercado; e (**ii**) à adesão ao Manual de Divulgação e Uso de Informações e Política de Negociação de Valores Mobiliários de Emissão da Companhia, mediante assinatura do termo respectivo.

Parágrafo Terceiro. Os membros do Conselho de Administração e da Diretoria estão obrigados, sem prejuízo dos deveres e responsabilidades a eles atribuídos por lei, a manter reserva sobre todos os negócios da Companhia, devendo tratar como confidenciais todas as informações de caráter não público a que tenham acesso e que digam respeito à Companhia, seus negócios, funcionários, administradores, acionistas ou contratados e prestadores de serviços, obrigando-se a usar tais informações no exclusivo e melhor interesse da Companhia.

Art. 12. A Assembléia Geral fixará, de forma individual ou global, a remuneração dos administradores da Companhia. Havendo a fixação de forma global, caberá ao Conselho de Administração definir os valores a serem pagos individualmente. Caberá também ao Conselho de Administração distribuir, quando for o caso, a participação nos lucros fixada pela Assembléia Geral.

Seção II – Conselho de Administração

Art. 13. O Conselho de Administração é composto por até 07 (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 Assembléia Geral, com mandato unificado de 2 (dois) anos, sendo permitida a reeleição. Excepcionalmente e para fins de transição, quando o Poder de Controle da Companhia vier a ser exercido de forma difusa (Controle Difuso), os membros do Conselho de Administração poderão ser eleitos, uma única vez, para um mandato unificado de até 3 (três) anos, sendo certo que a eventual reeleição destes membros do Conselho de Administração será para um mandato de 2 (dois) anos.

Parágrafo Único. O Conselho de Administração terá um Presidente e um Vice-Presidente, a quem competirá substituir o Presidente nas suas ausências e impedimentos temporários, os quais serão eleitos por maioria dos votos dos conselheiros efetivos.

Art. 14. No mínimo 20% (vinte por cento) dos membros efetivos do Conselho de Administração deverão ser Conselheiros Independentes, conforme definido nos parágrafos segundo e terceiro abaixo.

Parágrafo Primeiro. Quando, em decorrência da observância do percentual referido no *caput* deste art. 14, resultar número fracionário de conselheiros, proceder-se-á ao arredondamento para o número inteiro: (**i**) imediatamente superior, quando a fração for igual ou superior a 0,5, ou (**ii**) imediatamente inferior, quando a fração for inferior a 0,5.

Parágrafo Segundo. Para todos os fins e efeitos deste Estatuto Social, "Conselheiro Independente" será aquele definido como tal no Regulamento de Listagem no Novo Mercado da Bovespa e expressamente declarado na ata da assembléia geral que o eleger.

Parágrafo Terceiro. Também serão considerados Conselheiros Independentes aqueles eleitos mediante faculdade prevista nos §§ 4º e 5º do artigo 141 da Lei nº 6.404/76.

Parágrafo Quarto. Os membros do Conselho de Administração deverão permanecer em seus respectivos cargos e no exercício de suas funções até que sejam eleitos e investidos nos cargos seus substitutos ou assumam os seus respectivos suplentes, exceto se de outra forma for deliberado pela Assembléia Geral.

Art. 15. Em caso de vacância no cargo de conselheiro, não havendo suplente, o Conselho de Administração elegerá o substituto, que servirá até a primeira Assembléia Geral que for realizada. O substituto eleito na Assembléia Geral para preencher o cargo vago completará o prazo de gestão do conselheiro substituído.

Art. 16. O Conselho de Administração reunir-se-á, ordinariamente, uma vez a cada 03 (três) meses e, extraordinariamente, sempre que os interesses sociais exigirem. As reuniões do Conselho de Administração são convocadas pelo Presidente, pelo Vice-Presidente ou por quaisquer 2 (dois) conselheiros agindo em conjunto, mediante convocação escrita — através de carta, telegrama, fac-símile, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação com comprovante de recebimento —, contendo, além do local, data e hora da reunião, a ordem do dia. As convocações deverão, sempre que possível, encaminhar as propostas ou documentos a serem discutidos ou apreciados.

Parágrafo Primeiro. As reuniões do Conselho de Administração serão convocadas com, no mínimo, 10 (dez) dias de antecedência, sendo certo que, em casos de manifesta urgência, a convocação para as reuniões do Conselho de Administração poderá ser, excepcionalmente, feita com antecedência de 05 (cinco) dias, observadas as demais formalidades. A presença da totalidade dos membros do Conselho de Administração dispensará qualquer formalidade de convocação.

Parágrafo Segundo. As reuniões do Conselho de Administração serão instaladas com a presença da maioria de seus membros. Considera-se regularmente convocado o conselheiro presente à reunião. Uma vez instaladas, as reuniões do Conselho de Administração serão presididas pelo Presidente do Conselho ou pelo Vice-Presidente do Conselho, que convidará um dos presentes ou o advogado da Companhia para secretariar os trabalhos.

Parágrafo Terceiro. As deliberações serão tomadas por maioria de votos, inexistindo voto de qualidade do Presidente ou do Vice-Presidente do Conselho de Administração.

Parágrafo Quarto. Os conselheiros poderão participar das reuniões do Conselho de Administração por meio de conferência telefônica, vídeo-conferência ou outro meio de comunicação eletrônica e serão considerados presentes à reunião, devendo enviar a confirmação de seu voto por escrito até o final da respectiva reunião por carta, fac-símile ou correio eletrônico, ficando o presidente da reunião investido dos poderes para assinar a

respectiva ata de Reunião do Conselho de Administração em nome do conselheiro que não esteja presente fisicamente.

Parágrafo Quinto. Em caso de ausência, os membros do Conselho de Administração serão substituídos da seguinte forma e na seguinte ordem: (a) por seu suplente específico, se houver, ou, não havendo, (b) por um membro efetivo ou suplente do Conselho de Administração nomeado por escrito pelo conselheiro ausente. O membro efetivo indicado por um conselheiro ausente para representá-lo em reunião do Conselho de Administração terá, além de seu próprio voto, o voto do conselheiro ausente.

Parágrafo Sexto. Serão lavradas atas de reuniões do Conselho de Administração em livro próprio, assinadas por todos os membros presentes ou por tantos quantos bastem para a validade das deliberações tomadas.

Art. 17. Findo o mandato, os membros do Conselho de Administração permanecerão no exercício dos cargos até a investidura dos novos conselheiros eleitos.

Art. 18. Compete ao Conselho de Administração, sem prejuízo das demais competências atribuídas por lei e por este Estatuto Social:

(a) fixar a orientação geral dos negócios da Companhia;

(b) aprovar o orçamento anual operacional e o plano de negócios da Companhia, bem como quaisquer eventuais alterações dos mesmos (sendo certo que, enquanto não for aprovado o orçamento ou plano referente a um determinado exercício social, o orçamento ou plano do exercício anterior será utilizado provisoriamente);

(c) atribuir, do montante global da remuneração fixada pela Assembléia Geral, os honorários mensais a cada um dos membros da administração da Companhia, na forma do disposto no art. 12 do presente Estatuto Social;

(d) eleger e destituir os Diretores e gerentes da Companhia e fixar-lhes as atribuições, observado o que a respeito dispuser o presente Estatuto Social;

(e) fiscalizar a gestão dos Diretores;

(f) propor planos de opção de compra de ações para administradores, empregados, prestadores de serviços, assim como administradores e empregados de outras sociedades que sejam controladas, direta ou indiretamente, pela Companhia;

(g) fixar os critérios gerais de remuneração e as políticas de benefícios dos administradores da Companhia e de sociedades controladas, direta ou indiretamente, pela Companhia;

(h) aprovar previamente a implementação ou alteração de plano de incentivo de remuneração de longo-prazo aos empregados da Companhia e/ou de sociedades controladas direta ou indiretamente pela Companhia;

(i) convocar a Assembléia Geral;

(j) submeter à Assembléia Geral proposta de alteração deste Estatuto Social;

(k) manifestar-se sobre o relatório da administração, as contas da Diretoria e as demonstrações financeiras da Companhia;

(l) propor à assembléia geral a destinação do lucro líquido do exercício, observado o disposto neste Estatuto Social;

(m) autorizar o levantamento de balanços semestrais ou em períodos menores e a distribuição de dividendos intermediários com base no lucro apurado em tais balanços, observadas as limitações e disposições estatutárias e legais;

(n) atribuir aos administradores da Companhia a sua parcela de participação nos lucros apurados em balanços levantados pela Companhia, incluindo balanços intermediários, respeitadas as limitações e disposições estatutárias e legais;

(o) autorizar qualquer mudança nas políticas contábeis ou de apresentação de relatórios da Companhia, exceto se exigido pelos princípios contábeis geralmente aceitos nas jurisdições em que a Companhia opera;

(p) escolher e destituir os auditores independentes da Companhia;

(q) deliberar sobre a emissão de ações ou bônus de subscrição até o limite do capital autorizado, fixando o preço de emissão, forma de subscrição e integralização e outras condições da emissão, definindo ainda se será concedida preferência na subscrição aos acionistas;

(r) deliberar sobre a emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações e sem garantia real;

(s) autorizar a emissão de *bonds*, *notes*, *commercial papers* e outros instrumentos utilizados pelo mercado para captação de recursos, podendo deliberar sobre as condições de emissão e resgate;

(t) aprovar a aquisição, pela Companhia, de ações de sua própria emissão para manutenção em tesouraria ou seu cancelamento;

(u) exceto se previsto no orçamento anual ou no plano de negócios então em vigor, aprovar os negócios ou contratos de qualquer natureza entre, de um lado, a Companhia e, de outro, seus acionistas e/ou administradores;

(v) autorizar previamente: ***(i)*** a celebração, pela Companhia, de quaisquer contratos, incluindo, exemplificativamente, para a aquisição de participações societárias ou ativos; ou ***(ii)*** a concessão, pela Companhia, de garantia real ou fidejussória, em favor da própria Companhia, de sociedade por ela controlada ou de terceiros – em quaisquer das hipóteses descritas nos itens ***(i)*** ou ***(ii)***, em operações das quais sejam parte a Companhia ou qualquer de suas controladas e que sejam contratadas por período superior a 48 (quarenta e oito) meses ou cujo valor supere o maior valor entre R$ 50.000.000,00 (cinqüenta milhões) de reais ou 10% (dez por cento) do ativo consolidado total da Companhia;

(w) autorizar a aquisição, alienação, transferência, cessão, oneração ou outra forma de disposição, a qualquer título, incluindo conferência ao capital de outra sociedade, de bem do ativo permanente, cujo valor supere o maior valor entre R$ 50.000.000,00 (cinqüenta milhões) de reais ou 10% (dez por cento) do ativo consolidado total da Companhia;

(x) deliberar sobre a contratação pela Companhia de financiamento e empréstimos em valor superior a 10% (dez por cento) do patrimônio líquido da Companhia ou de sociedade por ela controlada, apurado no último balanço patrimonial aprovado da respectiva sociedade, por operação isolada;

(y) fixar o limite de endividamento da Companhia;

(z) deliberar previamente sobre a apresentação, pela Companhia, de pedido de falência ou recuperação judicial ou extrajudicial; e

(aa) elaborar a lista tríplice de instituições qualificadas a ser apresentada à Assembléia Geral, no tocante à preparação do laudo de avaliação das ações da Companhia para fins de saída do Novo Mercado e/ou cancelamento de registro de companhia aberta.

Seção III. – Diretoria

Art. 19. A Diretoria é o órgão de gestão e representação da Companhia, competindo-lhe praticar todos os atos necessários para assegurar seu regular funcionamento.

Parágrafo Primeiro. A Diretoria será composta por, no mínimo, 06 (seis) e, no máximo, 07 (sete) diretores, acionistas ou não, residentes no País, sendo 1 (um) Diretor Presidente, 1 (um) Diretor de Relações com Investidores, 1 (um) Diretor Financeiro, 1 (um) Diretor Comercial, 1 (um) Diretor Operacional e 2 (dois) Diretores de Desenvolvimento de Negócios, eleitos pelo Conselho de Administração, com mandatos de 3 (três) anos, podendo ser reeleitos e a qualquer tempo destituídos pelo Conselho de Administração.

Parágrafo Segundo. O mandato dos Diretores será automaticamente prorrogado até a posse de seus substitutos.

Parágrafo Terceiro. Os Diretores poderão cumular mais de uma das funções indicadas no *caput* deste artigo, mediante deliberação do Conselho de Administração.

Parágrafo Quarto. O exercício do cargo de Diretor cessa pela destituição, a qualquer tempo, do titular, ou pelo término do mandato, se não houver recondução, observado o disposto no parágrafo segundo acima. A renúncia torna-se eficaz em relação à Companhia, desde o momento em que esta conhecer da comunicação escrita do renunciante, produzindo

efeitos perante terceiros de boa-fé após o seu arquivamento no Registro Público de Empresas Mercantis e publicação.

Parágrafo Quinto. A substituição dos Diretores, no caso de ausência ou impedimento temporário, ou ainda por renúncia, morte ou incapacidade, será deliberada em Reunião do Conselho de Administração, podendo o Presidente do Conselho de Administração e/ou o Vice-Presidente do Conselho de Administração eleger interinamente o substituto.

Art. 20. A Diretoria não é um órgão colegiado, podendo, contudo, reunir-se, sempre que necessário, a critério do Diretor Presidente, a quem caberá presidir a reunião. Na ausência do Diretor Presidente, caberá ao Diretor Financeiro presidir as reuniões da Diretoria e, na ausência de ambos, caberá a qualquer dos demais Diretores.

Parágrafo Único. A reunião da Diretoria será instalada com a presença de diretores que representem a maioria dos membros da Diretoria.

Art. 21. Compete ao Diretor Presidente:

a) submeter à aprovação do Conselho de Administração os planos de trabalho e orçamento anuais, os planos de investimento e os novos programas de expansão da Companhia e de suas empresas controladas, promovendo a sua execução nos termos aprovados;

b) formular as estratégias e diretrizes operacionais da Companhia, bem como estabelecer os critérios para a execução das deliberações da Assembléia Geral e do Conselho de Administração, com a participação dos demais diretores;

c) exercer a supervisão de todas as atividades da Companhia;

d) orientar, coordenar e superintender as atividades dos demais Diretores, convocando e presidindo as reuniões de Diretoria; e

e) exercer as demais atribuições que lhe forem conferidas pelo Conselho de Administração.

Art. 22. Compete ao Diretor de Relações com os Investidores:

a) gerenciar o relacionamento da Companhia com seus acionistas, a Comissão de Valores Mobiliários – CVM, a Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA e o mercado em geral;

b) divulgar aos investidores, à Comissão de Valores Mobiliários - CVM, à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA e a outros mercados em que os valores mobiliários de emissão da Companhia estejam admitidos à negociação os atos ou fatos relevantes relacionados aos negócios de interesse da Companhia, zelando pela sua ampla e imediata divulgação;

c) manter atualizado o registro da Companhia, em conformidade com a regulamentação aplicável, prestando as informações necessárias para tanto; e

d) exercer outras atribuições que lhe forem definidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 23. Compete ao Diretor Financeiro:

a) a administração financeira da Companhia;

b) auxiliar o Diretor Presidente no exercício de suas atribuições; e

c) exercer outras atribuições específicas que lhe forem conferidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 24. Compete ao Diretor Comercial:

a) coordenar o desenvolvimento das atividades de administração, gestão e comercialização de unidades nos empreendimentos em que a Companhia participe, direta ou indiretamente;

b) acompanhar a composição e variação do *mix* dos shoppings centers nos quais a Companhia participe, direta ou indiretamente; e

c) exercer outras atribuições específicas que lhe forem conferidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 25. Compete ao Diretor de Operações:

(a) coordenar a implementação, estruturar, negociar e acompanhar o desenvolvimento de cada um dos empreendimentos e projetos nos quais a Companhia participe, direta ou indiretamente; e

(b) exercer outras atribuições que lhe forem definidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 26. Compete aos Diretores de Desenvolvimento de Negócios:

(a) prospectar, analisar e negociar oportunidades de investimentos e desinvestimento para a Companhia;

(b) analisar e avaliar atividades a serem desenvolvidas e/ou realizadas pela Companhia, inclusive a partir do exame da viabilidade econômico-financeira das novas oportunidades de negócios; e

c) exercer outras atribuições que lhe forem definidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 27. Sem prejuízo de outras atribuições e competências previstas em lei, compete à Diretoria gerir a Companhia e exercer as atribuições que a Assembléia Geral, o Conselho de Administração e este Estatuto Social lhe conferirem para a prática dos atos necessários ao funcionamento regular da Companhia, incumbindo-lhe a administração e gestão dos negócios e atividades da Companhia, inclusive:

(i) conduzir a política geral e de administração da Companhia, conforme orientação do Conselho de Administração;

(ii) executar e coordenar o andamento das atividades normais da Companhia, zelando pela observância da Lei, deste Estatuto Social, das deliberações do Conselho de Administração e da Assembléia Geral;

(iii) elaborar e submeter ao Conselho de Administração o relatório da Diretoria e as demonstrações financeiras de cada exercício, acompanhados do relatório dos auditores independentes, bem como a proposta de aplicação dos lucros apurados no exercício anterior;

(iv) elaborar os planos de negócios e orçamento da Companhia, anuais ou plurianuais, e submetê-los ao Conselho de Administração;

(v) decidir sobre filiais, agências, depósitos, escritórios e quaisquer outros estabelecimentos da Companhia no país ou no exterior;

(vi) manter os membros do Conselho de Administração informados sobre as atividades da Companhia e de suas controladas, bem como o andamento de suas operações;

(vii) representar a Companhia, ativa e passivamente, em juízo ou fora dele, respeitadas as disposições e limitações previstas neste Estatuto Social, notadamente aquelas referidas no artigo 18 acima;

(viii) contratar, transigir, contrair obrigações, renunciar, desistir, celebrar acordos, firmar compromissos, contrair empréstimos e financiamentos, alienar, adquirir, hipotecar, ou, de qualquer modo, onerar bens da Companhia, móveis, imóveis e outros direitos, respeitadas as disposições e limitações previstas neste Estatuto Social, notadamente aquelas referidas no artigo 18 acima;

(ix) aceitar, sacar, endossar e avalizar documentos cambiais, duplicatas, cheques, notas promissórias e quaisquer outros títulos de créditos que impliquem responsabilidade para a sociedade, respeitadas as disposições e limitações previstas neste Estatuto Social, notadamente aquelas referidas no artigo 18 acima;

(x) abrir, movimentar e encerrar contas bancárias e de investimento; e

(xi) exercer outras atribuições legais ou que lhe sejam conferidas pelo Conselho de Administração e/ou pelo presente Estatuto Social.

Parágrafo Primeiro. A representação da Companhia, em juízo ou fora dele, ativa e passivamente, em quaisquer atos ou negócios jurídicos, que importem responsabilidade ou obrigação para a Companhia ou que a exonerem de obrigações para com terceiros serão obrigatoriamente praticados: ***(i)*** por 02 (dois) diretores agindo em conjunto; ou ***(ii)*** por 01 (um) diretor agindo em conjunto com 01 (um) procurador, com poderes específicos, devidamente constituído na forma do Parágrafo Segundo abaixo; ***(iii)*** por 02 (dois) procuradores, com poderes específicos, agindo em conjunto, devidamente constituídos na forma do Parágrafo Segundo abaixo; ou ***(iv)*** excepcionalmente, por 1 (um) procurador agindo isoladamente, devidamente constituído na forma do Parágrafo Segundo abaixo, desde que autorizado pela maioria dos diretores ou por 02 (dois) diretores, sendo 01 (um) deles o Diretor Presidente

Parágrafo Segundo. As procurações em nome da Companhia serão exclusivamente outorgadas por 02 (dois) diretores, agindo em conjunto, e deverão especificar os poderes conferidos e, excetuando-se as procurações outorgadas para fins judiciais *(ad judicia)* ou para representação em processos administrativos, não terão prazo superior a 1 (um) ano.

Parágrafo Terceiro. São expressamente vedados, sendo nulos e inoperantes com relação à Companhia, os atos de qualquer dos Diretores ou procuradores que a envolverem em obrigações relativas a negócios e/ou operações estranhos ao objeto social, tais como fianças, avais e endossos ou quaisquer outras garantias em favor de terceiros.

CAPÍTULO V
CONSELHO FISCAL

Art. 28. A Companhia tem um Conselho Fiscal de funcionamento não permanente, que será instalado a pedido de acionistas na forma da Lei nº 6.404/76, e terá as atribuições, competências, responsabilidades e deveres definidos na referida lei. O funcionamento do Conselho Fiscal terminará na primeira Assembléia Geral Ordinária após a sua instalação, podendo seus membros ser reeleitos.

Parágrafo Primeiro. Quando instalado, o Conselho Fiscal será composto por 3 (três) membros efetivos e igual número de suplentes, eleitos pela Assembléia Geral.

Parágrafo Segundo. A remuneração dos membros do Conselho Fiscal será fixada pela Assembléia Geral que os eleger.

Parágrafo Terceiro. A posse dos membros do Conselho Fiscal está condicionada à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Membros do Conselho Fiscal referido no Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

Parágrafo Quarto. Quando em funcionamento, o Conselho Fiscal reunir-se-á sempre que necessário, mediante convocação de qualquer de seus membros, lavrando-se em ata suas deliberações.

CAPÍTULO VI
EXERCÍCIO SOCIAL, BALANÇO E RESULTADOS

Art. 29. O exercício social terá início em 1º de janeiro e término em 31 de dezembro de cada ano. Ao término de cada exercício social e de cada trimestre civil serão elaboradas as demonstrações financeiras previstas em lei.

Art. 30. A Companhia, por deliberação do Conselho de Administração, poderá levantar balanços semestrais, trimestrais ou mensais, bem como pagar dividendos ou juros sobre o capital próprio à conta de lucros apurados nesses balanços. A Companhia, por deliberação do Conselho de Administração, poderá ainda pagar dividendos intermediários ou juros sobre o capital próprio à conta de lucros acumulados ou de reservas de lucros existentes no último balanço anual ou semestral.

Parágrafo Único. Os dividendos distribuídos e os juros sobre o capital próprio pagos nos termos deste artigo 30 serão imputados ao dividendo obrigatório, de que trata o Parágrafo Segundo, alínea (b), do artigo 31 deste Estatuto Social.

Art. 31. Do resultado do exercício serão deduzidos, antes de qualquer participação, eventuais prejuízos acumulados e a provisão para o imposto de renda.

Parágrafo Primeiro. Sobre o lucro remanescente, apurado na forma do *caput* deste art. 31, será calculada a participação estatutária dos administradores, até o limite máximo legal.

Parágrafo Segundo. Do lucro líquido do exercício, obtido após a dedução de que trata o parágrafo anterior, destinar-se-á:

(a) 5% (cinco por cento) para a reserva legal, até atingir 20% (vinte por cento) do capital social integralizado; e

(b) do saldo do lucro líquido do exercício, obtido após a dedução de que trata o parágrafo anterior e da destinação referida no item (a) deste Parágrafo Segundo do art. 31, e ajustado na forma do artigo 202 da Lei nº 6.404/76, destinar-se-ão 25% (vinte e cinco por cento) para o pagamento de dividendo obrigatório a todo os acionistas.

Parágrafo Terceiro. Atendida a distribuição prevista no parágrafo anterior, o saldo terá a destinação aprovada pela Assembléia Geral, depois de ouvido o Conselho de Administração, respeitadas as disposições legais aplicáveis.

Parágrafo Quarto. Os dividendos declarados serão pagos nos prazos legais, somente incidindo correção monetária e/ou juros mediante expressa determinação da Assembléia Geral e, se não reclamados no prazo de 3 (três) anos contados da deliberação que autorizou sua distribuição, prescreverão em favor da Companhia.

CAPÍTULO VII
CANCELAMENTO DO REGISTRO DE COMPANHIA ABERTA

Art. 32 - O cancelamento do registro de companhia aberta será precedido por oferta pública de aquisição de ações, a ser efetivada pelo Acionista Controlador ou pela Companhia, tendo como preço mínimo, o valor econômico apurado mediante laudo de avaliação, na forma do artigo 33 abaixo, observando-se o disposto no art. 41 em caso de Controle Difuso.

Parágrafo Único. Para fins do disposto neste Estatuto Social, entende-se por:

a) "Acionista Controlador Alienante": o Acionista Controlador, quando este promove a alienação de controle da Companhia;

b) "Acionista Controlador": o acionista ou o grupo de acionistas vinculado por acordo de voto ou sob controle comum que exerça o Poder de Controle da Companhia;

c) "Ações de Controle": o bloco de ações que assegura, de forma direta ou indireta, ao(s) seu(s) titular(es), o exercício individual e/ou compartilhado do Poder de Controle da Companhia;

d) "Ações em Circulação": todas as ações de emissão da Companhia, com exceção daquelas detidas pelo Acionista Controlador, por pessoas a ele vinculadas, por administradores da Companhia e aquelas mantidas em tesouraria;

e) "Alienação do Controle": a transferência a terceiro, a título oneroso, das Ações de Controle;

f) "Comprador": aquele para quem o Acionista Controlador Alienante transfere o Poder de Controle em uma Alienação de Controle da Companhia;

g) "Controle Difuso": significa o Poder de Controle exercido por acionista detentor de menos de 50% (cinqüenta por cento) do capital social, assim como por grupo de acionistas que não seja signatário de acordo de votos e que não esteja sob controle comum e nem atue representando um interesse comum.

h) "Poder de Controle": significa o poder efetivamente utilizado de dirigir as atividades sociais e orientar o funcionamento dos órgãos da Companhia, de forma direta ou indireta, de fato ou de direito. Há presunção relativa de titularidade do controle em relação à pessoa ou ao grupo de pessoas vinculado por acordo de voto ou sob controle comum que seja titular de ações que lhe tenham assegurado a maioria absoluta dos votos dos acionistas presentes nas três últimas assembléias gerais da Companhia, ainda que não seja titular de ações que lhe assegurem a maioria absoluta do capital social; e

i) "Termo de Anuência dos Controladores": o termo pelo qual os novos Acionistas Controladores ou o(s) acionista(s) que vier(em) a ingressar no grupo de controle da Companhia se responsabilizam pessoalmente a se submeter e a agir em conformidade com o Contrato de Participação no Novo Mercado, com o Regulamento de Listagem do Novo Mercado, com a Cláusula Compromissória,

incluída no Artigo 43, e com o Regulamento de Arbitragem, conforme modelo constante do Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

Artigo 33 - O laudo de avaliação será elaborado por empresa especializada, com experiência comprovada e independência quanto ao poder de decisão da Companhia, seus administradores e acionistas relevantes, devendo ser observados os requisitos do parágrafo 1º do artigo 8º da Lei de Sociedades por Ações, e conter a responsabilidade prevista no parágrafo 6º do mesmo artigo.

Parágrafo Primeiro. A escolha da empresa especializada responsável pela determinação do valor econômico da Companhia é de competência privativa da Assembléia Geral, a partir da apresentação, pelo Conselho de Administração, de lista tríplice, 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 assembléia que, se instalada em primeira convocação, deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo, 20% (vinte por cento) do total de Ações em Circulação, ou que se instalada em segunda convocação poderá contar com a presença de qualquer número de acionistas representantes das Ações em Circulação.

Parágrafo Segundo. Os custos incorridos com a elaboração do laudo de avaliação serão arcados integralmente pelo ofertante.

Artigo 34 - Quando for informada ao mercado a decisão de se proceder ao cancelamento do registro de companhia aberta, o ofertante deverá divulgar o valor máximo por ação ou lote de mil ações pelo qual formulará a oferta pública.

Parágrafo Primeiro. A oferta pública ficará condicionada a que o valor apurado no laudo de avaliação não seja superior ao valor divulgado pelo ofertante.

Parágrafo Segundo. Se o valor econômico das ações, apurado na forma do artigo 33, for superior ao valor informado pelo ofertante, a decisão de se proceder ao cancelamento do registro de companhia aberta ficará automaticamente 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.

Parágrafo Terceiro. O procedimento para o cancelamento do registro de companhia aberta da Companhia atenderá as demais exigências estabelecidas nas normas aplicáveis às companhias abertas e os preceitos constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

CAPÍTULO VIII
SAÍDA DO NOVO MERCADO

Artigo 35 - A saída da Companhia do Novo Mercado dependerá de aprovação em Assembléia Geral pela maioria dos votos dos acionistas presentes e deverá ser comunicada à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA por escrito com antecedência prévia de 30 (trinta) dias.

Parágrafo Primeiro. Para que as ações da Companhia passem a ter o registro para negociação fora do Novo Mercado, o Acionista Controlador deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações pertencentes aos demais acionistas da Companhia, no mínimo, pelo valor econômico apurado em laudo de avaliação elaborado nos termos do Artigo 33 deste Estatuto Social, observando-se o disposto no art. 41 em caso de Controle Difuso.

Parágrafo Segundo. Caso a saída da Companhia do Novo Mercado venha a ocorrer em virtude de operação de reorganização societária, na qual a companhia resultante dessa reorganização não seja admitida para negociação no Novo Mercado, o Acionista Controlador também deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações pertencentes aos demais acionistas da Companhia, no mínimo, pelo valor econômico apurado em laudo de avaliação elaborado nos termos do Artigo 33 deste Estatuto Social, respeitadas as normas legais e regulamentares aplicáveis, observando-se o disposto no art. 41 em caso de Controle Difuso.

Artigo 36 - A alienação do Poder de Controle da Companhia que ocorrer nos 12 (doze) meses subseqüentes à sua saída do Novo Mercado, obrigará o Acionista Controlador Alienante, conjunta e solidariamente com o Comprador, a oferecer aos demais acionistas a aquisição de suas ações pelo preço e nas condições obtidas pelo Acionista Controlador Alienante na alienação de suas próprias ações, devidamente atualizado, observando-se as mesmas regras aplicáveis às alienações de controle previstas no Capítulo IX deste Estatuto Social.

Parágrafo Primeiro. Se o preço obtido pelo Acionista Controlador Alienante na alienação a que se refere o *caput* deste artigo 35 for superior ao valor da oferta pública de saída realizada de acordo com as demais disposições deste Estatuto Social, o Acionista Controlador Alienante conjunta e solidariamente com o Comprador, ficarão obrigados a pagar a diferença de valor apurado aos aceitantes da respectiva oferta pública, nas mesmas condições previstas no *caput* deste artigo 34.

Parágrafo Segundo. A Companhia e o Acionista Controlador ficam obrigados a averbar no Livro de Registro de Ações da Companhia, em relação às ações de propriedade do Acionista Controlador, ônus que obrigue o Comprador daquelas ações a estender aos demais acionistas da Companhia preço e condições de pagamento idênticos aos que forem pagos ao Acionista Controlador Alienante, em caso de alienação, na forma prevista no *caput* e no Parágrafo Primeiro acima.

CAPÍTULO IX
ALIENAÇÃO DO PODER DE CONTROLE

Art. 37. A alienação do Poder de Controle da Companhia, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas, deverá ser contratada sob condição, suspensiva ou resolutiva, de que o Comprador do Poder de Controle se obrigue a efetivar, observando as condições e os prazos previstos na legislação vigente e no Regulamento de Listagem do Novo Mercado, oferta pública de aquisição das ações dos demais acionistas, de forma a lhes assegurar tratamento igualitário ao do Acionista Controlador Alienante.

Art. 38. A oferta pública referida no art. 37 também deverá ser efetivada:

a) quando houver cessão onerosa de direitos de subscrição de ações e de outros títulos ou direitos relativos a valores mobiliários conversíveis em ações que venha a resultar na Alienação do Controle da Companhia; e

b) em caso de alienação de controle de sociedade que detenha o Poder de Controle da Companhia, sendo que, neste caso, o Acionista Controlador Alienante ficará obrigado a declarar à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA o valor atribuído à Companhia nessa alienação e a anexar documentação que comprove esse valor.

Art. 39. Aquele que já detiver ações da Companhia e venha a adquirir o Poder de Controle da mesma, em razão de contrato particular de compra e venda de ações celebrado com o Acionista Controlador, envolvendo qualquer quantidade de ações, estará obrigado a:

a) efetivar a oferta pública referida no Art. 37;

b) ressarcir os acionistas de quem tenha comprado ações em bolsa nos 6 (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; e

c) tomar as medidas cabíveis para recompor o percentual mínimo de 25% (vinte e cinco por cento) do total das Ações em Circulação da Companhia dentro dos 6 (seis) meses subseqüentes à aquisição do Poder de Controle.

Art. 40. A Companhia não registrará (***i***) qualquer transferência de ações para o Comprador do Poder de Controle, ou para aquele(s) que vier(em) a deter o Poder de Controle, enquanto este(s) não subscrever(em) o Termo de Anuência dos Controladores; ou (***ii***) qualquer Acordo de Acionistas que disponha sobre o exercício do Poder de Controle sem que os seus signatários tenham subscrito o Termo de Anuência dos Controladores.

CAPÍTULO X
CONTROLE DIFUSO

Art. 41. Na hipótese de haver o Controle Difuso:

(a) sempre que for aprovado, em Assembléia Geral, o cancelamento de registro de companhia aberta, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pela própria Companhia, sendo que, neste caso, a Companhia somente poderá adquirir as ações de titularidade dos acionistas que tenham votado a favor do cancelamento de registro na deliberação em Assembléia Geral após ter adquirido as ações dos demais acionistas que não tenham votado a favor da referida deliberação e que tenham aceitado a referida oferta pública; e

(b) sempre que for aprovada, em Assembléia Geral, a saída da Companhia do Novo Mercado, seja por registro para negociação das ações fora do Novo Mercado seja

por reorganização societária na qual as ações da companhia resultante de tal reorganização não sejam admitidas para negociação no Novo Mercado, porém não haja o cancelamento do registro de companhia aberta, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pelos acionistas que tenham votado a favor da respectiva deliberação em Assembléia Geral.

Art. 42. Em caso de Controle Difuso, se a Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA determinar que as cotações dos valores mobiliários de emissão da Companhia sejam divulgadas em separado ou que os valores mobiliários emitidos pela Companhia tenham a sua negociação suspensa no Novo Mercado em razão do descumprimento de obrigações constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado, o Presidente do Conselho de Administração ou o Vice-Presidente do Conselho de Administração deverão convocar, em até 2 (dois) dias da determinação, computados apenas os dias em que houver circulação dos jornais habitualmente utilizados pela Companhia, uma Assembléia Geral Extraordinária para substituição de todo o Conselho de Administração.

Parágrafo Primeiro. Caso a Assembléia Geral Extraordinária referida no *caput* deste Art. 42 não seja convocada pelo Presidente do Conselho de Administração ou pelo Vice-Presidente do Conselho de Administração no prazo estabelecido, a mesma poderá ser convocada por qualquer acionista da Companhia.

Parágrafo Segundo. O novo Conselho de Administração eleito na Assembléia Geral Extraordinária referida no caput e no parágrafo anterior deste Art. 42 deverá sanar o descumprimento das obrigações constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado no menor prazo possível ou em novo prazo concedido pela Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA para esse fim, o que for menor.

Art. 43. Em caso de Controle Difuso, se a saída da Companhia do Novo Mercado ocorrer em razão do descumprimento de obrigações constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado decorrente de:

(a) deliberação em Assembléia Geral, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pelos acionistas que tenham votado a favor da deliberação que implique o descumprimento; e

(b) ato ou fato da administração, a Companhia deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações para cancelamento de registro de companhia aberta dirigida a todos os acionistas da Companhia. Caso seja deliberada, em assembléia geral, a manutenção do registro de companhia aberta da Companhia, os acionistas que tenham votado a favor dessa deliberação deverão efetivar a oferta pública para aquisição da totalidade das ações dos demais acionistas.

CAPÍTULO X
LIQUIDAÇÃO

Art. 44. A Companhia se dissolverá e entrará em liquidação nos casos previstos em lei, cabendo à Assembléia Geral estabelecer o modo de liquidação, designar o liquidante, fixar-lhe seus poderes e remuneração e o Conselho Fiscal, que deverá funcionar no período de liquidação.

CAPÍTULO XI
ARBITRAGEM

Art. 45. A Companhia, seus acionistas, administradores e os membros do Conselho Fiscal ficam obrigados 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 nº 6.404/76, neste Estatuto Social, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil e pela Comissão de Valores Mobiliários, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado, do Contrato de Participação no Novo Mercado e do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado.

CAPÍTULO XII
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 46. A Companhia observará os Acordos de Acionistas registrados na forma do Art. 118 da Lei nº 6.404/76, cabendo à administração abster-se de registrar transferências de ações contrárias aos respectivos termos e ao Presidente das Assembléias Gerais e das reuniões do Conselho de Administração abster-se de computar os votos lançados em infração a tais acordos.

Art. 47. As seguintes disposições do Estatuto Social da Companhia — itens (a) e (b) do art. 10, parágrafo segundo do art. 11, art. 14, item (aa) do art. 18, Capítulo VII a X e Capítulo XI — somente terão eficácia a partir da data em que a Companhia publicar o Anúncio de Início da Distribuição Pública Primária de Ações, referente à primeira distribuição pública de ações ordinárias de emissão da Companhia objeto do pedido de registro nº RJ/2007 - 01195 na Comissão de Valores Mobiliários no dia 12 de fevereiro de 2007.

* * *

BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.
CNPJ nº 06.977.745/0001-91
Companhia Aberta

ATA DA ASSEMBLÉIA GERAL EXTRAORDINÁRIA, REALIZADA EM 15 DE MARÇO DE 2007.

1. **Data, Hora e Local:** No dia 15 de março de 2007, às 11:00 horas, na sede da BR Malls Participações S.A. ("Companhia"), na Praia de Botafogo, n.º 501, sala 702 (parte) – Torre Corcovado, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro.

2. **Convocação e Presença:** Convocação dispensada, nos termos do disposto no artigo 124, §4º, da Lei nº 6.404/76, em virtude da presença da totalidade dos acionistas da Companhia, registrando-se que os Srs. Thomas Joseph McDonald, Ira Chaplik, Richard Paul Matheson, Fersen Lamas Lambranho e Adayl de Barros Stewart participaram da presente assembléia por conferência telefônica,

3. **Mesa:** Secretário: Camila Goldberg Cavalcanti de Freitas

4. **Deliberações**: Deliberações tomadas por acionistas representando a totalidade do capital social da Companhia:

4.1. Aprovar a realização de distribuição pública primária pela Companhia ("Distribuição Primária"), em análise na Comissão de Valores Mobiliários – CVM (Processo CVM nº RJ 2007 - 01195), nos termos e condições dispostos abaixo:

(i) Montante máximo da distribuição pública primária: serão distribuídas até 40.351.923 (quarenta milhões, trezentas e cinqüenta e uma mil, novecentas e vinte e três) ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de emissão da Companhia ("Ações objeto da Distribuição Primária"), representativas de 40,29% (quarenta vírgula vinte nove por cento) do capital social da Companhia, em mercado de balcão não organizado, a ser realizada no Brasil, e, ainda, com esforço de venda das Ações no exterior, com base nas isenções de registro previstas pela Regulation S e Rule 144A, ambas do Securities Act de 1933 dos Estados Unidos da América ("Securities Act");

(ii) Venda de lote suplementar de ações: a quantidade total de Ações objeto da Distribuição Primária poderá ser acrescida de um lote suplementar de até 15% (quinze por cento), isto é, 6.052.788 (seis milhões, cinqüenta e dois mil, setecentas e oitenta e oito) ações adicionais, conforme opção a ser outorgada pela Companhia à(s) instituição(ões) intermediária(s), destinado a atender a um eventual excesso de demanda que venha a ser constatado no decorrer da Distribuição Primária ("Opção de Ações Adicionais"). A Opção de Ações Adicionais poderá ser exercida no prazo de até 30 (trinta) dias, a contar da data da publicação do anúncio de início da Distribuição Primária;

(iii) Sem prejuízo do exercício da Opção de Ações Adicionais, a quantidade de Ações objeto da Distribuição Primária, poderá, a critério da Companhia, ser aumentada em até 20% (vinte por cento), isto é, 20.031.645 (vinte milhões, trinta e um mil e seiscentos e quarenta e cinco), conforme dispõe o artigo 14, parágrafo 2.°, da Instrução CVM n.° 400;

(iv) O preço das Ações objeto da Distribuição Primária será determinado após *(a)* a efetivação dos pedidos de reserva e *(b)* a apuração do resultado da coleta de intenções ("Procedimento de *Bookbuilding*") a ser realizado pelas instituições intermediárias, de acordo com o disposto no artigo 170, §1°, inciso III, da Lei n° 6.404/76 e no artigo 44 da Instrução CVM n° 400/03.

(v) Em razão da aprovação da realização da Distribuição Primária, caberá ao Conselho de Administração, nos termos do artigo 6° do Estatuto Social da Companhia, aprovar aumento de capital, dentro do limite do capital autorizado, no montante necessário para atender ao disposto nos itens (i), (ii) e (iii) acima.

(vi) Fica a administração da Companhia autorizada a tomar todas as demais medidas que se façam necessárias para (a) a realização da Distribuição Pública e definição dos demais termos e condições aplicáveis, incluindo, mas não se limitando, à aprovação do preço das ações da Distribuição Primária, à contratação da(s) instituição(ões) intermediária(s) e demais instituições participantes da Distribuição Pública e à assinatura do contrato de distribuição; e (b) implementar Programa de Global Depositary Receipts ("Programa de GDRs") nos termos da *Rule 144A* e da *Regulation S* do *Securities Act* de 1933 dos Estados Unidos da América, incluindo, mas não se limitando, à celebração

de contrato com a Instituição Depositária, com as seguintes características: Patrocinador: BR Malls Participações S.A.; Tipo de Ações: ordinárias nominativas e sem valor nominal; Instituição Depositária: JP Morgan Chase Bank N.A.; Instituição Custodiante: Banco Itaú S.A.; e

(vii) Aprovar a possibilidade de que as ações a serem emitidas pela Companhia no âmbito da Distribuição Pública sejam distribuídas privadamente no exterior sob a forma de *Global Depositary Shares*, representadas por *Global Depositary Receipts 144A* e/ou *Global Depositary Receipts Regulation S* em conformidade com o disposto nas isenções de registro previstas, respectivamente, na *Rule 144A* e na *Regulation S*.

4.2. Aprovar, em atendimento ao Ofício CVM/SER/SEP nº 24/2007, a reforma dos seguintes dispositivos do Estatuto Social da Companhia: (i) a *caput* do artigo 13 do Estatuto Social da Companhia, a fim de registrar que o Conselho de Administração é composto por até 07 (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 Assembléia Geral, com mandato unificado de 2 (dois) anos, sendo permitida a reeleição, ressalvado o mandato inicial, e em caráter excepcional, de 3 (três) anos dos atuais membros do Conselho de Administração, tudo conforme disposto no *caput* do artigo 13 ; e (ii) §1º do artigo 19 do Estatuto Social da Companhia — a fim de estabelecer que a Diretoria será composta por, no mínimo, 06 (seis) e, no máximo, 07 (sete) diretores, acionistas ou não, residentes no País, sendo 1 (um) Diretor Presidente, 1 (um) Diretor de Relações com Investidores, 1 (um) Diretor Financeiro, 1 (um) Diretor Comercial, 1 (um) Diretor de Operações e 2 (dois) Diretores de Desenvolvimento de Negócios, todos eleitos pelo Conselho de Administração, com mandatos de 3 (três) anos, podendo ser reeleitos e a qualquer tempo destituídos pelo Conselho de Administração.

4.3. Em conseqüência da deliberação referida no item 4.2 (ii) acima, o artigo 24 do Estatuto Social da Companhia deverá ser reformado, devendo ser incluídos novos artigos tratando das competências e atribuições específicas do Diretor Comercial, do Diretor Operacional e dos Diretores de Desenvolvimento de Negócios, com a conseqüente renumeração dos artigos subseqüentes do Estatuto Social, tudo conforme já refletido no texto Estatuto Social consolidado, que foi rubricado pela mesa, numerado e constitui o Anexo I à ata a que se refere esta Assembléia Geral.

4.4. Adicionalmente às reformas estatutárias constantes dos itens 4.2 e 4.3 acima, alterar a redação do artigo 33 do Estatuto Social da Companhia que, antes da renumeração referida na deliberação anterior era o artigo 31, para fazer constar os requisitos que deverão ser atendidos pela empresa especializada responsável pela elaboração do laudo de avaliação referido no artigo em questão, passando o mesmo a vigorar com a redação constante do Estatuto Social consolidado que constitui o Anexo I à ata a que se refere a presente Assembléia.

4.5. Autorizar a lavratura da ata a que se refere esta Assembléia Geral Extraordinária em forma de sumário, nos termos do art. 130, §1º, da Lei nº 6.404/76.

5. **Encerramento:** Nada mais havendo a ser tratado, lavrou-se a ata a que se refere esta Assembléia Geral Extraordinária no livro próprio, que depois de lida e achada conforme, foi aprovada e assinada por acionistas representando a totalidade do capital social da Companhia, devendo ser arquivada no Registro Público de Empresas Mercantis.

6. **Assinaturas:** Mesa: Secretário: Camila Goldberg Cavalcanti de Freitas. Acionistas: Private Equity Partners A, LLC; Private Equity Partners B, LLC; EI Brazil Investments, LLC.; Richard Paul Matheson; DYL Empreendimentos e Participações S.A.; Hugo Matheson Drummond; Leonardo Matheson Drummond; Antonio Wadih Arbex; Carlos Medeiros Silva Neto; Fersen Lamas Lambranho; Adayl de Barros Sterwart; Thomas Joseph McDonald; Ira Chaplik e Danilo Palmer.

Confere com o original lavrado em livro próprio.

Rio de Janeiro, 15 de março de 2007.

Autenticação da Mesa:

Camila Goldberg Cavalcanti de Freitas
Secretário

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Nome : BR MALLS PARTICIPACOES S/A
Nire : 33.3.0028170-3
Protocolo : 00-2007/034392-6 - 15/03/2007
CERTIFICO O DEFERIMENTO EM 30/03/2007 E O REGISTRO SOB O NÚMERO
E DATA ABAIXO
00001685502
DATA : 30/03/2007
Vanda C. M. Serra
SECRETÁRIA GERAL

ANEXO I
À ATA DA ASSEMBLÉIA GERAL EXTRAORDINÁRIA DA BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A., REALIZADA EM 15 DE MARÇO DE 2007.

ESTATUTO SOCIAL

BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.
CNPJ nº 06.977.745/0001-91

Companhia Aberta

ESTATUTO SOCIAL

CAPÍTULO I
DENOMINAÇÃO, SEDE, OBJETO E DURAÇÃO

Art. 1º. A **BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.** (a "Companhia") é uma sociedade anônima, que se rege por este Estatuto Social e pelas disposições legais que lhe são aplicáveis.

Art. 2º. A Companhia tem sede na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, podendo, por deliberação da Diretoria, abrir, transferir e extinguir sucursais, filiais, agências, escritórios, depósitos, agências de representação e quaisquer outros estabelecimentos em qualquer parte do território nacional e/ou do exterior.

Art. 3º. A Companhia tem por objeto: **(i)** a exploração de Shopping Centers, de prédios comerciais ou industriais próprios ou de terceiros; **(ii)** o planejamento econômico e financeiro, desenvolvimento, comercialização, gerenciamento e implantação de Shopping Centers, de edifícios comerciais e/ou industriais; **(iii)** a exploração de estacionamentos; **(iv)** a 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) assistência técnica para implantação, organização e funcionamento de empresas industriais, comerciais ou de outras naturezas; e **(vi)** 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.

Art. 4º. A Companhia tem prazo indeterminado de duração.

CAPÍTULO II
CAPITAL SOCIAL E AÇÕES

Art. 5º. O capital social da Companhia, totalmente subscrito e integralizado, é de R$ 517.723.531,23 (quinhentos e dezessete milhões, setecentos e vinte e três mil, quinhentos e trinta e um reais e vinte e três centavos), dividido em 100.158.228 (cem milhões, cento e cinqüenta e oito mil, duzentos e vinte e oito) ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal.

Parágrafo Primeiro. As ações de emissão da Companhia são escriturais, mantidas em conta de depósito em nome de seus titulares, perante instituição financeira devidamente autorizada pela Comissão de Valores Mobiliários a prestar este serviço, podendo ser cobrado dos acionistas o custo de que trata o artigo 35, §3º, da Lei nº 6.404/76, observando-se os limites eventualmente fixados na legislação vigente.

Parágrafo Segundo. Cada ação ordinária confere a seu titular direito a um voto nas deliberações da Assembléia Geral.

Parágrafo Terceiro. A Companhia não pode emitir ações preferenciais ou partes beneficiárias.

Parágrafo Quarto. Na proporção do número de ações que possuírem, os acionistas terão direito de preferência na subscrição de ações a serem emitidas em aumentos de capital da Companhia, na forma do artigo 171 da Lei nº 6.404/76. O direito de preferência será exercido dentro do prazo decadencial de 30 (trinta) dias.

Parágrafo Quinto. Nas hipóteses em que a lei conferir o direito de retirada a acionista dissidente de deliberação da Assembléia Geral, o valor do reembolso terá por base o menor valor entre o valor econômico da Companhia e o valor de patrimônio líquido constante do último balanço aprovado pela Assembléia Geral, observadas as disposições do artigo 45 da Lei nº 6.404/76.

Art. 6º. A Companhia possui capital autorizado, podendo aumentar o seu capital social até o limite de 176.000.000 (cento e setenta e seis milhões) ações, independentemente de reforma estatutária, mediante deliberação do Conselho de Administração, que fixará o preço e a quantidade de ações a serem emitidas, os termos e condições da emissão, da subscrição, da integralização e da colocação das ações a serem emitidas.

Parágrafo Único. A Companhia pode, dentro do limite de capital autorizado e por deliberação do Conselho de Administração, no âmbito de plano de opção aprovado pela Assembléia Geral, outorgar opção de compra de ações em favor de seus administradores, empregados e prestadores de serviços, assim como a administradores e empregados de outras sociedades que sejam controladas, direta ou indiretamente, pela Companhia.

Art. 7º. A Companhia poderá, por deliberação de seu Conselho de Administração, excluir o direito de preferência ou reduzir o prazo para seu exercício nas emissões de ações, debêntures conversíveis em ações ou bônus de subscrição, cuja colocação seja feita mediante venda em bolsa de valores, subscrição pública ou permuta por ações em oferta pública obrigatória de aquisição de controle nos termos dos artigos 257 a 263 da Lei nº 6.404/76. Não haverá direto de preferência na outorga e no exercício de opção de compra de ações, na forma do disposto no §3º do artigo 171 da Lei nº 6.404/76.

Art. 8º. Nos aumentos de capital mediante a emissão de novas ações, o acionista que não fizer o pagamento correspondente às ações subscritas nas condições previstas no respectivo boletim de subscrição ficará de pleno direito constituído em mora, na forma do artigo 106, §2º, da Lei nº 6.404/76, sujeitando-se (i) à multa de 10% (dez por cento) do valor da prestação devida, sem prejuízo da correção monetária de acordo com a variação do IGP-M - Índice Geral de Preços ao Mercado, divulgado pela Fundação Getúlio Vargas – FGV ou índice que venha a substituí-lo, em caso de sua extinção, na menor periodicidade admitida; (ii) ao disposto no artigo 107 da Lei nº 6.404/76; e (iii) ao pagamento de juros de mora de 12% (doze por cento) ao ano, *pro rata temporis*.

CAPÍTULO III
ASSEMBLÉIA GERAL

Art. 9º. A Assembléia Geral reunir-se-á, ordinariamente, dentro dos 04 (quatro) primeiros meses seguintes ao término do exercício social, para deliberar sobre as matérias constantes

do artigo 132 da Lei nº 6.404/76 e, extraordinariamente, sempre que os interesses sociais, este Estatuto Social e/ou a lei exigirem.

Parágrafo Primeiro. A Assembléia Geral deverá ser convocada na forma da lei. Independentemente das formalidades de convocação, será considerada regular a Assembléia Geral a que comparecerem todos os acionistas.

Parágrafo Segundo. A Assembléia Geral será instalada e presidida pelo Presidente do Conselho de Administração ou, na ausência deste, por qualquer outro membro do Conselho de Administração que venha a ser escolhido por deliberação da maioria dos acionistas presentes, ou, na ausência de todos os membros do Conselho de Administração, o presidente será escolhido, dentre os acionistas presentes, por deliberação majoritária. O Presidente escolherá, dentre os presentes, o secretário da mesa.

Parágrafo Terceiro. As deliberações da Assembléia Geral, ressalvadas as exceções previstas em lei e neste Estatuto Social, serão tomadas por maioria de votos, não se computando os votos em branco.

Art. 10. Sem prejuízo de outras matérias previstas em lei ou neste Estatuto Social, caberá à Assembléia Geral:

(a) deliberar sobre a saída da Companhia do Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA ("Novo Mercado"), a qual deverá ser comunicada à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA por escrito, com antecedência prévia de 30 (trinta) dias;

(b) escolher, dentre as instituições qualificadas e indicadas em lista tríplice pelo Conselho de Administração, aquela que será responsável pela preparação do laudo de avaliação das ações da Companhia para os fins e efeitos *(i)* de saída do Novo Mercado e/ou *(ii)* de cancelamento de registro de companhia aberta; e

(c) resolver os casos omissos no presente Estatuto Social, observadas as disposições da Lei nº 6.404/76.

CAPÍTULO IV
ADMINISTRAÇÃO

Seção I – Regras Gerais

Art. 11. A Companhia será administrada por um Conselho de Administração e por uma Diretoria, na forma da lei e deste Estatuto Social.

Parágrafo Primeiro. Os membros do Conselho de Administração e da Diretoria serão investidos em seus respectivos cargos mediante assinatura de termo de posse no livro próprio, dentro dos 30 (trinta) dias que se seguirem à sua eleição, e ficam dispensados de prestar caução em garantia de sua gestão.

Parágrafo Segundo. A posse e investidura dos administradores em seus respectivos cargos está condicionada (**i**) à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Administradores referido no Regulamento de Listagem do Novo Mercado; e (**ii**) à adesão ao Manual de Divulgação e Uso de Informações e Política de Negociação de Valores Mobiliários de Emissão da Companhia, mediante assinatura do termo respectivo.

Parágrafo Terceiro. Os membros do Conselho de Administração e da Diretoria estão obrigados, sem prejuízo dos deveres e responsabilidades a eles atribuídos por lei, a manter reserva sobre todos os negócios da Companhia, devendo tratar como confidenciais todas as informações de caráter não público a que tenham acesso e que digam respeito à Companhia, seus negócios, funcionários, administradores, acionistas ou contratados e prestadores de serviços, obrigando-se a usar tais informações no exclusivo e melhor interesse da Companhia.

Art. 12. A Assembléia Geral fixará, de forma individual ou global, a remuneração dos administradores da Companhia. Havendo a fixação de forma global, caberá ao Conselho de Administração definir os valores a serem pagos individualmente. Caberá também ao Conselho de Administração distribuir, quando for o caso, a participação nos lucros fixada pela Assembléia Geral.

Seção II – Conselho de Administração

Art. 13. O Conselho de Administração é composto por até 07 (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 Assembléia Geral, com mandato unificado de 2 (dois) anos, sendo permitida a reeleição. Excepcionalmente e para fins de transição, quando o Poder de Controle da Companhia vier a ser exercido de forma difusa (Controle Difuso), os membros do Conselho de Administração poderão ser eleitos, uma única vez, para um mandato unificado de até 3 (três) anos, sendo certo que a eventual reeleição destes membros do Conselho de Administração será para um mandato de 2 (dois) anos.

Parágrafo Único. O Conselho de Administração terá um Presidente e um Vice-Presidente, a quem competirá substituir o Presidente nas suas ausências e impedimentos temporários, os quais serão eleitos por maioria dos votos dos conselheiros efetivos.

Art. 14. No mínimo 20% (vinte por cento) dos membros efetivos do Conselho de Administração deverão ser Conselheiros Independentes, conforme definido nos parágrafos segundo e terceiro abaixo.

Parágrafo Primeiro. Quando, em decorrência da observância do percentual referido no *caput* deste art. 14, resultar número fracionário de conselheiros, proceder-se-á ao arredondamento para o número inteiro: (**i**) imediatamente superior, quando a fração for igual ou superior a 0,5, ou (**ii**) imediatamente inferior, quando a fração for inferior a 0,5.

Parágrafo Segundo. Para todos os fins e efeitos deste Estatuto Social, "Conselheiro Independente" será aquele definido como tal no Regulamento de Listagem no Novo Mercado da Bovespa e expressamente declarado na ata da assembléia geral que o eleger.

Parágrafo Terceiro. Também serão considerados Conselheiros Independentes aqueles eleitos mediante faculdade prevista nos §§ 4º e 5º do artigo 141 da Lei nº 6.404/76.

Parágrafo Quarto. Os membros do Conselho de Administração deverão permanecer em seus respectivos cargos e no exercício de suas funções até que sejam eleitos e investidos nos cargos seus substitutos ou assumam os seus respectivos suplentes, exceto se de outra forma for deliberado pela Assembléia Geral.

Art. 15. Em caso de vacância no cargo de conselheiro, não havendo suplente, o Conselho de Administração elegerá o substituto, que servirá até a primeira Assembléia Geral que for realizada. O substituto eleito na Assembléia Geral para preencher o cargo vago completará o prazo de gestão do conselheiro substituído.

Art. 16. O Conselho de Administração reunir-se-á, ordinariamente, uma vez a cada 03 (três) meses e, extraordinariamente, sempre que os interesses sociais exigirem. As reuniões do Conselho de Administração são convocadas pelo Presidente, pelo Vice-Presidente ou por quaisquer 2 (dois) conselheiros agindo em conjunto, mediante convocação escrita — através de carta, telegrama, fac-símile, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação com comprovante de recebimento —, contendo, além do local, data e hora da reunião, a ordem do dia. As convocações deverão, sempre que possível, encaminhar as propostas ou documentos a serem discutidos ou apreciados.

Parágrafo Primeiro. As reuniões do Conselho de Administração serão convocadas com, no mínimo, 10 (dez) dias de antecedência, sendo certo que, em casos de manifesta urgência, a convocação para as reuniões do Conselho de Administração poderá ser, excepcionalmente, feita com antecedência de 05 (cinco) dias, observadas as demais formalidades. A presença da totalidade dos membros do Conselho de Administração dispensará qualquer formalidade de convocação.

Parágrafo Segundo. As reuniões do Conselho de Administração serão instaladas com a presença da maioria de seus membros. Considera-se regularmente convocado o conselheiro presente à reunião. Uma vez instaladas, as reuniões do Conselho de Administração serão presididas pelo Presidente do Conselho ou pelo Vice-Presidente do Conselho, que convidará um dos presentes ou o advogado da Companhia para secretariar os trabalhos.

Parágrafo Terceiro. As deliberações serão tomadas por maioria de votos, inexistindo voto de qualidade do Presidente ou do Vice-Presidente do Conselho de Administração.

Parágrafo Quarto. Os conselheiros poderão participar das reuniões do Conselho de Administração por meio de conferência telefônica, vídeo-conferência ou outro meio de comunicação eletrônica e serão considerados presentes à reunião, devendo enviar a confirmação de seu voto por escrito até o final da respectiva reunião por carta, fac-símile ou correio eletrônico, ficando o presidente da reunião investido dos poderes para assinar a

respectiva ata de Reunião do Conselho de Administração em nome do conselheiro que não esteja presente fisicamente.

Parágrafo Quinto. Em caso de ausência, os membros do Conselho de Administração serão substituídos da seguinte forma e na seguinte ordem: (a) por seu suplente específico, se houver, ou, não havendo, (b) por um membro efetivo ou suplente do Conselho de Administração nomeado por escrito pelo conselheiro ausente. O membro efetivo indicado por um conselheiro ausente para representá-lo em reunião do Conselho de Administração terá, além de seu próprio voto, o voto do conselheiro ausente.

Parágrafo Sexto. Serão lavradas atas de reuniões do Conselho de Administração em livro próprio, assinadas por todos os membros presentes ou por tantos quantos bastem para a validade das deliberações tomadas.

Art. 17. Findo o mandato, os membros do Conselho de Administração permanecerão no exercício dos cargos até a investidura dos novos conselheiros eleitos.

Art. 18. Compete ao Conselho de Administração, sem prejuízo das demais competências atribuídas por lei e por este Estatuto Social:

(a) fixar a orientação geral dos negócios da Companhia;

(b) aprovar o orçamento anual operacional e o plano de negócios da Companhia, bem como quaisquer eventuais alterações dos mesmos (sendo certo que, enquanto não for aprovado o orçamento ou plano referente a um determinado exercício social, o orçamento ou plano do exercício anterior será utilizado provisoriamente);

(c) atribuir, do montante global da remuneração fixada pela Assembléia Geral, os honorários mensais a cada um dos membros da administração da Companhia, na forma do disposto no art. 12 do presente Estatuto Social;

(d) eleger e destituir os Diretores e gerentes da Companhia e fixar-lhes as atribuições, observado o que a respeito dispuser o presente Estatuto Social;

(e) fiscalizar a gestão dos Diretores;

(f) propor planos de opção de compra de ações para administradores, empregados, prestadores de serviços, assim como administradores e empregados de outras sociedades que sejam controladas, direta ou indiretamente, pela Companhia;

(g) fixar os critérios gerais de remuneração e as políticas de benefícios dos administradores da Companhia e de sociedades controladas, direta ou indiretamente, pela Companhia;

(h) aprovar previamente a implementação ou alteração de plano de incentivo de remuneração de longo-prazo aos empregados da Companhia e/ou de sociedades controladas direta ou indiretamente pela Companhia;

(i) convocar a Assembléia Geral;

(j) submeter à Assembléia Geral proposta de alteração deste Estatuto Social;

(k) manifestar-se sobre o relatório da administração, as contas da Diretoria e as demonstrações financeiras da Companhia;

(l) propor à assembléia geral a destinação do lucro líquido do exercício, observado o disposto neste Estatuto Social;

(m) autorizar o levantamento de balanços semestrais ou em períodos menores e a distribuição de dividendos intermediários com base no lucro apurado em tais balanços, observadas as limitações e disposições estatutárias e legais;

(n) atribuir aos administradores da Companhia a sua parcela de participação nos lucros apurados em balanços levantados pela Companhia, incluindo balanços intermediários, respeitadas as limitações e disposições estatutárias e legais;

(o) autorizar qualquer mudança nas políticas contábeis ou de apresentação de relatórios da Companhia, exceto se exigido pelos princípios contábeis geralmente aceitos nas jurisdições em que a Companhia opera;

(p) escolher e destituir os auditores independentes da Companhia;

(q) deliberar sobre a emissão de ações ou bônus de subscrição até o limite do capital autorizado, fixando o preço de emissão, forma de subscrição e integralização e outras condições da emissão, definindo ainda se será concedida preferência na subscrição aos acionistas;

(r) deliberar sobre a emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações e sem garantia real;

(s) autorizar a emissão de *bonds*, *notes*, *commercial papers* e outros instrumentos utilizados pelo mercado para captação de recursos, podendo deliberar sobre as condições de emissão e resgate;

(t) aprovar a aquisição, pela Companhia, de ações de sua própria emissão para manutenção em tesouraria ou seu cancelamento;

(u) exceto se previsto no orçamento anual ou no plano de negócios então em vigor, aprovar os negócios ou contratos de qualquer natureza entre, de um lado, a Companhia e, de outro, seus acionistas e/ou administradores;

(v) autorizar previamente: ***(i)*** a celebração, pela Companhia, de quaisquer contratos, incluindo, exemplificativamente, para a aquisição de participações societárias ou ativos; ou ***(ii)*** a concessão, pela Companhia, de garantia real ou fidejussória, em favor da própria Companhia, de sociedade por ela controlada ou de terceiros – em quaisquer das hipóteses descritas nos itens ***(i)*** ou ***(ii)***, em operações das quais sejam parte a Companhia ou qualquer de suas controladas e que sejam contratadas por período superior a 48 (quarenta e oito) meses ou cujo valor supere o maior valor entre R$ 50.000.000,00 (cinqüenta milhões) de reais ou 10% (dez por cento) do ativo consolidado total da Companhia;

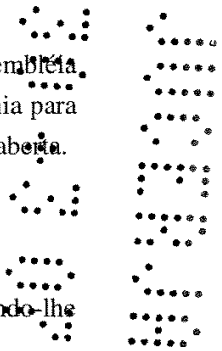
(w) autorizar a aquisição, alienação, transferência, cessão, oneração ou outra forma de disposição, a qualquer título, incluindo conferência ao capital de outra sociedade, de bem do ativo permanente, cujo valor supere o maior valor entre R$ 50.000.000,00 (cinqüenta milhões) de reais ou 10% (dez por cento) do ativo consolidado total da Companhia;

(x) deliberar sobre a contratação pela Companhia de financiamento e empréstimos em valor superior a 10% (dez por cento) do patrimônio líquido da Companhia ou de sociedade por ela controlada, apurado no último balanço patrimonial aprovado da respectiva sociedade, por operação isolada;

(y) fixar o limite de endividamento da Companhia;

(z) deliberar previamente sobre a apresentação, pela Companhia, de pedido de falência ou recuperação judicial ou extrajudicial; e

(aa) elaborar a lista tríplice de instituições qualificadas a ser apresentada à Assembleia Geral, no tocante à preparação do laudo de avaliação das ações da Companhia para fins de saída do Novo Mercado e/ou cancelamento de registro de companhia aberta.



Seção III. – Diretoria

Art. 19. A Diretoria é o órgão de gestão e representação da Companhia, competindo-lhe praticar todos os atos necessários para assegurar seu regular funcionamento.

Parágrafo Primeiro. A Diretoria será composta por, no mínimo, 06 (seis) e, no máximo, 07 (sete) diretores, acionistas ou não, residentes no País, sendo 1 (um) Diretor Presidente, 1 (um) Diretor de Relações com Investidores, 1 (um) Diretor Financeiro, 1 (um) Diretor Comercial, 1 (um) Diretor Operacional e 2 (dois) Diretores de Desenvolvimento de Negócios, eleitos pelo Conselho de Administração, com mandatos de 3 (três) anos, podendo ser reeleitos e a qualquer tempo destituídos pelo Conselho de Administração.

Parágrafo Segundo. O mandato dos Diretores será automaticamente prorrogado até a posse de seus substitutos.

Parágrafo Terceiro. Os Diretores poderão cumular mais de uma das funções indicadas no *caput* deste artigo, mediante deliberação do Conselho de Administração.

Parágrafo Quarto. O exercício do cargo de Diretor cessa pela destituição, a qualquer tempo, do titular, ou pelo término do mandato, se não houver recondução, observado o disposto no parágrafo segundo acima. A renúncia torna-se eficaz em relação à Companhia, desde o momento em que esta conhecer da comunicação escrita do renunciante, produzindo

efeitos perante terceiros de boa-fé após o seu arquivamento no Registro Público de Empresas Mercantis e publicação.

Parágrafo Quinto. A substituição dos Diretores, no caso de ausência ou impedimento temporário, ou ainda por renúncia, morte ou incapacidade, será deliberada em Reunião do Conselho de Administração, podendo o Presidente do Conselho de Administração e/ou o Vice-Presidente do Conselho de Administração eleger interinamente o substituto.

Art. 20. A Diretoria não é um órgão colegiado, podendo, contudo, reunir-se, sempre que necessário, a critério do Diretor Presidente, a quem caberá presidir a reunião. Na ausência do Diretor Presidente, caberá ao Diretor Financeiro presidir as reuniões da Diretoria e, na ausência de ambos, caberá a qualquer dos demais Diretores.

Parágrafo Único. A reunião da Diretoria será instalada com a presença de diretores que representem a maioria dos membros da Diretoria.

Art. 21. Compete ao Diretor Presidente:

a) submeter à aprovação do Conselho de Administração os planos de trabalho e orçamento anuais, os planos de investimento e os novos programas de expansão da Companhia e de suas empresas controladas, promovendo a sua execução nos termos aprovados;

b) formular as estratégias e diretrizes operacionais da Companhia, bem como estabelecer os critérios para a execução das deliberações da Assembléia Geral e do Conselho de Administração, com a participação dos demais diretores;

c) exercer a supervisão de todas as atividades da Companhia;

d) orientar, coordenar e superintender as atividades dos demais Diretores, convocando e presidindo as reuniões de Diretoria; e

e) exercer as demais atribuições que lhe forem conferidas pelo Conselho de Administração.

Art. 22. Compete ao Diretor de Relações com os Investidores:

a) gerenciar o relacionamento da Companhia com seus acionistas, a Comissão de Valores Mobiliários – CVM, a Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA e o mercado em geral;

b) divulgar aos investidores, à Comissão de Valores Mobiliários - CVM, à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA e a outros mercados em que os valores mobiliários de emissão da Companhia estejam admitidos à negociação os atos ou fatos relevantes relacionados aos negócios de interesse da Companhia, zelando pela sua ampla e imediata divulgação;

c) manter atualizado o registro da Companhia, em conformidade com a regulamentação aplicável, prestando as informações necessárias para tanto; e

d) exercer outras atribuições que lhe forem definidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 23. Compete ao Diretor Financeiro:

a) a administração financeira da Companhia;

b) auxiliar o Diretor Presidente no exercício de suas atribuições; e

c) exercer outras atribuições específicas que lhe forem conferidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 24. Compete ao Diretor Comercial:

a) coordenar o desenvolvimento das atividades de administração, gestão e comercialização de unidades nos empreendimentos em que a Companhia participe, direta ou indiretamente;

b) acompanhar a composição e variação do *mix* dos shoppings centers nos quais a Companhia participe, direta ou indiretamente; e

c) exercer outras atribuições específicas que lhe forem conferidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 25. Compete ao Diretor de Operações:

(a) coordenar a implementação, estruturar, negociar e acompanhar o desenvolvimento de cada um dos empreendimentos e projetos nos quais a Companhia participe, direta ou indiretamente; e

(b) exercer outras atribuições que lhe forem definidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 26. Compete aos Diretores de Desenvolvimento de Negócios:

(a) prospectar, analisar e negociar oportunidades de investimentos e desinvestimento para a Companhia;

(b) analisar e avaliar atividades a serem desenvolvidas e/ou realizadas pela Companhia, inclusive a partir do exame da viabilidade econômico-financeira das novas oportunidades de negócios; e

c) exercer outras atribuições que lhe forem definidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 27. Sem prejuízo de outras atribuições e competências previstas em lei, compete à Diretoria gerir a Companhia e exercer as atribuições que a Assembléia Geral, o Conselho de Administração e este Estatuto Social lhe conferirem para a prática dos atos necessários ao funcionamento regular da Companhia, incumbindo-lhe a administração e gestão dos negócios e atividades da Companhia, inclusive:

(i) conduzir a política geral e de administração da Companhia, conforme orientação do Conselho de Administração;

(ii) executar e coordenar o andamento das atividades normais da Companhia, zelando pela observância da Lei, deste Estatuto Social, das deliberações do Conselho de Administração e da Assembléia Geral;

(iii) elaborar e submeter ao Conselho de Administração o relatório da Diretoria e as demonstrações financeiras de cada exercício, acompanhados do relatório dos auditores independentes, bem como a proposta de aplicação dos lucros apurados no exercício anterior;

(iv) elaborar os planos de negócios e orçamento da Companhia, anuais ou plurianuais, e submetê-los ao Conselho de Administração;

(v) decidir sobre filiais, agências, depósitos, escritórios e quaisquer outros estabelecimentos da Companhia no país ou no exterior;

(vi) manter os membros do Conselho de Administração informados sobre as atividades da Companhia e de suas controladas, bem como o andamento de suas operações;

(vii) representar a Companhia, ativa e passivamente, em juízo ou fora dele, respeitadas as disposições e limitações previstas neste Estatuto Social, notadamente aquelas referidas no artigo 18 acima;

(viii) contratar, transigir, contrair obrigações, renunciar, desistir, celebrar acordos, firmar compromissos, contrair empréstimos e financiamentos, alienar, adquirir, hipotecar, ou, de qualquer modo, onerar bens da Companhia, móveis, imóveis e outros direitos, respeitadas as disposições e limitações previstas neste Estatuto Social, notadamente aquelas referidas no artigo 18 acima;

(ix) aceitar, sacar, endossar e avalizar documentos cambiais, duplicatas, cheques, notas promissórias e quaisquer outros títulos de créditos que impliquem responsabilidade para a sociedade, respeitadas as disposições e limitações previstas neste Estatuto Social, notadamente aquelas referidas no artigo 18 acima;

(x) abrir, movimentar e encerrar contas bancárias e de investimento; e

(xi) exercer outras atribuições legais ou que lhe sejam conferidas pelo Conselho de Administração e/ou pelo presente Estatuto Social.

Parágrafo Primeiro. A representação da Companhia, em juízo ou fora dele, ativa e passivamente, em quaisquer atos ou negócios jurídicos, que importem responsabilidade ou obrigação para a Companhia ou que a exonerem de obrigações para com terceiros serão obrigatoriamente praticados: *(i)* por 02 (dois) diretores agindo em conjunto; ou *(ii)* por 01 (um) diretor agindo em conjunto com 01 (um) procurador, com poderes específicos, devidamente constituído na forma do Parágrafo Segundo abaixo; *(iii)* por 02 (dois) procuradores, com poderes específicos, agindo em conjunto, devidamente constituídos na forma do Parágrafo Segundo abaixo; ou *(iv)* excepcionalmente, por 1 (um) procurador agindo isoladamente, devidamente constituído na forma do Parágrafo Segundo abaixo, desde que autorizado pela maioria dos diretores ou por 02 (dois) diretores, sendo 01 (um) deles o Diretor Presidente

Parágrafo Segundo. As procurações em nome da Companhia serão exclusivamente outorgadas por 02 (dois) diretores, agindo em conjunto, e deverão especificar os poderes conferidos e, excetuando-se as procurações outorgadas para fins judiciais *(ad judicia)* ou para representação em processos administrativos, não terão prazo superior a 1 (um) ano.

Parágrafo Terceiro. São expressamente vedados, sendo nulos e inoperantes com relação à Companhia, os atos de qualquer dos Diretores ou procuradores que a envolverem em obrigações relativas a negócios e/ou operações estranhos ao objeto social, tais como fianças, avais e endossos ou quaisquer outras garantias em favor de terceiros.

CAPÍTULO V
CONSELHO FISCAL

Art. 28. A Companhia tem um Conselho Fiscal de funcionamento não permanente, que será instalado a pedido de acionistas na forma da Lei nº 6.404/76, e terá as atribuições, competências, responsabilidades e deveres definidos na referida lei. O funcionamento do Conselho Fiscal terminará na primeira Assembléia Geral Ordinária após a sua instalação, podendo seus membros ser reeleitos.

Parágrafo Primeiro. Quando instalado, o Conselho Fiscal será composto por 3 (três) membros efetivos e igual número de suplentes, eleitos pela Assembléia Geral.

Parágrafo Segundo. A remuneração dos membros do Conselho Fiscal será fixada pela Assembléia Geral que os eleger.

Parágrafo Terceiro. A posse dos membros do Conselho Fiscal está condicionada à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Membros do Conselho Fiscal referido no Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

Parágrafo Quarto. Quando em funcionamento, o Conselho Fiscal reunir-se-á sempre que necessário, mediante convocação de qualquer de seus membros, lavrando-se em ata suas deliberações.

CAPÍTULO VI
EXERCÍCIO SOCIAL, BALANÇO E RESULTADOS

Art. 29. O exercício social terá início em 1° de janeiro e término em 31 de dezembro de cada ano. Ao término de cada exercício social e de cada trimestre civil serão elaboradas as demonstrações financeiras previstas em lei.

Art. 30. A Companhia, por deliberação do Conselho de Administração, poderá levantar balanços semestrais, trimestrais ou mensais, bem como pagar dividendos ou juros sobre o capital próprio à conta de lucros apurados nesses balanços. A Companhia, por deliberação do Conselho de Administração, poderá ainda pagar dividendos intermediários ou juros sobre o capital próprio à conta de lucros acumulados ou de reservas de lucros existentes no último balanço anual ou semestral.

Parágrafo Único. Os dividendos distribuídos e os juros sobre o capital próprio pagos nos termos deste artigo 30 serão imputados ao dividendo obrigatório, de que trata o Parágrafo Segundo, alínea (b), do artigo 31 deste Estatuto Social.

Art. 31. Do resultado do exercício serão deduzidos, antes de qualquer participação, eventuais prejuízos acumulados e a provisão para o imposto de renda.

Parágrafo Primeiro. Sobre o lucro remanescente, apurado na forma do *caput* deste art. 31, será calculada a participação estatutária dos administradores, até o limite máximo legal.

Parágrafo Segundo. Do lucro líquido do exercício, obtido após a dedução de que trata o parágrafo anterior, destinar-se-á:

(a) 5% (cinco por cento) para a reserva legal, até atingir 20% (vinte por cento) do capital social integralizado; e

(b) do saldo do lucro líquido do exercício, obtido após a dedução de que trata o parágrafo anterior e da destinação referida no item (a) deste Parágrafo Segundo do art. 31, e ajustado na forma do artigo 202 da Lei nº 6.404/76, destinar-se-ão 25% (vinte e cinco por cento) para o pagamento de dividendo obrigatório a todo os acionistas.

Parágrafo Terceiro. Atendida a distribuição prevista no parágrafo anterior, o saldo terá a destinação aprovada pela Assembléia Geral, depois de ouvido o Conselho de Administração, respeitadas as disposições legais aplicáveis.

Parágrafo Quarto. Os dividendos declarados serão pagos nos prazos legais, somente incidindo correção monetária e/ou juros mediante expressa determinação da Assembléia Geral e, se não reclamados no prazo de 3 (três) anos contados da deliberação que autorizou sua distribuição, prescreverão em favor da Companhia.

CAPÍTULO VII
CANCELAMENTO DO REGISTRO DE COMPANHIA ABERTA

Art. 32 - O cancelamento do registro de companhia aberta será precedido por oferta pública de aquisição de ações, a ser efetivada pelo Acionista Controlador ou pela Companhia, tendo como preço mínimo, o valor econômico apurado mediante laudo de avaliação, na forma do artigo 33 abaixo, observando-se o disposto no art. 41 em caso de Controle Difuso.

Parágrafo Único. Para fins do disposto neste Estatuto Social, entende-se por:

a) "Acionista Controlador Alienante": o Acionista Controlador, quando este promove a alienação de controle da Companhia;

b) "Acionista Controlador": o acionista ou o grupo de acionistas vinculado por acordo de voto ou sob controle comum que exerça o Poder de Controle da Companhia;

c) "Ações de Controle": o bloco de ações que assegura, de forma direta ou indireta, ao(s) seu(s) titular(es), o exercício individual e/ou compartilhado do Poder de Controle da Companhia;

d) "Ações em Circulação": todas as ações de emissão da Companhia, com exceção daquelas detidas pelo Acionista Controlador, por pessoas a ele vinculadas, por administradores da Companhia e aquelas mantidas em tesouraria;

e) "Alienação do Controle": a transferência a terceiro, a título oneroso, das Ações de Controle;

f) "Comprador": aquele para quem o Acionista Controlador Alienante transfere o Poder de Controle em uma Alienação de Controle da Companhia;

g) "Controle Difuso": significa o Poder de Controle exercido por acionista detentor de menos de 50% (cinqüenta por cento) do capital social, assim como por grupo de acionistas que não seja signatário de acordo de votos e que não esteja sob controle comum e nem atue representando um interesse comum.

h) "Poder de Controle": significa o poder efetivamente utilizado de dirigir as atividades sociais e orientar o funcionamento dos órgãos da Companhia, de forma direta ou indireta, de fato ou de direito. Há presunção relativa de titularidade do controle em relação à pessoa ou ao grupo de pessoas vinculado por acordo de voto ou sob controle comum que seja titular de ações que lhe tenham assegurado a maioria absoluta dos votos dos acionistas presentes nas três últimas assembléias gerais da Companhia, ainda que não seja titular de ações que lhe assegurem a maioria absoluta do capital social; e

i) "Termo de Anuência dos Controladores": o termo pelo qual os novos Acionistas Controladores ou o(s) acionista(s) que vier(em) a ingressar no grupo de controle da Companhia se responsabilizam pessoalmente a se submeter e a agir em conformidade com o Contrato de Participação no Novo Mercado, com o Regulamento de Listagem do Novo Mercado, com a Cláusula Compromissória, incluída no Artigo 43, e com o Regulamento de Arbitragem, conforme modelo constante do Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

Artigo 33 - O laudo de avaliação será elaborado por empresa especializada, com experiência comprovada e independência quanto ao poder de decisão da Companhia, seus administradores e acionistas relevantes, devendo ser observados os requisitos do parágrafo 1° do artigo 8° da Lei de Sociedades por Ações, e conter a responsabilidade prevista no parágrafo 6° do mesmo artigo.

Parágrafo Primeiro. A escolha da empresa especializada responsável pela determinação do valor econômico da Companhia é de competência privativa da Assembléia Geral, a partir da apresentação, pelo Conselho de Administração, de lista tríplice, 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 assembléia que, se instalada em primeira convocação, deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo, 20% (vinte por cento) do total de Ações em Circulação, ou que se instalada em segunda convocação poderá contar com a presença de qualquer número de acionistas representantes das Ações em Circulação.

Parágrafo Segundo. Os custos incorridos com a elaboração do laudo de avaliação serão arcados integralmente pelo ofertante.

Artigo 34 - Quando for informada ao mercado a decisão de se proceder ao cancelamento do registro de companhia aberta, o ofertante deverá divulgar o valor máximo por ação ou lote de mil ações pelo qual formulará a oferta pública.

Parágrafo Primeiro. A oferta pública ficará condicionada a que o valor apurado no laudo de avaliação não seja superior ao valor divulgado pelo ofertante.

Parágrafo Segundo. Se o valor econômico das ações, apurado na forma do artigo 33, for superior ao valor informado pelo ofertante, a decisão de se proceder ao cancelamento do registro de companhia aberta ficará automaticamente 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.

Parágrafo Terceiro. O procedimento para o cancelamento do registro de companhia aberta da Companhia atenderá as demais exigências estabelecidas nas normas aplicáveis às companhias abertas e os preceitos constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

CAPÍTULO VIII
SAÍDA DO NOVO MERCADO

Artigo 35 - A saída da Companhia do Novo Mercado dependerá de aprovação em Assembléia Geral pela maioria dos votos dos acionistas presentes e deverá ser comunicada à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA por escrito com antecedência prévia de 30 (trinta) dias.

Parágrafo Primeiro. Para que as ações da Companhia passem a ter o registro para negociação fora do Novo Mercado, o Acionista Controlador deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações pertencentes aos demais acionistas da Companhia, no mínimo, pelo valor econômico apurado em laudo de avaliação elaborado nos termos do Artigo 33 deste Estatuto Social, observando-se o disposto no art. 41 em caso de Controle Difuso.

Parágrafo Segundo. Caso a saída da Companhia do Novo Mercado venha a ocorrer em virtude de operação de reorganização societária, na qual a companhia resultante dessa reorganização não seja admitida para negociação no Novo Mercado, o Acionista Controlador também deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações pertencentes aos demais acionistas da Companhia, no mínimo, pelo valor econômico apurado em laudo de avaliação elaborado nos termos do Artigo 33 deste Estatuto Social, respeitadas as normas legais e regulamentares aplicáveis, observando-se o disposto no art. 41 em caso de Controle Difuso.

Artigo 36 - A alienação do Poder de Controle da Companhia que ocorrer nos 12 (doze) meses subseqüentes à sua saída do Novo Mercado, obrigará o Acionista Controlador Alienante, conjunta e solidariamente com o Comprador, a oferecer aos demais acionistas a aquisição de suas ações pelo preço e nas condições obtidas pelo Acionista Controlador Alienante na alienação de suas próprias ações, devidamente atualizado, observando-se as mesmas regras aplicáveis às alienações de controle previstas no Capítulo IX deste Estatuto Social.

Parágrafo Primeiro. Se o preço obtido pelo Acionista Controlador Alienante na alienação a que se refere o *caput* deste artigo 35 for superior ao valor da oferta pública de saída realizada de acordo com as demais disposições deste Estatuto Social, o Acionista Controlador Alienante conjunta e solidariamente com o Comprador, ficarão obrigados a

pagar a diferença de valor apurado aos aceitantes da respectiva oferta pública, nas mesmas condições previstas no *caput* deste artigo 34.

Parágrafo Segundo. A Companhia e o Acionista Controlador ficam obrigados a averbar no Livro de Registro de Ações da Companhia, em relação às ações de propriedade do Acionista Controlador, ônus que obrigue o Comprador daquelas ações a estender aos demais acionistas da Companhia preço e condições de pagamento idênticos aos que forem pagos ao Acionista Controlador Alienante, em caso de alienação, na forma prevista no *caput* e no Parágrafo Primeiro acima.

CAPÍTULO IX
ALIENAÇÃO DO PODER DE CONTROLE

Art. 37. A alienação do Poder de Controle da Companhia, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas, deverá ser contratada sob condição, suspensiva ou resolutiva, de que o Comprador do Poder de Controle se obrigue a efetivar, observando as condições e os prazos previstos na legislação vigente e no Regulamento de Listagem do Novo Mercado, oferta pública de aquisição das ações dos demais acionistas, de forma a lhes assegurar tratamento igualitário ao do Acionista Controlador Alienante.

Art. 38. A oferta pública referida no art. 37 também deverá ser efetivada:

a) quando houver cessão onerosa de direitos de subscrição de ações e de outros títulos ou direitos relativos a valores mobiliários conversíveis em ações que venha a resultar na Alienação do Controle da Companhia; e

b) em caso de alienação de controle de sociedade que detenha o Poder de Controle da Companhia, sendo que, neste caso, o Acionista Controlador Alienante ficará obrigado a declarar à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA o valor atribuído à Companhia nessa alienação e a anexar documentação que comprove esse valor.

Art. 39. Aquele que já detiver ações da Companhia e venha a adquirir o Poder de Controle da mesma, em razão de contrato particular de compra e venda de ações celebrado com o Acionista Controlador, envolvendo qualquer quantidade de ações, estará obrigado a:

a) efetivar a oferta pública referida no Art. 37;

b) ressarcir os acionistas de quem tenha comprado ações em bolsa nos 6 (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; e

c) tomar as medidas cabíveis para recompor o percentual mínimo de 25% (vinte e cinco por cento) do total das Ações em Circulação da Companhia dentro dos 6 (seis) meses subseqüentes à aquisição do Poder de Controle.

Art. 40. A Companhia não registrará (*i*) qualquer transferência de ações para o Comprador do Poder de Controle, ou para aquele(s) que vier(em) a deter o Poder de Controle, enquanto este(s) não subscrever(em) o Termo de Anuência dos Controladores; ou (*ii*) qualquer Acordo de Acionistas que disponha sobre o exercício do Poder de Controle sem que os seus signatários tenham subscrito o Termo de Anuência dos Controladores.

CAPÍTULO X
CONTROLE DIFUSO

Art. 41. Na hipótese de haver o Controle Difuso:

(a) sempre que for aprovado, em Assembléia Geral, o cancelamento de registro de companhia aberta, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pela própria Companhia, sendo que, neste caso, a Companhia somente poderá adquirir as ações de titularidade dos acionistas que tenham votado a favor do cancelamento de registro na deliberação em Assembléia Geral após ter adquirido as ações dos demais acionistas que não tenham votado a favor da referida deliberação e que tenham aceitado a referida oferta pública; e

(b) sempre que for aprovada, em Assembléia Geral, a saída da Companhia do Novo Mercado, seja por registro para negociação das ações fora do Novo Mercado seja por reorganização societária na qual as ações da companhia resultante de tal reorganização não sejam admitidas para negociação no Novo Mercado, porém não haja o cancelamento do registro de companhia aberta, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pelos acionistas que tenham votado a favor da respectiva deliberação em Assembléia Geral.

Art. 42. Em caso de Controle Difuso, se a Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA determinar que as cotações dos valores mobiliários de emissão da Companhia sejam divulgadas em separado ou que os valores mobiliários emitidos pela Companhia tenham a sua negociação suspensa no Novo Mercado em razão do descumprimento de obrigações constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado, o Presidente do Conselho de Administração ou o Vice-Presidente do Conselho de Administração deverão convocar, em até 2 (dois) dias da determinação, computados apenas os dias em que houver circulação dos jornais habitualmente utilizados pela Companhia, uma Assembléia Geral Extraordinária para substituição de todo o Conselho de Administração.

Parágrafo Primeiro. Caso a Assembléia Geral Extraordinária referida no *caput* deste Art. 42 não seja convocada pelo Presidente do Conselho de Administração ou pelo Vice-Presidente do Conselho de Administração no prazo estabelecido, a mesma poderá ser convocada por qualquer acionista da Companhia.

Parágrafo Segundo. O novo Conselho de Administração eleito na Assembléia Geral Extraordinária referida no caput e no parágrafo anterior deste Art. 42 deverá sanar o descumprimento das obrigações constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado no menor prazo possível ou em novo prazo concedido pela Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA para esse fim, o que for menor.

Art. 43. Em caso de Controle Difuso, se a saída da Companhia do Novo Mercado ocorrer em razão do descumprimento de obrigações constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado decorrente de:

(a) deliberação em Assembléia Geral, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pelos acionistas que tenham votado a favor da deliberação que implique o descumprimento; e

(b) ato ou fato da administração, a Companhia deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações para cancelamento de registro de companhia aberta dirigida a todos os acionistas da Companhia. Caso seja deliberada, em assembléia geral, a manutenção do registro de companhia aberta da Companhia, os acionistas que tenham votado a favor dessa deliberação deverão efetivar a oferta pública para aquisição da totalidade das ações dos demais acionistas.

CAPÍTULO X
LIQUIDAÇÃO

Art. 44. A Companhia se dissolverá e entrará em liquidação nos casos previstos em lei, cabendo à Assembléia Geral estabelecer o modo de liquidação, designar o liquidante, fixar-lhe seus poderes e remuneração e o Conselho Fiscal, que deverá funcionar no período de liquidação.

CAPÍTULO XI
ARBITRAGEM

Art. 45. A Companhia, seus acionistas, administradores e os membros do Conselho Fiscal ficam obrigados 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 nº 6.404/76, neste Estatuto Social, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil e pela Comissão de Valores Mobiliários, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado, do Contrato de Participação no Novo Mercado e do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado.

CAPÍTULO XII
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 46. A Companhia observará os Acordos de Acionistas registrados na forma do Art. 118 da Lei nº 6.404/76, cabendo à administração abster-se de registrar transferências de ações contrárias aos respectivos termos e ao Presidente das Assembléias Gerais e das reuniões do Conselho de Administração abster-se de computar os votos lançados em infração a tais acordos.

Art. 47. As seguintes disposições do Estatuto Social da Companhia — itens (a) e (b) do art. 10, parágrafo segundo do art. 11, art. 14, item (aa) do art. 18, Capítulo VII a X e Capítulo XI — somente terão eficácia a partir da data em que a Companhia publicar o Anúncio de Início da Distribuição Pública Primária de Ações, referente à primeira distribuição pública

de ações ordinárias de emissão da Companhia objeto do pedido de registro nº RJ/2007 - 01195 na Comissão de Valores Mobiliários no dia 12 de fevereiro de 2007.

* * *

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Nome : BR MALLS PARTICIPACOES S/A
Nire : 33.3.0028170-3
Protocolo : 00-2007/034392-6 - 15/03/2007
CERTIFICAMOS QUE ESTE DOCUMENTO É PARTE INTEGRANTE DO REGISTRO Nº 00001685502 DE 30/03/2007 NÃO PODENDO SER UTILIZADO SEPARADAMENTE.
Valéria C. M. Serra
SECRETÁRIA GERAL

#136266 - v3

BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.
CNPJ nº 06.977.745/0001-91

Companhia Aberta

ATA DA REUNIÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO, REALIZADA EM 15 DE MARÇO DE 2007.

1. **Data, Hora e Local:** No dia 15 de março de 2007, às 10:00 horas, na sede da BR Malls Participações S.A. ("Companhia"), na Praia de Botafogo, n.º 501, sala 702 (parte) – Torre Corcovado, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro.

2. **Presença e Convocação:** Dispensada a convocação por estarem presentes a totalidade dos membros do Conselho de Administração da Companhia, registrando-se que os Srs. Thomas Joseph McDonald e Ira Chaplik participaram da presente reunião por conferência telefônica, conforme autorizado pelo artigo 16, parágrafo quarto, do Estatuto Social da Companhia.

3. **Mesa:** Secretário: Camila Goldberg Cavalcanti de Freitas

4. **Deliberações**: Os membros do Conselho de Administração da Companhia deliberaram por unanimidade:

4.1. Aprovar aumento do capital social, dentro do limite de capital autorizado e com exclusão do direito de preferência, nos termos do artigo 172, inciso I, da Lei nº 6.404/76, mediante a emissão de 40.351.923 (quarenta milhões, trezentos e cinqüenta e um mil, novecentas e vinte e três) ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal para distribuição pública primária pela Companhia, as quais possuirão características idênticas àquelas das ações já existentes, fazendo jus aos mesmos direitos que são conferidos a estas ("Oferta").

4.2. Consignar que o preço de emissão das ações a serem emitidas no âmbito do aumento de capital ora aprovado para distribuição pública primária deverá ser estabelecido de acordo com o disposto no artigo 170, §1º, inciso III, da Lei nº 6.404/76 e no artigo 44 da Instrução CVM nº 400/03, com base no resultado apurado após a conclusão do procedimento de coleta de intenções de investimento (*bookbuilding*) e será objeto de deliberação pelo Conselho de Administração. No contexto da Oferta, estima-se que o Preço por Ação estará situado entre R$ 11,00 (onze reais) e R$ 15,00 (quinze reais), podendo, no entanto, ser fixado fora desta faixa indicativa.

4.3. Aprovar a exclusão do direito de preferência dos atuais acionistas da Companhia na subscrição das novas ações, em conformidade com o disposto no artigo 7º do Estatuto Social da Companhia e no artigo 172 da Lei das Sociedades por Ações.

4.4. Aprovar que as ações a serem emitidas no âmbito da Oferta deverão ser integralizadas à vista, no ato da subscrição, em moeda corrente do País.

4.5. Autorizar a administração da Companhia a celebrar o Contrato de Coordenação e Distribuição Pública de Ações Ordinárias, o International Agency and Purchase Agreement, o Instrumento Particular de Contrato de Prestação de Serviços de Estabilização de Preço de Ações, o Contrato de Prestação de Serviços com a Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia – CBLC e todos e quaisquer outros documentos necessários à consumação da Oferta, bem como a praticar todos e quaisquer atos, inclusive perante a Comissão de Valores Mobiliários, o Banco Central do Brasil, a Bolsa de Valores de São Paulo e a CBLC, que se façam necessários ou convenientes à consumação da Oferta.

5. **Encerramento:** Nada mais tratado, lavrou-se a ata a que se refere esta Reunião, que foi lida e aprovada pelos conselheiros da Companhia.

6. **Assinaturas:** Mesa: Secretário: Camila Goldberg Cavalcanti de Freitas. Conselheiros: Richard Paul Matheson; Carlos Medeiros Silva Neto; Fersen Lamas Lambranho; Adayl de Barros Stewart; Thomas Joseph McDonald, Ira Chaplik e Danilo Palmer.

Confere com o original lavrado em livro próprio.

Rio de Janeiro, 15 de março de 2007.

Autenticação da Mesa:

Camila Goldberg Cavalcanti de Freitas
Secretário

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Nome : BR MALLS PARTICIPACOES S/A
Nire : 33 3 0028170 3
Protocolo : 00-2007/034391-8 - 15/03/2007
CERTIFICO O DEFERIMENTO EM 30/03/2007 E O REGISTRO SOB O NÚMERO E DATA ABAIXO
00001685501
DATA 30/03/2007
SECRETÁRIA GERAL

BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.
CNPJ nº 06.977.745/0001-91

Companhia Aberta

ATA DA REUNIÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO, REALIZADA EM 02 DE ABRIL DE 2007.

1. **Data, Hora e Local:** No dia 02 de abril de 2007, às 17:00 horas, na sede da BR Malls Participações S.A. ("Companhia"), na Praia de Botafogo, n.º 501, sala 702 (parte) – Torre Corcovado, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro.

2. **Presença e Convocação:** Dispensada a convocação por estarem presentes a totalidade dos membros do Conselho de Administração da Companhia.

3. **Mesa:** Presidente: Carlos Medeiros Silva Neto
Secretário: Cláudia da Rosa Côrtes de Lacerda

4. **Deliberações**: Os membros do Conselho de Administração da Companhia deliberaram por unanimidade:

4.1. Aprovar o preço de emissão das ações objeto da distribuição pública primária de ações de emissão da Companhia ("Distribuição Pública"), o qual foi fixado em R$15,00 (quinze reais), após (i) a efetivação dos pedidos de reserva e (ii) a apuração do resultado da coleta de intenções ("Procedimento de Coleta de Intenções de Investimento") realizado pelas instituições intermediárias, em consonância com o disposto no artigo 170 §1º, inciso III da Lei das Sociedades por Ações e com o artigo 44 da Instrução CVM 400/03, sendo que a escolha do critério de determinação do preço por ação é justificada, pois (i) não promoverá a diluição injustificada dos atuais acionistas da Companhia, e (ii) as ações serão distribuídas por meio de distribuição pública primária, em que o valor de mercado das ações a serem vendidas foi determinado com a realização do Procedimento de Coleta de Intenções de Investimento, o qual reflete o valor pelo qual os investidores institucionais apresentam sua ordem de compra no contexto da Distribuição Pública.

4.2 Homologar o aumento do capital social, dentro do limite de capital autorizado e com exclusão do direito de preferência, nos termos do artigo 172, inciso I, da Lei nº 6.404/76, mediante a emissão de 40.351.923 (quarenta milhões, trezentas e cinqüenta e um mil, novecentas e vinte e três) ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, as quais deverão ser integralizadas à vista, no ato da

subscrição, em moeda corrente do País, passando o capital social de R$ 517.723.531,23 (quinhentos e dezessete milhões, setecentos e vinte e três mil, quinhentos e trinta e um reais e vinte e três centavos), representado por 100.158.228 ações, para R$ 1.123.002.376,23 ,representado por 140.510.151 ações, a fim de viabilizar a distribuição pública primária pela Companhia, as quais possuirão características idênticas àquelas das ações já existentes, fazendo jus aos mesmos direitos que são conferidos a estas ("Oferta").

5. **Encerramento:** Nada mais tratado, lavrou-se a ata a que se refere esta Reunião, que foi lida e aprovada pelos conselheiros da Companhia.

6. **Assinaturas:** Mesa: Presidente: Carlos Medeiros Silva Neto. Secretário: Cláudia da Rosa Côrtes de Lacerda. Conselheiros: Richard Paul Matheson; Carlos Medeiros Silva Neto; Fersen Lamas Lambranho; Adayl de Barros Stewart; Thomas Joseph McDonald; Ira Chaplik e Danilo Palmer.

Confere com o original lavrado em livro próprio.

Rio de Janeiro, 02 de abril de 2007.

Autenticação da Mesa:

Claudia da Rosa Côrtes de Lacerda
Secretário

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

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

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
019909	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06977745000191

4 - DENOMINAÇÃO COMERCIAL
BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A

5 - DENOMINAÇÃO SOCIAL ANTERIOR
ITATIRA PARTICIPAÇÕES S/A

6 - NIRE
35300316614

7 - SITE
www.brmalls.com.br

01.02 - SEDE

1 - ENDEREÇO COMPLETO	2 - BAIRRO OU DISTRITO
Praia de Botafogo nº 501, salão 701 (parte), Bloco II	Botafogo

3 - CEP	4 - MUNICÍPIO	5 - UF
22250-040	Rio de Janeiro	RJ

6 - DDD	7 - TELEFONE	8 - TELEFONE	9 - TELEFONE	10 - TELEX
021	2546-0100	-	-	

11 - DDD	12 - FAX	13 - FAX	14 - FAX	
021	2546-0101	-	-	

15 - E-MAIL
leandro.bousquet@brmalls.com.br

01.03 - DEPARTAMENTO DE ACIONISTAS

ATENDIMENTO NA EMPRESA

1 - NOME
Leandro Bousquet Viana

2 - CARGO
Dir.Rel. com Investidores

3 - ENDEREÇO COMPLETO	4 - BAIRRO OU DISTRITO
Praia de Botafogo nº 501, salão 701 (parte), Bloco II	Botafogo

5 - CEP	6 - MUNICÍPIO	7 - UF
22250-040	Rio de Janeiro	RJ

8 - DDD	9 - TELEFONE	10 - TELEFONE	11 - TELEFONE	12 - TELEX
021	2546-0100	-	-	

13 - DDD	14 - FAX	15 - FAX	16 - FAX	
021	2546-0101	-	-	

17 - E-MAIL
leandro.bousquet@brmalls.com.br

AGENTE EMISSOR / INSTITUIÇÃO FINANCEIRA DEPOSITÁRIA

18 - NOME
Banco Itaú S.A.

19 - CONTATO
José Nilson Cordeiro

20 - ENDEREÇO COMPLETO	21 - BAIRRO OU DISTRITO
Av. Eng. Armando de Arruda Pereira, 707 - 9o. andar	São Paulo

22 - CEP	23 - MUNICÍPIO	24 - UF
04344-902	São Paulo	SP

25 - DDD	26 - TELEFONE	27 - TELEFONE	28 - TELEFONE	29 - TELEX
011	5029-1317	-	-	

30 - DDD	31 - FAX	32 - FAX	33 - FAX	
011	5029-1917	-	-	

34 - E-MAIL
jose-nilson.cordeiro@itau.com.br

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

OUTROS LOCAIS DE ATENDIMENTO A ACIONISTAS

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

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

1 - NOME				
Leandro Bousquet Viana				
2 - ENDEREÇO COMPLETO			3 - BAIRRO OU DISTRITO	
Praia de Botafogo nº 501, salão 701 (parte), Bloco II			Botafogo	
4 - CEP	5 - MUNICÍPIO			6 - UF
22250-040	Rio de Janeiro			RJ
7 - DDD	8 - TELEFONE	9 - TELEFONE	10 - TELEFONE	11 - TELEX
021	2546-0100	-	-	
12 - DDD	13 - FAX	14 - FAX	15 - FAX	
021	2546-0101	-	-	
16 - E-MAIL				
leandro.bousquet@brmalls.com.br				
17 - DIRETOR BRASILEIRO	18 - CPF	18 - PASSAPORTE		
SIM	007.190.737-82			

01.05 - REFERÊNCIA / AUDITOR

1 - DATA DE INÍCIO DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL	2 - DATA DE TÉRMINO DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL
01/01/2006	31/12/2006

3 - DATA DE INÍCIO DO EXERCÍCIO SOCIAL EM CURSO	4 - DATA DE TÉRMINO DO EXERCÍCIO SOCIAL EM CURSO
01/01/2007	31/12/2007

5 - NOME/RAZÃO SOCIAL DO AUDITOR	6 - CÓDIGO CVM
PRICEWATERHOUSECOOPERS AUD IND	00287-9
7 - NOME DO RESPONSÁVEL TÉCNICO	8 - CPF DO RESP. TÉCNICO
MARCOS DONIZETE PANASSOL	063.702.238-67

01.06 - CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA

1 - BOLSA DE VALORES ONDE POSSUI REGISTRO

[ ] BVBAAL	[ ] BVMESB	[ ] BVPR	[ ] BVRJ	[ ] BVST
[ ] BVES	[ ] BVPP	[ ] BVRG	[X] BOVESPA	

2 - MERCADO DE NEGOCIAÇÃO
Bolsa
3 - TIPO DE SITUAÇÃO
Operacional
4 - CÓDIGO DE ATIVIDADE
3990 - Emp. Adm. Part. - Sem Setor Principal

5 - ATIVIDADE PRINCIPAL	6 - AÇÕES PREF. COM CLASSES
Holding	NÃO

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

01.07 - CONTROLE ACIONÁRIO / VALORES MOBILIÁRIOS

1 - NATUREZA DO CONTROLE ACIONÁRIO

Nacional Holding

2 - VALORES MOBILIÁRIOS EMITIDOS PELA CIA.

X	Ações		Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI)
	Debêntures Conversíveis em Ações		Notas Promissórias (NP)
	Ações Resgatáveis		BDR
	Partes Beneficiárias		Outros
	Debêntures Simples		
	Bônus de Subscrição		
	Certificado de Investimento Coletivo (CIC)		

DESCRIÇÃO

01.08 - PUBLICAÇÕES DE DOCUMENTOS

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

01.09 - JORNAIS ONDE A CIA. DIVULGA INFORMAÇÕES

1 - ITEM	2 - TÍTULO DO JORNAL	3 - UF
01	Diário Oficial do Estado	RJ
02	Jornal Valor	RJ

01.10 - DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

1 - DATA	2 - ASSINATURA
30/03/2007	

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

02.01.01 - COMPOSIÇÃO ATUAL DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E DIRETORIA

1 - ITEM	2 - NOME DO ADMINISTRADOR	3 - CPF	4 - DATA DA ELEIÇÃO	5 - PRAZO DO MANDATO	6 - CÓDIGO TIPO DO ADMINISTRADOR *	7 - ELEITO P/ CONTROLADOR	8 - CARGO /FUNÇÃO	9 - FUNÇÃO
01	Leandro Bousquet Viana	007.190.737-82	09/02/2007	3 anos	1		19	DRI e Diretor Financeiro
02	Hugo Matheson	791.135.837-00	09/02/2007	3 anos	1		19	Diretor Operacional
03	Leonardo Drummond	611.392.467-04	09/02/2007	3 anos	1		19	Diretor de Desenvolvimento de Negócios
04	Antônio Wadith Arbex	284.816.666-53	09/02/2007	3 anos	1		19	Diretor Comercial
05	Carlos Medeiros Silva Neto	666.401.724-53	09/02/2007	3 anos	3	NÃO	33	Conselheiro(Efetivo) e Dir. Presidente
06	Adayl de Barros Stewart	056.076.967-90	09/02/2007	3 anos	2	NÃO	22	Conselho de Administração (Efetivo)
07	Richard Paul Matheson	011.356.437-68	09/02/2007	3 anos	2	NÃO	20	Presidente do Conselho de Administração
08	Fersen Lamas Lambranho	667.308.057-49	09/02/2007	3 anos	2	NÃO	22	Conselho de Administração (Efetivo)
09	Thomas Joseph McDonald	741.625.861-87	09/02/2007	3 anos	2	NÃO	22	Conselho de Administração (Efetivo)
10	Ira Chaplik	222.222.222-22	09/02/2007	3 anos	2	NÃO	22	Conselho de Administração (Efetivo)
11	Danilo Palmer	021.592.447-91	05/03/2007	3 anos	2	NÃO	22	Conselho de Administração (Efetivo)

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

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

Membros do Conselho de Administração

Sr. Richard Paul Matheson: Nascido em 10 de maio de 1939. 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 Shoppings *Center*, passou a ser o Diretor Presidente da ECISA, responsável pela imagem institucional da Companhia e decisões estratégicas da Companhia.

Adayl de Barros Stewart: Nascida em 07 de setembro 1937. Graduada em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, em 1976, Pós-graduada em Psicopedagogia pela CEPERJ, em 1981. A Sra. Adayl detêm participação majoritária na DYL Empreendimentos Imobiliários S.A., a qual detêm aproximadamente 27,5% da BR MALLS.

Carlos Medeiros: Nascido em 03 de fevereiro de 1973. Graduado em Finanças e Comércio Internacional em 1994, pela Universidade de Nova York e pós-graduado em Administração de Empresas pela Harvard Business School, em 2002. Ingressou no Grupo GP em 1998 e se tornou sócio executivo em 2002. O Sr. Carlos Medeiros é membro do Conselho de Administração da GP Investiments. Foi membro do Conselho de Administração da Gafisa, Tele Norte Leste, Contax, Lupatech, Kuala, Pegasus Telecom e Internet Group (iG). Atuou, ainda, como associado da Salomon Brothers, em Nova York, entre 1994 e 1998.

Fersen Lamas Lambranho: Nascido em 11 de outubro de 1961. Graduado em Engenharia Civil pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 1983, 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 sócio em 1999, é Presidente e Diretor - Executivo da GP Investimentos S.A. e Presidente do Conselho de Administração da Gafisa S.A. Atuou como membro do Conselho Fiscal da Tele Norte Leste Participações 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. 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 (NYSE: HXM), uma das maiores construtoras mexicanas.

Ira Chaplik: Nascido em 21 de julho de 1961. Graduado em contabilidade e em Direito pela Universidade de Illinois - respectivamente em 1983 e 1986 - e contador público certificado, o Sr. Chaplik é COO da Equity International. Associado à Companhia desde sua concepção, em 1999, é responsável pelas operações, bem como pela gerência legal da Companhia e seu portfólio de investimentos. O Sr. Chaplik ingressou em 1989 no Equity Group Investments, LLC (EGI), uma Companhia privada de investimentos fundada por Sam Zell. Tem experiência relevante com o setor imobiliário e transações corporativas no setor público e privado. Foi peça fundamental em muitas transações imobiliárias envolvendo a Equity Office Properties, Inc. (NYSE: ELS).

Danilo Palmer (CONSELHEIRO INDEPENDENTE): Nascido em 30 de julho de 1940. Graduado em Técnico de Contabilidade pelo Colégio Rio de Janeiro e em Administração de Empresas pela Universidade Moraes Junior. 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

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

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

Carlos Medeiros: Ver "Conselho de Administração" acima.

Leandro Bousquet: Nascido em 06 de maio de 1972. 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 no BR Malls. Foi responsável por investimentos proprietários nos Bancos CR2 e BBM. Acumula as funções de Diretor Financeiro e Diretor de Relações com Investidores na Companhia.

Hugo Matheson: Nascido em 1º de setembro de 1963. Graduado em Engenharia Civil pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, em 1986. O Sr. Matheson trabalhou no setor de Shoppings por mais de 20 anos. Fundou a EGEC em 1997, que se tornou a maior Companhia gestora de Shoppings no Brasil. Previamente a EGEC, no período de 1985 a 1997, atuou como gerente geral de diversos *Shopping Centers*, incluindo o Norte Shopping.

Leonardo Drummond: Nascido em 13 de setembro de 1959. Graduado em Engenharia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro com co-graduação em Harvard nos anos de 1986/1987. Co-fundador da Dacom em 1999, que se tornou a maior Companhia de leasing de *Shopping*s do Brasil. Previamente à DACOM, o Sr. Leonardo Drummond trabalhou em diversos setores, desde comércio internacional a varejo.

Antônio Wadih Arbex: Nascido em 04 de maio de 1958. Graduado em Engenharia Civil pela UFJF/MG, em 1980, pós-graduado em Engenharia de Transportes pelo Instituto Militar de Engenharia do Rio de Janeiro, em 1981 e em Finanças pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, em 1987. Co-fundador da Dacom em 1999, que se tornou a maior Companhia de leasing de *Shoppings* do Brasil. O Sr. Antônio Arbex trabalha na industria de Shopping *Centers* desde 1988 e antes da DACOM foi gerente geral de diversos *Shopping Centers*, incluindo o Shopping Del Rey/MG, Shopping Campo Grande/MT, Shopping Vitória/ES e Shopping Tijuca/RJ, no período de 1988 a 1999. Possui o certificado de ASM conferido pelo ICSC – International Council Of Shopping *Centers*.

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

03.01 - EVENTOS RELATIVOS À DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL

1 - EVENTO BASE	2 - DATA DO EVENTO	3 - PESSOAS FÍSICAS E JURÍDICAS	4 - INVESTIDORES INSTITUCIONAIS	5 - ACORDO DE ACIONISTAS	6 - AÇÕES PREFER. COM DIREITO A VOTO
AGE	09/02/2007	14	0	SIM	NÃO

7 - AÇÕES PREFERENCIAIS COM DIREITO A VOTO	8 - DATA DO ÚLTIMO ACORDO DE ACIONISTAS
	05/02/2007

AÇÕES EM CIRCULAÇÃO NO MERCADO

9 - EXISTEM AÇÕES EM CIRCULAÇÃO	ORDINÁRIAS		PREFERENCIAIS		TOTAL	
	10 - QUANTIDADE (Unidade)	11 - PERCENTUAL	12 - QUANTIDADE (Unidade)	13 - PERCENTUAL	14 - QUANTIDADE (Unidade)	15 - PERCENTUAL
NÃO	0	0,00	0	0,00	0	0,00

16 - AÇÕES PREFERENCIAIS EM CIRCULAÇÃO NO MERCADO

1 - CLASSE	2 - QUANTIDADE (Unidade)	3 - PERCENTUAL

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÕES S/A	06.977.745/0001-91

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

1 - ITEM	2 - NOME/RAZÃO SOCIAL							3 - CPF/CNPJ	4 - NACIONALIDADE	5 - UF
6 - AÇÕES ORDINÁRIAS (Unidades)	7 - %	8 - AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	9 - %	10 - TOTAL DE AÇÕES (Unidades)	11 - ¨%	12 - COMP.CAP.SOC.	13 - PART. NO ACORDO DE ACIONISTAS		14 - CONTROLADOR	
15/1 - CLASSE	15/2 - QTD. AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	15/3 - % PREFERENCIAIS								
000	El Brazil Investments, LLC							08.403.865-0001/00	Estrangeira	
27.499.998	27,50	0	0,00	27.499.998	27,50		SIM		NÃO	
001	Private Equity Partners A, LLC							08.105.051-0001/90	Estrangeira	
25.913.389	25,88	0	0,00	25.913.389	25,88		SIM		NÃO	
002	Private Equity Partners B, LLC							07.680.608-0001/53	Estrangeira	
1.586.610	1,58	0	0,00	1.586.610	1,58		SIM		NÃO	
003	Richard Paul Matheson							011.356.437-68	Brasileira	RJ
19.790.039	19,75	0	0,00	19.790.039	19,75		SIM		NÃO	
004	Dyl Empreendimentos e Participações S.A.							31.051.725-0001/32	Brasileira	RJ
19.790.038	19,75	0	0,00	19.790.038	19,75	15/03/2007	SIM		NÃO	
005	Carlos Medeiros Silva Neto							666.401.724-53	Brasileira	RJ
158.228	0,15	0	0,00	158.228	0,15		NÃO		NÃO	
006	Leonardo Drummond							611.392.467-04	Brasileira	RJ
2.000.030	1,99	0	0,00	2.000.030	1,99		SIM		NÃO	
007	Hugo Matheson							791.135.837-00	Brasileira	RJ
2.000.030	1,99	0	0,00	2.000.030	1,99		SIM		NÃO	
008	Antonio Wadith Arbex							284.816.666-53	Brasileira	RJ
1.419.861	1,41	0	0,00	1.419.861	1,41		SIM		NÃO	

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

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

1 - ITEM	2 - NOME/RAZÃO SOCIAL	3 - CPF/CNPJ	4 - NACIONALIDADE	5 - UF
009	Adayl de Barros Stewart	056.076.967-90	Brasileira	RJ

6 - AÇÕES ORDINÁRIAS (Unidades)	7 - %	8 - AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	9 - %	10 - TOTAL DE AÇÕES (Unidades)	11 - %	12 - COMP.CAP.SOC.	13 - PART. NO ACORDO DE ACIONISTAS	14 - CONTROLADOR
1	0,00	0	0,00	1	0,00		NÃO	NÃO

15/1 - CLASSE	15/2 - QTD. AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	15/3 - % PREFERENCIAIS

010	Fersen Lamas Lambranho	667.308.057-49	Brasileira	SP
1	0,00	0	0,00	1	0,00		NÃO	NÃO

011	Thomas Joseph McDonald	741.625.861-87	Norte Americana	
1	0,00	0	0,00	1	0,00		NÃO	NÃO

012	Ira Chaplik		Norte Americana	
1	0,00	0	0,00	1	0,00		NÃO	

013	Danilo Palmer	021.592.447-91	Brasileiro	RJ
1	0,00	0	0,00	1	0,00		NÃO	NÃO

997	AÇÕES EM TESOURARIA			
0	0,00	0	0,00	0	0,00			

998	OUTROS			
0	0,00	0	0,00	0	0,00			

999	TOTAL			
100.158.228	100,00	0	0,00	100.158.228	100,00			

271

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

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

1 - ITEM	2 - CONTROLADORA / INVESTIDORA	3 - DATA DE COMP. CAP. SOCIAL
004	Dyl Empreendimentos e Participações S.A.	15/03/2007

1 - ITEM	2 - NOME/RAZÃO SOCIAL	3 - CPF/CNPJ	4 - NACIONALIDADE	5 - UF

6 - AÇÕES ORDINÁRIAS/ COTAS (Unidades)	7 - %	8 - AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	9 - %	10 - AÇÕES/COTAS TOTAL (Unidades)	11 - ¨%	12 - COMP.CAP.SOC.

004001	ADAYL DE BARROS STEWART						056.076.967-90	Brasileira	RJ	
74.996	75,00	0	0,00	74.996	75,00					
004002	DENISE MANGA STEWART						606.520.207-04	BRASILEIRA	RJ	
5.000	5,00	0	0,00	5.000	5,00					
004003	PAULO DE BARROS STEWART						801.451.597-87	BRASILEIRO	RJ	
5.001	5,00	0	0,00	5.001	5,00					
004004	ANA STEWART						888.571.827-20	BRASILEIRA	RJ	
5.003	5,00	0	0,00	5.003	5,00					
004005	IZABEL STEWART						069.055.567-93	BRASILEIRA	RJ	
5.000	5,00	0	0,00	5.000	5,00					
004006	HELENA STEWART						089.541.727-84	BRASILEIRA	RJ	
5.000	5,00	0	0,00	5.000	5,00					
004999	TOTAL									
100.000	100,00	0	0,00	100.000	100,00					

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÕES S/A	06.977.745/0001-91

04.01 - COMPOSIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

1 - Data da Última Alteração: 09/02/2007

2- ITEM	3 - ESPÉCIE DAS AÇÕES	4 - NOMINATIVA OU ESCRITURAL	5 - VALOR NOMINAL (Reais)	6 - QTD. DE AÇÕES (Unidades)	7 - SUBSCRITO (Reais)	8 - INTEGRALIZADO (Reais)
01	ORDINÁRIAS	NOMINATIVA		100.158.228	517.723.531	517.723.531
02	PREFERENCIAIS			0	0	0
03	PREFERENCIAIS CLASSE A			0	0	0
04	PREFERENCIAIS CLASSE B			0	0	0
05	PREFERENCIAIS CLASSE C			0	0	0
06	PREFERENCIAIS CLASSE D			0	0	0
07	PREFERENCIAIS CLASSE E			0	0	0
08	PREFERENCIAIS CLASSE F			0	0	0
09	PREFERENCIAIS CLASSE G			0	0	0
10	PREFERENCIAIS CLASSE H			0	0	0
11	PREFER. OUTRAS CLASSES			0	0	0
99	TOTAIS			100.158.228	517.723.531	517.723.531

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

04.02 - CAPITAL SOCIAL SUBSCRITO E ALTERAÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS

1- ITEM	2 - DATA DA ALTERAÇÃO	3 - VALOR DO CAPITAL SOCIAL (Reais)	4 - VALOR DA ALTERAÇÃO (Reais)	5 - ORIGEM DA ALTERAÇÃO	7 - QUANTIDADE DE AÇÕES EMITIDAS (Unidades)	8 - PREÇO DA AÇÃO NA EMISSÃO (Reais)
01	30/11/2005	1.000	25.092	Subscrição Particular em Dinheiro	25.092	1,0000000000
02	10/10/2006	26.092	31.080	Subscrição Particular em Dinheiro	31.080	1,0000000000
03	13/11/2006	56.606	192.973.612	Subscrição Particular em Dinheiro	192.973.612	1,0000000000
04	13/11/2006	192.973.612	0	Resgate de ações PN	-56.603	1,0000000000
05	20/12/2006	192.973.612	175.390.512	Subscrição Particular em Dinheiro	175.390.512	1,0000000000
06	29/12/2006	516.723.531	148.495.831	Incorporação de ações	301.388.831	2,0290000000
07	09/02/2007	516.723.531	1.000.000	Subscrição Particular em Dinheiro	158.228	6,3200000000

274

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

04.04 - CAPITAL SOCIAL AUTORIZADO

1 - QUANTIDADE (Unidades)	2 - VALOR (Reais)	3 - DATA DA AUTORIZAÇÃO
176.000.000	0	05/03/2007

04.05 - COMPOSIÇÃO DO CAPITAL AUTORIZADO

1- ITEM	2 - ESPÉCIE	3 - CLASSE	4 - QUANTIDADE DE AÇÕES AUTORIZADAS À EMISSÃO (Unidades)
01	ORDINÁRIAS		176.000.000

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

06.03 - DISPOSIÇÕES ESTATUTÁRIAS DO CAPITAL SOCIAL

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

06.04 - MODIFICAÇÃO ESTATUTÁRIA/DIVIDENDO OBRIGATÓRIO

1 - DATA DA ÚLTIMA MODIFICAÇÃO DO ESTATUTO	2 - DIVIDENDO OBRIGATÓRIO (% DO LUCRO)
05/03/2007	25,00

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÕES S/A	06.977.745/0001-91

07.01 - REMUNERAÇÃO E PARTICIPAÇÃO DOS ADMINISTRADORES NO LUCRO

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

07.02 - PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS

1 - DATA FINAL DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL: 31/12/2006

2 - DATA FINAL DO PENÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL: 31/12/2005

3 - DATA FINAL DO ANTEPENÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL: 31/12/2004

4- ITEM	5 - DESCRIÇÃO DAS PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES	6 - VALOR DO ÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)	7 - VALOR DO PENÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)	8 - VALOR DO ANTEPENÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)
01	PARTICIPAÇÕES-DEBENTURISTAS	0	0	0
02	PARTICIPAÇÕES-EMPREGADOS	0	0	0
03	PARTICIPAÇÕES-ADMINISTRADORES	0	0	0
04	PARTIC.-PARTES BENEFICIÁRIAS	0	0	0
05	CONTRIBUIÇÕES FDO. ASSISTÊNCIA	0	0	0
06	CONTRIBUIÇÕES FDO. PREVIDÊNCIA	0	0	0
07	OUTRAS CONTRIBUIÇÕES	0	0	0
08	LUCRO LÍQUIDO NO EXERCÍCIO	344.000	0	0
09	PREJUÍZO LÍQUIDO NO EXERCÍCIO	0	0	0

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÕES S/A	06.977.745/0001-91

07.03 - PARTICIPAÇÕES EM SOCIEDADES CONTROLADAS E/OU COLIGADAS

1- ITEM	2 - RAZÃO SOCIAL DA CONTROLADA/COLIGADA	3 - CNPJ	4 - CLASSIFICAÇÃO	5 - % PARTICIPAÇÃO NO CAPITAL DA INVESTIDA	6 - % PATRIMÔNIO LÍQUIDO DA INVESTIDORA
01	ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.	33.261.561/0001-01	FECHADA CONTROLADA	100,00	19,90

7 - TIPO DE EMPRESA	8 - INÍCIO ÚLTIMO EXERC. SOCIAL	9 - FINAL ÚLTIMO EXERC. SOCIAL	10 - QTD. AÇÕES ÚLTIMO EXERC. SOCIAL (Unidades)
EMPRESA COMERCIAL, INDUSTRIAL E OUTRAS	01/01/2006	31/12/2006	398.289

11 - INÍCIO PENÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL	12 - FINAL PENÚLTIMO EXERC. SOCIAL	13 - QTD. AÇÕES PENÚLTIMO EXERC. SOCIAL (Unidades)	14 - INÍCIO ANTEPENÚLT. EXERC. SOCIAL	15 - FINAL DO ANTEPENÚLT. EXERC. SOCIAL	16 - QTD. AÇÕES ANTEPENÚLTIMO EXERC. SOCIAL (Unidades)
01/01/2005	31/12/2005	398.289	01/01/2004	31/12/2004	398.289

1- ITEM	2 - RAZÃO SOCIAL DA CONTROLADA/COLIGADA	3 - CNPJ	4 - CLASSIFICAÇÃO	5 - % PARTICIPAÇÃO NO CAPITAL DA INVESTIDA	6 - % PATRIMÔNIO LÍQUIDO DA INVESTIDORA
02	ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.	07.749.876/0001-84	FECHADA CONTROLADA	100,00	31,60

7 - TIPO DE EMPRESA	8 - INÍCIO ÚLTIMO EXERC. SOCIAL	9 - FINAL ÚLTIMO EXERC. SOCIAL	10 - QTD. AÇÕES ÚLTIMO EXERC. SOCIAL (Unidades)
EMPRESA COMERCIAL, INDUSTRIAL E OUTRAS	01/01/2006	31/12/2006	398.289

11 - INÍCIO PENÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL	12 - FINAL PENÚLTIMO EXERC. SOCIAL	13 - QTD. AÇÕES PENÚLTIMO EXERC. SOCIAL (Unidades)	14 - INÍCIO ANTEPENÚLT. EXERC. SOCIAL	15 - FINAL DO ANTEPENÚLT. EXERC. SOCIAL	16 - QTD. AÇÕES ANTEPENÚLTIMO EXERC. SOCIAL (Unidades)
01/01/2005	31/12/2005	398.289	01/01/2004	31/12/2004	398.289

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Histórico

Atuamos nos seguintes setores, respectivamente: (i) participação em empreendimentos de *Shopping de Centers*, (ii) administração de *Shopping Centers* e (iii) comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising* em *Shopping Centers*, centros empresariais e centros comerciais. Apresentamos abaixo breve histórico de nossas principais subsidiárias.

A ECISA foi constituída, em 1949, desenvolvendo atividades no setor de construção civil, dedicando-se à construção de estradas, viadutos, vias elevadas, entre outros. Dentre algumas de suas principais obras, destacam-se o metropolitano das cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, trechos das rodovias federais brasileiras BR 116, BR 153, BR 040 e o porto de Assunção, no Paraguai, além da construção do sistema de galerias de águas pluviais da capital paraguaia. A partir da década de 70, a ECISA ingressou no setor de desenvolvimento e investimento em *Shopping Centers* e foi gradualmente reduzindo suas demais atividades. Foi responsável pelo planejamento, comercialização, incorporação e construção do Conjunto Nacional Brasília, o primeiro empreendimento brasileiro concebido dentro dos padrões e conceitos que caracterizam um *Shopping Center*. No período entre 1980 e 2000, a ECISA construiu e administrou o Shopping Recife (PE), o NorteShopping (RJ), o Shopping Campo Grande (MS), o Shopping Del Rey (MG), o Shopping Iguatemi Caxias do Sul (RS) e o Shopping Villa-Lobos (SP).

No final da década de 1990, as atividades da ECISA de administração de *Shopping Centers* e comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising* foram transferidos para outras sociedades de propósito específico constituídas para esse fim, sendo criadas a EGEC e a DACOM, as quais passaram a prestar serviços aos *Shopping Centers* em que a ECISA detém participação e aos *Shoppings Centers* de propriedade de terceiros.

Nesse contexto, a EGEC atualmente administra os seguintes *Shopping Centers* em que detemos participação: NorteShopping; Shopping Campo Grande; Shopping Del Rey; Shopping Iguatemi Caxias do Sul; Goiânia Shopping, Independência Shopping, Shopping Estação (PR), Araguaia Shopping (GO); e Shopping Recife, cuja administração é feita por meio da ASCR, sociedade em que detemos participação; assim como os seguintes *Shopping*s *Centers* de propriedade de terceiros; West Shopping Rio (RJ); *Center* Shopping Rio (RJ); São Gonçalo Shopping Rio (RJ), Liberty Mall (DF). A EGEC administra, ainda, os seguintes centros empresariais: Cittá Office (RJ) e Centro Empresarial Mário Henrique Simonsen (RJ) e os seguintes centros comerciais: Cittá América (RJ), Shopping Itaipu Multi*Center* (RJ). Além disso, a EGEC presta serviços de gerenciamento de *marketing* aos *Shoppings* Top Shopping (RJ) e I-Fashion (RJ), bem como serviços de consultoria de gestão ao Shopping Vitória (ES).

Por sua vez, a DACOM atualmente presta serviços de comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising* para os seguintes *Shopping Centers* em que a ECISA detém participação: Shopping Recife; NorteShopping, Shopping Campo Grande; Shopping Del Rey; Shopping Iguatemi Caxias do Sul; Shopping Villa-Lobos; Independência Shopping, Goiânia Shopping, Shopping Estação e Araguaia Shopping; assim como para os seguintes *Shopping Centers* de propriedade de terceiros: Top Shopping; *Center* Shopping Rio; West Shopping Rio; São Gonçalo Shopping Rio; Liberty Mall; Cittá América; Shopping Itaipu Multi*Center*; Shopping *Center* Três (SP); Iguatemi Campina Grande (PB); Crystal Shopping; e mais à rede dos supermercados Sendas e Pão de Açúcar, assim como ao Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen e Cittá Office. Recentemente, adquirimos participação na DEICO, sociedade responsável pela admistração, comercialização e/ou planejamento de 13 Shopping Centers, e passsamos a prestar também serviços para os seguintes Shoppings Centers: (i) Amazonas Shopping; (ii) Shopping Jaraguá Araraquara; (iii) Shopping Jaraguá Brasil; (iv) Shopping Jaraguá Conceição; (v) Shopping Jaraguá Indaiabuta; (vi) Maxi Shopping Jundiaí; (vii) Shopping Midway Mall; (viii) Shopping ABC Santo André; (ix) Shopping Aldeota; (x) Shopping Piracicaba, (xi) Shopping Tamboré; (xii) Fantasy Shopping; e (xiii) Shopping Butantã.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Eventos de Reestruturações Societárias desde 2001

Em 8 de abril de 2005, concluiu-se o processo de fechamento de capital da ECISA Engenharia, através de oferta pública de ações visando ao referido propósito.

Em 21 de outubro de 2005, a ECISA Engenharia foi parcialmente cindida, constituindo-se a ECISA Participações, que incorporou a parcela cindida da ECISA Engenharia e passou a ser proprietária, dentre outros ativos, do NorteShopping e do Shopping Campo Grande. As ações de emissão da ECISA Participações foram atribuídas aos mesmos acionistas da ECISA Engenharia, preservando-se as proporções anteriormente detidas.

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 outubro de 2006, a ECISA Engenharia e a ECISA Participações adquiriram, por permuta e compra e venda, a totalidade do capital social da EGEC e da DACOM. Logo após, em novembro de 2006, a Licia, uma subsidiária integral da BR Malls, subscreveu ações emitidas em aumento do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações, representando 28,8% do capital social de cada uma delas.

Em dezembro de 2006, a Licia adquiriu a totalidade das ações de emissão da Dylpar, detentora de 26,2% de ações da ECISA Engenharia e 26,2% da ECISA Participações, de modo que a BR Malls passou a deter, indiretamente, uma participação acionária de 55% do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações.

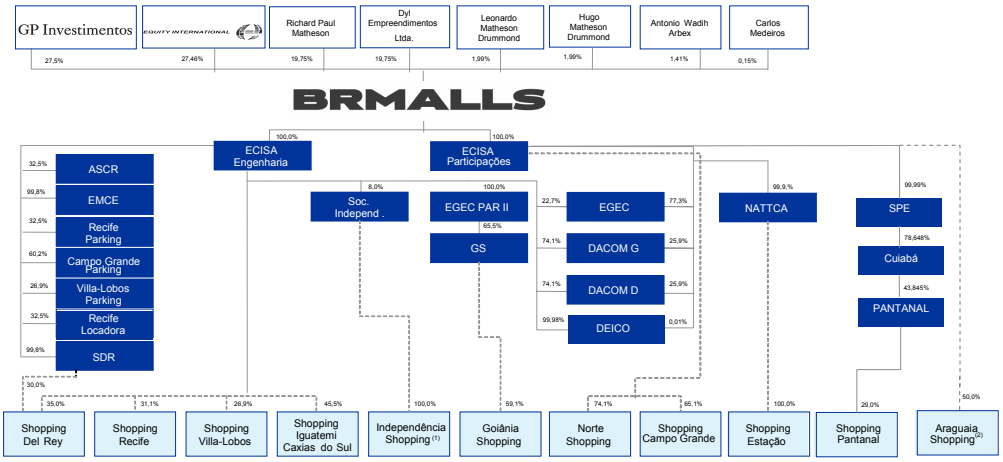
No final de dezembro de 2006, as sociedades Licia e Dylpar foram parcialmente cindidas e posteriormente incorporadas pela ECISA Engenharia e pela ECISA Participações, passando a BR Malls a deter, agora diretamente, 55% do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações. Adicionalmente, a totalidade das ações de emissão da ECISA Engenharia e da ECISA Participações (à exceção daquelas detidas pela BR Malls) foram incorporadas pela BR Malls, convertendo-se (i) a ECISA Engenharia e a ECISA Participações em subsidiárias integrais da BR Malls; e (ii) os antigos acionistas da ECISA Engenharia e da ECISA Participações em acionistas da BR Malls.

Em janeiro de 2007, adquirimos a totalidade das quotas representativas do capital social da EgecPar II e passamos a deter participação acionária, indireta, de 65% na GS Shopping, que possui participação imobiliária de 56,5% do Goiânia Shopping. Dessa forma, passamos a deter, indiretamente, 38,7% do Goiânia Shopping. Em fevereiro de 2007, adquirimos 100,0% do Shopping Estação, através de nossa controlada Nattca. Também em fevereiro 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 para a Companhia remuneração correspondente a 50% (cinqüenta por cento) do resultado líquido do Araguaia Shopping, empreendimento comercial explorado pela referida sociedade. Além disso, em março de 2007, adquirimos participação societária de 99,99% na DEICO, sociedade reponsável pela admisnistração, comercialização e/ou planejamento de 13 Shopping Centers.

Estrutura Societária

O organograma a seguir indica nossa composição societária, bem como nossa participação em *Shoppings Center*s:

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA



(1) Em construção.
(2) Participação por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos assegura, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido deste Shopping Center e o direito de indicar seus administradores.

Sociedades Controladas Relevantes

Abaixo descrevemos nossas subsidiárias relevantes:

ECISA Engenharia e ECISA Participações

Detemos 100% das ações representativas do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações, as quais têm como objeto social (i) a exploração de *Shopping Centers*, de prédios comerciais ou industriais, próprios ou de terceiros; (ii) o planejamento econômico, desenvolvimento, comercialização, gerenciamento e implantação de *Shopping Centers*, de edifícios comerciais e industriais; (iii) a exploração de estacionamentos; (iv) a prestação de assistência técnica para implantação, organização e funcionamento de empresas industriais, comerciais ou de outras naturezas, e (v) a participação no capital social de outras sociedades como acionista ou quotista. Por meio destas sociedades detemos participações societárias nos seguintes *Shopping Centers*: Shopping Del Rey, Independência Shopping; Goiânia Shopping, Shopping Recife, Shopping Villa Lobos e Iguatemi Caxias do Sul, Norte Shopping, Shopping Campo Grande, Shopping Estação, Pantanal Shopping e Araguaia Shopping, sendo neste último caso temos participação nos resultados por meio de debêntures conversíveis. Para maiores informações sobre as atividades da ECISA vide o item "Segmentos e Mercados de Atuação - Participação em Shopping *Centers*" abaixo.

EGEC

A ECISA Engenharia e a ECISA Participações detêm, conjuntamente, 100% do capital social da EGEC – Empresa Gerenciadora de Empreendimentos Comerciais S.A., companhia 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.

DACOM

A ECISA Engenharia e a ECISA Participações detêm, conjuntamente, 100% do capital social da Dacom – Gestão Comercial Ltda e da Dacom – Desenvolvimento e Avaliação Comercial de Shoppings *Centers* Ltda., as quais tem como objeto a prestação de serviços de assessoria e consultoria em gestão empresarial,

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

planejamento de *Shopping Centers*, assim como o acompanhamento, coordenação e exploração de *Shopping Centers*.

SISA

A ECISA Engenharia detém 8% do capital social da SISA - Sociedade Independência Imóveis S.A., companhia que tem como objeto social a organização, implantação e gerência de bens móveis e imóveis e de empreendimentos na área comercial, notadamente *Shopping*s *Centers*. A SISA detém participação imobiliária de 100% do Shopping Independência.

EGEC Par e GS

A ECISA Engenharia é titular da totalidade do capital social da EGEC Par II Participações Ltda., companhia que tem como propósito específico a participação no capital social da GS Shopping *Center* S.A.. A EGEC Par II detém 65% do capital social da GS, companhia que tem como objeto social a participação no Goiânia Shopping. A GS detém participação imobiliária de 56,5% do Goiânia Shopping.

Nattca

A ECISA Participações detém, aproximadamente, 100% do capital social da Nattca Participações S.A., companhia que tem como propósito específico a participação no Shopping Estação e é a exclusiva proprietária (100%) do referido shopping center. As demais ações de emissão da Nattca pertencem a ECISA Engenharia.

As ações de emissão da Nattca foram utilizadas para outorga de garantia ao Banco Itaú BBA S.A., por alienação fiduciária, no âmbito do contrato de financiamento contraído para a aquisição do Shopping Estação.

SPE Indianápolis

A ECISA Participações detém, aproximadamente, 100% do capital social da SPE Indianápolis, companhia que tem como objeto social, dentre outros, a exploração e o desenvolvimento de shoppings centers e a participação no capital social de outras sociedades. A SPE Indianápolis detém participação acionária de 78,648% do capital social da Cuiabá Participações S.A, que por sua vez detém 43,8% do capital social da Pantanal Plaza. Esta última detém participação imobiliária de 29% do Pantanal Shopping. Consolidando-se estas participações societárias, a SPE Indianápolis detém indiretamente, aproximadamente, 10,0% 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 50,0% do resultado líquido do Araguaia Shopping, empreendimento comercial explorado pela referida sociedade.

DEICO

A ECISA Engenharia e a ECISA Participação detêm aproximadamente 99,99% do capital social da DEICO, sociedade que tem como objeto social, dentre outros, a elaboração de projetos econômicos e técnicos, administração e coordenação de projetos, assessoria promocional e de publicidade, assessoria a lançamentos de vendas de imóveis, administração e comercialização de imóveis e a participação no capital social de outras sociedades. A DEICO é atualmente responsável pela admistração, comercialização e/ou planejamento de 13 Shopping Centers, quais sejam: (i) Amazonas Shopping; (ii) Shopping Jaraguá Araraquara; (iii) Shopping Jaraguá Brasil; (iv) Shopping Jaraguá Conceição; (v) Shopping Jaraguá Indaiabuta; (vi) Maxi Shopping Jundiaí; (vii) Shopping Midway Mall; (viii) Shopping ABC Santo André; (ix) Shopping Aldeaota; (x) Shopping Piracicaba, (xi) Shopping Tamboré; (xii) Fantasy Shopping; e (xiii) Shopping Butantã;.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Outras Sociedades

Além das participações nas sociedade acima elencadas, também detemos participações nas seguintes sociedades:

Sociedades	Participação
SDR	99,8%
ASCR	32,5%
EMCE	99,8%
Recife Parking	32,5%
Campo Grande Parking	60,2%
Villa-Lobos Parking	26,9%
Recife Locadora	32,5%

Investimentos e Desinvestimentos desde 2004

Para maiores informações acerca de nossos principais investimentos ver item "Eventos de Reestruturações Societárias desde 2001" acima. Além dos investimentos mencionados neste item, em 27 de fevereiro de 2007, adquirimos, por meio de nossa subsidiária SPE Indianápolis Participações S.A., 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 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 emisssão da Invest Mall Participaçãoes S.A., da Cuiabá Participações S.A. e da Country Shopping S.A. De acordo com os termos da escritura de emissão, compete aos debenturistas indicar a administração do Araguaia Shopping, ressalvada as condições de mercado. Nesse contexto, a Egec e a Dacom prestarão serviços de administração e comercialização de lojas para o Araguaia Shopping.

Não realizamos desinvestimentos relevantes desde a data de nossa constituição.

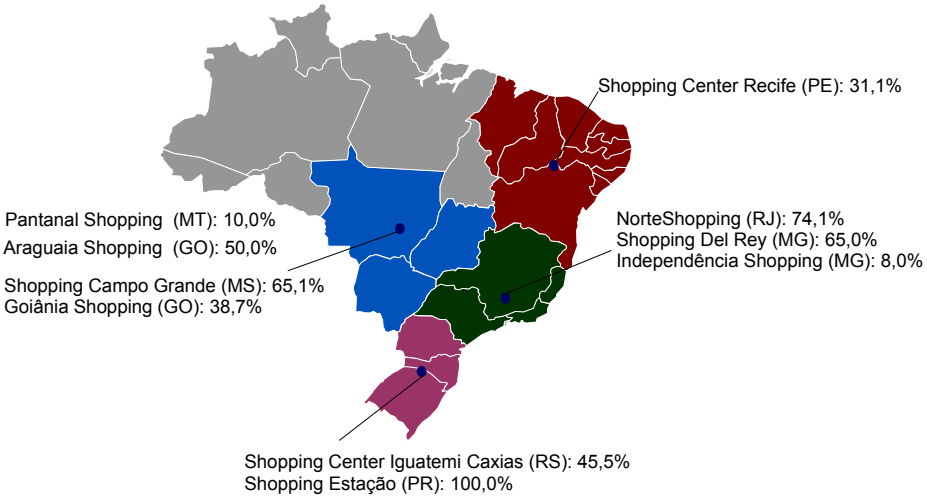
Segmentos e Mercados de Atuação

Participação em Shopping Centers

Temos participação em 11 *Shopping Centers*, quais sejam: (i) Shopping Recife, localizado em Recife, Pernambuco, (ii) Goiânia Shopping, localizado em Goiânia, Goiás (iii) NorteShopping, localizado no Rio de Janeiro, RJ, (iv) Shopping Campo Grande, localizado em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, (v) Shopping Del Rey, localizado em Minas Gerais, (vi) Shopping Villa-Lobos, localizado em São Paulo, SP (vii) Independência Shopping, localizado em Juiz de Fora, Minas Gerais; (viii) Shopping Iguatemi Caxias do Sul, localizado em Caxias do Sul, Rio Grande do Sul; (ix) Shopping Estação, localizado na cidade de Curitiba, Paraná; (x) Pantanal Shopping, localizado em Cuiabá – MT e (xi) Araguaia Shopping, localizado em Goiânia – GO, sendo nossa participação no Araguaia Shopping por meio de debêntures conversíveis com participação nos lucros, que nos assegura, dentre outros direitos, uma remuneração correspondente a 50% do resultado líquido deste Shopping Center e o direito de indicar seus administradores. Nesse contexto, estamos localizados nas regiões Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul do País. O mapa abaixo indica a localização de

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

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 NorteShopping e o Shopping Recife, estando o NorteShopping e o Shopping Recife entre os seis maiores *Shopping*s do Brasil em termos de ABC, de acordo com ABRASCE. Após sua recente expansão, o NorteShopping passou a disputar a posição de maior *Shopping Center* do Rio de Janeiro, de acordo com ABRASCE.

Para mais informações sobre os dados operacionais dos nossos *Shopping Centers*, vide o item "Empreendimentos" abaixo.

Administração de Shopping Centers, Centros Comerciais e Centros Empresariais

Somos especializados na administração de nossos *Shopping Centers*, de *Shopping Centers* de terceiros, de centros comerciais e centros empresariais. Possuímos experiência na gestão de tais empreendimentos comerciais com seus diversos perfis, porte, localização e estágios de maturação. Atualmente, somos responsáveis pela administração, de 21 *Shopping Centers*, 2 centros comerciais e 2 centros empresariais no País, todos constituídos na forma de condomínio edilício e condomínio *pro-indiviso*, ressalvados o Shopping Itaipu Multicenter e o centro comercial Cittá América, cujas lojas são de propriedade dos respectivos lojistas. Além disso, prestamos serviços de consultoria para o Vitória Shopping e serviços de gerenciamento de *marketing* para o Top Shopping e o I-Fashion.

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 adminitração de *Shopping Centers*.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

A venda anual agregada dos empreendimentos por nós administrados foi de cerca de R$2 bilhões, no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2006.

Comercialização de lojas e espaços de Mall e Merchandising

Somos especializados na comercialização de lojas e espaços de Mall, Merchandising e realização de eventos em Shopping Centers. Atualmente, prestamos serviços para 33 empreendimentos, em diversas regiões do Brasil, com atuação destacada no Rio de Janeiro e São Paulo. Destes empreendimentos, 31 são Shopping Centers que possuem, conjuntamente, 5.336 lojas, ocupando 883,0 mil m² de ABL. No ano de 2006, foram negociadas pela DACOM 344 lojas com 58,4 mil m² de ABL, sendo os demais 2 cadeias de supermercado.

Nossa atividade de comercialização de lojas engloba a gestão planejada do *Mix* de Lojas e a definição da política comercial dos *Shopping*s *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. Prestzels, 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*s 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 estacionamentos. 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 inicio 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, Pão de Açúcar e Hard Rock Café.

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, em 2006, era de cerca de 1,5 milhão de habitantes, de acordo com ITPM.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Atualmente, o Shopping Recife é um dos maiores centros de compras da América Latina, de acordo com ABRASCE, com 82,7 mil m² de ABC e 61,2 mil m² de ABL, e conta com 5 mil vagas de estacionamento e com 415 lojas, sendo 404 Lojas Satélites e 11 Âncoras.

O público consumidor do Shopping Recife é formado por pessoas de todas as idades, 68% deles das Classes A e B. Cerca de 73% dos consumidores do Shopping Recife visitam o empreendimento semanalmente e a cada 100 visitas, 74 efetivamente resultaram em compra, de acordo com IPESPE, em setembro de 2006.

De acordo com as declarações de vendas dos lojistas, o volume de vendas do Shopping Recife passou de R$ 465 milhões em 2004 para aproximadamente R$ 784,4 milhões em 2006. O Shopping Recife atrai um tráfego de 24,0 milhões consumidores ao ano. De acordo com a contagem eletrônica nas entradas de acesso ao *Mall*, em 2006, diariamente 60 mil pessoas em média freqüentaram o *Shopping* e cerca de 600 mil carros estacionaram, mensalmente, em uma das 5 mil vagas oferecidas pelo empreendimento.

Atualmente, o Shopping Recife é administrado por nossa subsidiária ASCR e seu resultado operacional, no ano de 2006, foi de R$ 56,9 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Recife:

	Shopping Recife
	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)[1]	31,1%
ABC (m²)	82,7 mil
ABL Total (m²)	61,2 mil
N.º de Lojas[2]	415
Principais Lojas	Zara, C&A, Renner, Mega Store Saraiva, Lojas Americanas, Hiper Bom Preço, Tok&Stok
N.º de Visitantes por ano	24, milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	5 mil
Resultado Operacional[2]	56,9 milhões
Vendas declaradas em 2006	784,4 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

Os principais concorrentes do Shopping Recife são os seguintes:

Shopping *Center*	**Ano de inauguração**	**Nº Lojas**	**ABL (m²)**	**Vagas de estacionamento**	**Principais Lojas**
Guararapes.....	1993	219	43,5 mil	2.000	C&A, Lojas Americanas, Game Station e Insinuante
Tacaruna	1997	260	40,7 mil	2.150	C&A, Bom Preço, Lojas Americanas, Riachuelo e PB Kids

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Fonte: ABRASCE e sites dos *Shoppings Centers*

A tabela abaixo indica as participações detidas no Shopping Recife:

Condômino	Participação (%)	
	Área 1 (1)	Área 2 (2)
ECISA	**30,8**	**32,4**
EMAMI	**33,3**	**35,1**
MAGUS	**19,7**	**20,7**
MILBURN	**11,1**	**11,7**
CERES	**5,0**	**-**

(1) Área original do Shopping.
(2) Área referente à 1ª expansão.

NorteShopping

Inaugurado em julho de 1986, com 31,0 mil m² de ABL, na zona norte da cidade do Rio de Janeiro, o NorteShopping foi o primeiro *Shopping Center* da região norte do Rio de Janeiro e o pioneiro em ancoragem por hipermercado trazendo o Carrefour com 13,5 mil m² de ABL. Em 1988, foi realizada a primeira expansão do empreendimento que incorporou ao *Shopping Center* 30 novas lojas, a âncora C&A e 2 salas de cinema.

Atualmente, seu *Mix* de Lojas está entre os mais completos entre todos os *Shoppings* do Rio de Janeiro, totalizando, em 2006, 327 lojas, sendo 316 lojas Satélites e 11 Âncoras (Carrefour, Renner, C&C, C&A, Casa & Vídeo, Leader Magazine, Lojas Americanas, Casas Bahia e Ponto Frio) além de um portfólio diversificado de serviços que inclui: posto da Polícia Federal para emissão de passaportes, Detran (IFP), postos da Secretaria de Fazenda e Ministério do Trabalho, Correios, lava a jato *indoor*, bancos 24h, bancos (Banco Itaú, Sudameris e Caixa Econômica Federal), cabeleireiros, lavanderia, banheiro-família, fraldário, carrinhos gratuitos para bebês, chaveiro, jornaleiro e foto instantânea. Além da grande variedade de marcas e serviços, conta com 4 salas de cinema (Art Filmes e Luis Severiano Ribeiro), e 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 Francesa e o Wise up.

Cercado por um estacionamento com 4.692 vagas cobertas, acreditamos que o NorteShopping assume hoje o papel de referência em compras, lazer, moda e cultura da zona norte do Rio de Janeiro. O NorteShopping atrai um tráfego médio de 28,8 milhões consumidores ao ano, sendo 15% da Classe A e 51% da Classe B, 62% feminino e 79% acima dos 20 anos, de acordo com o IMA, em abril de 2006.

De acordo com IMA, dos frequentadores do NorteShopping, 57% vão ao shopping pelo menos 1 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: Mc Donald´s (sua loja hoje está entre as 10 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) e o Ponto Frio (loja líder no ranking nacional de vendas durante vários meses nos últimos 2 anos), conforme informado pelas próprias lojas. Acreditamos que por força destes aspectos o NorteShopping possui um dos maiores faturamento por m² do Estado do Rio de Janeiro.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Em 15 de janeiro de 2007, o NorteShopping inaugurou sua segunda grande expansão, denominada "Pátio NorteShopping". Com a ampliação, o NorteShopping passou a ter 97,7 mil m² de ABC e 77,1 mil m² de ABL se tornando um dos maiores *Shoppings* do Rio de Janeiro.

O Pátio NorteShopping possui uma área de lazer e entretenimento com 32,5 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. O Pátio NorteShopping possui 35 lojas e um estacionamento com 500 vagas.

Atualmente, somos responsáveis pela administração do NorteShopping. O resultado operacional do NorteShopping, no ano de 2006, foi de R$ 41,9 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do NorteShopping :

	NorteShopping
	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)[1]	74,1%
ABC (m²)	97,7 mil
ABL Total (m²)	77,1 mil
N.º de Lojas[2]	327
Principais Lojas	Carrefour, Renner, C&C, C&A, Casa&Vídeo, Leader Magazine, Lojas Americanas, Casas Bahia e Ponto Frio
N.º de Visitantes por ano	28,8 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	4.692
Resultado Operacional[2]	41,9 milhões
Vendas declaradas em 2006	797,4 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

O NorteShopping tem como principais concorrentes 3 *Shoppings Centers*, conforme descrito abaixo:

Shopping *Center*	**Ano de inauguração**	**Nº Lojas**	**ABL (m²)**	**Vagas de Estacionamento**	**Principais Lojas**
Barra Shopping	1981	616	91,2 mil	6.289	Zara, Ponto Frio, Casa & Vídeo, C&A, Fast Shop, Fnac, Leader Magazine, Lojas Americanas, Renner e Saraiva.
Nova America	1995	230	59,3 mil	2.487	C&A, Casa & Vídeo, Ponto Frio, Kalunga, Lojas Americanas e Casas Bahia.
Carioca	2001	185	35,1 mil	1.824	Hipermercado Extra, Cinemark, Leader, Lojas Americanas, C&A e Casa&Vídeo.

Fonte: ABRASCE e sites dos *Shoppings Centers*

A tabela abaixo indica as participações detidas no NorteShopping:

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Condômino	Participação (%)	
	Área 1 (1)	Área 2 (2)
ECISA	**51,0**	**51,0**
PREVI	**29,0**	**49,0**
REFER	**20,0**	**-**

(1) Área original do *Shopping*.
(2) Área referente à 1ª expansão.

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 Shopping Campo Grande tem ABC de 57,3 mil m² e ABL de 28,2 mil m² e oferece estacionamento para 2.120 vagas simultâneas.

O *Mix* de Lojas do Shopping Campo Grande contempla 161 lojas, sendo 154 Lojas Satélites e 7 lojas Âncoras, entre elas: Casas Bahia, Renner, Pernambucanas, Riachuelo, Lojas Americanas e C&A e Hipermercado Carrefour, além de reunir as melhores marcas regionais e nacionais, agências bancárias e agências dos correios.

De acordo com o IMA, no ano de 2006, a freqüência do Shopping Campo Grande atingiu média de 10,8 milhões pessoas por ano e o aumento de vendas com relação ao ano anterior foi de 8,48%, alcançando cerca de R$229,6 milhões. Em abril de 2006, 60% dos consumidores do Shopping Campo Grande pertenciam à Classes A e B, 70% dos freqüentadores possuiam automóveis, 65% tinham cartão de crédito, 44% possuiam nível superior completo e 74% acessavam a *Internet*.

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 publicados pela Secretaria de Estado de Planejamento Ciência e Tecnologia (www.seplanct.ms.gov.br). Com população total de 766.010 pessoas, a cidade de Campo Grande teve um crescimento demográfico de 2,42% ao ano e um consumo per capita de R$ 8.904,80 ao ano, no ano de 2006, conforme dados do ITPM, o que a coloca na posição de 17ª no ranking do IPC Target 2006 (dentre 5.564 municípios brasileiros). Não há outro *Shopping Center* na região, não havendo concorrente a se destacar.

Somos responsáveis por sua administração. No ano de 2006, o resultado operacional do Shopping Campo Grande foi de R$12,2 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Campo Grande:

Shopping Campo Grande

	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)(1)	65,1%
ABC (m²)	57,3 mil
ABL Total (m²)	28,2 mil
N.º de Lojas(2)	161
Principais Lojas	Casas Bahia, Renner, Pernambucanas, Riachuelo, Lojas Americanas e C&A e Hipermercado Carrefour
N.º de Visitantes por ano	10,8milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	2.120
Resultado Operacional(2)	12,2 milhões

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Vendas declaradas ..... 229,6 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

A tabela abaixo indica as participações detidas no Shopping Campo Grande:

Condômino	Participação (%)	
	Área 1 (1)	Área 2 (2)
ECISA	**65,5**	**64,0**
Tangará	**4,5**	**6,0**
Vaspart	**10,0**	**10,0**
Planejar	**5,5**	**5,5**
Power Serviços	**2,0**	**2,0**
G.J.C	**3,5**	**3,5**
Pama	**4,9**	**4,9**
Zuzy	**4,1**	**4,1**

(1) Área original do *Shopping*.
(2) Área referente à 1ª expansão.

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 ABC de 59,3m²m² e uma uma ABL de 37,4 milm² , o Shopping Del Rey oferece um estacionamento com 2.356 vagas e conta com 183 lojas, sendo 174 Satélites e 9 lojas Âncoras, sendo elas: C&A, Riachuelo, Renner, Lojas Americanas, Dadalto, Pernambucanas, Marisa, 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.

Acreditamos que o Shopping Del Rey é um dos principais *Shoppings* do mercado mineiro, com vendas que ultrapassaram R$ 211 milhões em 2006 e um público de 14,4 milhões consumidores ao ano com perfil qualificado: 66% de Classes A e B, 55% de jovens (entre 18 e 34 anos), 50% com ensino médio e 26% com nível superior ou mais, 75% com residência em imóvel próprio, conforme dados do Instituto Ipsos para o ano de 2003.

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.

Em 2007, o Shopping Del Rey será objeto de uma grande revitalização, com investimento de aproximadamente R$ 5 milhões, sendo que o projeto prevê a reformulação nas áreas de paisagismo, iluminação e circulação interna.

Atualmente, somos proprietários de fração ideal equivalente a 65,0% do Shopping Del Rey e somos responsáveis por sua administração. No ano de 2006, o resultado operacional do Shopping Del Rey foi de R$16,9 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Del Rey:

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Shopping Del Rey

	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)[1]	65,0%
ABC (m²)	59,3 mil
ABL Total (m²)	37,4 mil
N.º de Lojas[2]	183
Principais Lojas	C&A, Riachuelo, Renner, Lojas Americanas, Dadalto, Pernambucanas, Marisa, Carrefour e Multiplex
N.º de Visitantes por ano	14,4 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	2.356
Resultado Operacional[2]	16,9 milhões
Vendas declaradas	271,1 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

O Shopping Del Rey tem como principais concorrentes 3 *Shoppings Centers*, conforme descrito abaixo:

Shopping *Center*	Ano de inauguração	Nº Lojas	ABL (m²)	Vagas de Estacionamento	Principais lojas
BH Shopping	1979	283	3,5 mil	3.128	Carrefour, C&A, Lojas Americanas, Riachuelo, Renner e Zara
Itaúpower	2005	100	3,3 mil	3.300	C&A, Renner, Riachuelo e Lojas Americanas
Minas Shopping	2001	185	3,2 mil	3.000	Lojas Americanas, Riachuelo, C&A e Dadalto

Fonte: ABRASCE e sites dos *Shoppings Centers*

A tabela abaixo indica as participações detidas no Shopping Del Rey:

Condomínio	Participação (%)
ECISA	**65,0**
Petros	**15,0**
Sendas	**20,0**

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. Com uma ABC de 27,2 milm² e uma ABL de 14,7 milm², o Shopping Iguatemi Caxias do Sul conta com um estacionamento com 1.700 vagas e com 94 lojas, sendo 92 lojas Satélites e 2 Âncoras, dentre as principais estão a Loja Renner, o Hipermercado Carrefour, um complexo de 6 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.

O Shopping Iguatemi Caxias do Sul atende uma área que abrange 55 municípios do nordeste do Rio Grande do Sul, totalizando uma população de 779,0 mil pessoas em 2003, com uma renda familiar anual de R$ 16,184 e índice de alfabetização superior a 90%, de acordo com o IBGE.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

O Shopping Iguatemi Caxias do Sul está voltado para um público majoritariamente da Classes A e B, que representavam 69,6% dos consumidores do *Shopping Center* em 2004 e sua freqüência é de aproximadamente 7,3 milhões consumidores por ano.

Atualmente, somos responsáveis pela administração do Shopping Iguatemi Caxias do Sul. Através da participação no Shopping Iguatemi Caxias do Sul, marcamos a nossa entrada no mercado de *Shopping Centers* da região Sul do País. Em 2007, pretendemos iniciar uma expansão no Shopping Iguatemi Caxias do Sul, cujo resultado operacional, no ano de 2006, foi de R$6,4 milhões.

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

	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)[1]	45,5%
ABC (m²)	27,2 mil
ABL Total (m²)	14,7 mil
N.º de Lojas[2]	94
Principais Lojas	Loja Renner, Hipermercado Carrefour
N.º de Visitantes por ano	7,3 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	1.700
Resultado Operacional[2]	6,4 milhões
Vendas declaradas	121,2 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

A tabela abaixo indica as participações detidas no Shopping Iguatemi Caxias:

Condômino	Participação (%)	
	Área 1 [1]	Área 2 [2]
ECISA	**45,5**	**65,0**
EGEC Par	**30,0**	**-**
MAiojama	**16,1**	**23,0**
Iguatemi	**8,4**	**12,0**

(1) Área original do *Shopping*.
(2) Área referente à 1ª expansão.

Shopping Villa-Lobos

Inaugurado em abril de 2000, o Shopping Villa-Lobos está localizado na cidade São Paulo, no estado de São Paulo.

Com 27,3 mil m² de ABC e 27,3 milm² de ABL, o Shopping Villa-Lobos possui 1.913 vagas de estacionamento, um *Mix* de Lojas que conta com 221 lojas, sendo 219 lojas Satélites e 2 lojas Âncoras. O Shopping Villa-Lobos conta também com opções de gastronomia, serviços e lazer.

A freqüência do Shopping Villa-Lobos é de aproximadamente 9,0 milhões consumidores por ano, sendo 97% de Classes A e B, conforme dados do ITPM para o ano de 2006. O Shopping Villa-Lobos está localizado na Marginal Pinheiros na cidade de São Paulo, por onde trafegam 300 mil carros por dia.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

O Shopping Villa-Lobos atualmente é administrado pela empresa Saphyr Gestão. No ano de 2006, o resultado operacional do Shopping Villa-Lobos foi de R$26,8 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Villa-Lobos:

Shopping Villa-Lobos

	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)[1]	26,9%
ABC (m²)	27,3 mil
ABL Total (m²)	27,3 mil
N.º de Lojas[2]	221
Principais Lojas	Zara, C&A, Pão de Açúcar, Fast Shop, Livraria Cultura
N.º de Visitantes por ano	9,0milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	1.913
Resultado Operacional[2]	26,8 milhões
Vendas declaradas em 2006	352,6 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

Os principais concorrentes do Shopping Villa-Lobos são os seguintes:

Shopping *Center*	Ano de inauguração.	Nº Lojas	ABL (m²)	Vagas de Estacionamento	Principais lojas
Ibirapuera	1976	500	49,6 mil	3.110	Zara, Camicado, Fast Shop e Centauro
Morumbi Shopping	1982	411	45,3 mil	2.464	Zara, FNAC, Swarovski e Puma
Iguatemi	1966	330	40,7 mil	N/A	Ferragamo, Diesel, Empório Armani e Zara
Pátio Higienópolis	1999	220	27,9 mil	1.350	Fast Shop, Les Lis Blanc e H Stern
Região dos Jardins	N/A	N/A	N/A	N/A	Diesel, Emporio Armani e Louis Vuitton

Fonte: ABRASCE e site dos *Shopping Centers*

A tabela abaixo indica as participações detidas no Shopping Villa-Lobos (Operacional):

Condomínio	Participação (%)
ECISA	26,8
Christaltur	25,7
Biton	20,0
Pargim	18,7
GHB II:	1,8
Terras Novas	3,7
Jaguari	3,2

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.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Em 2000, o Goiânia Shopping passou por sua primeira expansão, aumentando sua área total construída de cerca de 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. Com uma ABC 19,2 mil m² e uma uma ABL de 16,8 milm², o Goiânia Shopping oferece 962 vagas a seus consumidores. Em 2007, pretendemos realizar uma nova expansão no Goiânia Shopping.

O Goiânia Shopping conta com um diversificado e sofisticado *Mix* de Lojas, incluindo 113 lojas, sendo 3 lojas Âncoras (Hipermercado Bretas, C&A e Cinemas Severiano Ribeiro) e 110 lojas Satélites, bem como com uma galeria de serviços.

A freqüência do Goiânia Shopping chega a 5,4 milhões consumidores por ano com um perfil altamente qualificado: 71% pertencem à Classes A e B, 53% têm de 20 a 39 anos, 51% têm o 2º grau completo e 56% possui automóvel próprio.

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.

Atualmente, somos proprietários de fração ideal equivalente a 38,7% do Goiânia Shopping e somos responsáveis por sua administração. No ano de 2006, o resultado operacional do Goiânia Shopping foi de R$6,1 milhões.

A tabela abaixo apresenta as principais características do Goiânia Shopping:

Goiânia Shopping

	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)[1]	38,7%
ABC (m²)	19,2 mil
ABL Total (m²)	16,8 mil
N.º de Lojas[2]	113
Principais Lojas	Hipermercado Bretas, C&A e Cinemas Severiano Ribeiro
N.º de Visitantes por ano	5,4 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	962
Resultado Operacional[2]	6,1 milhões
Vendas declaradas em 2006	137,2 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

O Shopping Gioânia tem como principais concorrentes 3 *Shoppings Centers*, conforme descrito abaixo:

Shopping *Center*	Ano de inauguração	Nº Lojas	ABL (m²)	Vagas de Estacionamento	Principais lojas

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Flamboyant	1981	265	46,7 mil	3.000	C&A, Renner, Lojas Americanas, Tok&Stock, Riachuelo, Saraiva,
Buriti	1996	230	32,0 mil	1.000	C&A, Lojas Americanas, Hipermercado Bretas
Bouganville	2006	150	11,5 mil	550	Renner, CTIS, Toolbox, Calvin Klein, M. Officer, Zoomp, Colcci

Fonte: ABRASCE e sites dos *Shoppings Centers*

A tabela abaixo indica as participações detidas no Goiânia Shopping:

Condomínio	**Participação (%)**
GS Participações	51,0
Comprev	7,7
Gary Alanno	3,7
Invest Mall	15,7
Prebeg	13,8
Funasa	8,0

Independência Shopping

A inauguração do Independência Shopping está prevista para outubro de 2007, na cidade de Juiz de Fora em Minas Gerais. O investimento total deverá alcançar R$ 100 milhões, sendo nossa participação de aproximadamente R$ 8 milhões.

Com cerca de 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.

Juiz de Fora é a única cidade deste porte no País que ainda não possui um *Shopping Center* nos padrões tradicionais. O Independência Shopping atenderá a demanda de uma região com cerca de 2,1 milhões de habitantes, que compreende cerca de 98 municípios num raio de 100 km, e deverá impulsionar o comércio local e regional. No total, estimamos que o empreendimento criará 1500 empregos diretos na fase de construção e 2.000 empregos diretos após a inauguração.

O Independência Shopping encontra-se em um terreno 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. Quando finalizado o Independência Shopping terá cerca de 23,0 mil m² de ABC e 23,0 mil m² de ABL.

Serão cinco andares de *Shopping*, sendo dois para lojas, cinemas e praça de alimentação e 3 exclusivos para estacionamento, com 1.300 vagas.

Atualmente, somos responsáveis pela administração do Independência Shopping. A tabela abaixo apresenta as principais características do Independência Shopping:

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Independência Shopping

	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)[1]	8,0%
ABC (m²)	23,0 mil
ABL Total (m²)	23,0 mil
N.º de Lojas[2]	182
Principais Lojas	-
N.º de Visitantes por ano	-
N.º de Vagas no Estacionamento	1.300
Resultado Operacional[2]	-
Vendas declaradas em 2006	-

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

O Independência Shopping tem como principais concorrentes 2 centros comerciais, conforme descrito abaixo:

Centros Comerciais	Ano de inauguração	Nº lojas	ABL (m²)	Vagas de Estacionamento	Principais Lojas
Mister	1988	141	9,0 mil	350	O Boticário, *Mr. Cat*, Falabella Arquitetura, Andarella, Melissa Fashion, *Uncle K*, Vitor Hugo.
Alameda	1999	38	5,5 mil	150	Lojas Americanas, Dzarm e *Mr. Cat*, Água de Cheiro

Fonte: ABRASCE e site dos *Shopping Centers*

A tabela abaixo indica as participações detidas no Shopping Independência:

Condomínio	Participação (%)
ECISA	8,0
Independência Participações	62,5
Epsa do Brasil	29,5

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 52,0 mil m² de ABC e 52,0 mil m² de ABL, o Shopping Estação conta com um estacionamento com 1.746 vagas e 159 lojas, sendo 156 lojas Satélites e 3 Âncoras, dentre elas: O Boticário, Arezzo, Bob's e Mc Donalds. O *Mix* de Lojas do Shoping Estação está sendo aperfeiçoado, ganhando forte ancoragem, inclusive do Estação Convention Center com 25,0 mil m². O Shopping Estação está voltado para um público majoritariamente das Classes B e C, sendo sua freqüência de 8,4milhões consumidores por ano. Seus principais concorrentes são: Parkshopping Birigui, Crystal Shopping, Shopping Mueller e Shopping Curitiba.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Em fevereiro deste ano, adquirimos participação no Shopping Estação, sendo proprietários de fração equivalente a 100,0%. No ano de 2006, seu resultado operacional foi de R$ 7,7 milhões. A tabela abaixo apresenta as principais características do Shopping Estação:

Shopping Estação

	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)[1]	100,0%
ABC (m²)	52,0 mil
ABL Total (m²)	52,0 mil
N.º de Lojas[2]	159
Principais Lojas	O Boticário, Arezzo, Bob's e Mc Donalds
N.º de Visitantes por ano	8,4 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	1.746
Resultado Operacional[2]	7,7 milhões
Vendas declaradas em 2006	153 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

A tabela abaixo indica as participações detidas no Shopping Estação:

Condomínio	Participação (%)
NATTCA	99,99
ECISA	0,01

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 39,2 mil m² de ABC e 39, mil m² de ABL, o Pantanal Shopping conta com um estacionamento com 2 mil vagas e 241 lojas, sendo 230 lojas Satélites e 11 Âncoras, dentre elas: Lojas Americanas, Renner, Ponto Frio, Novo Mundo, Supermercado Modelo IGA e Cinemas Multiplex. A freqüência do Pantanal Shopping é de aproximadamente 9,0 milhões de consumidores por ano.

Em fevereiro deste ano, adquirimos participação no Pantanal Shopping, sendo proprietários de fração equivalente a 10,0%. A tabela abaixo apresenta as principais características do Independência Shopping:

Pantanal Shopping

	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)[1]	10,0
ABC (m²)	39,2mil m²
ABL Total (m²)	39,2mil m²
N.º de Lojas[2]	241
Principais Lojas	Lojas Americanas, Renner, Ponto Frio, Novo Mundo, Supermercado Modelo IGA e Cinemas Multiplex
N.º de Visitantes por ano	9,0 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	2 mil
Resultado Operacional[3]	1,2 milhões
Vendas declaradas em 2006	171,4 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.

(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

Araguaia Shopping

Inaugurado em julho 2001, o Araguaia Shopping está localizado na cidade de Goiânia, no estado de Goiás. O Araguaia Shopping tem 19,8 mil m² de ABC e 19,8 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 900 vagas e com 103 lojas, sendo 98 lojas Satélites e 5 Âncoras, dentre elas: Novo Mundo, Lojas Americanas, Tecelagem Avenida e Bretas. A freqüência do Araguaia Shopping é de aproximadamente 15,6 milhões consumidores ao ano. 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 e comercialização de suas unidades imobiliárias.

Araguaia Shopping

	Em 31 de dezembro de 2006
Participação (%)(1)	50% do resultado líquido do Araguaia Shopping
ABC (m²)	19,8mil m²
ABL Total (m²)	19,8mil m²
N.º de Lojas(2)	103
Principais Lojas	Novo Mundo, Lojas Americanas, Tecelagem Avenida e Bretas
N.º de Visitantes por ano	15,6 milhões
N.º de Vagas no Estacionamento	900
Resultado Operacional(3)	1,9 milhões
Vendas declaradas em 2006	93,4 milhões

(1) Considera a participação que detemos na presente data.
(2) Inclui lojas que compõe nosso ABL e lojas de terceiros.
(3) O resultado operacional dos *Shopping Centers* corresponde ao resultado gerado pelas operações de cada um dos *Shopping Centers*. Participamos no resultado de cada *Shopping Center* proporcionalmente à nossa participação no empreendimento. Nossas demonstrações e informações financeiras reconhecem nas linhas individuais das demonstrações de resultado as receitas e despesas na proporção da nossa participação em cada *Shopping Center*.

Prestamos serviços para os seguintes Shopping *Centers*, Centros Comerciais e Centros Empresariais

Atualmente, somos responsáveis pela administração de 9 dos 11 *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; e (ix) Shopping Recife (para mais informações sobre estes *Shoppings Centers* ver acima o item "Empreendimentos"). Também prestamos serviços de administração, consultoria e gerenciamento de marketing, conforme o caso, para os seguintes *Shopping Centers*, centros comerciais e centros empresariais:

Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen

Prestamos serviços de administração para o Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen, localizado na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro. Inaugurado em agosto de 2003, o Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen conta com ABC de 48,6 milm², ABL de 48,6 milm², estacionamento com 1.612 vagas e com 26 espaços comerciais, onde estão localizadas empresas multinacionais e de grande porte, tais como TIM, Nokia, Samsung, Volkswagen, Petroflex, BHP Billiton e White Martins.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Cittá América e Cittá Office

Prestamos serviços de administração para o centro empresarial Cittá América e para o centro comercial Cittá Office. Inaugurado em 1999, o Cittá América está localizado na Barra da Tijuca, Zona Oeste do Rio de Janeiro. A Barra da Tijuca é um dos principais bairros da cidade, com população de 238.532 habitantes, em [2006], e um crescimento demográfico de 5,36%, ao ano, de 2005 em relação a 2004, conforme dados do ITPM. Ainda de acordo com ITPM, na área de influência primária do *Shopping Center*, estão 62.768 residências de Classes A e B, gerando um consumo *per capita* urbano de R$ 21.644,15 ao ano, em 2006. Com uma ABC de 27,7mil m², são ao todo 592 espaços comerciais, 2.293 mil vagas de estacionamento e uma ancoragem diferenciada com a primeira e maior filial do restaurante Hard Rock Café da cidade do Rio de Janeiro e a academia A! Body Tech, um dos maiores complexos de bem-estar da América Latina com 12 mil m².

O complexo abriga, também, o centro empresarial Città Office com 39,8 mil m² de ABC, que conta com espaços comerciais, onde estão localizadas empresas multinacionais e de grande porte como Michelin, Globo.com, Novartis, Cisco Systems, AT&T, Star Shipping e Renault. A infra-estrutura conta com 13 prédios e uma moderna central de comunicação, suficiente para uma cidade de médio porte. O tráfego diário no Città Office é de 3 mil pessoas que trabalham ali e 4 mil que freqüentam as salas comerciais diariamente.

São Gonçalo Shopping

Prestamos serviços de administração para o São Gonçalo Shopping, que está localizado na cidade de São Gonçalo, no estado do Rio de Janeiro. Inaugurado no dia 25 de março de 2004, como o quarto maior *Shopping Center* do estado do Rio de Janeiro e o primeiro e único do município, o São Gonçalo Shopping tem 46,5 milm² de ABC e 46,5 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 2.500 vagas e com 176 lojas, sendo 169 lojas Satélites e 7 Âncoras, dentre elas: Hipermercado Extra, Leader Magazine, Marisa, Lojas Americanas, C&A, Casa & Vídeo, Casas Bahia e Ponto Frio. A freqüência do São Gonçalo Shopping é de aproximadamente 11,4 milhões consumidores ao ano.

Shopping Vitória

Prestamos serviços de consultoria para o Shopping Vitória. Inaugurado em 28 de junho de 1993, na cidade de Vitória, no estado do Espírito Santo, o Shopping Vitória, conta com 37,0 milm² de ABC e 29,7 milm² de ABL, bem como com um estacionamento com 2.200 vagas e com aproximadamente 254 lojas, sendo 248 lojas Satélites e 6 lojas Âncoras. O Shopping Vitória recebe um fluxo de 10,8 milhões consumidores por ano, sendo 72% de Classes A e B.

West Shopping Rio

Prestamos serviços de administração para o West Shopping Rio o qual foi inaugurado em 1997. O West Shopping Rio está localizado na zona oeste da cidade do Rio de Janeiro. Possui 30,9 milm² de ABC e 30,9 milm² de ABL. Atualmente, o West Shoppping Rio conta com um estacionamento com 1.100 vagas e com 162 lojas, sendo 156 lojas Satélites, 6 Âncoras e algumas megalojas de relevância, tais como: Casa&Vídeo, C&A, Leader, Superlar, Lojas Americanas, Casas Bahia, Ponto Frio e Di Satinni. O West Shopping Rio tem tráfego de 12 milhões consumidores por ano, sendo que 20% pertencem à Classe A, 63% à Classe B, 50% é feminino e 64% têm acima de 25 anos, conforme dados do IMA em junho de 2003.

Shopping Itaipu MultiCenter

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Prestamos serviços de administração para o Shopping Itaipu Multi*Center*, que está localizado na cidade de Niterói, no estado do Rio de Janeiro. Inaugurado em setembro de 1999, o Shopping Itaipu Multi*Center* conta com um estacionamento com 1000 vagas e com 322 lojas, sendo 320 lojas Satélites e 2 Âncoras, tais como: Sendas, Casa & Vídeo e Universo. Complementando o *Mix* de Lojas, o Shopping Itaipu Multi*Center* tem 4 salas de cinema e um centro empresarial com 93 salas. O Shopping Itaipu Multi*Center* tem 23,6 mil m² de ABC e possui um público altamente qualificado e um fluxo médio de 2,8 milhões pessoas por ano.

Top Shopping

Prestamos serviços de gerenciamento de marketing para o Top Shopping, o qual foi inaugurado em 1996, em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense do estado do Rio de Janeiro. O Top Shopping é um dos maiores *Shopping Centers* da Baixada Fluminense e está entre os dez maiores do estado do Rio de Janeiro, conforme dados da ABRASCE. O Shopping tem 18,1mil m² de ABC e 18,1 mil m² de ABL e um estacionamento com 660 vagas, contando, ainda, com 136 lojas, sendo 132 lojas Satélites e 4 Âncoras, dentre elas, podemos destacar as Âncoras Leader Magazine, Riachuelo, Casa & Vídeo, Lojas Americanas e Casas Bahia. A freqüência é de 9,6 milhões 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 IPMA.

Center Shopping Rio

Prestamos serviços de administração para o *Center* Shopping Rio, que está localizado na cidade do Rio de Janeiro, no bairro de Jacarepaguá. Inaugurado em abril de 2001, o *Center* Shopping Rio conta com 12,7 mil m² de ABC e 12,7 mil m² de ABL, 113 lojas, sendo 109 lojas Satélites e 4 lojas Âncoras, como Casa&Video, Lojas Americanas, Leader Magazine e Casas Bahia, além de 4 salas de cinema, parque de diversões Parks & Games e praça de alimentação diversificada. O tráfego de consumidores é da ordem de 5,4 milhões por ano. O *Center* Shopping Rio conta com um estacionamento com 770 vagas.

Liberty Mall

Prestamos serviços de administração ao *Shopping* Liberty Mall o qual foi inaugurado em 1994, na cidade de Brasília, no Distrito Federal. O Liberty Mall conta com 5,3 mil m² de ABC e 5,3 m² de ABL, bem como com 1.800 vagas de estacionamento e com um *Mix* de Lojas completo com 61 lojas para atender a um público qualificado: 80,8% de Classes A e B e 57% com curso superior ou pós-graduação, conforme dados do Codeplan – Companhia de Desenvolvimento do Planalto Central e do TRE do Distrito Federal, de novembro de 2006. A freqüência é de aproximadamente 3,0 milhões pessoas por ano. Dentre as 70 lojas que compõem o *Mix* de Lojas destacam-se grandes marcas como Richard´s, Lacoste, Vuarnet, M. Officer, além dos restaurantes Café Cancun e Sonoma Steak.

I-Fashion

Prestamos serviços de gerenciamento de marketing para o *Shopping* I-Fashion, o qual foi inaugurado em janeiro de 2005, na cidade de Niterói, no estado do Rio de Janeiro. Na sua área de influência primária estão mais de 130 mil habitantes. Com um ABC de 2,5 mil m² e uma ABL de 2,5 mil m², o I-Fashion tem 36 lojas Satélites e possui um *Mix* de Lojas sofisticado com marcas voltadas para o público Classe A, como H. Stern, Mara Mac, Ellus, Fórum, Mary Zaide e Cavendish. O I-Fashion conta com um estacionamento com 20 vagas. A freqüência média do *Shopping* gira em torno de 600 mil consumidores por ano.

Shopping ABC Santo André

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping ABC Santo André. Inaugurado em 1996, o Shopping ABC Santo André está localizado na cidade de Santo André, no estado de São Paulo. O Shopping ABC Santo André tem 49,6 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 2.200 vagas e com 253 lojas, sendo 240 lojas Satélites e 13 Âncoras, dentre elas: C&A, Renner, Riachuelo, Tok Stok, Lojas Americanas, Casas Bahia, Peg & Faça, Mix Móveis, Nivaldir, Sugoi Big Fish, Fast Shop e Preçolândia. O público médio é de 12,0 milhões por ano.

Fantasy Shopping

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Fantasy Shopping. Com inauguração prevista para abril de 2007, o Fantasy Shopping está localizado na cidade de Osaco, no estado de São Paulo. O Fantasy Shopping tem 15,2 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 1.100 vagas e com 43 lojas, sendo 40 lojas Satélites e 03 Âncoras, dentre elas: C&C Construção, C&A, Carrefour, Centauro, Preçolândia, Lojas Americanas e Casas Bahia. Estima-se que o público médio será de 6milhões por ano.

Jaraguá Brasil

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Jaraguá Brasil. Inaugurado em 1998, o Jaraguá Brasil está localizado na cidade de Campinas, no estado de São Paulo. O Jaraguá Brasil tem 7,0 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 395 vagas e com 80 lojas, dentre elas: Caixa Econômica Federal e Academia Douglas Fernandes. O público mensal é de 1,1 milhão por ano.

Shopping Jaraguá Conceição

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping Jaraguá Conceição. Inaugurado em 1995, o Shopping Jaraguá Conceição está localizado na cidade de Campinas, no estado de São Paulo. O Shopping Jaraguá Conceição tem 1,7 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 130 vagas e com 33 lojas. O público médio é de 1,0 milhão por ano.

Jaraguá Araraquara

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Jaraguá Araraquara. Inaugurado em 2001, o Jaraguá Araraquara está localizado na cidade de Araraquara, no estado de São Paulo. O Jaraguá Araraquara tem 8,8 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 730 vagas e com 57 lojas, sendo 54 lojas satélites e 3 lojas Âncoras. O público médio é de 2,4 milhões por ano.

Shopping Jaraguá Indaiatuba

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping Jaraguá Indaiatuba. Inaugurado em 1993, o Shopping Jaraguá Indaiatuba está localizado na cidade de Indaiatuba, no estado de São Paulo. O Shopping Jaraguá Indaiatuba tem 6,2 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 210 vagas e com 30 lojas, sendo 29 lojas satélites e 1 lojas Âncoras. O público médio é de 1,9 milhões por ano.

Shopping Piracicaba

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping Piracicaba, localizado na cidade de Piracicaba, no estado de São Paulo. O Shopping Piracicaba tem 26,4 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 2 mil vagas e com 116 lojas. O público médio é de 7,5 milhões por ano.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

Amazonas Shopping

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Amazonas Shopping. Inaugurado em 1991, o Amazonas Shopping está localizado na cidade de Manaus, no estado do Amazonas. O Amazonas Shopping tem 42,1 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 2 mil vagas e com 202 lojas, sendo 193 lojas Satélites e 09 Âncoras. O público médio é de 16,0 milhões por ano.

Shopping Aldeota

Prestamos serviços de administração e comercialização ao Shopping Aldeota. Inaugurado em 1998, o Shopping Aldeota está localizado na cidade de Fortaleza, no estado do Ceará. O Shopping Aldeota tem 11,6 mil m² de ABL. Conta com um estacionamento com 430 vagas e com 140 lojas, sendo 136 lojas Satélites e 04 Âncoras. O público médio é de 2,0 milhões por ano.

Projetos em Desenvolvimento

Temos um plano de crescimento bem definido que procura gerar um crescimento criterioso, sólido e consistente com as oportunidades de mercado. Dentre nossos principais projetos atualmente em desenvolvimento está a construção do Independência Shopping, o qual pretendemos inaugurar em outubro de 2007 (para mais informações ver o item "Empreendimentos" acima). Além disso, após a recente expansão do NorteShopping, pretendemos, em 2007, iniciar a expansão do Goiânia Shopping e do Shopping Iguatemi Caxias do Sul.

Alterações Relevantes da nossa Composição Acionária nos Últimos Três Exercícios Sociais

Em 8 de abril de 2005, concluiu-se o processo de fechamento de capital da ECISA Engenharia, através de Oferta pública de ações visando ao referido propósito.

Em 21 de outubro de 2005, a Ecisa Engenharia foi parcialmente cindida, constituindo-se a Ecisa Participações, que incorporou a parcela cindida da Ecisa Engenharia e passou a ser proprietária, dentre outros ativos, do Norteshopping e do Shopping Campo Grande. As ações de emissão da Ecisa Participações foram atribuídas aos mesmos acionistas da Ecisa Engenharia, preservando-se as proporções anteriormente detidas.

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 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 e da ECISA Participações.

À época, a totalidade das ações de emissão da Companhia eram detidas pelo Grupo GP e pela Equity International, os quais passaram então a deter participação indireta na ECISA e na ECISA Participações.

Em 20 de dezembro de 2006, a Companhia — ainda por meio de sua subsidiária integral Licia — adquiriu ações em ECISA e ECISA Participações, passando a deter em referidas companhias uma participação acionária, direta e indireta, de 55%.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

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. Conseqüentemente, nossa estrutura foi simplificada e a Companhia consolidou todas as participações acionárias detidas na ECISA 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 e da ECISA Participações (à exceção daquelas já detidas pela Companhia) foram incorporadas pela Companhia, de modo que (i) a ECISA e a ECISA Participações passaram a ser subsidiárias integrais da Companhia; e (ii) os antigos acionistas da ECISA e da ECISA Participações receberam ações da Companhia em substituição das ações da ECISA e ECISA Participações anteriormente detidas.

Em janeiro de 2007, adquirimos a totalidade das quotas representativas do capital social da EgecPar II e passamos a deter participação acionária, indireta, de 65% na GS Shopping, que possui participação imobiliária de 56,5% do Goiânia Shopping. Dessa forma, passamos a deter, indiretamente, 38,7% do Goiânia Shopping. Em fevereiro de 2007, adquirimos 100,0% do Shopping Estação, através de nossa controlada Nattca. Também em fevereiro de 2007, através da SPE Indianápolis, (i) adquirimos participação societária indireta de 10,0% (dez por cento) do Pantanal Shopping; e (ii) adquirimos 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. Além disso, adquirimos participação societária de 99,99% na DEICO, sociedade responsável pela administração,comercialização e/ou planejamento de 13 Shoppings Centers.

A partir de então, não ocorreram alterações relevantes nas participações acionárias da Companhia, que se mantêm inalteradas até a presente data.

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.

09.01 - BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA

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 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 09 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.

Na presente data, o nosso capital social é de R$517.723.531,23, dividido em 100.158.228 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal. O nosso capital social pode ser aumentado, independente de reforma estatutária, por deliberação do Conselho de Administração, até o limite de 176.000.000 ações ordinárias.

Para melhor compreensão da evolução de nosso capital social, apresentamos abaixo quadro descritivo dos eventos expostos acima:

		Valor do Capital Social (R$)	
Data	**Evento**	**Antes do Evento**	**Depois do Evento**
26.05.04	Constituição	N/A	R$ 1.000,00
30.11.05	AGE	R$ 1.000,00	R$ 26.092,22
10.10.06	AGE	R$ 26.092,22	R$ 56.550,06
13.11.06	AGE	R$ 56.550,06	R$ 192.837.188,60
20.12.06	AGE	R$ 192.837.188,60	R$ 368.227.699,79
29.12.06	AGE	R$ 368.227.699,79	R$ 516.723.531,23
09.02.07	AGE	R$ 516.723.531,23	R$ 517.723.531,23

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

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.

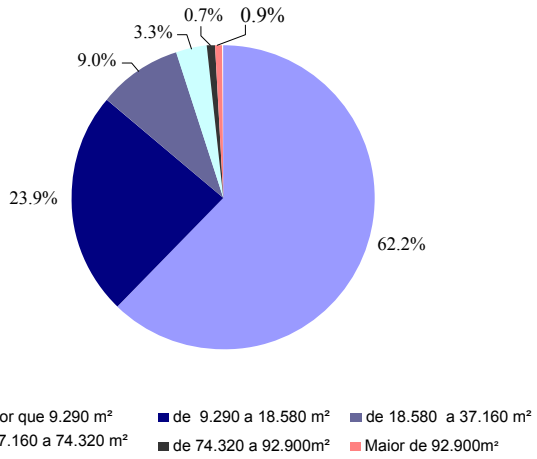
Mas foi nos anos 80 que a indústria de *Shopping Centers* americana apresentou um período de crescimento sem precedentes, com mais de 16.000 novos centros sendo construídos entre 1980 e 1990. Esse foi também o período de surgimento dos *superregional Centers*, *Shopping Centers* com mais de 80.000m^2 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 quase 70%, de 1.510 lançamentos em 1989 para 451 em 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 Cós., 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 m^2 de ABL e um tamanho médio de cerca de 11.600 m^2 de ABL por *Shopping Center*. Cerca de 62% dos *Shopping Centers* dos Estados Unidos possuem ABL inferior a 10.000 m^2. O gráfico abaixo mostra a distribuição por tamanho considerando tanto o número de *Shopping Centers* como a ABL.

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

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



Fonte: ABRASCE.

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 m^2 por habitante em 1986, para 1,91 m^2 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$1.700/$m^2$ de vendas em 1986 para cerca de US$2.718/$m^2$ 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 m^2)	**Vendas Estimadas** (Bilhões de dólares)	**Venda Média** US$/$m^2$	**Novos *Shopping Centers***	**População Estados Unidos**	**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

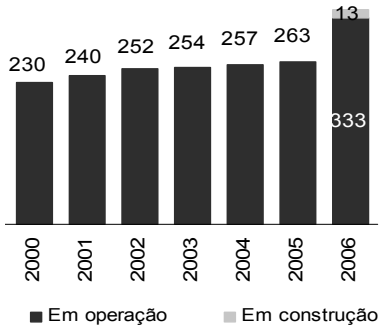
No Brasil, o primeiro *Shopping Center* foi inaugurado em 1966, seguido quatro anos mais tarde pelo Conjunto Nacional de Brasília, que foi desenvolvido pela ECISA e foi o primeiro *Shopping Center* brasileiro a seguir os conceitos e padrões internacionais da indústria. Na década de 70, além do Conjunto Nacional de Brasília, seis 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*s *Centers* praticamente dobrando 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 atualmente 346 *Shopping Centers*, segundo a ABRASCE. São vários os fatores de crescimento dos *Shopping Centers*, como o crescimento urbano, a necessidade de maior segurança e maior conforto, as características climáticas, 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 1966.

Evolução do número de Shoppings Centrers

(ano/unidades)



Fonte: ABRASCE.

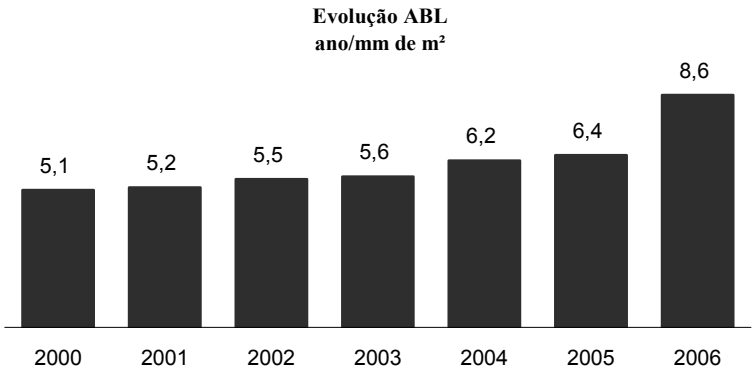
09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Segundo a ABRASCE, existiam, em 2006, aproximadamente 8,6 milhões de m² de ABL distribuídos nos 346 *Shopping Centers* por todo o Brasil. Em termos regionais, cerca de 60,6% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em conseqüência 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 estoque encontra-se no estado de São Paulo e 13% no estado do Rio de Janeiro, historicamente os estados com melhores bases econômicas e maior concentração populacional, conforme dados da ABRASCE.

Segundo a ABRASCE, as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba e Campinas são as que concentram o maior estoque de ABL, totalizando em conjunto cerca de 3,12 milhões de m^2, ou cerca de 45% do total de ABL do País. O índice médio de ABL *per capita* brasileiro é de cerca de 0,037 m^2/hab. enquanto nos Estados Unidos esse índice é de 1,91 m^2/hab, segundo National Research Bureau.

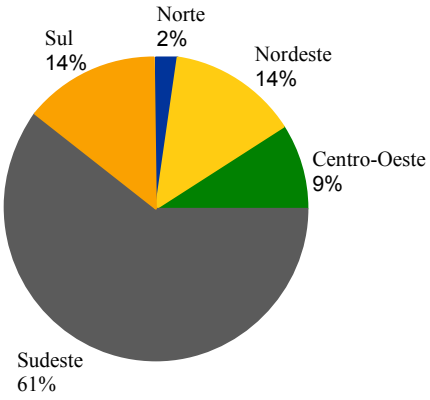
Os gráficos abaixo apresentam a evolução da ABL do País desde 2000 e sua distribuição regional:



Fonte: ABRASCE.

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Distribuição Regional



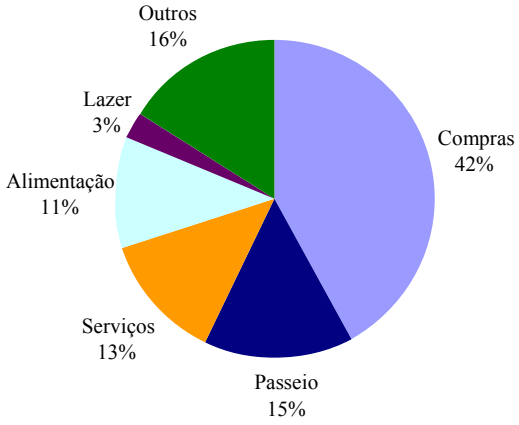
Fonte: ABRASCE.

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 a 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.

Motivos para gastar em Shopping Centers



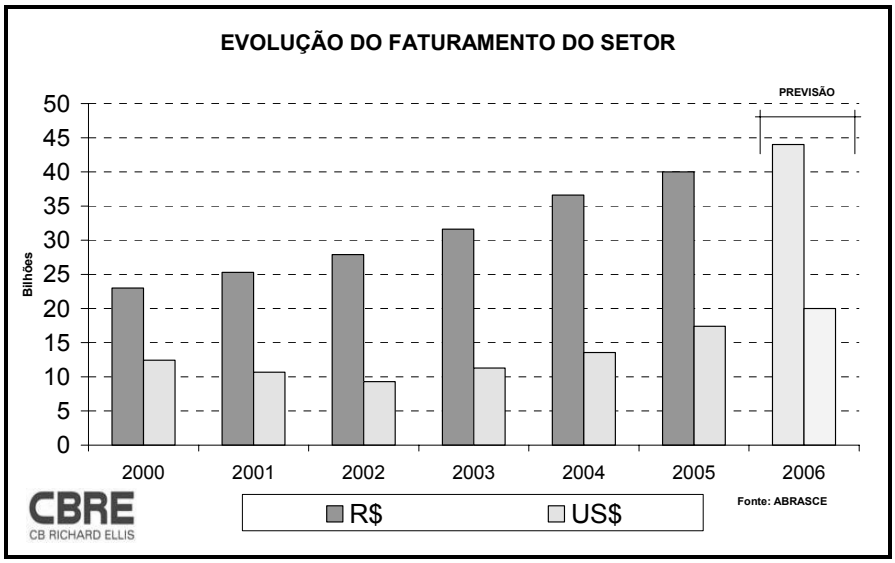
Fonte: ABRASCE.

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Segundo dados da ABRASCE, a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 19% do volume de vendas do mercado de varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais de 70% e 40% nos Estados Unidos e na França, respectivamente. Esses números demonstram o notável potencial de crescimento do setor de *Shopping Centers* no Brasil.

Aliada à estabilização econômica do País, com a redução de taxas de juros, o Brasil apresenta um bom momento de sua economia. O aumento de consumo acima da taxa de inflação teve um impacto positivo nas vendas dos *Shopping Centers* brasileiros. O bom desempenho das vendas no mercado de varejo tem estimulado a procura por novos espaços em *Shopping*s *Centers* e a redução no ritmo de inaugurações nos últimos cinco anos e a conseqüente oferta limitada de ABL adicional nos *Shopping*s *Centers* não tem conseguido atender a demanda dos principais varejistas. Os níveis de vacância (2,5%) e inadimplência (9,3%) dos *Shopping Centers* estão dentre os mais baixos já verificados na história do País, de acordo com a 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, em Reais e em Dólares, tendo sido estimado para o ano de 2006 um crescimento na ordem de 10%.

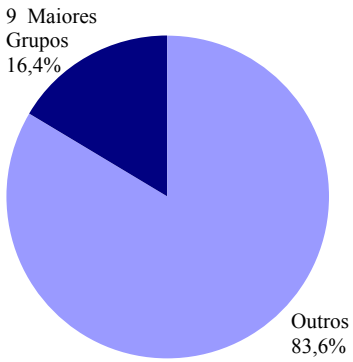


Fonte: CBRE.

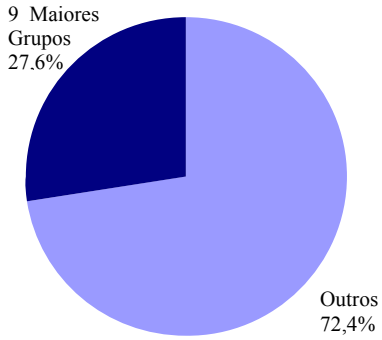
Uma importante característica do mercado brasileiro de *Shopping Centers* é a pulverização da propriedade, tanto em número de *Shopping Centers*, como em ABL. Conforme apresentado nos gráficos abaixo, os nove maiores grupos de empreendedores brasileiros possuem apenas 16% do número de *Shopping Centers* e 27% do ABL no Brasil.

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Distribuição da Propriedade de Shoppings Centers (por número de Shopping Centers)



Distribuição da Propriedade de Shoppings Centers (por ABL)



Fonte: ABRASCE.

Embora bastante pulverizado e diversificado, o segmento de *Shopping Centers* do País apresenta um nível de qualidade de especialização que se equipara aos melhores do mundo, sendo o Brasil o décimo país do mundo em número de *Shopping Centers* construídos, de acordo com a ABRASCE.

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*s, 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 ABRASCE, em 2006, a indústria de *Shopping Centers* vem demonstrando grande vitalidade, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 524 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 compatível 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;

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

- **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* especifico de lojas 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, 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*s *Centers* regionais, sendo aquele que congrega o mais variado portfólio de lojas, serviços o 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 Companhia, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan e Sonae.

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

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 locáveis a preços inferiores daqueles 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 com 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 maior 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 das compras ao lazer e à 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.

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

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 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, Mall*, 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.

Receitas e Despesas

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo e aluguel percentual) através dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de cinco anos. O valor desse aluguel é definido por referências de mercado em função da área ou por um valor calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, o que for maior, podendo variar também conforme o ano da locação e o tipo de loja em questão.

O acompanhamento mensal mencionado acima, 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*, 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 privada (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.

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao 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 do *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, concordância dos proprietários das demais unidades autônomas.

É importante destacar que as modalidades de condomínio edilício e condomínio civil podem coexistir. Ou seja, é bastante comum um *Shopping Center* constituído sob a forma de condomínio edilício, em que cada loja consiste em um imóvel independente, 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

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

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.

Vale ressaltar que no condomínio edilício, ao contrário do condomínio civil, não há a figura do direito de preferência no caso de venda de uma unidade autônoma de propriedade exclusiva aos proprietários das demais unidades.

Convenção de Condomínio

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

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

- maioria dos condôminos para a realização de obras úteis;

- 2/3 dos condôminos para a realização de obras voluptuárias. a realização de obras em partes comuns em acréscimo às já existentes e a alteração da convenção ou do regimento interno do condomínio; e

- unanimidade dos condôminos para a realização de construção de outro pavimento ou, no solo comum, de outro edifício e a mudança da destinação do edifício ou da unidade imobiliária.

Contrato de Locação em Shopping Centers

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

Características Gerais das Locações Comerciais

Renovação Compulsória da Locação. De acordo com a Lei de Locação, o locatário tem direito à renovação compulsória do contrato de locação quando preenchidos, em síntese, os seguintes requisitos, cumulativamente: (i) o contrato de locação tenha sido celebrado por escrito e com prazo determinado de vigência igual ou superior a 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, 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

09.02 - CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO

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 calculo é feito com base no período em que o lojista terá à sua disposição o fundo de comércio do *Shopping Centers*.

Escritura de Normas Gerais

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

- direito de fiscalização, pelo locador, do faturamento do locatário, com a finalidade de apurar o valor de aluguel devido nos casos em que é cobrado o aluguel variável com base no faturamento;
- 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*.

09.03 - PERÍODOS DE SAZONALIDADE NOS NEGÓCIOS

Sazonalidade

Os nossos resultados operacionais estão sujeitos à sazonalidade que afeta a indústria de shopping *Center*s. As vendas na industria de shopping *Center* brasileira geralmente aumentam nas seguintes datas comemorativas: Dia das Mães (maio), Dia dos Namorados (junho), Pais (agosto), Crianças (outubro) e Natal (dezembro). Além da sazonalidade das datas comemorativas, no mês de dezembro, os lojistas dos nossos shoppings, por previsão contratual, em sua grande maioria, pagam aluguel em dobro. Desta forma, nossas receitam praticamente dobram no mês de dezembro.

11.01 - PROCESSO DE PRODUÇÃO

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* 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 do 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 "*prospects*" (clientes em potencial). A busca por constante renovação e atualização do *Mix* de Lojas dos *Shopping*s *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*s *Centers*, as condições contratuais e custos relativos aos prestadores de serviços são monitorados frequentemente através de gráficos e índices comparativos. Tal estudo nos auxilia na obtenção de economia em escala, melhor negociação e consequente 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. É também esta confiança que faz com que a gestão de *Shopping Centers* desses parceiros (e nos quais não temos participação) seja feita or nós (Itaipu Multi*Center*, Centro Empresarial Mário Henrique Simonsen, *Center* Shopping Rio e São Gonçalo Shopping).

Política Comercial

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

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

11.01 - PROCESSO DE PRODUÇÃO

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*s através de painéis luminosos, vitrines, adesivos de portas e escadas estrategicamente posicionados em pontos do *Shopping*, de forma inovadora e eficiente.

Para mais informações ver item "Comercialização de Lojas e Espaços de *Mall* e *Merchandising*" nesta seção.

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 RGI 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.

11.03 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

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 das compras ao lazer e à 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.

12.01 - PRINCIPAIS PATENTES, MARCAS COMERCIAIS E FRANQUIAS

Propriedade Intelectual

Marcas

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

De acordo com a base de dados do INPI, somos titulares, no Brasil, individualmente ou por meio de nossas controladas, de 9 marcas devidamente registradas, quais sejam: "ECISA", logotipo, "Del Rey – Administradora", "EGEC", "NorteShopping" e "Festival Goiânia Shopping do Cantor Mirim", além de 11 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 10 anos. Adicionalmente, procuramos obter registros de novas marcas para manter a fidelidade do público consumidor à nossa imagem corporativa.

Nomes de Domínio

Somos titulares de 17 nomes de domínio no Brasil, incluindo www.brmalls.com.br; www.ecisa.com.br, www.egec.com.br, www.norteshopping.com.br e www.shoppingdelrey.com.br.

Softwares

Não possuímos um *software* de gestão próprio, utilizamos os serviços de uma empresa denominada *Group Software*, a qual consideramos uma das melhores e mais conceituadas no mercado brasileiro, atualmente, no ramo de desenvolvimento de sistemas para gestão empresarial.

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

13.01 - PROPRIEDADES RELEVANTES

1- ITEM	2 - TIPO DE PROPRIEDADE	3 - ENDEREÇO

4 - MUNICÍPIO	5 - UF	6 - ÁREA TOTAL (MIL M²)	7 - ÁREA CONSTRUÍDA (MIL M²)	8 - IDADE (ANOS)	9 - SEGURO	10 - HIPOTECA	11 - ALUGADA DE TERCEIROS	12 - DATA DO CONTRATO	13 - TÉRMINO LOCAÇÃO
14 - OBSERVAÇÃO									

01	Shopping Recife					R. Pe. Carapuceiro, 777 - Boa Viagem				
Recife		PE	195.849,000	143.391,000	26	SIM	SIM	NÃO		
33,1% de participação										

02	NorteShopping					Av. Dom Helder Camara, 5474 - Cachambi				
Rio de Janeiro		RJ	112.581,000	245.028,000	20	SIM	NÃO	NÃO		
74,1% de participação										

03	Shopping Campo Grande					Av. Afonso Pena, 4909				
Campo Grande		MS	130.391,000	84.499,000	17	SIM	NÃO	NÃO		
65,1% de participação										

04	Shopping Del Rey					Av Presidente Carlos Luz, 3001, Pampulha				
Belo Horizonte		MG	69.638,000	150.801,000	15	SIM	SIM	NÃO		
75% de participação										

05	Shopping Iguatemi Caxias do Sul					Rodovia RS 453 Km 3,5				
Caxias do Sul		RS	16.000,000	28.562,000	10	SIM	NÃO	NÃO		
45,5% de participação										

06	Shopping Villa Lobos					Av. das Nações Unidas, 4.777				
São Paulo		SP	30.000,000	101.374,000	6	SIM	NÃO	NÃO		
26,9 de participação										

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

13.01 - PROPRIEDADES RELEVANTES

1- ITEM	2 - TIPO DE PROPRIEDADE	3 - ENDEREÇO	4 - MUNICÍPIO	5 - UF	6 - ÁREA TOTAL (MIL M²)	7 - ÁREA CONSTRUÍDA (MIL M²)	8 - IDADE (ANOS)	9 - SEGURO	10 - HIPOTECA	11 - ALUGADA DE TERCEIROS	12 - DATA DO CONTRATO	13 - TÉRMINO LOCAÇÃO	14 - OBSERVAÇÃO
07	Goiânia Shopping	Av. T-10, nº 1.300 - Setor Bueno	Goiânia	GO	47.981,000	45.406,000	16	SIM	NÃO	NÃO			38,7% de participação
08	Shopping Independência	Av. Independencia 3,600 - Cascatinha	Juiz de Fora	MG	52.000,000	74.032,000	0	SIM	NÃO	NÃO			Em construção. Participação de 8%

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

I. FATORES DE RISCO

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 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 as nossas obrigações, nossa condição financeira e nossos resultados operacionais podem ser afetados, assim como a distribuição de dividendos aos nossos acionistas. 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*, centros comerciais, centros empresariais 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* e os centros empresariais e comerciais que administramos estão instalados;

- incapacidade de atrairmos e mantermos locatários de primeira linha;

- inadimplência e/ou não cumprimento das obrigações contratuais pelos locatários;

- aumento dos custos operacionais, incluindo a necessidade para incremento do capital;

- 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 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.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

O nosso desempenho depende, em grande parte, do volume de vendas das lojas, assim como da capacidade dos lojistas em gerar movimento de consumidores dos *Shopping*s *Centers* nos quais temos participação e/ou administramos. Os 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 queda 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 provêem 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 e centros comerciais e empresariais sob contratos sujeitos a rescisão ou não renovação. Caso alguma dessas hipóteses ocorra, os nossos resultados poderiam ser afetados de forma adversa.

Nossas subsidiárias EGEC e DACOM celebraram contratos de prestação de serviços de administração, consultoria e comercialização com nossos *Shoppings Centers* e com *Shoppings Centers* de terceiros, totalizando 37 *Shopping Centers* e centros comerciais e empresariais, dos quais temos participação em oito. A maioria dos contratos firmados para a viabilização dessa atividade, que representou cerca de 13,3% de nossa receita líquida Pro-Forma Ajustada de aluguel e serviços em 2006, é por prazo indeterminado. Caso esses contratos sejam rescindidos ou não sejam renovados, a nossa condição financeira e a capacidade de conduzir nossos negócios poderiam ser afetadas adversamente e de forma relevante.

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

A construção de *Shopping Centers* competitivos em áreas próximas àquelas em que se situam os nossos empreendimentos poderá impactar nossa capacidade em locar 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 locá-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.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Podemos não ser bem sucedidos nas nossas aquisições.

Como parte da nossa estratégia de negócios, temos crescido por meio de aquisições estratégicas. 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 acessar mercados de capitais a um custo aceitável e de negociar condições favoráveis em tais operações. Aquisições futuras podem ainda requerer um maior endividamento, o qual pode nos afetar adversamente. Além disso, podemos vir a ter que captar recursos adicionais através de operações de emissão pública ou privada de ações ou valores mobiliários conversíveis em ações, o que pode resultar na diluição da participação do referido investidor nas nossas Ações.

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 diligence*) que conduzirmos com relação a uma aquisição e quaisquer garantias contratuais ou indenizações que possamos receber dos vendedores de tais *Shopping Centers* sociedades 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 aos nossos.

Dividimos o controle de nossos *Shopping Centers* com investidores institucionais, tais como fundos de pensão, 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.

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

Em 31 de dezembro de 2006, aproximadamente 56,4% da ABL dos nossos *Shopping Centers* eram ocupados por Âncoras. 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.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

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, 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 na Lei de Locação. Nesse sentido, uma eventual renovação compulsória do contrato de locação pode apresentar dois riscos principais que, caso efetivamente materializados, podem causar efeito adverso para nós, são eles: (i) se desejarmos desocupar o espaço ocupado por determinado locatário visando a renovar e/ou adaptar o *Mix* de Lojas de nossos *Shopping Centers*, esta ação ficará prejudicada, na hipótese de o locatário obter ordem judicial que o permita permanecer no *Shopping Center* por um novo período contratual; e (ii) se desejarmos revisar o aluguel para valor maior, essa revisão poderá ocorrer no curso de ação judicial de renovação do contrato de locação, hipótese em que a definição do valor final do aluguel ficará a cargo de sentença judicial. Dessa forma, ficamos sujeitos à interpretação a ser adotada e à 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 impactar de forma adversa os nossos resultados operacionais.

O fato de nossos Shopping Centers serem espaços públicos pode gerar conseqüências 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 vitimas, 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 conseqüência 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.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

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

Nossas atividades estão sujeitas às 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 vir 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*s *Centers* e *Shopping Centers*, centros comerciais e centros empresariais 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 impeça a realização dos nossos negócios conforme inicialmente planejados poderão causar um efeito adverso para nós.

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 conseqüência, 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

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

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.

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 Ações.

O Governo Federal freqüentemente 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, freqüentemente implicaram aumento das taxas de juros, mudança das políticas fiscais, controle de preços, desvalorização cambial, controle de capital e limitação às importações, entre outras medidas. 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;
- 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.

A incerteza acerca das políticas futuras do Governo Federal recém reeleito pode 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 e para o valor de mercado das Ações.

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.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

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, nós e o valor de mercado de nossas ações ordinárias.

Ao longo de sua história, o Brasil registrou taxas de inflação extremamente altas. 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, no entanto, a inflação brasileira tem sido substancialmente menor do que em períodos anteriores. Não obstante, pressões inflacionárias persistem. Medidas adotadas para combater a inflação e especulação sobre as medidas futuras que possam vir a ser adotadas pelo Governo Federal têm gerado ao longo dos últimos anos um clima de incerteza econômica no Brasil e aumentado a volatilidade do mercado de capitais brasileiro. A inflação apurada pelo IGP-M foi 25,3% em 2002, 8,7% em 2003, 12,4% em 2004, 1,2% em 2005 e 3,8% em 2006. Os preços, por sua vez, quando apurados pelo IPCA, aumentaram em 12,5% em 2002, 9,3% em 2003, 7,5% em 2004, 5,9% em 2005 e 3,1% em 2006.

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.

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

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. Em 31 de dezembro de 2005, a taxa de câmbio entre o Real e o Dólar era de R$2,34 por US$1,00, o que representa uma valorização do Real de 13,4% desde 31 de dezembro de 2004. Em 31 de dezembro de 2006, a taxa de câmbio entre o Real e o Dólar era de R$2,15 por US$1,00. Não é possível assegurar que a taxa de câmbio permanecerá nos níveis atuais.

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.

Possuímos endividamento atrelado ao Dólar (para mais informações ver seção “Discussão e Análise da Administração sobre a situação Financeira e os Resultados Operacionais – Endividamento”), assim, caso haja

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

uma valorização do Real frente ao Dólar, nossas despesas operacionais cresceriam, o que poderia ter um efeito adverso para nós.

O valor de mercado dos títulos e valores mobiliários emitidos por companhias brasileiras é influenciado pela percepção de risco do Brasil e de outras economias emergentes e a deterioração dessa percepção poderá ter um efeito adverso no valor de mercado das Ações e restringir nosso acesso ao mercado financeiro e de capitais internacional.

Acontecimentos adversos na economia e as condições de mercado em outros países de mercados emergentes, especialmente da América Latina, poderão influenciar o mercado em relação aos títulos e valores mobiliários emitidos por companhias brasileiras. As reações dos investidores aos acontecimentos nesses outros países podem ter um efeito adverso no valor de mercado dos títulos e valores mobiliários de emissores brasileiros. Em razão dos problemas econômicos em vários países de mercados emergentes em anos recentes (como a crise financeira da Ásia em 1997, a crise financeira da Rússia em 1998 e a crise financeira da Argentina que começou em 2001), os investidores examinaram com maior prudência os investimentos em mercados emergentes. Essas crises produziram uma evasão de Dólares do Brasil, fazendo com que as companhias brasileiras enfrentassem custos mais altos para a captação de recursos, tanto no País como no exterior, restringindo seu acesso ao mercado de capitais internacional. Não há garantia de que o mercado de capitais permaneça aberto às companhias brasileiras ou de que os custos de financiamento nesse mercado sejam vantajosos para nós. Crises em outros países emergentes poderiam restringir o interesse dos investidores em relação aos títulos e valores mobiliários emitidos por companhias brasileiras, inclusive os nossos, dificultando a realização do nosso plano de investimento e afetando adversamente o valor de mercado das Ações.

A ocorrência de um ou mais desses fatores poderia afetar adversamente o valor de mercado de nossas ações e dificultar nosso acesso ao mercado financeiro e de capitais em condições aceitáveis por nós.

II. 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 maior *Shopping Center* da região Nordeste (Shopping Recife) e o maior *Shopping Center* brasileiro destinado ao público de Classe B e C (NorteShopping). A ABC dos nossos *Shopping Centers* está distribuída nas diversas regiões do País da seguinte forma: 41,1% no Sudeste, 26,8% no Centro-Oeste, 16,4 % no Nordeste e 15,7% no Sul. Nossa carteira inclui desde *Shopping Centers* destinados ao público de Classe C, como NorteShopping, até *Shopping Centers* destinados ao público de Classe A, como Shopping Villa-Lobos. Acreditamos que a nossa presença nas principais 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 uma região ou de uma classe de renda específica; (ii) representam uma proteção contra flutuações das economias regionais ou setoriais; e (iii) representarão uma importante vantagem competitiva na implementação na 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

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

programa de remuneração variável e um programa de opção de ações que privilegiam meritocracia e 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 as empresas 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., em que é sócia do Grupo GP desde 2005, 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, a qual será o nosso foco permanente, 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, mesmo que não tenhamos imediatamente a administração do *Shopping Center*; e (iii) acesso privilegiado a oportunidades geradas pela extensa rede de contatos dos nossos acionistas, além da base de clientes das nossas subsidiárias EGEC e DACOM. Desde outubro de 2006, concluímos aquisições de participações em 5 *Shopping Centers*, sendo que em 1 deles nossa participação é por meio de debêntures conversíveis, adicionando a nossa carteira, aproximadamente, 83,6 mil m² de ABL (o que representa um crescimento de 67,7%).

- ***Reconhecida, bem sucedida e crescente atividade de prestação de serviços.*** Nossa atividade de prestação de serviços de administração, consultoria e comercialização de *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais, representaram cerca de 13,3% de nossa receita líquida *Pro-Forma* Ajustada em 2006. Ao longo de 9 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 criada, inclusive nos empreendimentos em que não detemos participação. Acreditamos que a proximidade com os proprietários dos *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais 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 37 *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais, incluindo as redes de supermercados. Acreditamos que a nossa atividade de prestação de serviços poderá crescer ainda mais tendo em vista o processo de profissionalização pelo qual passa a indústria de *Shopping Centers* no Brasil.

- ***Potencial de crescimento com elevadas margens e forte geração de caixa.*** Apresentamos, nos últimos três anos, crescimento elevado e consistente da nossa receita líquida, com crescimento composto de 14,2% ao ano no período entre 2004 e 2006, e com margens que acreditamos ser elevadas (margem de EBITDA de 51,8% em 2004, 57,0% em 2005 e 62,5% em 2006), resultando em uma forte geração de caixa operacional. Além disso, nosso lucro líquido cresceu à taxa média de 53,5% ao ano no período entre 2004 e 2006. Contribui também para nosso bom desempenho financeiro o excelente padrão operacional dos Shopping Centers de nossa carteira que, em 2006, apresentaram margem operacional líquida média de 82,7%.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

- ***Forte relacionamento com lojistas.*** A extensa base de clientes dos *Shopping Centers*, centros comerciais e empresariais para os quais prestamos serviços nos coloca em posição de destaque no setor, já que estabelecemos um relacionamento muito próximo 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, Pão de Açúcar e Hard Rock Café. Além disso, nossa grande capacidade em identificar as lojas Âncoras que melhor se adequam a cada novo projeto de *Shopping Center*, desde a fase de concepção do projeto, a fim de atraí-las para o empreendimento, colabora com o fortalecimento do nosso relacionamento com os lojistas. A atração das melhores lojas Âncoras é fator importante para o sucesso e 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.

III. NOSSA ESTRATÉGIA

Nossa 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 concentrar todos os esforços da nossa equipe para a implantação da nossa estratégia de crescimento. Possuímos uma diretoria exclusivamente dedicada à prospecção, análise e execução de aquisições de *Shopping Centers*, com foco em: (i) participações adicionais em *Shopping Centers* da nossa carteira; (ii) participação em *Shopping Centers* que administramos 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.

- ***Expansão de Shopping Centers existentes e desenvolvimento de novos Shopping Centers.*** Pretendemos aproveitar as possíveis oportunidades para expansão dos *Shoppings Centers* nos quais já detemos participação, obtendo: (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, realizamos recentemente uma expansão no NorteShopping, de 33 mil m², passando o NorteShopping a disputar a posição de maior *Shopping Center* do Rio de Janeiro, e pretendemos, em 2007, iniciar a expansão do Goiânia Shopping e do Shopping Iguatemi Caxias do Sul. Ainda, acreditamos que o mercado brasileiro de *Shopping Centers* possui grande potencial para desenvolvimento de projetos de médio porte, visando

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

atender a cidades com população entre 200 mil e 500 mil habitantes. Nossos esforços estarão voltados para o desenvolvimento de projetos inovadores que possam viabilizar a concepção comercial e a construção de *Shopping Centers* de médio porte, a custos compatíveis com o retorno potencial em municípios de menor concentração populacional. Pretendemos, para tanto, utilizar nossa experiência na administração de *Shopping Centers,* especialmente nas classes B e C, aproveitando o maior potencial de crescimento desse segmento de renda no Brasil.

- ***Expansão das atividades de prestação de serviços.*** Nossa atividade de prestação de serviços de administração, consultoria e comercialização deverá beneficiar-se do acelerado crescimento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil. Além disso, o aumento do profissionalismo na gestão das propriedades imobiliárias deverá ampliar o mercado de prestação de serviços. Nossos esforços estarão voltados para a ampliação da nossa atividade de prestação de serviços, através da ampliação da nossa base de clientes, bem como através da aquisição de outras companhias que prestam serviços de administração, consultoria e comercialização de *Shopping Centers*.

- ***Implementação de padrões de excelência em gestão.*** Seguindo a mesma estratégia adotada por nossos acionistas nas companhias em que investem, pretendemos implementar padrões de excelência na nossa gestão operacional, financeira e de pessoas, através da adoção de práticas como orçamento base-zero, remuneração variável com base em metas previamente definidas e acompanhamento sistemático dos nossos indicadores de desempenho. Dedicaremos especial atenção à atração, à retenção e ao incentivo dos nossos funcionários, buscando alinhar os seus interesses aos interesses dos nossos acionistas, inclusive por meio de programa de opção de ações.

IV. 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 2008, apresentam especificações e franquias usuais para a cobertura contratada. O limite máximo de indenização (i) para riscos nomeados é de R$ 175 milhões por danos materiais e de R$ 38,1 milhões por lucros cessantes, e (ii) para multi-riscos é de R$ 91,8 milhões por danos materiais e de R$ 15 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 EGEC), 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 expresso 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 2008.

A importância segurada pode ser dividida por *Shopping Center* da seguinte forma riscos decorrentes (i) de contingentes de veículos (R$ 1 milhão) e danos morais decorrentes (R$ 200 mil); (ii) da guarda de veículos

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

(R$ 300 mil e danos morais decorrentes (R$ 60 mil); (iii) alagamento de veículos (R$ 25 mil) e danos morais decorrentes (R$ 5 mil); (iv) de pequenas colisões (R$ 10 mil); (v) da operação como shopping center (R$ 20 milhões) e danos morais decorrentes (R$ 4 milhões); (vi) da condição de empregador (R$ 1 milhão) e danos morais decorrentes (R$ 200 mil); e (vii) danos ao conteúdo das lojas por incêndio e/ou explosão (R$ 200 mil) e danos morais decorrentes (R$ 40 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 2008.

V. RESPONSABILIDADE SOCIAL E PATROCÍNIO E INCENTIVO CULTURAL

Cada vez mais, os Shoppings Centers vêm cumprindo papel social junto à comunidade onde estão inseridos. Neste sentido, são desenvolvidos, mensalmente, projetos especiais variados para valorização da mão-de-obra local, além de campanhas para doações de produtos diversos como alimentos, agasalhos e livros.

Os Shoppings Centers administrados por nós no Rio de Janeiro, por exemplo, participam de ações cooperadas de solidariedade, em parceria com o jornal "O Globo", a ONG "Ação da Cidadania" (fundada pelo sociólogo Betinho) e o INCA - Instituto Nacional de Câncer. Com "O Globo", há um calendário anual de doações para instituições carentes, com temáticas diversas como: (i) "Parceiros da Leitura", que visa a arrecadação de livros; (ii) "Inverno Sem Frio", para arrecadação de roupas e cobertores, (iii) "Feliz Terceira Idade", na qual o foco é a doação de cadeiras de rodas, fraldas geriátricas, roupas e artigos de higiene; e (iv) "Doe Sonhos" para recolhimento de brinquedos para crianças carentes. Em janeiro de 2006, a EGEC firmou uma parceria inédita com o INCA para arrecadação de material escolar para crianças em tratamento de câncer.

Periodicamente, os Shoppings que administramos em todo o Brasil desenvolvem projetos comunitários gratuitos, promovendo ações na área da saúde, através de parcerias com órgãos como SUS – Sistema Único de Saúde, secretarias municipais, Sociedade Brasileira de Oftalmologia, entre diversos outros. Tais projetos mobilizam os clientes dos Shoppings Centers a doar sangue e prestam serviços na área de saúde. Entre eles, estão: "Dia Nacional de Combate ao Fumo" e "Campanha Nacional de Vacinação contra a Paralisia Infantil", entre outros.

Além disso, os Shoppings promovem ações gratuitas envolvendo o meio ambiente, educação e cultura, através de atividades como: aulas de ginástica e dança, bailes para a terceira idade, cursos de artesanato, bordado, biscuit, culinária, bricolagem, entre outros.

O NorteShopping, em continuidade à sua campanha de valorização da Zona Norte do Rio de Janeiro, iniciada há 5 anos, adotou o Jardim do Méier, patrimônio público localizado na região, com o objetivo de reafirmar seu compromisso. Assim, em parceria com a Fundação Parques e Jardins, realizou um projeto de revitalização e recuperação do projeto paisagístico original e restauração dos monumentos e áreas de lazer do local. A adoção inclui, ainda, a realização de eventos periódicos no local para as famílias.

Além disso, o NorteShopping e o West Shopping Rio, buscando valorizar a Zona Norte e a Zona Oeste do Rio de Janeiro, respectivamente, patrocinaram a edição de livros sobre as mencionadas regiões, mostrando suas características e pontos positivos. No mesmo sentido, o Shopping Del Rey, em Belo Horizonte, também patrocinou a edição de um livro sobre a região da Pampulha.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

VI. EMPREGADOS E ASPECTOS TRABALHISTAS

Em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006, contávamos, respectivamente, com 108, 115 e 123 prestadores de serviços, sendo, respectivamente, 71, 75 e 88 deles contratados sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e os demais sob contratos de prestação de serviços. Na mesma época, os *Shopping Centers* em que detínhamos participação tinham, conjuntamente, aproximadamente 350 empregados. 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 anos mencionados acima:

Área	31 de dezembro de		
	2004	2005	2006
Executivos	8	8	8
Administrativos / Operacionais	63	67	80

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, atrelado ao cumprimento de metas orçamentárias e metas operacionais. Nos termos do referido plano, o montante de nosso lucro líquido, depois de descontados os impostos, deve ser distribuído anualmente para nossos empregados, de acordo com as metas alcançadas. 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. Importante ressaltar que 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 convenção coletiva de trabalho mais recente foi celebrada em 17 de julho de 2006, prevendo reajuste salarial de 5%, em 01 de maio de 2006.

Estabelecemos contratos com sociedade de mão-de-obra terceirizada para atividades que não consideramos essenciais para nós, tais como limpeza, segurança, vigilância, manutenção, engenharia, paisagismo e

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

ambulatório médico, totalizando aproximadamente 390 empregados terceirizados nessas atividades. Além desses, terceirizamos os serviços de corretagem.

Não possuímos áreas e/ou atividades insalubres ou perigosas, de acordo com a legislação aplicável. De toda forma, de acordo com a legislação em vigor, mantemos o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais e o Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional.

VII. PENDÊNCIAS JUDICIAIS E ADMINISTRATIVAS

Pendências Judiciais e Administrativas

Atualmente, estamos expostos à contingências de natureza fiscal, trabalhista e cível decorrentes do curso normal de nossos negócios. Em 31 de dezembro de 2006, 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$7,7 milhões, das quais R$ 6,8 milhões relacionavam-se a aspectos tributários e R$ 0,9 milhão a aspectos cíveis.

Somos parte, também, em outros processos judiciais que na avaliação de nossos consultores jurídicos, baseada em experiências com naturezas semelhantes, não apresentam risco provável e possível e, portanto, para as quais não há provisões. Em 31 de dezembro de 2006, a Companhia possuía um montante de 49,3 milhões 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.

Destacamos, abaixo, os processos judiciais e administrativos de maior relevância nos quais somos partes:

Cível

Atualmente estamos 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 por conta dos valores envolvidos, porque não apresentam riscos às nossas atividades e/ou porque nossos advogados consideram remotas nossas chances de perda.

Ação movida pelaKlace Pisos e Azulejos S/A ("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 ao contrato de compra e venda de terreno na Av. Suburbana, atual Av. Don Hélder 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

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

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 01.06.1999. 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, COMÉRCIO E INDÚSTRIA LTDA. ("Ecisa") e outros em face do GERENTE REGIONAL DE PATRIMÔNIO DA UNIÃO EM PERNAMBUCO

Ecisa, Magus Investimentos Ltda. e Milburn do Brasil Ltda**.** 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, MAGUS e MILBURN, 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 RGI, 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 R$ 12.392.060,34, considerando a aplicação do percentual de 5% sobre o valor atualizado da operação.

Ação de indenização movida por FOTO CENTER SAKURA LTDA. e ELÓI RODRIGUES VENÂNCIO contra o CONDOMÍNIO CIVIL DO PANTANAL SHOPPING

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

FOTO CENTER SAKURA LTDA. e Elói Rodrigues Venâncio moveram ação de indenização contra o *CONDOMÍNIO CIVIL DO PANTANAL SHOPPING*, requerendo a condenação do Réu ao pagamento de indenização por danos morais e materiais, bem como dos respectivos lucros cessantes. Os Autores alegam que, após firmarem Contrato de Cessão de Direito e de Uso e Locação de espaço comercial, o projeto originário do empreendimento teria sido modificado. Além disso, afirmam que teriam sofrido graves prejuízos decorrentes da ruptura de tubulação do ar condicionado, o que gerou a inundação da loja e o desabamento do teto de gesso, danificando equipamentos de última geração e ocasionando o fechamento de sua loja para reforma e recuperação das máquinas.

Os Autores pleiteiam danos morais afirmando ter sido indevida a cobrança de aluguéis que resultou em ação de despejo movida pelo Condomínio. Além disso, pleiteiam lucros cessantes no valor de R$ 1.450.000,00.

Por fim, requerem seja deferida medida liminar conferindo-lhes o direito de permanecer na posse direta do imóvel até o trânsito em julgado da sentença, ou enquanto perdurar o prazo de vigência do contrato de locação, o que foi indeferido.

Na contestação que apresentamos, requeremos a denunciação da lide à seguradora (ITAÚ SEGUROS S/A), pedido ainda pendente de apreciação. No momento, aguarda-se a realização de audiência preliminar.

Com base na opinião de nossos advogados externos, estimamos que as chances de êxito dos Autores são remotas.

Estimamos, com base em informações prestadas por nossos advogados externos, que a quantia pleiteada pelos Autores corresponde a R$ 3.301.107,60.

Ação de rescisão contratual cumulada com pedido de indenização movida por Sombra e Água Fresca Comércio e Decorações Ltda. contra Pantanal Plaza Shopping S.A. e Country Shopping S.A.

Sombra e Água Fresca Comércio e Decorações Ltda. moveu ação de rescisão contratual cumulada com pedido de indenização contra o *Pantanal Plaza Shopping S/A e Country Shopping S/A*, requerendo a condenação dos Réus ao pagamento de indenização por danos morais e materiais. A Autora alega que, após firmar Contrato de Cessão de direito de uso e locação de espaço comercial, o projeto originário do empreendimento teria sido modificado para que fossem criados mais espaços comerciais – barateando o custo do empreendimento –, e alterando-se os pontos estratégicos, o que teria lhe causado prejuízos, já que à época da celebração do contrato a Autora supostamente havia adquirido espaço de posição privilegiada. Afirma, também, que com a alteração do projeto foi construído um pilar de sustentação no centro da vitrine de sua loja, impedindo a utilização da fachada do referido espaço. Ademais, a Autora alega que, sem qualquer autorização, os Réus cederam onerosamente a terceiros o espaço comercial por ela adquirido.

Com base nesses argumentos, a Autora pleiteia a declaração de rescisão contratual e a restituição das quantias pagas, acrescidas das cominações contratuais e legais, além de indenização por danos morais, a ser fixada pelo juízo.

Pleiteia, ainda, o pagamento de lucros cessantes a contar da data da promessa de inauguração do shopping, 31 de abril de 1996, no valor de R$ 4.384.764,28.

Por fim, requer sejam antecipados os efeitos da tutela para que os Réus restituam as quantias despendidas pela Autora, devidamente atualizadas, em decorrência do descumprimento do contrato, o que foi indeferido.

Na contestação, alegamos a ilegitimidade passiva e, no mérito, demonstramos a improcedência de todos os pedidos. No momento, aguarda-se a realização da audiência de instrução e julgamento.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Estimamos, com base em informações prestadas por nossos advogados externos, que a quantia pleiteada pela Autora corresponde a R$ 4.755.870,68.

Trabalhista

Nesta data figuramos como réus em 4 processos judiciais trabalhistas referentes à ECISA, 1 processo judicial trabalhista referente à DACOM D e 2 processos judiciais trabalhistas referente à Recife Parking, totalizando 7 ações trabalhistas ao todo. 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, sendo que em um dos processos a ECISA responde apenas subsidiariamente. Com data base em 31 de dezembro de 2006, estimamos o total do passivo referente às ações trabalhistas em R$ 159,8 mil, dos quais R$ 42 mil foram avaliados como de chance remota de êxito para as empresas e R$ 117,8 mil foram estimados como de chance de êxito possível.

Além dos processos trabalhistas ajuizados diretamente em face da ECISA e demais subsidiárias, os Shoppings Centers Norte Shopping, Villa-Lobos, Caxias do Sul, Campo Grande, Recife, Pantanal, Estação Curitiba e Araguaia são parte em aproximadamente 120 processos judiciais trabalhistas, cujos valores aproximados foram estimados em aproximadamente R$ 2,5 milhões em 31 de dezembro de 2006. Desse valor, aproximadamente R$ 1,6 milhão referem-se a ações em que há responsabilidade direta dos Shoppings, onde atuam como únicos réus. Os R$ 919 mil restantes, referem-se a ações em que há pedido de condenação subsidiária dos Shoppings.

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 Center*s de nossa propriedade, com fundamento (i) na inconstitucionalidade da majoração da base de cálculo da COFINS pela Lei n° 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.

Os advogados que patrocinam tal processo estimam nossas chances de êxito como prováveis para o período de 1º de maio de 2001 a 31 de outubro de 2004.

No âmbito administrativo federal, a ECISA é parte em três processos administrativos, em trâmite perante a Secretaria da Receita Federal, referentes à cobrança de débitos de COFINS sobre as receitas de locação de imóveis.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

O primeiro processo refere-se a débitos de COFINS apurados no período de 31.05.2001 a 31.07.2001, no valor aproximado de R$ 662,3 mil (dezembro de 2006), 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 31.08.2001 a 31.01.2004, no valor aproximado de R$ 6,2 milhões (dezembro de 2006), que se encontram com a exigibilidade suspensa em decorrência do questionamento judicial acima mencionado.

O terceiro processo refere-se a débitos de COFINS apurados no período de 01.02.2004 a 31.03.2005, 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. O débito objeto do referido processo administrativo é de R$ 8,1 milhões (incluídos juros e multa de mora), em janeiro de 2007. A ECISA solicitou o parcelamento desse débito, que aguarda apreciação pela Secretaria da Receita Federal.

Em relação a esses processos, a ECISA mantém provisão no montante aproximado de R$ 14,9 milhões, em dezembro de 2006.

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$ 1,5 milhões, em dezembro de 2006.

Anteriormente ao ajuizamento da referida execução fiscal, o Shopping Recife ajuizou ação anulatória para discussão do débito, bem como medida cautelar incidental 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 sentença na ação anulatória do débito.

Na esfera administrativa federal, o Shopping Recife é parte em 2 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$ 2,9 milhões (dezembro de 2006).

Atualmente, tais processos encontram-se aguardando decisão de 1ª instância a ser proferida pela Delegacia da Receita de Julgamento de Recife.

Os advogados que patrocinam tais processos judiciais e administrativos estimam nossas chances de êxito como possíveis.

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 dezembro de 2006, totalizam aproximadamente R$ 13,8 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

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

advogados que patrocinam tais processos estimam nossas chances de êxito como remotas no âmbito administrativo.

Na esfera judicial municipal, ECISA é parte em 281 execuções fiscais ajuizadas pelo Município do Rio de Janeiro, para 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 totalizavam, em dezembro de 2006, o valor aproximado de R$ 15,5 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%.

Shopping Estação – IPTU

Nattca se tornou responsável pelo pagamento de uma dívida de IPTU com a Prefeitura Municipal de Curitiba, no valor de R$ 12,5 milhões, atualizada até dezembro de 2006, ao adquirir o Shopping Estação. O débito foi parcelado até 2014 e está sendo pago pela Nattca a partir de fevereiro de 2007.

Parcelamentos perante a Secretaria da Receita Federal

Na esfera administrativa federal, a ECISA vem quitando débitos relativos a IRPJ e CSLL, referente 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 dezembro de 2006, a aproximadamente R$ 3,0 milhões.

Autos de Infração perante a Secretaria da Receita Federal

No âmbito administrativo federal, a ECISA é parte em 3 processos administrativos decorrentes de cobrança, pela Secretaria da Receita Federal, de débitos de IRPJ, CSLL, PIS e IRRF, cujos valores, em dezembro de 2006, totalizam aproximadamente R$ 2,6 milhões.

No primeiro e no segundo processos administrativos, referentes a débitos de IRRF, IRPJ e CSLL, foram os recursos voluntários interpostos pela ECISA julgados parcialmente procedentes pelo Conselho de Contribuintes Federal.

O terceiro processo administrativo, referente a débitos de PIS e IRPJ, aguarda julgamento da impugnação administrativa apresentada pela ECISA.

Os advogados que patrocinam tais processos judiciais e administrativos estimam nossas chances de êxito como possíveis.

INSS – Norte-Shopping

O Norte Shopping possui três débitos perante o Instituto Nacional do Seguro Social – INSS, no valor aproximadamente de R$ 1,8 milhões (dezembro de 2006).

Atualmente, aguarda-se adoção de medidas judiciais pela ECISA.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

VIII. CONTRATOS RELEVANTES

Contratos de Administração - EGEC

No âmbito de suas atividades, a EGEC firma contratos de prestação de serviços, sendo alguns com empreendimentos nos quais a ECISA participa, sendo os principais celebrados com (i) Condomínio do Shopping Del Rey; (ii) JSR Shopping Ltda. (para o Center Shopping); (iii) JSR Shopping Ltda. (para o West Shopping); (iv) Nova Cidade Shopping Centers S.A. (para o Shopping Vitória); (v) Condomínio do Shopping Vitória; (vi) Associação dos Lojistas do Iguaçu Top Shopping; (vii) Condomínio Goiânia Shopping; (viii) Icaraí Fashion Empreendimentos e Realizações Ltda. (para o I-Fashion); (ix) Condomínio Pro-Indiviso do Shopping Campo Grande; (x) Subcondomínio do Shopping Campo Grande; (xi) Condomínio Pro-Indiviso do Norteshopping I; (xii) Condomínio Pro-Indiviso do Norteshopping II; (xiii) Shopping Iguatemi Caxias do Sul; (xiv) Regius Sociedade Civil de Previdência Privada e BRB - Clube de Seguros e Assistência (para o Liberty Mall); (xv) Condomínio Cittá América; (xvi) GSR Shopping Ltda. (para o São Gonçalo Shopping); e (xvii) Condomínio Itaipu Multicenter (para o Itaipú Multi Center).

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.

A maior parte dos contratos possui prazo indeterminado. Entretanto, a vigência dos contratos com o Condomínio do Shopping Del Rey, com o Condomínio Pro Indiviso – CPI, e com a Associação dos Lojistas do Iguaçu Top Shopping terminará em abril de 2007, podendo o primeiro e o segundo ser prorrogados por dois anos e o terceiro por prazo indeterminado, mediante a celebração de aditivo. A vigência do contrato com o centro empresarial Mario Henrique Simonsen terminará em agosto de 2007.

A remuneração da EGEC 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 2006, a receita bruta da EGEC com a prestação desses serviços correspondeu a R$ 12,2 milhões. Não existe qualquer inadimplemento relevante no cumprimento de qualquer das obrigações oriundas de referidos contratos.

Contratos de Prestação de Serviços - DACOM

No âmbito de sua atividades, a DACOM firma contratos de prestação de serviços, sendo alguns com empreendimentos nos quais a ECISA participa, sendo os principais firmados com (i) Condomínio Cittá América; (ii) Condomínio Shopping Campina Grande; (iii) Carrefour Comércio e Indústria Ltda.; (iv) Condomínio Pro Indiviso do Shopping Caxias do Sul; (v) Condomínio do Itaipu Multi*Center*; (vi) SISA; (vii) GSR Shopping Ltda. (para o São Gonçalo Shopping); (viii) Condomínio Pro Indiviso do Shopping Recife; (ix) Marcellino Martins Imobiliária S.A.; (x) Sendas Distribuidora S.A.; (xi) Condomínio Pro Indiviso do Shopping Villa Lobos; (xii) EGEC e o Condomínio Pro Indiviso do Norte Shopping; (xiii) Condomínio Pro Indiviso Shopping Del Rey; (xiv) Vipasa - Valorização Imobiliária Paulista S.A.; (xv) Condomínio Goiânia Shopping; (xvi) Condomínio Civil do Shopping *Center* Liberty Mall; (xvii) Ecisa (para a terceira expansão do

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

NorteShopping); (xviii) JSR Shopping Ltda (para o West Shopping); (xix) JSR Shopping Ltda (para o Center Shopping); e (xx) Condomínio Pro Indiviso do Shopping Campo Grande.

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 sua expensas, de corretores para essa finalidade. A maior parte dos contratos possui prazo indeterminado.

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* (estandes, 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 2006, a receita bruta da DACOM com a prestação desses serviços correspondeu a R$ 7,1 milhões. Não existe qualquer inadimplemento relevante no cumprimento de qualquer das obrigações oriundas de referidos contratos.

Contratos de Prestação de Serviços - DEICO

No âmbito de suas atividades, a DEICO firma contratos de prestação de serviços, sendo os principais firmados com (i) Shopping Aldeota; (ii) Shopping ABC; (iii) Maxi Shopping Jundiaí; (iv) Shopping Tamboré; (v) Shopping Center Midway Mall; (vi) Amazonas Shopping; (vii) Shopping Piracicaba; (viii) Shopping Jaraguá Araraquara; (ix) Shopping Jaraguá Brasil; (x) Shopping Jaraguá Indaiatuba; (xi) Shopping Jaraguá Conceição; (xii) Fantasy Shopping; e (xiii) Golf Village.

Os contratos têm como objeto, entre outras atividades relacionadas, (i) a administração comercial e patrimonial de certos empreendimentos, envolvendo elaboração de cronograma de sua implantação, campanha de inauguração, cadastramento e gestão dos contratos de locação; (ii) o planejamento, desenvolvimento e comercialização, incluindo definição do tenant mix preliminar, pesquisa de mercado da área de influência, entre outros; (iii) serviços de gerenciamento e coordenação de projetos de obras e melhorias dos empreendimentos; e (iv) serviços de planejamento e comercialização da expansão, envolvendo apoio logístico e operacional de financiamentos a serem obtidos e ao desenvolvimento do projeto executivo de arquitetura.

A remuneração da EGEC pelos serviços contratados é, em geral, dividida entre uma remuneração fixa e uma taxa de administração variável que pode ser baseada em uma porcentagem sobre a receita auferida nos empreendimentos, eventuais reduções de custos ou a comercialização dos espaços comuns. Para serviços específicos, também pode ser estabelecida uma remuneração fixa ou em função de aluguéis de lojas que venham a ser comercializadas.

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.

14.03 - OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA COMPANHIA

Os contratos de locação dos nossos *Shoppings* e *Shoppings* 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 mais informação vide Seção "Fatores de Risco" e "Visão Geral do Setor - Regulamentação Relativa a Shopping *Center*".

14.05 - PROJETOS DE INVESTIMENTO

Nosso objetivo é fazer com que os nossos investimentos futuros estejam de acordo com nossas estratégias de crescimento. Desde outubro de 2006, concluímos a aquisição de participações em Shopping Centers, adicionando 83,6 mil m2 de ABL para nossa carteira, com o investimento total de R$192,4 milhões: (i) 30,0% do Shopping Del Rey, em 02 de outubro de 2006; (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 27 de fevereiro de 2007; e (v) debêntures conversíveis com participação nos lucros de emissão da Maia e Borba S.A., sociedade responsável pela exploração do Araguaia Shopping, em 27 de fevereiro 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. Além disso, adquirimos, em 13 de março de 2007, participação de 99,99% na DEICO, sociedade responsável pela administração, comercialização e/ou planejamento de 13 Shopping Centers.

Além das aquisições de participações em Shopping Centers existente, temos planejado em 2007 a conclusão da expansão do Norteshopping e o início da expansão do Iguatemi Caxias do Sul e do Goiânia Shopping, que segundo nossas estimativas representarão para nós um desembolso de aproximadamente R$ 35,0milhões.

Pretendemos utilizar os recursos líquidos obtidos em oferta global a ser realizada para implementar nossas estratégias de negócios, na proporção indicada na tabela abaixo:

Destinação	**Percentual Estimado**	**Valor Estimado (R$)** *(em milhões de Reais)*
Concepção, incorporação e administração de novos *Shopping Centers*.	20%	105
Aquisição de maior participação nos nossos *Shopping Centers*.	10%	52,5
Aquisição de participação em *Shopping Centers* de terceiros e empresas que atuem no mesmo setor.	60%	315
Expansão das operações dos nossos *Shopping Centers*.	10%	52,5
Total	**100%**	**525**

A aplicação dos recursos captados conforme acima exposto depende de vários fatores que não podemos garantir que venham a se concretizar, dentre os quais, o comportamento do mercado em que atuamos.

15.01 - PROBLEMAS AMBIENTAIS

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, não possuímos nenhum processo administrativo ou judicial, com relação a questões ambientais.

Também participamos de alguns projetos ambientais, que descrevemos a seguir.

Projeto de Reutilização de Esgoto - Norteshopping

Considerando o elevado consumo de água no NorteShopping, encontra-se em fase de implementação no aludido *Shopping Center* um sistema de captação e tratamento de parte dos efluentes sanitários gerados no NorteShopping, visando a redução da matéria orgânica deste efluente e remoção de resíduos sólidos e desinfecção. A água resultante deste processo será utilizada para a reposição da águas 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$ 36.000,00/mês , equivalente a 17% do valor total deste custo, ou ainda 3,5% das despesas comuns totais do NorteShopping.

Projeto de Cogeração 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 a 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 auto-produção de energia a partir da queima de gás natural numa 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 Cogeração 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 dezoito 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 auto-produção de toda energia elétrica e térmica necessária ao funcionamento do empreendimento com a utilização de moto-geradores para geração de energia, acoplados a máquina de absorção para geração de água gelada. Este projeto estima uma economia para o condomínio da ordem de R$ 1.500.000,00/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

15.01 - PROBLEMAS AMBIENTAIS

Outro aspecto importante na preocupação com os freqüentadores 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

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÕES S/A	06.977.745/0001-91

16.01 - AÇÕES JUDICIAIS COM VALOR SUPERIOR A 5% DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO OU DO LUCRO LÍQUIDO

1 - ITEM	2 - DESCRIÇÃO	3 - % PATRIM. LÍQUIDO	4 - % LUCRO LÍQUIDO	5 - PROVISÃO	6 - VL.PROVISIONADO (Reais)	7 - VL. TOTAL AÇÕES (Reais)
8 - OBSERVAÇÃO						
01	TRABALHISTA	0,00	0,00	NÃO	0	159.800
Figuramos como réus em 7 processos judiciais trabalhistas. Os principais pedidos relativos às ações são relativos a alegadas horas extras e reconhecimento de vínculo empregatício. Com data base em 31 de dezembro de 2006, estimamos o total do passivo referente às ações trabalhistas em R$ 159,8 mil, dos quais R$ 42 mil foram avaliados como de chance remota de êxito para as empresas e R$ 117,8 mil foram estimados como de chance de êxito possível. Além dos processos trabalhistas acima, os Shoppings Centers dos quais fazemos parte são réus em aproximadamente 120 processos judiciais trabalhistas, cujos valores aproximados foram estimados em R$ 2,5 milhões em 31 de dezembro de 2006.						
02	FISCAL/TRIBUTÁRIA	1,32	22,53	SIM	6.836.000	68.500.000
ECISA é parte em 281 execuções fiscais ajuizadas pelo Município do Rio de Janeiro e 12 processos administrativos municipais, para cobrança de valores relativos ao IPTU e TCDL. ECISA é parte em processos administrativos de COFINS sobre receitas de locação de lojas no período de maio de 2001 a março de 2005. Parte desses débitos é objeto de parcelamento na Receita Federal. Controlada da BRMALLS é parte em execução fiscal movida pela Fazenda Nacional para cobrança da COFINS sobre receitas de estacionamento e 2 processos administrativos sobre o mesmo assunto. Controlada da BR MALLS possui 3 débitos perante o INSS. ECISA e outra Controlada possuem débitos de IRPJ, CSLL e IPTU que vêm sendo quitados mediante parcelamento administrativo. ECISA e Controladas possuem débitos de IRPJ, CSLL, PIS e IRRF discutidos administrativamente.						
03	OUTRAS	0,00	0,00		0	0

17.01 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Nesta data não possuímos negócios jurídicos celebrados entre a Companhia e suas controladas e coligadas, seus administradores, seus acionistas relevantes, e, ainda, entre a Companhia e sociedades controladas e coligadas dos administradores e dos acionista relevantes. Caso, no curso normal de nossos negócios, venhamos a celebrar operações com partes relacionadas, o faremos de acordo com as práticas usuais de mercado e conforme as normas aplicáveis, nos comprometendo a divulgar as informações relevantes com relação às mencionadas operações.

ESTATUTO SOCIAL

BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.
CNPJ nº 06.977.745/0001-91

Companhia Aberta

ESTATUTO SOCIAL

CAPÍTULO I
DENOMINAÇÃO, SEDE, OBJETO E DURAÇÃO

Art. 1º. A **BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A.** (a "Companhia") é uma sociedade anônima, que se rege por este Estatuto Social e pelas disposições legais que lhe são aplicáveis.

Art. 2º. A Companhia tem sede na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, podendo, por deliberação da Diretoria, abrir, transferir e extinguir sucursais, filiais, agências, escritórios, depósitos, agências de representação e quaisquer outros estabelecimentos em qualquer parte do território nacional e/ou do exterior.

Art. 3º. A Companhia tem por objeto: **(i)** a exploração de Shopping Centers, de prédios comerciais ou industriais próprios ou de terceiros*;* **(ii)** o planejamento econômico e financeiro, desenvolvimento, comercialização, gerenciamento e implantação de Shopping Centers, de edifícios comerciais e/ou industriais; **(iii)** a exploração de estacionamentos; **(iv)** a 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)** assistência técnica para implantação, organização e funcionamento de empresas industriais, comerciais ou de outras naturezas; e **(vi)** 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.

Art. 4º. A Companhia tem prazo indeterminado de duração.

CAPÍTULO II
CAPITAL SOCIAL E AÇÕES

Art. 5º. O capital social da Companhia, totalmente subscrito e integralizado, é de R$ 517.723.531,23 (quinhentos e dezessete milhões, setecentos e vinte e três mil, quinhentos e trinta e um reais e vinte e três centavos), dividido em 100.158.228 (cem milhões, cento e cinqüenta e oito mil, duzentos e vinte e oito) ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal.

Parágrafo Primeiro. As ações de emissão da Companhia são escriturais, mantidas em conta de depósito em nome de seus titulares, perante instituição financeira devidamente autorizada pela Comissão de Valores Mobiliários a prestar este serviço, podendo ser cobrado dos acionistas o custo de que trata o artigo 35, §3º, da Lei nº 6.404/76, observando-se os limites eventualmente fixados na legislação vigente.

Parágrafo Segundo. Cada ação ordinária confere a seu titular direito a um voto nas deliberações da Assembléia Geral.

Parágrafo Terceiro. A Companhia não pode emitir ações preferenciais ou partes beneficiárias.

Parágrafo Quarto. Na proporção do número de ações que possuírem, os acionistas terão direito de preferência na subscrição de ações a serem emitidas em aumentos de capital da Companhia, na forma do artigo 171 da Lei nº 6.404/76. O direito de preferência será exercido dentro do prazo decadencial de 30 (trinta) dias.

Parágrafo Quinto. Nas hipóteses em que a lei conferir o direito de retirada a acionista dissidente de deliberação da Assembléia Geral, o valor do reembolso terá por base o menor valor entre o valor econômico da Companhia e o valor de patrimônio líquido constante do

último balanço aprovado pela Assembléia Geral, observadas as disposições do artigo 45 da Lei nº 6.404/76.

Art. 6º. A Companhia possui capital autorizado, podendo aumentar o seu capital social até o limite de 176.000.000 (cento e setenta e seis milhões) ações, independentemente de reforma estatutária, mediante deliberação do Conselho de Administração, que fixará o preço e a quantidade de ações a serem emitidas, os termos e condições da emissão, da subscrição, da integralização e da colocação das ações a serem emitidas.

Parágrafo Único. A Companhia pode, dentro do limite de capital autorizado e por deliberação do Conselho de Administração, no âmbito de plano de opção aprovado pela Assembléia Geral, outorgar opção de compra de ações em favor de seus administradores, empregados e prestadores de serviços, assim como a administradores e empregados de outras sociedades que sejam controladas, direta ou indiretamente, pela Companhia.

Art. 7º. A Companhia poderá, por deliberação de seu Conselho de Administração, excluir o direito de preferência ou reduzir o prazo para seu exercício nas emissões de ações, debêntures conversíveis em ações ou bônus de subscrição, cuja colocação seja feita mediante venda em bolsa de valores, subscrição pública ou permuta por ações em oferta pública obrigatória de aquisição de controle nos termos dos artigos 257 a 263 da Lei nº 6.404/76. Não haverá direto de preferência na outorga e no exercício de opção de compra de ações, na forma do disposto no §3º do artigo 171 da Lei nº 6.404/76.

Art. 8º. Nos aumentos de capital mediante a emissão de novas ações, o acionista que não fizer o pagamento correspondente às ações subscritas nas condições previstas no respectivo boletim de subscrição ficará de pleno direito constituído em mora, na forma do artigo 106, §2º, da Lei nº 6.404/76, sujeitando-se (i) à multa de 10% (dez por cento) do valor da prestação devida, sem prejuízo da correção monetária de acordo com a variação do IGP-M - Índice Geral de Preços ao Mercado, divulgado pela Fundação Getúlio Vargas – FGV ou índice que venha a substituí-lo, em caso de sua extinção, na menor periodicidade admitida; (ii) ao disposto no artigo 107 da Lei nº 6.404/76; e (iii) ao pagamento de juros de mora de 12% (doze por cento) ao ano, *pro rata temporis*.

CAPÍTULO III
ASSEMBLÉIA GERAL

Art. 9º. A Assembléia Geral reunir-se-á, ordinariamente, dentro dos 04 (quatro) primeiros meses seguintes ao término do exercício social, para deliberar sobre as matérias constantes do artigo 132 da Lei nº 6.404/76 e, extraordinariamente, sempre que os interesses sociais, este Estatuto Social e/ou a lei exigirem.

Parágrafo Primeiro. A Assembléia Geral deverá ser convocada na forma da lei. Independentemente das formalidades de convocação, será considerada regular a Assembléia Geral a que comparecerem todos os acionistas.

Parágrafo Segundo. A Assembléia Geral será instalada e presidida pelo Presidente do Conselho de Administração ou, na ausência deste, por qualquer outro membro do Conselho de Administração que venha a ser escolhido por deliberação da maioria dos acionistas presentes, ou, na ausência de todos os membros do Conselho de Administração, o presidente será escolhido, dentre os acionistas presentes, por deliberação majoritária. O Presidente escolherá, dentre os presentes, o secretário da mesa.

Parágrafo Terceiro. As deliberações da Assembléia Geral, ressalvadas as exceções previstas em lei e neste Estatuto Social, serão tomadas por maioria de votos, não se computando os votos em branco.

Art. 10. Sem prejuízo de outras matérias previstas em lei ou neste Estatuto Social, caberá à Assembléia Geral:

(a) deliberar sobre a saída da Companhia do Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA ("Novo Mercado"), a qual deverá ser comunicada à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA por escrito, com antecedência prévia de 30 (trinta) dias;

(b) escolher, dentre as instituições qualificadas e indicadas em lista tríplice pelo Conselho de Administração, aquela que será responsável pela preparação do laudo de avaliação das ações da Companhia para os fins e efeitos ***(i)*** de saída do Novo Mercado e/ou ***(ii)*** de cancelamento de registro de companhia aberta; e

(c) resolver os casos omissos no presente Estatuto Social, observadas as disposições da Lei nº 6.404/76.

CAPÍTULO IV
ADMINISTRAÇÃO

Seção I – Regras Gerais

Art. 11. A Companhia será administrada por um Conselho de Administração e por uma Diretoria, na forma da lei e deste Estatuto Social.

Parágrafo Primeiro. Os membros do Conselho de Administração e da Diretoria serão investidos em seus respectivos cargos mediante assinatura de termo de posse no livro próprio, dentro dos 30 (trinta) dias que se seguirem à sua eleição, e ficam dispensados de prestar caução em garantia de sua gestão.

Parágrafo Segundo. A posse e investidura dos administradores em seus respectivos cargos está condicionada (**i**) à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Administradores referido no Regulamento de Listagem do Novo Mercado; e (**ii**) à adesão ao Manual de Divulgação e Uso de Informações e Política de Negociação de Valores Mobiliários de Emissão da Companhia, mediante assinatura do termo respectivo.

Parágrafo Terceiro. Os membros do Conselho de Administração e da Diretoria estão obrigados, sem prejuízo dos deveres e responsabilidades a eles atribuídos por lei, a manter reserva sobre todos os negócios da Companhia, devendo tratar como confidenciais todas as informações de caráter não público a que tenham acesso e que digam respeito à Companhia, seus negócios, funcionários, administradores, acionistas ou contratados e

prestadores de serviços, obrigando-se a usar tais informações no exclusivo e melhor interesse da Companhia.

Art. 12. A Assembléia Geral fixará, de forma individual ou global, a remuneração dos administradores da Companhia. Havendo a fixação de forma global, caberá ao Conselho de Administração definir os valores a serem pagos individualmente. Caberá também ao Conselho de Administração distribuir, quando for o caso, a participação nos lucros fixada pela Assembléia Geral.

Seção II – Conselho de Administração

Art. 13. O Conselho de Administração é composto por até 07 (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 Assembléia Geral, com mandato unificado de 2 (dois) anos, sendo permitida a reeleição. Excepcionalmente e para fins de transição, quando o Poder de Controle da Companhia vier a ser exercido de forma difusa (Controle Difuso), os membros do Conselho de Administração poderão ser eleitos, uma única vez, para um mandato unificado de até 3 (três) anos, sendo certo que a eventual reeleição destes membros do Conselho de Administração será para um mandato de 2 (dois) anos.

Parágrafo Único. O Conselho de Administração terá um Presidente e um Vice-Presidente, a quem competirá substituir o Presidente nas suas ausências e impedimentos temporários, os quais serão eleitos por maioria dos votos dos conselheiros efetivos.

Art. 14. No mínimo 20% (vinte por cento) dos membros efetivos do Conselho de Administração deverão ser Conselheiros Independentes, conforme definido nos parágrafos segundo e terceiro abaixo.

Parágrafo Primeiro. Quando, em decorrência da observância do percentual referido no *caput* deste art. 14, resultar número fracionário de conselheiros, proceder-se-á ao

arredondamento para o número inteiro: (**i**) imediatamente superior, quando a fração for igual ou superior a 0,5, ou (**ii**) imediatamente inferior, quando a fração for inferior a 0,5.

Parágrafo Segundo. Para todos os fins e efeitos deste Estatuto Social, "Conselheiro Independente" será aquele definido como tal no Regulamento de Listagem no Novo Mercado da Bovespa e expressamente declarado na ata da assembléia geral que o eleger.

Parágrafo Terceiro. Também serão considerados Conselheiros Independentes aqueles eleitos mediante faculdade prevista nos §§ 4º e 5º do artigo 141 da Lei nº 6.404/76.

Parágrafo Quarto. Os membros do Conselho de Administração deverão permanecer em seus respectivos cargos e no exercício de suas funções até que sejam eleitos e investidos nos cargos seus substitutos ou assumam os seus respectivos suplentes, exceto se de outra forma for deliberado pela Assembléia Geral.

Art. 15. Em caso de vacância no cargo de conselheiro, não havendo suplente, o Conselho de Administração elegerá o substituto, que servirá até a primeira Assembléia Geral que for realizada. O substituto eleito na Assembléia Geral para preencher o cargo vago completará o prazo de gestão do conselheiro substituído.

Art. 16. O Conselho de Administração reunir-se-á, ordinariamente, uma vez a cada 03 (três) meses e, extraordinariamente, sempre que os interesses sociais exigirem. As reuniões do Conselho de Administração são convocadas pelo Presidente, pelo Vice-Presidente ou por quaisquer 2 (dois) conselheiros agindo em conjunto, mediante convocação escrita — através de carta, telegrama, fac-símile, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação com comprovante de recebimento —, contendo, além do local, data e hora da reunião, a ordem do dia. As convocações deverão, sempre que possível, encaminhar as propostas ou documentos a serem discutidos ou apreciados.

Parágrafo Primeiro. As reuniões do Conselho de Administração serão convocadas com, no mínimo, 10 (dez) dias de antecedência, sendo certo que, em casos de manifesta urgência, a convocação para as reuniões do Conselho de Administração poderá ser,

excepcionalmente, feita com antecedência de 05 (cinco) dias, observadas as demais formalidades. A presença da totalidade dos membros do Conselho de Administração dispensará qualquer formalidade de convocação.

Parágrafo Segundo. As reuniões do Conselho de Administração serão instaladas com a presença da maioria de seus membros. Considera-se regularmente convocado o conselheiro presente à reunião. Uma vez instaladas, as reuniões do Conselho de Administração serão presididas pelo Presidente do Conselho ou pelo Vice-Presidente do Conselho, que convidará um dos presentes ou o advogado da Companhia para secretariar os trabalhos.

Parágrafo Terceiro. As deliberações serão tomadas por maioria de votos, inexistindo voto de qualidade do Presidente ou do Vice-Presidente do Conselho de Administração.

Parágrafo Quarto. Os conselheiros poderão participar das reuniões do Conselho de Administração por meio de conferência telefônica, vídeo-conferência ou outro meio de comunicação eletrônica e serão considerados presentes à reunião, devendo enviar a confirmação de seu voto por escrito até o final da respectiva reunião por carta, fac-símile ou correio eletrônico, ficando o presidente da reunião investido dos poderes para assinar a respectiva ata de Reunião do Conselho de Administração em nome do conselheiro que não esteja presente fisicamente.

Parágrafo Quinto. Em caso de ausência, os membros do Conselho de Administração serão substituídos da seguinte forma e na seguinte ordem: (a) por seu suplente específico, se houver, ou, não havendo, (b) por um membro efetivo ou suplente do Conselho de Administração nomeado por escrito pelo conselheiro ausente. O membro efetivo indicado por um conselheiro ausente para representá-lo em reunião do Conselho de Administração terá, além de seu próprio voto, o voto do conselheiro ausente.

Parágrafo Sexto. Serão lavradas atas de reuniões do Conselho de Administração em livro próprio, assinadas por todos os membros presentes ou por tantos quantos bastem para a validade das deliberações tomadas.

Art. 17. Findo o mandato, os membros do Conselho de Administração permanecerão no exercício dos cargos até a investidura dos novos conselheiros eleitos.

Art. 18. Compete ao Conselho de Administração, sem prejuízo das demais competências atribuídas por lei e por este Estatuto Social:

(a) fixar a orientação geral dos negócios da Companhia;

(b) aprovar o orçamento anual operacional e o plano de negócios da Companhia, bem como quaisquer eventuais alterações dos mesmos (sendo certo que, enquanto não for aprovado o orçamento ou plano referente a um determinado exercício social, o orçamento ou plano do exercício anterior será utilizado provisoriamente);

(c) atribuir, do montante global da remuneração fixada pela Assembléia Geral, os honorários mensais a cada um dos membros da administração da Companhia, na forma do disposto no art. 12 do presente Estatuto Social;

(d) eleger e destituir os Diretores e gerentes da Companhia e fixar-lhes as atribuições, observado o que a respeito dispuser o presente Estatuto Social;

(e) fiscalizar a gestão dos Diretores;

(f) propor planos de opção de compra de ações para administradores, empregados, prestadores de serviços, assim como administradores e empregados de outras sociedades que sejam controladas, direta ou indiretamente, pela Companhia;

(g) fixar os critérios gerais de remuneração e as políticas de benefícios dos administradores da Companhia e de sociedades controladas, direta ou indiretamente, pela Companhia;

(h) aprovar previamente a implementação ou alteração de plano de incentivo de remuneração de longo-prazo aos empregados da Companhia e/ou de sociedades controladas direta ou indiretamente pela Companhia;

(i) convocar a Assembléia Geral;

(j) submeter à Assembléia Geral proposta de alteração deste Estatuto Social;

(k) manifestar-se sobre o relatório da administração, as contas da Diretoria e as demonstrações financeiras da Companhia;

(l) propor à assembléia geral a destinação do lucro líquido do exercício, observado o disposto neste Estatuto Social;

(m) autorizar o levantamento de balanços semestrais ou em períodos menores e a distribuição de dividendos intermediários com base no lucro apurado em tais balanços, observadas as limitações e disposições estatutárias e legais;

(n) atribuir aos administradores da Companhia a sua parcela de participação nos lucros apurados em balanços levantados pela Companhia, incluindo balanços intermediários, respeitadas as limitações e disposições estatutárias e legais;

(o) autorizar qualquer mudança nas políticas contábeis ou de apresentação de relatórios da Companhia, exceto se exigido pelos princípios contábeis geralmente aceitos nas jurisdições em que a Companhia opera;

(p) escolher e destituir os auditores independentes da Companhia;

(q) deliberar sobre a emissão de ações ou bônus de subscrição até o limite do capital autorizado, fixando o preço de emissão, forma de subscrição e integralização e outras condições da emissão, definindo ainda se será concedida preferência na subscrição aos acionistas;

(r) deliberar sobre a emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações e sem garantia real;

(s) autorizar a emissão de *bonds*, *notes*, *commercial papers* e outros instrumentos utilizados pelo mercado para captação de recursos, podendo deliberar sobre as condições de emissão e resgate;

(t) aprovar a aquisição, pela Companhia, de ações de sua própria emissão para manutenção em tesouraria ou seu cancelamento;

(u) exceto se previsto no orçamento anual ou no plano de negócios então em vigor, aprovar os negócios ou contratos de qualquer natureza entre, de um lado, a Companhia e, de outro, seus acionistas e/ou administradores;

(v) autorizar previamente: ***(i)*** a celebração, pela Companhia, de quaisquer contratos, incluindo, exemplificativamente, para a aquisição de participações societárias ou ativos; ou ***(ii)*** a concessão, pela Companhia, de garantia real ou fidejussória, em favor da própria Companhia, de sociedade por ela controlada ou de terceiros – em quaisquer das hipóteses descritas nos itens ***(i)*** ou ***(ii)***, em operações das quais sejam parte a Companhia ou qualquer de suas controladas e que sejam contratadas por período superior a 48 (quarenta e oito) meses ou cujo valor supere o maior valor entre R$ 50.000.000,00 (cinqüenta milhões) de reais ou 10% (dez por cento) do ativo consolidado total da Companhia;

(w) autorizar a aquisição, alienação, transferência, cessão, oneração ou outra forma de disposição, a qualquer título, incluindo conferência ao capital de outra sociedade, de bem do ativo permanente, cujo valor supere o maior valor entre R$ 50.000.000,00 (cinqüenta milhões) de reais ou 10% (dez por cento) do ativo consolidado total da Companhia;

(x) deliberar sobre a contratação pela Companhia de financiamento e empréstimos em valor superior a 10% (dez por cento) do patrimônio líquido da Companhia ou de sociedade por ela controlada, apurado no último balanço patrimonial aprovado da respectiva sociedade, por operação isolada;

(y) fixar o limite de endividamento da Companhia;

(z) deliberar previamente sobre a apresentação, pela Companhia, de pedido de falência ou recuperação judicial ou extrajudicial; e

(aa) elaborar a lista tríplice de instituições qualificadas a ser apresentada à Assembléia Geral, no tocante à preparação do laudo de avaliação das ações da Companhia para fins de saída do Novo Mercado e/ou cancelamento de registro de companhia aberta.

Seção III. – Diretoria

Art. 19. A Diretoria é o órgão de gestão e representação da Companhia, competindo-lhe praticar todos os atos necessários para assegurar seu regular funcionamento.

Parágrafo Primeiro. A Diretoria será composta por, no mínimo, 06 (seis) e, no máximo, 07 (sete) diretores, acionistas ou não, residentes no País, sendo 1 (um) Diretor Presidente, 1 (um) Diretor de Relações com Investidores, 1 (um) Diretor Financeiro, 1 (um) Diretor Comercial, 1 (um) Diretor Operacional e 2 (dois) Diretores de Desenvolvimento de Negócios, eleitos pelo Conselho de Administração, com mandatos de 3 (três) anos, podendo ser reeleitos e a qualquer tempo destituídos pelo Conselho de Administração.

Parágrafo Segundo. O mandato dos Diretores será automaticamente prorrogado até a posse de seus substitutos.

Parágrafo Terceiro. Os Diretores poderão cumular mais de uma das funções indicadas no *caput* deste artigo, mediante deliberação do Conselho de Administração.

Parágrafo Quarto. O exercício do cargo de Diretor cessa pela destituição, a qualquer tempo, do titular, ou pelo término do mandato, se não houver recondução, observado o disposto no parágrafo segundo acima. A renúncia torna-se eficaz em relação à Companhia, desde o momento em que esta conhecer da comunicação escrita do renunciante, produzindo efeitos perante terceiros de boa-fé após o seu arquivamento no Registro Público de Empresas Mercantis e publicação.

Parágrafo Quinto. A substituição dos Diretores, no caso de ausência ou impedimento temporário, ou ainda por renúncia, morte ou incapacidade, será deliberada em Reunião do Conselho de Administração, podendo o Presidente do Conselho de Administração e/ou o Vice-Presidente do Conselho de Administração eleger interinamente o substituto.

Art. 20. A Diretoria não é um órgão colegiado, podendo, contudo, reunir-se, sempre que necessário, a critério do Diretor Presidente, a quem caberá presidir a reunião. Na ausência do Diretor Presidente, caberá ao Diretor Financeiro presidir as reuniões da Diretoria e, na ausência de ambos, caberá a qualquer dos demais Diretores.

Parágrafo Único. A reunião da Diretoria será instalada com a presença de diretores que representem a maioria dos membros da Diretoria.

Art. 21. Compete ao Diretor Presidente:

a) submeter à aprovação do Conselho de Administração os planos de trabalho e orçamento anuais, os planos de investimento e os novos programas de expansão da Companhia e de suas empresas controladas, promovendo a sua execução nos termos aprovados;

b) formular as estratégias e diretrizes operacionais da Companhia, bem como estabelecer os critérios para a execução das deliberações da Assembléia Geral e do Conselho de Administração, com a participação dos demais diretores;

c) exercer a supervisão de todas as atividades da Companhia;

d) orientar, coordenar e superintender as atividades dos demais Diretores, convocando e presidindo as reuniões de Diretoria; e

e) exercer as demais atribuições que lhe forem conferidas pelo Conselho de Administração.

Art. 22. Compete ao Diretor de Relações com os Investidores:

a) gerenciar o relacionamento da Companhia com seus acionistas, a Comissão de Valores Mobiliários – CVM, a Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA e o mercado em geral;

b) divulgar aos investidores, à Comissão de Valores Mobiliários - CVM, à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA e a outros mercados em que os valores mobiliários de emissão da Companhia estejam admitidos à negociação os atos ou fatos relevantes relacionados aos negócios de interesse da Companhia, zelando pela sua ampla e imediata divulgação;

c) manter atualizado o registro da Companhia, em conformidade com a regulamentação aplicável, prestando as informações necessárias para tanto; e

d) exercer outras atribuições que lhe forem definidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 23. Compete ao Diretor Financeiro:

a) a administração financeira da Companhia;

b) auxiliar o Diretor Presidente no exercício de suas atribuições; e

c) exercer outras atribuições específicas que lhe forem conferidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 24. Compete ao Diretor Comercial:

a) coordenar o desenvolvimento das atividades de administração, gestão e comercialização de unidades nos empreendimentos em que a Companhia participe, direta ou indiretamente;

b) acompanhar a composição e variação do *mix* dos shoppings centers nos quais a Companhia participe, direta ou indiretamente; e

c) exercer outras atribuições específicas que lhe forem conferidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 25. Compete ao Diretor de Operações:

(a) coordenar a implementação, estruturar, negociar e acompanhar o desenvolvimento de cada um dos empreendimentos e projetos nos quais a Companhia participe, direta ou indiretamente; e

(b) exercer outras atribuições que lhe forem definidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 26. Compete aos Diretores de Desenvolvimento de Negócios:

(a) prospectar, analisar e negociar oportunidades de investimentos e desinvestimento para a Companhia;

(b) analisar e avaliar atividades a serem desenvolvidas e/ou realizadas pela Companhia, inclusive a partir do exame da viabilidade econômico-financeira das novas oportunidades de negócios; e

c) exercer outras atribuições que lhe forem definidas pelo Conselho de Administração, auxiliando, sempre que necessário, o Diretor Presidente e os demais diretores da Companhia.

Art. 27. Sem prejuízo de outras atribuições e competências previstas em lei, compete à Diretoria gerir a Companhia e exercer as atribuições que a Assembléia Geral, o Conselho de Administração e este Estatuto Social lhe conferirem para a prática dos atos necessários ao funcionamento regular da Companhia, incumbindo-lhe a administração e gestão dos negócios e atividades da Companhia, inclusive:

(i) conduzir a política geral e de administração da Companhia, conforme orientação do Conselho de Administração;

(ii) executar e coordenar o andamento das atividades normais da Companhia, zelando pela observância da Lei, deste Estatuto Social, das deliberações do Conselho de Administração e da Assembléia Geral;

(iii) elaborar e submeter ao Conselho de Administração o relatório da Diretoria e as demonstrações financeiras de cada exercício, acompanhados do relatório dos auditores independentes, bem como a proposta de aplicação dos lucros apurados no exercício anterior;

(iv) elaborar os planos de negócios e orçamento da Companhia, anuais ou plurianuais, e submetê-los ao Conselho de Administração;

(v) decidir sobre filiais, agências, depósitos, escritórios e quaisquer outros estabelecimentos da Companhia no país ou no exterior;

(vi) manter os membros do Conselho de Administração informados sobre as atividades da Companhia e de suas controladas, bem como o andamento de suas operações;

(vii) representar a Companhia, ativa e passivamente, em juízo ou fora dele, respeitadas as disposições e limitações previstas neste Estatuto Social, notadamente aquelas referidas no artigo 18 acima;

(viii) contratar, transigir, contrair obrigações, renunciar, desistir, celebrar acordos, firmar compromissos, contrair empréstimos e financiamentos, alienar, adquirir, hipotecar, ou, de qualquer modo, onerar bens da Companhia, móveis, imóveis e outros direitos, respeitadas as disposições e limitações previstas neste Estatuto Social, notadamente aquelas referidas no artigo 18 acima;

(ix) aceitar, sacar, endossar e avalizar documentos cambiais, duplicatas, cheques, notas promissórias e quaisquer outros títulos de créditos que impliquem responsabilidade para a sociedade, respeitadas as disposições e limitações previstas neste Estatuto Social, notadamente aquelas referidas no artigo 18 acima;

(x) abrir, movimentar e encerrar contas bancárias e de investimento; e

(xi) exercer outras atribuições legais ou que lhe sejam conferidas pelo Conselho de Administração e/ou pelo presente Estatuto Social.

Parágrafo Primeiro. A representação da Companhia, em juízo ou fora dele, ativa e passivamente, em quaisquer atos ou negócios jurídicos, que importem responsabilidade ou obrigação para a Companhia ou que a exonerem de obrigações para com terceiros serão obrigatoriamente praticados: ***(i)*** por 02 (dois) diretores agindo em conjunto; ou ***(ii)*** por 01 (um) diretor agindo em conjunto com 01 (um) procurador, com poderes específicos, devidamente constituído na forma do Parágrafo Segundo abaixo; ***(iii)*** por 02 (dois) procuradores, com poderes específicos, agindo em conjunto, devidamente constituídos na forma do Parágrafo Segundo abaixo; ou ***(iv)*** excepcionalmente, por 1 (um) procurador

agindo isoladamente, devidamente constituído na forma do Parágrafo Segundo abaixo, desde que autorizado pela maioria dos diretores ou por 02 (dois) diretores, sendo 01 (um) deles o Diretor Presidente

Parágrafo Segundo. As procurações em nome da Companhia serão exclusivamente outorgadas por 02 (dois) diretores, agindo em conjunto, e deverão especificar os poderes conferidos e, excetuando-se as procurações outorgadas para fins judiciais *(ad judicia)* ou para representação em processos administrativos, não terão prazo superior a 1 (um) ano.

Parágrafo Terceiro. São expressamente vedados, sendo nulos e inoperantes com relação à Companhia, os atos de qualquer dos Diretores ou procuradores que a envolverem em obrigações relativas a negócios e/ou operações estranhos ao objeto social, tais como fianças, avais e endossos ou quaisquer outras garantias em favor de terceiros.

CAPÍTULO V
CONSELHO FISCAL

Art. 28. A Companhia tem um Conselho Fiscal de funcionamento não permanente, que será instalado a pedido de acionistas na forma da Lei nº 6.404/76, e terá as atribuições, competências, responsabilidades e deveres definidos na referida lei. O funcionamento do Conselho Fiscal terminará na primeira Assembléia Geral Ordinária após a sua instalação, podendo seus membros ser reeleitos.

Parágrafo Primeiro. Quando instalado, o Conselho Fiscal será composto por 3 (três) membros efetivos e igual número de suplentes, eleitos pela Assembléia Geral.

Parágrafo Segundo. A remuneração dos membros do Conselho Fiscal será fixada pela Assembléia Geral que os eleger.

Parágrafo Terceiro. A posse dos membros do Conselho Fiscal está condicionada à prévia subscrição do Termo de Anuência dos Membros do Conselho Fiscal referido no Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

Parágrafo Quarto. Quando em funcionamento, o Conselho Fiscal reunir-se-á sempre que necessário, mediante convocação de qualquer de seus membros, lavrando-se em ata suas deliberações.

CAPÍTULO VI
EXERCÍCIO SOCIAL, BALANÇO E RESULTADOS

Art. 29. O exercício social terá início em 1º de janeiro e término em 31 de dezembro de cada ano. Ao término de cada exercício social e de cada trimestre civil serão elaboradas as demonstrações financeiras previstas em lei.

Art. 30. A Companhia, por deliberação do Conselho de Administração, poderá levantar balanços semestrais, trimestrais ou mensais, bem como pagar dividendos ou juros sobre o capital próprio à conta de lucros apurados nesses balanços. A Companhia, por deliberação do Conselho de Administração, poderá ainda pagar dividendos intermediários ou juros sobre o capital próprio à conta de lucros acumulados ou de reservas de lucros existentes no último balanço anual ou semestral.

Parágrafo Único. Os dividendos distribuídos e os juros sobre o capital próprio pagos nos termos deste artigo 30 serão imputados ao dividendo obrigatório, de que trata o Parágrafo Segundo, alínea (b), do artigo 31 deste Estatuto Social.

Art. 31. Do resultado do exercício serão deduzidos, antes de qualquer participação, eventuais prejuízos acumulados e a provisão para o imposto de renda.

Parágrafo Primeiro. Sobre o lucro remanescente, apurado na forma do *caput* deste art. 31, será calculada a participação estatutária dos administradores, até o limite máximo legal.

Parágrafo Segundo. Do lucro líquido do exercício, obtido após a dedução de que trata o parágrafo anterior, destinar-se-á:

(a) 5% (cinco por cento) para a reserva legal, até atingir 20% (vinte por cento) do capital social integralizado; e

(b) do saldo do lucro líquido do exercício, obtido após a dedução de que trata o parágrafo anterior e da destinação referida no item (a) deste Parágrafo Segundo do art. 31, e ajustado na forma do artigo 202 da Lei nº 6.404/76, destinar-se-ão 25% (vinte e cinco por cento) para o pagamento de dividendo obrigatório a todo os acionistas.

Parágrafo Terceiro. Atendida a distribuição prevista no parágrafo anterior, o saldo terá a destinação aprovada pela Assembléia Geral, depois de ouvido o Conselho de Administração, respeitadas as disposições legais aplicáveis.

Parágrafo Quarto. Os dividendos declarados serão pagos nos prazos legais, somente incidindo correção monetária e/ou juros mediante expressa determinação da Assembléia Geral e, se não reclamados no prazo de 3 (três) anos contados da deliberação que autorizou sua distribuição, prescreverão em favor da Companhia.

CAPÍTULO VII
CANCELAMENTO DO REGISTRO DE COMPANHIA ABERTA

Art. 32 - O cancelamento do registro de companhia aberta será precedido por oferta pública de aquisição de ações, a ser efetivada pelo Acionista Controlador ou pela Companhia, tendo como preço mínimo, o valor econômico apurado mediante laudo de avaliação, na forma do artigo 33 abaixo, observando-se o disposto no art. 41 em caso de Controle Difuso.

Parágrafo Único. Para fins do disposto neste Estatuto Social, entende-se por:

a) "Acionista Controlador Alienante": o Acionista Controlador, quando este promove a alienação de controle da Companhia;

b) "Acionista Controlador": o acionista ou o grupo de acionistas vinculado por acordo de voto ou sob controle comum que exerça o Poder de Controle da Companhia;

c) "Ações de Controle": o bloco de ações que assegura, de forma direta ou indireta, ao(s) seu(s) titular(es), o exercício individual e/ou compartilhado do Poder de Controle da Companhia;

d) "Ações em Circulação": todas as ações de emissão da Companhia, com exceção daquelas detidas pelo Acionista Controlador, por pessoas a ele vinculadas, por administradores da Companhia e aquelas mantidas em tesouraria;

e) "Alienação do Controle": a transferência a terceiro, a título oneroso, das Ações de Controle;

f) "Comprador": aquele para quem o Acionista Controlador Alienante transfere o Poder de Controle em uma Alienação de Controle da Companhia;

g) "Controle Difuso": significa o Poder de Controle exercido por acionista detentor de menos de 50% (cinqüenta por cento) do capital social, assim como por grupo de acionistas que não seja signatário de acordo de votos e que não esteja sob controle comum e nem atue representando um interesse comum.

h) "Poder de Controle": significa o poder efetivamente utilizado de dirigir as atividades sociais e orientar o funcionamento dos órgãos da Companhia, de forma direta ou indireta, de fato ou de direito. Há presunção relativa de titularidade do controle em relação à pessoa ou ao grupo de pessoas vinculado por acordo de voto ou sob controle comum que seja titular de ações que lhe tenham assegurado a maioria absoluta dos votos dos acionistas presentes nas três últimas assembléias gerais da Companhia, ainda que não seja titular de ações que lhe assegurem a maioria absoluta do capital social; e

i) "Termo de Anuência dos Controladores": o termo pelo qual os novos Acionistas Controladores ou o(s) acionista(s) que vier(em) a ingressar no grupo de controle da Companhia se responsabilizam pessoalmente a se submeter e a agir em

conformidade com o Contrato de Participação no Novo Mercado, com o Regulamento de Listagem do Novo Mercado, com a Cláusula Compromissória, incluída no Artigo 43, e com o Regulamento de Arbitragem, conforme modelo constante do Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

Artigo 33 - O laudo de avaliação será elaborado por empresa especializada, com experiência comprovada e independência quanto ao poder de decisão da Companhia, seus administradores e acionistas relevantes, devendo ser observados os requisitos do parágrafo 1º do artigo 8º da Lei de Sociedades por Ações, e conter a responsabilidade prevista no parágrafo 6º do mesmo artigo.

Parágrafo Primeiro. A escolha da empresa especializada responsável pela determinação do valor econômico da Companhia é de competência privativa da Assembléia Geral, a partir da apresentação, pelo Conselho de Administração, de lista tríplice, 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 assembléia que, se instalada em primeira convocação, deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo, 20% (vinte por cento) do total de Ações em Circulação, ou que se instalada em segunda convocação poderá contar com a presença de qualquer número de acionistas representantes das Ações em Circulação.

Parágrafo Segundo. Os custos incorridos com a elaboração do laudo de avaliação serão arcados integralmente pelo ofertante.

Artigo 34 - Quando for informada ao mercado a decisão de se proceder ao cancelamento do registro de companhia aberta, o ofertante deverá divulgar o valor máximo por ação ou lote de mil ações pelo qual formulará a oferta pública.

Parágrafo Primeiro. A oferta pública ficará condicionada a que o valor apurado no laudo de avaliação não seja superior ao valor divulgado pelo ofertante.

Parágrafo Segundo. Se o valor econômico das ações, apurado na forma do artigo 33, for superior ao valor informado pelo ofertante, a decisão de se proceder ao cancelamento do registro de companhia aberta ficará automaticamente 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.

Parágrafo Terceiro. O procedimento para o cancelamento do registro de companhia aberta da Companhia atenderá as demais exigências estabelecidas nas normas aplicáveis às companhias abertas e os preceitos constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado.

CAPÍTULO VIII
SAÍDA DO NOVO MERCADO

Artigo 35 - A saída da Companhia do Novo Mercado dependerá de aprovação em Assembléia Geral pela maioria dos votos dos acionistas presentes e deverá ser comunicada à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA por escrito com antecedência prévia de 30 (trinta) dias.

Parágrafo Primeiro. Para que as ações da Companhia passem a ter o registro para negociação fora do Novo Mercado, o Acionista Controlador deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações pertencentes aos demais acionistas da Companhia, no mínimo, pelo valor econômico apurado em laudo de avaliação elaborado nos termos do Artigo 33 deste Estatuto Social, observando-se o disposto no art. 41 em caso de Controle Difuso.

Parágrafo Segundo. Caso a saída da Companhia do Novo Mercado venha a ocorrer em virtude de operação de reorganização societária, na qual a companhia resultante dessa reorganização não seja admitida para negociação no Novo Mercado, o Acionista Controlador também deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações pertencentes aos demais acionistas da Companhia, no mínimo, pelo valor econômico apurado em laudo de avaliação elaborado nos termos do Artigo 33 deste Estatuto Social, respeitadas as normas

legais e regulamentares aplicáveis, observando-se o disposto no art. 41 em caso de Controle Difuso.

Artigo 36 - A alienação do Poder de Controle da Companhia que ocorrer nos 12 (doze) meses subseqüentes à sua saída do Novo Mercado, obrigará o Acionista Controlador Alienante, conjunta e solidariamente com o Comprador, a oferecer aos demais acionistas a aquisição de suas ações pelo preço e nas condições obtidas pelo Acionista Controlador Alienante na alienação de suas próprias ações, devidamente atualizado, observando-se as mesmas regras aplicáveis às alienações de controle previstas no Capítulo IX deste Estatuto Social.

Parágrafo Primeiro. Se o preço obtido pelo Acionista Controlador Alienante na alienação a que se refere o *caput* deste artigo 35 for superior ao valor da oferta pública de saída realizada de acordo com as demais disposições deste Estatuto Social, o Acionista Controlador Alienante conjunta e solidariamente com o Comprador, ficarão obrigados a pagar a diferença de valor apurado aos aceitantes da respectiva oferta pública, nas mesmas condições previstas no *caput* deste artigo 34.

Parágrafo Segundo. A Companhia e o Acionista Controlador ficam obrigados a averbar no Livro de Registro de Ações da Companhia, em relação às ações de propriedade do Acionista Controlador, ônus que obrigue o Comprador daquelas ações a estender aos demais acionistas da Companhia preço e condições de pagamento idênticos aos que forem pagos ao Acionista Controlador Alienante, em caso de alienação, na forma prevista no *caput* e no Parágrafo Primeiro acima.

CAPÍTULO IX
ALIENAÇÃO DO PODER DE CONTROLE

Art. 37. A alienação do Poder de Controle da Companhia, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas, deverá ser contratada sob condição, suspensiva ou resolutiva, de que o Comprador do Poder de Controle se obrigue a efetivar, observando as condições e os prazos previstos na legislação vigente e no Regulamento de

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Listagem do Novo Mercado, oferta pública de aquisição das ações dos demais acionistas, de forma a lhes assegurar tratamento igualitário ao do Acionista Controlador Alienante.

Art. 38. A oferta pública referida no art. 37 também deverá ser efetivada:

a) quando houver cessão onerosa de direitos de subscrição de ações e de outros títulos ou direitos relativos a valores mobiliários conversíveis em ações que venha a resultar na Alienação do Controle da Companhia; e

b) em caso de alienação de controle de sociedade que detenha o Poder de Controle da Companhia, sendo que, neste caso, o Acionista Controlador Alienante ficará obrigado a declarar à Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA o valor atribuído à Companhia nessa alienação e a anexar documentação que comprove esse valor.

Art. 39. Aquele que já detiver ações da Companhia e venha a adquirir o Poder de Controle da mesma, em razão de contrato particular de compra e venda de ações celebrado com o Acionista Controlador, envolvendo qualquer quantidade de ações, estará obrigado a:

a) efetivar a oferta pública referida no Art. 37;

b) ressarcir os acionistas de quem tenha comprado ações em bolsa nos 6 (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; e

c) tomar as medidas cabíveis para recompor o percentual mínimo de 25% (vinte e cinco por cento) do total das Ações em Circulação da Companhia dentro dos 6 (seis) meses subseqüentes à aquisição do Poder de Controle.

Art. 40. A Companhia não registrará (***i***) qualquer transferência de ações para o Comprador do Poder de Controle, ou para aquele(s) que vier(em) a deter o Poder de Controle, enquanto este(s) não subscrever(em) o Termo de Anuência dos Controladores; ou (***ii***) qualquer

Acordo de Acionistas que disponha sobre o exercício do Poder de Controle sem que os seus signatários tenham subscrito o Termo de Anuência dos Controladores.

CAPÍTULO X
CONTROLE DIFUSO

Art. 41. Na hipótese de haver o Controle Difuso:

(a) sempre que for aprovado, em Assembléia Geral, o cancelamento de registro de companhia aberta, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pela própria Companhia, sendo que, neste caso, a Companhia somente poderá adquirir as ações de titularidade dos acionistas que tenham votado a favor do cancelamento de registro na deliberação em Assembléia Geral após ter adquirido as ações dos demais acionistas que não tenham votado a favor da referida deliberação e que tenham aceitado a referida oferta pública; e

(b) sempre que for aprovada, em Assembléia Geral, a saída da Companhia do Novo Mercado, seja por registro para negociação das ações fora do Novo Mercado seja por reorganização societária na qual as ações da companhia resultante de tal reorganização não sejam admitidas para negociação no Novo Mercado, porém não haja o cancelamento do registro de companhia aberta, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pelos acionistas que tenham votado a favor da respectiva deliberação em Assembléia Geral.

Art. 42. Em caso de Controle Difuso, se a Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA determinar que as cotações dos valores mobiliários de emissão da Companhia sejam divulgadas em separado ou que os valores mobiliários emitidos pela Companhia tenham a sua negociação suspensa no Novo Mercado em razão do descumprimento de obrigações constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado, o Presidente do Conselho de Administração ou o Vice-Presidente do Conselho de Administração deverão convocar, em até 2 (dois) dias da determinação, computados apenas os dias em que houver circulação dos

jornais habitualmente utilizados pela Companhia, uma Assembléia Geral Extraordinária para substituição de todo o Conselho de Administração.

Parágrafo Primeiro. Caso a Assembléia Geral Extraordinária referida no *caput* deste Art. 42 não seja convocada pelo Presidente do Conselho de Administração ou pelo Vice-Presidente do Conselho de Administração no prazo estabelecido, a mesma poderá ser convocada por qualquer acionista da Companhia.

Parágrafo Segundo. O novo Conselho de Administração eleito na Assembléia Geral Extraordinária referida no caput e no parágrafo anterior deste Art. 42 deverá sanar o descumprimento das obrigações constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado no menor prazo possível ou em novo prazo concedido pela Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA para esse fim, o que for menor.

Art. 43. Em caso de Controle Difuso, se a saída da Companhia do Novo Mercado ocorrer em razão do descumprimento de obrigações constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado decorrente de:

(a) deliberação em Assembléia Geral, a oferta pública de aquisição de ações deverá ser efetivada pelos acionistas que tenham votado a favor da deliberação que implique o descumprimento; e

(b) ato ou fato da administração, a Companhia deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações para cancelamento de registro de companhia aberta dirigida a todos os acionistas da Companhia. Caso seja deliberada, em assembléia geral, a manutenção do registro de companhia aberta da Companhia, os acionistas que tenham votado a favor dessa deliberação deverão efetivar a oferta pública para aquisição da totalidade das ações dos demais acionistas.

CAPÍTULO X
LIQUIDAÇÃO

Art. 44. A Companhia se dissolverá e entrará em liquidação nos casos previstos em lei, cabendo à Assembléia Geral estabelecer o modo de liquidação, designar o liquidante, fixar-lhe seus poderes e remuneração e o Conselho Fiscal, que deverá funcionar no período de liquidação.

CAPÍTULO XI
ARBITRAGEM

Art. 45. A Companhia, seus acionistas, administradores e os membros do Conselho Fiscal ficam obrigados 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 nº 6.404/76, neste Estatuto Social, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil e pela Comissão de Valores Mobiliários, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado, do Contrato de Participação no Novo Mercado e do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado.

CAPÍTULO XII
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 46. A Companhia observará os Acordos de Acionistas registrados na forma do Art. 118 da Lei nº 6.404/76, cabendo à administração abster-se de registrar transferências de ações contrárias aos respectivos termos e ao Presidente das Assembléias Gerais e das reuniões do Conselho de Administração abster-se de computar os votos lançados em infração a tais acordos.

18.01 - ESTATUTO SOCIAL

Art. 47. As seguintes disposições do Estatuto Social da Companhia — itens (a) e (b) do art. 10, parágrafo segundo do art. 11, art. 14, item (aa) do art. 18, Capítulo VII a X e Capítulo XI — somente terão eficácia a partir da data em que a Companhia publicar o Anúncio de Início da Distribuição Pública Primária de Ações, referente à primeira distribuição pública de ações ordinárias de emissão da Companhia objeto do pedido de registro nº RJ/2007 - 01195 na Comissão de Valores Mobiliários no dia 12 de fevereiro de 2007.

* * *

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

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 das compras ao lazer e à 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.

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

Nesta data não possuímos negócios jurídicos celebrados entre a Companhia e suas controladas e coligadas, seus administradores, seus acionistas relevantes, e, ainda, entre a Companhia e sociedades controladas e coligadas dos administradores e dos acionista relevantes. Caso, no curso normal de nossos negócios, venhamos a celebrar operações com partes relacionadas, o faremos de acordo com as práticas usuais de mercado e conforme as normas aplicáveis, nos comprometendo a divulgar as informações relevantes com relação às mencionadas operações.

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

19.06.01 - BALANÇO PATRIMONIAL ATIVO (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - 31/12/2006	4 - 31/12/2005	5 - 31/12/2004
1	Ativo Total	236.384.199	153.570.052	202.229.390
1.01	Ativo Circulante	95.562.257	28.399.518	37.379.855
1.01.01	Disponibilidades	2.158.921	2.415.981	3.198.684
1.01.02	Créditos	46.570.738	10.181.348	23.899.025
1.01.02.01	Clientes	5.916.730	7.606.856	14.169.039
1.01.02.02	Créditos Diversos	40.654.008	2.574.492	9.729.986
1.01.03	Estoques	0	0	0
1.01.04	Outros	46.832.598	15.802.189	10.282.146
1.02	Ativo Não Circulante	140.821.942	125.170.534	164.849.535
1.02.01	Ativo Realizável a Longo Prazo	10.173.318	2.986.313	1.937.262
1.02.01.01	Créditos Diversos	0	0	0
1.02.01.02	Créditos com Pessoas Ligadas	9.954.239	1.765.133	577.484
1.02.01.02.01	Com Coligadas e Equiparadas	0	0	0
1.02.01.02.02	Com Controladas	0	0	0
1.02.01.02.03	Com Outras Pessoas Ligadas	0	0	0
1.02.01.03	Outros	219.079	1.221.180	1.359.778
1.02.02	Ativo Permanente	130.648.624	122.184.221	162.912.273
1.02.02.01	Investimentos	40.217.731	6.560.772	6.033.509
1.02.02.01.01	Participações Coligadas/Equiparadas	502.333	263.087	0
1.02.02.01.02	Participações Coligadas/Equiparadas-Ágio	16.280.674	0	0
1.02.02.01.03	Participações em Controladas	19.718.320	3.282.820	2.854.402
1.02.02.01.04	Participações em Controladas - Ágio	1.384.623	2.799.633	2.963.875
1.02.02.01.05	Outros Investimentos	2.331.781	215.232	215.232
1.02.02.02	Imobilizado	55.139.170	114.815.962	155.708.971
1.02.02.03	Intangível	0	0	0
1.02.02.04	Diferido	35.291.723	807.487	1.169.793

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

19.06.02 - BALANÇO PATRIMONIAL PASSIVO (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - 31/12/2006	4 - 31/12/2005	5 - 31/12/2004
2	Passivo Total	236.384.199	153.570.052	202.229.390
2.01	Passivo Circulante	65.688.086	24.649.912	27.448.999
2.01.01	Empréstimos e Financiamentos	23.608.653	11.122.477	13.654.214
2.01.02	Debêntures	0	0	0
2.01.03	Fornecedores	2.644.848	290.846	251.313
2.01.04	Impostos, Taxas e Contribuições	23.206.468	906.415	895.967
2.01.05	Dividendos a Pagar	93.421	3.532.673	3.492.849
2.01.06	Provisões	15.740.888	1.173.799	8.552.792
2.01.07	Dívidas com Pessoas Ligadas	0	0	0
2.01.08	Outros	393.808	7.623.702	601.864
2.02	Passivo Não Circulante	44.748.885	35.249.961	45.434.819
2.02.01	Passivo Exigível a Longo Prazo	44.748.885	31.820.623	41.033.749
2.02.01.01	Empréstimos e Financiamentos	40.923.074	26.642.636	35.228.668
2.02.01.02	Debêntures	0	0	0
2.02.01.03	Provisões	0	0	0
2.02.01.04	Dívidas com Pessoas Ligadas	0	2.512.118	2.669.322
2.02.01.05	Adiantamento para Futuro Aumento Capital	0	0	0
2.02.01.06	Outros	3.825.811	2.665.869	3.135.759
2.02.02	Resultados de Exercícios Futuros	0	3.429.338	4.401.070
2.04	Patrimônio Líquido	125.947.228	93.670.179	129.345.572
2.04.01	Capital Social Realizado	109.968.083	15.641.162	19.912.046
2.04.02	Reservas de Capital	35.319.835	524.168	524.168
2.04.03	Reservas de Reavaliação	0	57.855.523	71.805.566
2.04.03.01	Ativos Próprios	0	57.855.523	71.805.566
2.04.03.02	Controladas/Coligadas e Equiparadas	0	0	0
2.04.04	Reservas de Lucro	3.124.967	3.128.232	2.577.749
2.04.04.01	Legal	3.124.967	3.128.232	2.577.749
2.04.04.02	Estatutária	0	0	0
2.04.04.03	Para Contingências	0	0	0
2.04.04.04	De Lucros a Realizar	0	0	0
2.04.04.05	Retenção de Lucros	0	0	0
2.04.04.06	Especial p/ Dividendos Não Distribuídos	0	0	0
2.04.04.07	Outras Reservas de Lucro	0	0	0
2.04.05	Lucros/Prejuízos Acumulados	(22.465.657)	16.521.094	34.526.043
2.04.06	Adiantamento para Futuro Aumento Capital	0	0	0

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

19.07 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - 01/01/2006 a 31/12/2006	4 - 01/01/2005 a 31/12/2005	5 - 01/01/2004 a 31/12/2004
3.01	Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços	36.239.251	60.932.294	67.433.518
3.02	Deduções da Receita Bruta	(3.075.826)	(1.490.175)	(1.574.468)
3.03	Receita Líquida de Vendas e/ou Serviços	33.163.425	59.442.119	65.859.050
3.04	Custo de Bens e/ou Serviços Vendidos	(5.787.415)	(13.835.749)	(16.038.401)
3.05	Resultado Bruto	27.376.010	45.606.370	49.820.649
3.06	Despesas/Receitas Operacionais	(11.649.306)	(23.727.627)	(32.824.328)
3.06.01	Com Vendas	0	0	0
3.06.02	Gerais e Administrativas	(13.041.521)	(22.654.604)	(27.497.561)
3.06.03	Financeiras	(2.999.820)	(5.366.029)	(8.117.891)
3.06.03.01	Receitas Financeiras	12.550.929	11.680.444	5.379.374
3.06.03.02	Despesas Financeiras	(15.550.749)	(17.046.473)	(13.497.265)
3.06.04	Outras Receitas Operacionais	0	0	0
3.06.05	Outras Despesas Operacionais	0	0	0
3.06.06	Resultado da Equivalência Patrimonial	4.392.035	4.293.006	2.791.124
3.07	Resultado Operacional	15.726.704	21.878.743	16.996.321
3.08	Resultado Não Operacional	161.686	0	0
3.08.01	Receitas	165.957	0	0
3.08.02	Despesas	(4.271)	0	0
3.09	Resultado Antes Tributação/Participações	15.888.390	21.878.743	16.996.321
3.10	Provisão para IR e Contribuição Social	(4.682.712)	(8.100.909)	(8.673.772)
3.11	IR Diferido	0	0	0
3.12	Participações/Contribuições Estatutárias	0	0	0
3.12.01	Participações	0	0	0
3.12.02	Contribuições	0	0	0
3.13	Reversão dos Juros sobre Capital Próprio	0	0	0
3.15	Lucro/Prejuízo do Período	11.205.678	13.777.834	8.322.549
	NÚMERO AÇÕES, EX-TESOURARIA (Unidades)	398.289	398.289	398.289
	LUCRO POR AÇÃO (Reais)	28,13454	34,59255	20,89575
	PREJUÍZO POR AÇÃO (Reais)			

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÕES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

19.08.01 - DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2006 A 31/12/2006 (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - CAPITAL SOCIAL	4 - RESERVAS DE CAPITAL	5 - RESERVAS DE REAVALIAÇÃO	6 - RESERVAS DE LUCRO	7 - LUCROS/PREJUÍZOS ACUMULADOS	8 - TOTAL PATRIMÔNIO LÍQUIDO
5.01	Saldo Inicial	15.641.129	524.200	57.855.522	3.128.232	16.521.094	93.670.177
5.02	Ajustes de Exercícios Anteriores	0	0	0	0	(23.742.094)	(23.742.094)
5.03	Aumento/Redução do Capital Social	96.500.405	0	0	0	0	96.500.405
5.04	Realização de Reservas	0	0	(57.855.522)	0	0	(57.855.522)
5.05	Ações em Tesouraria	0	0	0	(3.264)	0	(3.264)
5.06	Lucro/Prejuízo do Período	0	0	0	0	11.205.677	11.205.677
5.07	Destinações	0	0	0	0	(24.763.632)	(24.763.632)
5.08	Outros	(2.173.484)	34.795.667	0	0	(1.686.701)	30.935.482
5.09	Saldo Final	109.968.050	35.319.867	0	3.124.968	(22.465.656)	125.947.229

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÕES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

19.08.02 - DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2005 A 31/12/2005 (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - CAPITAL SOCIAL	4 - RESERVAS DE CAPITAL	5 - RESERVAS DE REAVALIAÇÃO	6 - RESERVAS DE LUCRO	7 - LUCROS/PREJUÍZOS ACUMULADOS	8 - TOTAL PATRIMÔNIO LÍQUIDO
5.01	Saldo Inicial	19.912.000	524.213	71.805.566	2.577.749	34.526.043	129.345.571
5.02	Ajustes de Exercícios Anteriores	0	0	0	0	(686.978)	(686.978)
5.03	Aumento/Redução do Capital Social	0	0	0	0	0	0
5.04	Realização de Reservas	0	0	(6.335.409)	0	6.335.409	0
5.05	Ações em Tesouraria	0	0	0	0	0	0
5.06	Lucro/Prejuízo do Período	0	0	0	0	13.653.027	13.653.027
5.07	Destinações	0	0	0	550.483	(7.591.036)	(7.040.553)
5.08	Outros	(4.270.870)	(12)	(7.614.633)	0	(29.715.370)	(41.600.885)
5.09	Saldo Final	15.641.130	524.201	57.855.524	3.128.232	16.521.095	93.670.182

389

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

19.08.03 - DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2004 A 31/12/2004 (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - CAPITAL SOCIAL	4 - RESERVAS DE CAPITAL	5 - RESERVAS DE REAVALIAÇÃO	6 - RESERVAS DE LUCRO	7 - LUCROS/PREJUÍZOS ACUMULADOS	8 - TOTAL PATRIMÔNIO LÍQUIDO
5.01	Saldo Inicial	19.912.000	524.214	78.911.473	2.105.444	18.446.336	119.899.467
5.02	Ajustes de Exercícios Anteriores	0	0	0	0	0	0
5.03	Aumento/Redução do Capital Social	0	0	0	0	0	0
5.04	Realização de Reservas	0	0	(7.105.907)	0	7.105.907	0
5.05	Ações em Tesouraria	0	0	0	0	0	0
5.06	Lucro/Prejuízo do Período	0	0	0	0	9.446.106	9.446.106
5.07	Destinações	0	0	0	472.305	(472.305)	0
5.08	Outros	0	0	0	0	0	0
5.09	Saldo Final	19.912.000	524.214	71.805.566	2.577.749	34.526.044	129.345.573

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

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, com mais de 16.000 novos centros sendo construídos entre 1980 e 1990. Esse foi também o período de surgimento dos *superregional Centers*, *Shopping Centers* com mais de 80.000m^2 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 quase 70%, de 1.510 lançamentos em 1989 para 451 em 1993.

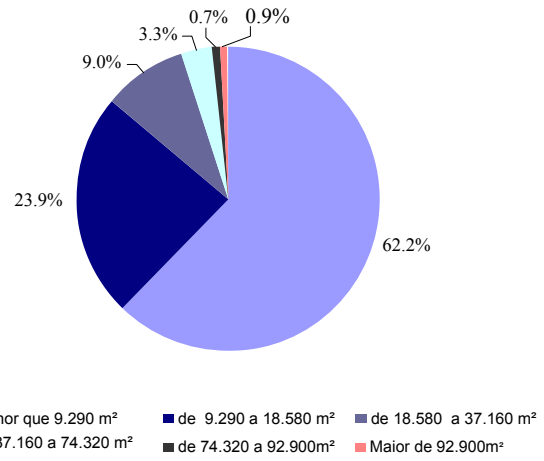
O ano de 1993 marcou uma importante mudança na estrutura de propriedade dos *Shopping Centers* nos Estados Unidos, quando várias companhias de controle familiar se transformaram em REITs (*Real Estate Investment Trusts*) listados nas principais bolsas de valores americanas. A partir do acesso ao mercado 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 Cós., 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 m^2 de ABL e um tamanho médio de cerca de 11.600 m^2 de ABL por *Shopping Center*. Cerca de 62% dos *Shopping Centers* dos Estados Unidos possuem ABL inferior a 10.000 m^2. O gráfico abaixo mostra a distribuição por tamanho considerando tanto o número de *Shopping Centers* como a ABL.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

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



Fonte: ABRASCE.

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 m^2 por habitante em 1986, para 1,91 m^2 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$1.700/$m^2$ de vendas em 1986 para cerca de US$2.718/$m^2$ de vendas em 2005.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

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 m^2)	Vendas Estimadas (Bilhões de dólares)	Venda Média US$/$m^2$	Novos *Shopping Centers*	População Estados Unidos	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 quatro anos mais tarde pelo Conjunto Nacional de Brasília, que foi desenvolvido pela ECISA e foi o primeiro *Shopping Center* brasileiro a seguir os conceitos e padrões internacionais da indústria. Na década de 70, além do Conjunto Nacional de Brasília, seis 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*s *Centers* praticamente dobrando 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 atualmente 346 *Shopping Centers*, segundo a ABRASCE. São vários os fatores de crescimento dos *Shopping Centers*, como o crescimento urbano, a necessidade de maior segurança e maior conforto, as características climáticas, 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.

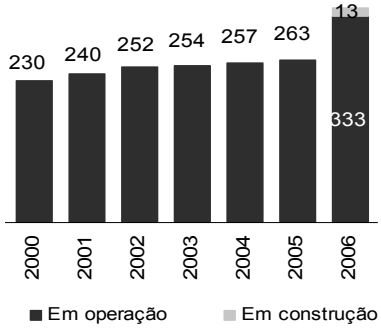
19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

O gráfico abaixo mostra a evolução do número de *Shopping Centers* no Brasil a partir de 1966.

Evolução do número de Shoppings Centrers

(ano/unidades)



Fonte: ABRASCE.

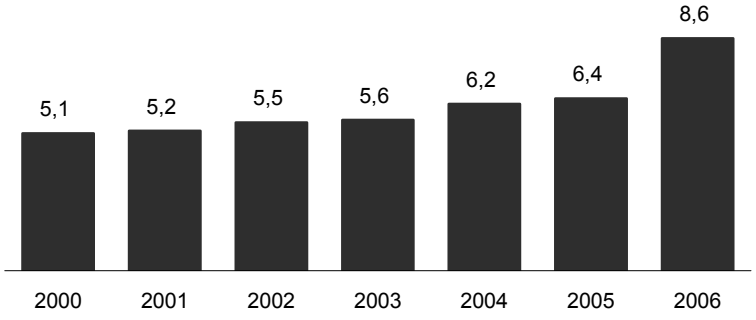
Segundo a ABRASCE, existiam, em 2006, aproximadamente 8,6 milhões de m² de ABL distribuídos nos 346 *Shopping Centers* por todo o Brasil. Em termos regionais, cerca de 60,6% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em conseqüência dessa região do País ser responsável por maior parte do PIB, concentrando os maiores índices de densidade populacional e de renda *per capita*.

Em uma análise mais detalhada, aproximadamente 40% do estoque encontra-se no estado de São Paulo e 13% no estado do Rio de Janeiro, historicamente os estados com melhores bases econômicas e maior concentração populacional, conforme dados da ABRASCE.

Segundo a ABRASCE, as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba e Campinas são as que concentram o maior estoque de ABL, totalizando em conjunto cerca de 3,12 milhões de m^2, ou cerca de 45% do total de ABL do País. O índice médio de ABL *per capita* brasileiro é de cerca de 0,037 m^2/hab. enquanto nos Estados Unidos esse índice é de 1,91 m^2/hab, segundo National Research Bureau.

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

Evolução ABL
ano/mm de m²

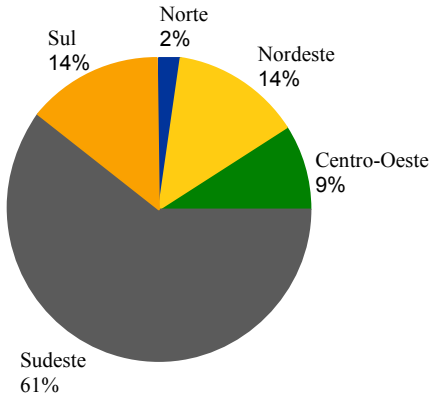


Fonte: ABRASCE.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

Distribuição Regional



Fonte: ABRASCE.

Panorama da Indústria Brasileira de Shopping Centers

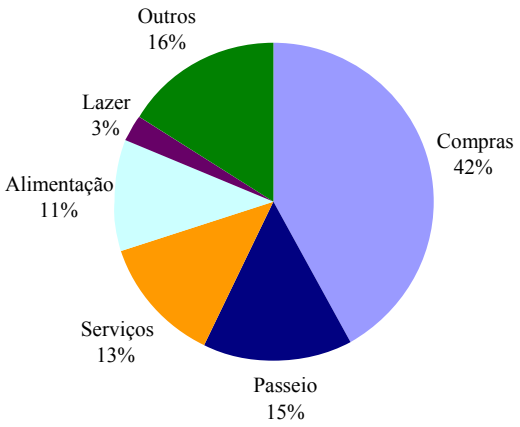
No Brasil, os *Shopping Centers* apresentam outros atrativos além da concentração de lojas e serviços diversificados em um só local, da disponibilidade de estacionamentos e a climatização dos ambientes. A sensação de segurança proporcionada e o abrigo contra as chuvas tropicais que irrompem justamente 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.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

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

Motivos para gastar em Shopping Centers



Fonte: ABRASCE.

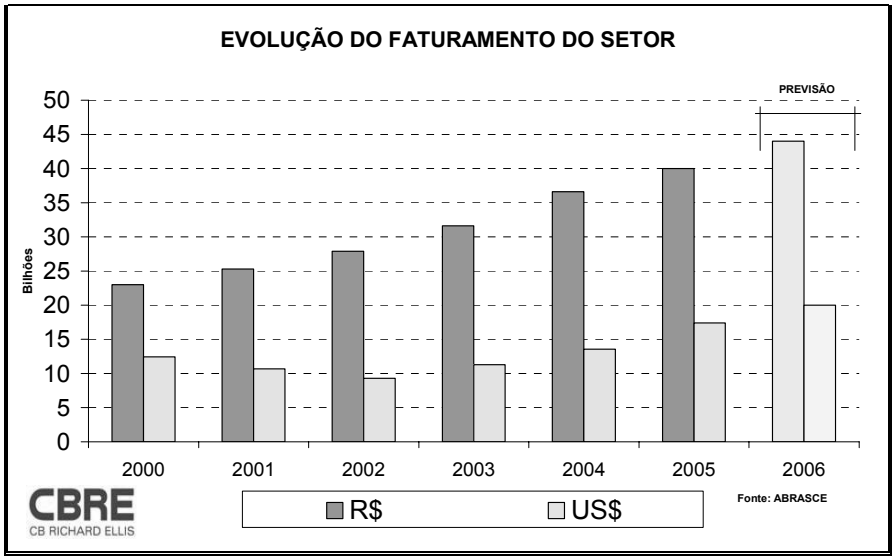
Segundo dados da ABRASCE, a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 19% do volume de vendas do mercado de varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais de 70% e 40% nos Estados Unidos e na França, respectivamente. Esses números demonstram o notável potencial de crescimento do setor de *Shopping Centers* no Brasil.

Aliada à estabilização econômica do País, com a redução de taxas de juros, o Brasil apresenta um bom momento de sua economia. O aumento de consumo acima da taxa de inflação teve um impacto positivo nas vendas dos *Shopping Centers* brasileiros. O bom desempenho das vendas no mercado de varejo tem estimulado a procura por novos espaços em *Shopping*s *Centers* e a redução no ritmo de inaugurações nos últimos cinco anos e a conseqüente oferta limitada de ABL adicional nos *Shopping*s *Centers* não tem conseguido atender a demanda dos principais varejistas. Os níveis de vacância (2,5%) e inadimplência (9,3%) dos *Shopping Centers* estão dentre os mais baixos já verificados na história do País, de acordo com a ABRASCE.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

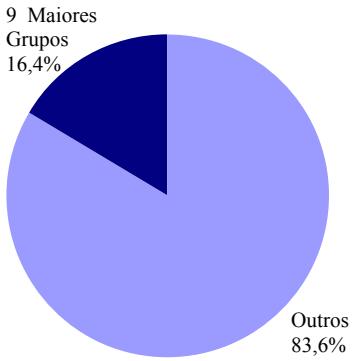
O gráfico a seguir mostra a evolução do faturamento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil, através do qual podemos verificar o crescimento das vendas, em Reais e em Dólares, tendo sido estimado para o ano de 2006 um crescimento na ordem de 10%.



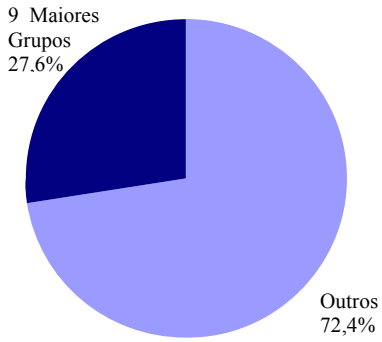
Fonte: CBRE.

Uma importante característica do mercado brasileiro de *Shopping Centers* é a pulverização da propriedade, tanto em número de *Shopping Centers*, como em ABL. Conforme apresentado nos gráficos abaixo, os nove maiores grupos de empreendedores brasileiros possuem apenas 16% do número de *Shopping Centers* e 27% do ABL no Brasil.

Distribuição da Propriedade de Shoppings Centers (por número de Shopping Centers)



Distribuição da Propriedade de Shoppings Centers (por ABL)



Fonte: ABRASCE.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

Embora bastante pulverizado e diversificado, o segmento de *Shopping Centers* do País apresenta um nível de qualidade de especialização que se equipara aos melhores do mundo, sendo o Brasil o décimo país do mundo em número de *Shopping Centers* construídos, de acordo com a ABRASCE.

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*s, 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 ABRASCE, em 2006, a indústria de *Shopping Centers* vem demonstrando grande vitalidade, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 524 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 compatível 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* especifico de lojas 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, custo de construção mais reduzido. Este tipo de empreendimento é o mais difundido no Brasil dentre os *Shopping Centers* especializados;

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

- ***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*s *Centers* regionais, sendo aquele que congrega o mais variado portfólio de lojas, serviços o 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 Companhia, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan e Sonae.

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 locáveis a preços inferiores daqueles 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.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

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 com 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 maior 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 das compras ao lazer e à 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 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, Mall*, 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.

Receitas e Despesas

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo e aluguel percentual) através dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de cinco anos. O valor desse aluguel é definido por referências de mercado em função da área ou por um valor calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, o que for maior, podendo variar também conforme o ano da locação e o tipo de loja em questão.

O acompanhamento mensal mencionado acima, 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*, 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 privada (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.

Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao 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.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

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 do *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, concordância dos proprietários das demais unidades autônomas.

É importante destacar que as modalidades de condomínio edilício e condomínio civil podem coexistir. Ou seja, é bastante comum um *Shopping Center* constituído sob a forma de condomínio edilício, em que cada loja consiste em um imóvel independente, 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.

Vale ressaltar que no condomínio edilício, ao contrário do condomínio civil, não há a figura do direito de preferência no caso de venda de uma unidade autônoma de propriedade exclusiva aos proprietários das demais unidades.

Convenção de Condomínio

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

- maioria dos condôminos para a realização de obras úteis;

- 2/3 dos condôminos para a realização de obras voluptuárias. a realização de obras em partes comuns em acréscimo às já existentes e a alteração da convenção ou do regimento interno do condomínio; e

- unanimidade dos condôminos para a realização de construção de outro pavimento ou, no solo comum, de outro edifício e a mudança da destinação do edifício ou da unidade imobiliária.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.

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, 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 calculo é feito com base no período em que o lojista terá à sua disposição o fundo de comércio do *Shopping Centers*.

Escritura de Normas Gerais

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

- direito de fiscalização, pelo locador, do faturamento do locatário, com a finalidade de apurar o valor de aluguel devido nos casos em que é cobrado o aluguel variável com base no faturamento;
- 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*.

19.01 - POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

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 das compras ao lazer e à 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.

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

19.02 - PEDIDOS EM CARTEIRA NOS TRÊS ÚLTIMOS EXERCÍCIOS

1- ITEM	2 - DESCRIÇÃO DOS PEDIDOS	3 - VALOR DOS PEDIDOS NO ÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)	4 - VALOR DOS PEDIDOS NO PENÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)	5 - VALOR DOS PEDIDOS NO ANTEPENÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)
99	ENCOMENDAS NÃO ATENDIDAS	0		

19.05 - OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

Nesta data não possuímos negócios jurídicos celebrados entre a Companhia e suas controladas e coligadas, seus administradores, seus acionistas relevantes, e, ainda, entre a Companhia e sociedades controladas e coligadas dos administradores e dos acionista relevantes. Caso, no curso normal de nossos negócios, venhamos a celebrar operações com partes relacionadas, o faremos de acordo com as práticas usuais de mercado e conforme as normas aplicáveis, nos comprometendo a divulgar as informações relevantes com relação às mencionadas operações.

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

19.06.01 - BALANÇO PATRIMONIAL ATIVO (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - 31/12/2006	4 - 31/12/2005	5 - 31/12/2004
1	Ativo Total	176.299.519	51.189.791	0
1.01	Ativo Circulante	79.074.210	14.480.142	0
1.01.01	Disponibilidades	743.511	32.096	0
1.01.02	Créditos	19.449.647	14.448.046	0
1.01.02.01	Clientes	10.070.422	8.077.417	0
1.01.02.02	Créditos Diversos	9.379.225	6.370.629	0
1.01.03	Estoques	0	0	0
1.01.04	Outros	58.881.052	0	0
1.02	Ativo Não Circulante	97.225.309	36.709.649	0
1.02.01	Ativo Realizável a Longo Prazo	1.133.518	284.600	0
1.02.01.01	Créditos Diversos	0	0	0
1.02.01.02	Créditos com Pessoas Ligadas	0	0	0
1.02.01.02.01	Com Coligadas e Equiparadas	0	0	0
1.02.01.02.02	Com Controladas	0	0	0
1.02.01.02.03	Com Outras Pessoas Ligadas	0	0	0
1.02.01.03	Outros	1.133.518	284.600	0
1.02.02	Ativo Permanente	96.091.791	36.425.049	0
1.02.02.01	Investimentos	18.540.754	0	0
1.02.02.01.01	Participações Coligadas/Equiparadas	0	0	0
1.02.02.01.02	Participações Coligadas/Equiparadas-Ágio	75.008	0	0
1.02.02.01.03	Participações em Controladas	581.201	0	0
1.02.02.01.04	Participações em Controladas - Ágio	17.884.545	0	0
1.02.02.01.05	Outros Investimentos	0	0	0
1.02.02.02	Imobilizado	77.551.037	36.425.049	0
1.02.02.03	Intangível	0	0	0
1.02.02.04	Diferido	0	0	0

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

19.06.02 - BALANÇO PATRIMONIAL PASSIVO (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - 31/12/2006	4 - 31/12/2005	5 - 31/12/2004
2	Passivo Total	176.299.519	51.189.791	0
2.01	Passivo Circulante	34.276.527	4.418.367	0
2.01.01	Empréstimos e Financiamentos	0	0	0
2.01.02	Debêntures	0	0	0
2.01.03	Fornecedores	0	26.313	0
2.01.04	Impostos, Taxas e Contribuições	1.506.645	54.956	0
2.01.05	Dividendos a Pagar	8.619	1.669.853	0
2.01.06	Provisões	5.293.781	1.263.803	0
2.01.07	Dívidas com Pessoas Ligadas	0	1.187.649	0
2.01.08	Outros	27.467.482	215.793	0
2.02	Passivo Não Circulante	4.582.385	4.839.985	0
2.02.01	Passivo Exigível a Longo Prazo	4.582.385	3.128.385	0
2.02.01.01	Empréstimos e Financiamentos	0	0	0
2.02.01.02	Debêntures	0	0	0
2.02.01.03	Provisões	0	0	0
2.02.01.04	Dívidas com Pessoas Ligadas	0	0	0
2.02.01.05	Adiantamento para Futuro Aumento Capital	0	0	0
2.02.01.06	Outros	4.582.385	3.128.385	0
2.02.02	Resultados de Exercícios Futuros	0	1.711.600	0
2.04	Patrimônio Líquido	137.440.607	41.931.439	0
2.04.01	Capital Social Realizado	125.823.415	29.323.010	0
2.04.02	Reservas de Capital	14.299	0	0
2.04.03	Reservas de Reavaliação	0	7.614.634	0
2.04.03.01	Ativos Próprios	0	7.614.634	0
2.04.03.02	Controladas/Coligadas e Equiparadas	0	0	0
2.04.04	Reservas de Lucro	333.182	333.182	0
2.04.04.01	Legal	333.182	333.182	0
2.04.04.02	Estatutária	0	0	0
2.04.04.03	Para Contingências	0	0	0
2.04.04.04	De Lucros a Realizar	0	0	0
2.04.04.05	Retenção de Lucros	0	0	0
2.04.04.06	Especial p/ Dividendos Não Distribuídos	0	0	0
2.04.04.07	Outras Reservas de Lucro	0	0	0
2.04.05	Lucros/Prejuízos Acumulados	11.269.711	4.660.613	0
2.04.06	Adiantamento para Futuro Aumento Capital	0	0	0

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

19.07 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - 01/01/2006 a 31/12/2006	4 - 01/01/2005 a 31/12/2005	5 - 01/01/2004 a 31/12/2004
3.01	Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços	43.899.768	11.376.912	0
3.02	Deduções da Receita Bruta	(535.902)	(121.478)	0
3.03	Receita Líquida de Vendas e/ou Serviços	43.363.866	11.255.434	0
3.04	Custo de Bens e/ou Serviços Vendidos	(11.765.980)	(2.210.144)	0
3.05	Resultado Bruto	31.597.886	9.045.290	0
3.06	Despesas/Receitas Operacionais	(1.490.297)	(1.117.839)	0
3.06.01	Com Vendas	0	0	0
3.06.02	Gerais e Administrativas	(3.859.558)	(1.203.929)	0
3.06.03	Financeiras	1.919.004	86.090	0
3.06.03.01	Receitas Financeiras	2.090.471	94.102	0
3.06.03.02	Despesas Financeiras	(171.467)	(8.012)	0
3.06.04	Outras Receitas Operacionais	0	0	0
3.06.05	Outras Despesas Operacionais	0	0	0
3.06.06	Resultado da Equivalência Patrimonial	450.257	0	0
3.07	Resultado Operacional	30.107.589	7.927.451	0
3.08	Resultado Não Operacional	13.733	0	0
3.08.01	Receitas	13.733	0	0
3.08.02	Despesas	0	0	0
3.09	Resultado Antes Tributação/Participações	30.121.322	7.927.451	0
3.10	Provisão para IR e Contribuição Social	(5.189.925)	(1.263.803)	0
3.11	IR Diferido	0	0	0
3.12	Participações/Contribuições Estatutárias	0	0	0
3.12.01	Participações	0	0	0
3.12.02	Contribuições	0	0	0
3.13	Reversão dos Juros sobre Capital Próprio	0	0	0
3.15	Lucro/Prejuízo do Período	24.931.397	6.663.648	0
	NÚMERO AÇÕES, EX-TESOURARIA (Unidades)	398.289	398.289	398.289
	LUCRO POR AÇÃO (Reais)	62,59625	16,73069	0,00000
	PREJUÍZO POR AÇÃO (Reais)			

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

19.08.01 - DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2006 A 31/12/2006 (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - CAPITAL SOCIAL	4 - RESERVAS DE CAPITAL	5 - RESERVAS DE REAVALIAÇÃO	6 - RESERVAS DE LUCRO	7 - LUCROS/PREJUÍZOS ACUMULADOS	8 - TOTAL PATRIMÔNIO LÍQUIDO
5.01	Saldo Inicial	29.323.010	0	7.614.634	333.182	4.660.613	41.931.439
5.02	Ajustes de Exercícios Anteriores	0	0	0	0	(2.873.226)	(2.873.226)
5.03	Aumento/Redução do Capital Social	96.500.405	0	0	0	0	96.500.405
5.04	Realização de Reservas	0	0	(7.614.634)	0	0	(7.614.634)
5.05	Ações em Tesouraria	0	0	0	0	0	0
5.06	Lucro/Prejuízo do Período	0	0	0	0	24.931.399	24.931.399
5.07	Destinações	0	0	0	0	(14.773.320)	(14.773.320)
5.08	Outros	0	14.299	0	0	(675.755)	(661.456)
5.09	Saldo Final	125.823.415	14.299	0	333.182	11.269.711	137.440.607

413

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

CONTROLADA/COLIGADA

DENOMINAÇÃO SOCIAL
ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

19.08.02 - DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2005 A 31/12/2005 (Reais)

1 - CÓDIGO	2 - DESCRIÇÃO	3 - CAPITAL SOCIAL	4 - RESERVAS DE CAPITAL	5 - RESERVAS DE REAVALIAÇÃO	6 - RESERVAS DE LUCRO	7 - LUCROS/PREJUÍZOS ACUMULADOS	8 - TOTAL PATRIMÔNIO LÍQUIDO
5.01	Saldo Inicial	0	0	0	0	0	0
5.02	Ajustes de Exercícios Anteriores	0	0	0	0	0	0
5.03	Aumento/Redução do Capital Social	0	0	0	0	0	0
5.04	Realização de Reservas	0	0	0	0	0	0
5.05	Ações em Tesouraria	0	0	0	0	0	0
5.06	Lucro/Prejuízo do Período	0	0	0	0	6.663.648	6.663.648
5.07	Destinações	0	0	0	333.182	(2.003.035)	(1.669.853)
5.08	Outros	29.323.010	0	7.614.634	0	0	36.937.644
5.09	Saldo Final	29.323.010	0	7.614.634	333.182	4.660.613	41.931.439

414

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

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, com mais de 16.000 novos centros sendo construídos entre 1980 e 1990. Esse foi também o período de surgimento dos *superregional Centers*, *Shopping Centers* com mais de 80.000m^2 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 quase 70%, de 1.510 lançamentos em 1989 para 451 em 1993.

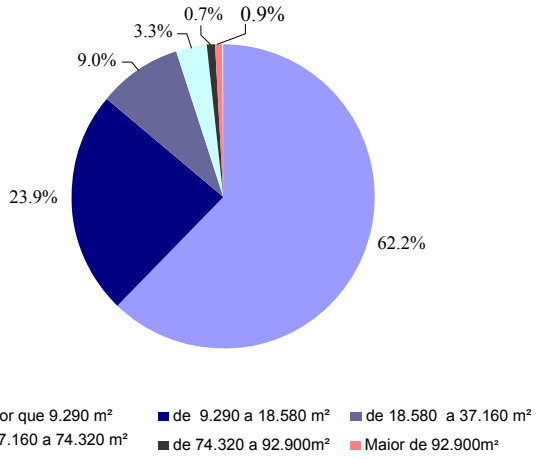
O ano de 1993 marcou uma importante mudança na estrutura de propriedade dos *Shopping Centers* nos Estados Unidos, quando várias companhias de controle familiar se transformaram em REITs (*Real Estate Investment Trusts*) listados nas principais bolsas de valores americanas. A partir do acesso ao mercado 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 Cós., 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 m^2 de ABL e um tamanho médio de cerca de 11.600 m^2 de ABL por *Shopping Center*. Cerca de 62% dos *Shopping Centers* dos Estados Unidos possuem ABL inferior a 10.000 m^2. O gráfico abaixo mostra a distribuição por tamanho considerando tanto o número de *Shopping Centers* como a ABL.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

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



Fonte: ABRASCE.

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 m^2 por habitante em 1986, para 1,91 m^2 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$1.700/$m^2$ de vendas em 1986 para cerca de US$2.718/$m^2$ de vendas em 2005.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

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 m^2)	Vendas Estimadas (Bilhões de dólares)	Venda Média US$/$m^2$	Novos *Shopping Centers*	População Estados Unidos	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 quatro anos mais tarde pelo Conjunto Nacional de Brasília, que foi desenvolvido pela ECISA e foi o primeiro *Shopping Center* brasileiro a seguir os conceitos e padrões internacionais da indústria. Na década de 70, além do Conjunto Nacional de Brasília, seis 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*s *Centers* praticamente dobrando 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 atualmente 346 *Shopping Centers*, segundo a ABRASCE. São vários os fatores de crescimento dos *Shopping Centers*, como o crescimento urbano, a necessidade de maior segurança e maior conforto, as características climáticas, 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.

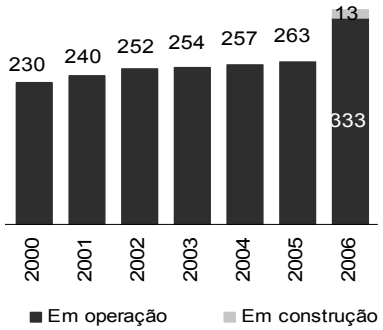
19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

O gráfico abaixo mostra a evolução do número de *Shopping Centers* no Brasil a partir de 1966.

Evolução do número de Shoppings Centrers

(ano/unidades)



Fonte: ABRASCE.

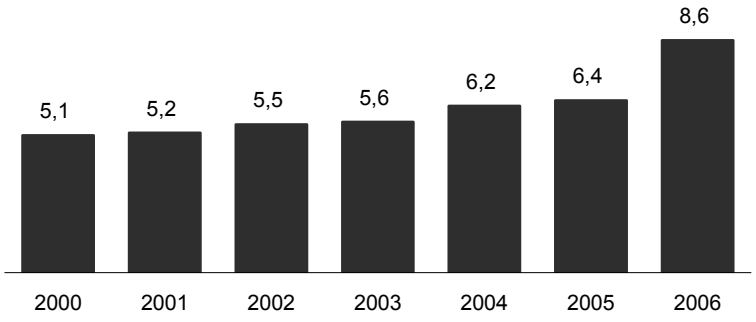
Segundo a ABRASCE, existiam, em 2006, aproximadamente 8,6 milhões de m² de ABL distribuídos nos 346 *Shopping Centers* por todo o Brasil. Em termos regionais, cerca de 60,6% do total de ABL encontra-se na região Sudeste, em conseqüência dessa região do País ser responsável por maior parte do PIB, concentrando os maiores índices de densidade populacional e de renda *per capita*.

Em uma análise mais detalhada, aproximadamente 40% do estoque encontra-se no estado de São Paulo e 13% no estado do Rio de Janeiro, historicamente os estados com melhores bases econômicas e maior concentração populacional, conforme dados da ABRASCE.

Segundo a ABRASCE, as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba e Campinas são as que concentram o maior estoque de ABL, totalizando em conjunto cerca de 3,12 milhões de m^2, ou cerca de 45% do total de ABL do País. O índice médio de ABL *per capita* brasileiro é de cerca de 0,037 m^2/hab. enquanto nos Estados Unidos esse índice é de 1,91 m^2/hab, segundo National Research Bureau.

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

Evolução ABL
ano/mm de m²

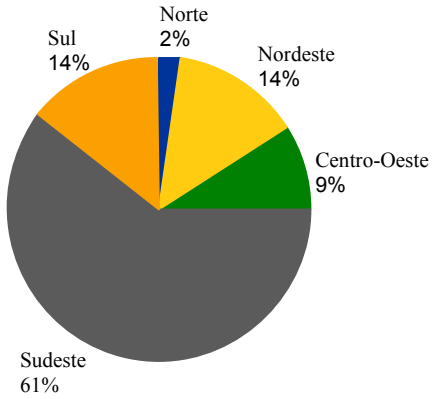


Fonte: ABRASCE.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

Distribuição Regional



Fonte: ABRASCE.

Panorama da Indústria Brasileira de Shopping Centers

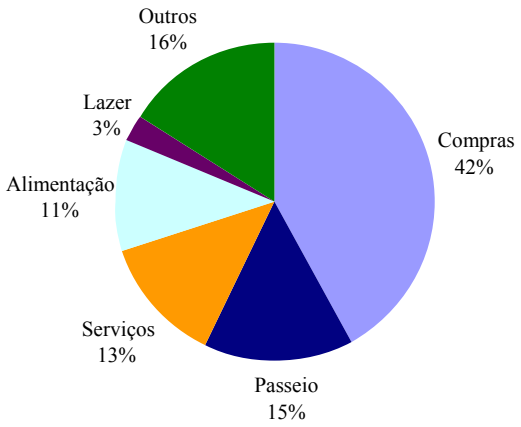
No Brasil, os *Shopping Centers* apresentam outros atrativos além da concentração de lojas e serviços diversificados em um só local, da disponibilidade de estacionamentos e a climatização dos ambientes. A sensação de segurança proporcionada e o abrigo contra as chuvas tropicais que irrompem justamente 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.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

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

Motivos para gastar em Shopping Centers



Fonte: ABRASCE.

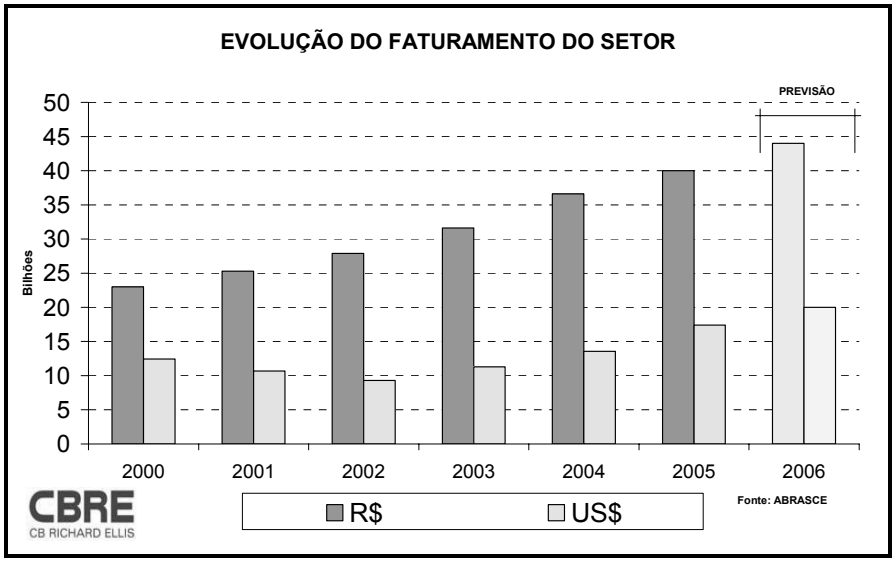
Segundo dados da ABRASCE, a participação de *Shopping Centers* brasileiros representa aproximadamente 19% do volume de vendas do mercado de varejo nacional (excluindo automóveis), contrastando com percentuais de 70% e 40% nos Estados Unidos e na França, respectivamente. Esses números demonstram o notável potencial de crescimento do setor de *Shopping Centers* no Brasil.

Aliada à estabilização econômica do País, com a redução de taxas de juros, o Brasil apresenta um bom momento de sua economia. O aumento de consumo acima da taxa de inflação teve um impacto positivo nas vendas dos *Shopping Centers* brasileiros. O bom desempenho das vendas no mercado de varejo tem estimulado a procura por novos espaços em *Shoppings Centers* e a redução no ritmo de inaugurações nos últimos cinco anos e a conseqüente oferta limitada de ABL adicional nos *Shoppings Centers* não tem conseguido atender a demanda dos principais varejistas. Os níveis de vacância (2,5%) e inadimplência (9,3%) dos *Shopping Centers* estão dentre os mais baixos já verificados na história do País, de acordo com a ABRASCE.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

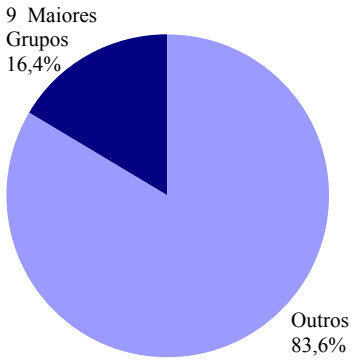
O gráfico a seguir mostra a evolução do faturamento do mercado de *Shopping Centers* no Brasil, através do qual podemos verificar o crescimento das vendas, em Reais e em Dólares, tendo sido estimado para o ano de 2006 um crescimento na ordem de 10%.



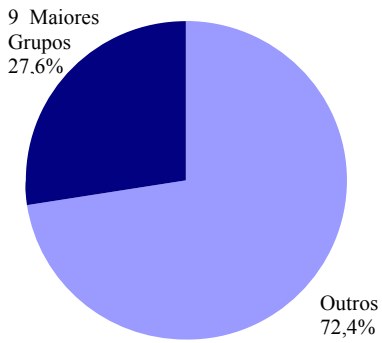
Fonte: CBRE.

Uma importante característica do mercado brasileiro de *Shopping Centers* é a pulverização da propriedade, tanto em número de *Shopping Centers*, como em ABL. Conforme apresentado nos gráficos abaixo, os nove maiores grupos de empreendedores brasileiros possuem apenas 16% do número de *Shopping Centers* e 27% do ABL no Brasil.

Distribuição da Propriedade de Shoppings Centers (por número de Shopping Centers)



Distribuição da Propriedade de Shoppings Centers (por ABL)



Fonte: ABRASCE.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

Embora bastante pulverizado e diversificado, o segmento de *Shopping Centers* do País apresenta um nível de qualidade de especialização que se equipara aos melhores do mundo, sendo o Brasil o décimo país do mundo em número de *Shopping Centers* construídos, de acordo com a ABRASCE.

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*s, 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 ABRASCE, em 2006, a indústria de *Shopping Centers* vem demonstrando grande vitalidade, desempenhando importante papel na economia, como geradora de cerca de 524 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 compatível 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* especifico de lojas 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, custo de construção mais reduzido. Este tipo de empreendimento é o mais difundido no Brasil dentre os *Shopping Centers* especializados;

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

- ***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*s *Centers* regionais, sendo aquele que congrega o mais variado portfólio de lojas, serviços o 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 Companhia, Iguatemi, Ancar, Brascan, Multiplan e Sonae.

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 locáveis a preços inferiores daqueles 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.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

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 com 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 maior 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 das compras ao lazer e à 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 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, Mall*, para quiosques ou semelhantes, conforme são alugadas temporariamente, além do faturamento proveniente da cobrança de estacionamento dos consumidores.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

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.

Receitas e Despesas

A principal receita para os proprietários de *Shopping Centers* corresponde ao aluguel cobrado (aluguel mínimo e aluguel percentual) através dos contratos de locação que, em geral, têm prazo de cinco anos. O valor desse aluguel é definido por referências de mercado em função da área ou por um valor calculado em função das vendas mensais, individuais ou globais, o que for maior, podendo variar também conforme o ano da locação e o tipo de loja em questão.

O acompanhamento mensal mencionado acima, 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*, 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 privada (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.

Na fase pré-operacional, há receitas que são derivadas dos contratos de co-participação, pelos quais o empreendedor cobra dos locatários a participação em despesas já incorridas no empreendimento, relativas ao 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.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

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 do *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, concordância dos proprietários das demais unidades autônomas.

É importante destacar que as modalidades de condomínio edilício e condomínio civil podem coexistir. Ou seja, é bastante comum um *Shopping Center* constituído sob a forma de condomínio edilício, em que cada loja consiste em um imóvel independente, 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.

Vale ressaltar que no condomínio edilício, ao contrário do condomínio civil, não há a figura do direito de preferência no caso de venda de uma unidade autônoma de propriedade exclusiva aos proprietários das demais unidades.

Convenção de Condomínio

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

- maioria dos condôminos para a realização de obras úteis;

- 2/3 dos condôminos para a realização de obras voluptuárias. a realização de obras em partes comuns em acréscimo às já existentes e a alteração da convenção ou do regimento interno do condomínio; e

- unanimidade dos condôminos para a realização de construção de outro pavimento ou, no solo comum, de outro edifício e a mudança da destinação do edifício ou da unidade imobiliária.

19.09 - CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO

Controlada/Coligada : ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.

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, 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 calculo é feito com base no período em que o lojista terá à sua disposição o fundo de comércio do *Shopping Centers*.

Escritura de Normas Gerais

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

- direito de fiscalização, pelo locador, do faturamento do locatário, com a finalidade de apurar o valor de aluguel devido nos casos em que é cobrado o aluguel variável com base no faturamento;
- 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*.

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

I. Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa

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 entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início da oferta que está sendo realizada pela Companhia. 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) nos 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, sendo que, trimestralmente, poder ser encaminhado o ITR traduzido para o idioma inglês;
- 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, 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.

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

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 Assembléia 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 2 anos e destituídos a qualquer momento por acionistas da Companhia reunidos em Assembléia Geral. Na Assembléia 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.

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.

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 subseqüentes à homologação da subscrição

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

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 não subscrever 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 subseqüentes 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, acerca da 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.

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.

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Esta instituição ou empresa especializada será escolhida em Assembléia 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 assembléia, 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 Assembléia Geral, o acionista controlador informará nessa assembléia 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.

No demais, o procedimento para o cancelamento do registro de companhia aberta deve seguir 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 Assembléia Geral, e comunicada à BOVESPA por escrito com antecedência de 30 dias. A ata de assembléia 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" abaixo.

Caso o controle da Companhia seja alienado nos 12 meses subseqüentes 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.

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

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 Assembléia 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 de os investidores 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 InformaçõesRelevantes 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, obrigam-se a resolver por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre eles, relacionada ou oriunda, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei das Sociedade por Ações, no nosso Estatuto Social, nas normas editadas pelo CMN, pelo BACEN e pela CVM, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Contrato de Participação do Novo Mercado e do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado.

Informações Periódicas

Demonstrações de Fluxos de Caixa

Estipula o Regulamento do Novo Mercado que as demonstrações financeiras da Companhia e as demonstrações consolidadaas 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.

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, em reais ou Dólares, as quais deverão ser divulgadas na íntegra, no idioma inglês. 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 os princípios contábeis brasileiros e a proposta de destinação do resultado, e do parecer dos auditores independentes; ou (ii) divulgar, no idioma inglês, a íntegra das demonstrações financeiras, relatório da administração e notas explicativas elaboradas de acordo com a legislação societária brasileira acomanhadas de nota explicativa adicional que demonstre a conciliação do resultado do exercício e do patrimônio líquido apurados segundo os 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, que está sendo pleiteada.

Informações Trimestrais em Inglês ou elaborada 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 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 detive 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, 6 meses após a obtenção pela Companhia de autorização para negociar suas ações no Novo Mercado. Note que alguns destes requisitos são igualmente aplicáveis para as Informações Anuais – IAN.

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Reunião Pública com Analistas

O Regulamento do Novo Mercado estipula que pelo menos uma vez ao ano, a Companhia deve 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 Novo Mercado determina que as companhias e os administradores devem enviar à BOVESPA e divulgar, até o fim de janeiro de cada ano, um calendário anual, informando sobre eventos corporativos programados, contendo informações sobre a Companhia, o evento, data e hora de sua realização, a publicação e o envio do documento tratado no evento à BOVESPA.

Acordo de Acionistas

A Companhia enviará à BOVESPA e à CVM até a data da publicação do Anúncio de Início da oferta que está sendo realizada pela Companhia, cópia de todos os acordos de acionistas arquivados em sua sede, e noticiar a mesma sobre as averbações de acordos existentes em seus livros, se existente.

Planos de Opções de Compra de Ações

A Companhia possui um Plano de Opção de Compra de Ações de emissão da Companhia, aprovado em Assembléia Geral realizada em 09 de fevereiro de 2006.

Contratos com o mesmo grupo

Segundo o Regulamento do Novo Mercado, a Companhia deve enviar à BOVESPA e divulgar informações de todo qualquer contrato celebrado entre a Companhia e suas 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, num único contrato ou em contratos sucessivos, com ou sem o mesmo fim, em qualquer período de um ano, valor igual ou superior a R$ 200 mil, ou valor igual ou superior a 1% sobre o patrimônio líquido da Companhia, considerando o maior.

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.

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 eqüidade, 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;

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

- 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 Assembléia 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 findo, comparativamente aos exercícios anteriores e de acordo com os padrões internacionais de contabilidade;
- transparência na divulgação dos relatórios anuais da administração;
- convocações de assembléia 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 assembléias 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 assembléias 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 deve ter ao menos 20% de membros independentes (ausente de 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.

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

II. 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.

III. RELAÇÃO FAMILIAR ENTRE OS ADMINISTRADORES, BEM COMO ENTRE OS ADMINISTRADORES E OS ACIONISTAS RELEVANTES DA COMPANHIA

Os diretores Hugo Matheson e Leonardo Drummond são irmãos, além disso são sobrinhos do Presidente do nosso Conselho de Administração, Sr. Richard Paul Matheson, que detém, aproximadamente, 19,79% do nosso capital social.

IV. AÇÕES DETIDAS, DIRETA OU INDIRETAMENTE, PELOS ADMINISTRADORES, INCLUINDO OUTROS VALORES MOBILIÁRIOS CONVERSÍVEIS EM AÇÕES DE NOSSA EMISSÃO

A tabela a seguir indica os nomes e quantidades de ações de emissão da Companhia detidas, direta ou indiretamente, por nossos administradores, na presente data:

Administradores	Cargo	Ações
Richard Paul Matheson	Presidente do Conselho de Administração	19.790.039
Carlos Medeiros Silva Neto	Conselheiro	158.228
Adayl de Barros Stewart	Conselheiro	1
Fersen Lamas Lambranho	Conselheiro	1
Thomas Joseph McDonald	Conselheiro	1
Ira Chaplik	Conselheiro	1
Danilo Palmer	Conselheiro	1
Total		**19.948.272**

V. PLANO DE OPÇÃO DE COMPRA DE AÇÕES

Em Assembléia 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").

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 nossa 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") representarão, em cada ano, o 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 tenham 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 Exercíico por Ação (corrigido anualmente IGP-MFGV acrescidos de *spread* 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.

Embora as Opções do 1º Programa sejam as únicas atualmente existentes, a Companhia, com o objetivo de buscar a retenção de seus principais executivos, tem a intenção de aprovar a contratação de um novo programa no âmbito do Plano, respeitado o limite máximo anual do Plano ("Programa Futuro do Plano"). Assumindo que no ano de 2007 a Companhia outorgue opções correspondentes a este limite máximo, isso implicaria a outorga de opções de compra adicionais de 10.649.116 ações ("Opções de Programa Futuro").

Nos termos do Plano de Opção, nas Opções de Programa Futuro outorgadas posteriormente, o preço de exercício por ação seria equivalente ao valor médio das ações dos últimos trinta pregões na BOVESPA, anteriores à data da concessão da opção. As demais condições inerentes às Opções de Programa Futuro seriam as mesmas atribuídas à Opção de Compra do 1º Programa detida pelo Diretor Financeiro (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).

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.

VI. LOCAL DA REALIZAÇÃO DE ASSEMBLÉIA GERAL

Nossas assembléias gerais são realizadas preferencialmente em nossa sede social, localizada na Praia de Botafogo nº 501, sala 702 (parte), Torre Corcovado, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, Brasil. A Lei das Sociedades por Ações permite que nossas Assembléias 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 Assembléia Geral deverá ocorrer.

VII. DIREITO DE RETIRADA E RESGATE

Direito de Retirada

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Qualquer um de nossos acionistas dissidente de certas deliberações tomadas em Assembléia Geral poderá retirar-se da nossa Companhia, mediante o reembolso do valor de suas ações, com base no menor valor entre o valor econômico da Companhia e o valor patrimonial, 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 mudança do nosso objeto, salvo quando o patrimônio cindido for vertido para sociedade cuja atividade preponderante coincida com a decorrente do nosso objeto social;
  - a redução do dividendo mínimo obrigatório; ou
  - a nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido na Lei das Sociedades por Ações).
- redução do dividendo mínimo 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 BOVESPA 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 Assembléia Geral que tiver aprovado o ato que deu origem ao recesso. Adicionalmente, os acionistas em assembléia têm o direito de reconsiderar qualquer deliberação que tenha ensejado direito de retirada nos dez dias subseqüentes 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 menor valor entre o valor econômico e o valor patrimonial de suas ações, com base no último balanço aprovado pela assembléia geral. 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 assembléia geral.

Resgate

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, nossas Ações podem ser resgatadas mediante determinação dos nossos acionistas em Assembléia Geral Extraordinária, 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.

VIII. 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.

IX. 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 assembléia 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.

X. AQUISIÇÃO PELA COMPANHIA DE AÇÕES EMISSÃO PRÓPRIA

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 do preço por ação artificial, ou utilizar-se de qualquer prática injusta, ou;
- 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 comprar 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.

20.00 - INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Na presente data, não possuíamos ações em tesouraria.

XI. 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.

XII. DIVULGAÇÃO DE NEGOCIAÇÃO POR PARTE DE ACIONISTA CONTROLADOR, CONSELHEIRO, DIRETOR OU MEMBRO DO CONSELHO FISCAL

De acordo com as regras da CVM, os diretores, membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal, quando instalado, ou de qualquer outro órgão com funções técnicas ou consultivas da Companhia, criados por disposições estatutárias, ficam obrigados a comunicar à Companhia, à CVM e à BOVESPA, a quantidade, as características e a forma de aquisição dos valores mobiliários de emissão da Companhia, ou de emissão de suas controladas ou controladores que sejam companhias abertas, ou a eles referenciados, de que sejam titulares, bem com as alterações em suas posições. 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
- forma, preço e data das transações.

Essas informações devem ser enviadas imediatamente após a investidura no cargo ou quando da apresentação do pedido de registro da companhia como aberta, e no prazo de dez dias a contar do final do mês em que se verificar alteração das posições detidas.

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 BOVESPA e à CVM as seguintes informações:

- nome e qualificação do adquirente das ações;
- objetivo da participação e quantidade visada;
- número de ações, bônus de subscrição, bem como de direitos de subscrição de ações e de opções de compra de ações, por espécie e classe, debêntures conversíveis em ações já detidas, direta ou indiretamente, pelo adquirente ou por pessoa a ele ligada; e
- indicação de qualquer acordo ou contrato regulando o exercício do direito de voto ou a compra e venda de valores mobiliários de emissão da Companhia.

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%.

XIII. DIVULGAÇÃO DE ATO OU FATO RELEVANTE

Veja o tópico "Política de Divulgação de Informações ao Mercado" do item I acima para uma descrição das políticas aplicáveis à Companhia para divulgação de informações ao mercado.

XIV. NEGOCIAÇÃO EM BOLSAS DE VALORES

As nossas ações serão negociadas na BOVESPA, uma entidade sem fins lucrativos, de propriedade das corretoras que dela são membros. As negociações na BOVESPA são realizadas pelas suas corretoras. A CVM e a BOVESPA 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 BOVESPA ocorre três dias úteis após a data da negociação. A entrega e o pagamento das ações são realizados por intermédio de câmara de compensação independente. A câmara de compensação da BOVESPA é a CBLC. A CBLC é contraparte central garantidora das operações realizadas na BOVESPA, realizando a compensação multilateral tanto para as obrigações financeiras quanto para as movimentações de títulos. Segundo o Regulamento da CBLC, 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 CBLC. Tanto as entregas quanto os pagamentos têm caráter final e irrevogável.

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01990-9 BR MALLS PARTICIPAÇÕES S/A 06.977.745/0001-91

20.01 - DESCRIÇÃO DAS INFORMAÇÕES ALTERADASS

Correção do Quadro 7.02, 16.01 e 20 e inserção de detalhes do Plano de Opção de Ações, conforme solicitado através do Ofício CVM/SER/SEP 043/2007

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

ÍNDICE

GRUPO	QUADRO	DESCRIÇÃO	PÁGINA
01	01	IDENTIFICAÇÃO	1
01	02	SEDE	1
01	03	DEPARTAMENTO DE ACIONISTAS	1
01	04	DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES (Endereço para Correspondência com a Companhia)	2
01	05	REFERÊNCIA / AUDITOR	2
01	06	CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA	2
01	07	CONTROLE ACIONÁRIO / VALORES MOBILIÁRIOS	3
01	08	PUBLICAÇÕES DE DOCUMENTOS	3
01	09	JORNAIS ONDE A CIA DIVULGA INFORMAÇÕES	3
01	10	DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES	3
02.01	01	COMPOSIÇÃO ATUAL DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E DIRETORIA	4
02	02	EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA DE CADA CONSELHEIRO (ADM. E FISCAL) E	5
03	01	EVENTOS RELATIVOS A DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL	7
03	02	POSIÇÃO ACIONÁRIA DOS ACIONISTAS COM MAIS DE 5% DE AÇÕES ORDINÁRIAS E/OU PREFERENCIAIS	8
03	03	DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL DOS ACIONISTAS COM MAIS DE 5% DAS AÇÕES	10
04	01	COMPOSIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL	11
04	02	CAPITAL SOCIAL SUBSCRITO E ALTERAÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS	12
04	04	CAPITAL SOCIAL AUTORIZADO	13
04	05	COMPOSIÇÃO DO CAPITAL ACIONÁRIO AUTORIZADO	13
06	03	DISPOSIÇÕES ESTATUTÁRIAS DO CAPITAL SOCIAL	14
06	04	DIVIDENDO OBRIGATÓRIO	14
07	01	REMUNERAÇÃO E PARTICIPAÇÃO DOS ADMINISTRADORES NO LUCRO	15
07	02	PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS	15
07	03	PARTICIPAÇÃO EM SOCIEDADES CONTROLADAS E/OU COLIGADAS	16
09	01	BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA	17
09	02	CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO	43
09	03	PERÍODOS DE SAZONALIDADE NOS NEGÓCIOS	58
11	01	PROCESSO DE PRODUÇÃO	59
11	03	POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO	61
12	01	PRINCIPAIS PATENTES, MARCAS COMERCIAIS E FRANQUIAS	62
13	01	PROPRIEDADES	63
14	03	OUTRAS INFORMAÇÕES CONSIDERADAS IMPORTANTES PARA MELHOR ENTENDIMENTO DA	65
14	05	PROJETOS DE INVESTIMENTO	87
15	01	PROBLEMAS AMBIENTAIS	88
16	01	AÇÕES JUDICIAIS	90
17	01	OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS	91
18	01	ESTATUTO SOCIAL	92
		ECISA - ENGENHARIA, COMÉRCIO E IND. S.A.	
19	01	POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO	121
19	05	OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS	122
19	06.01	BALANÇO PATRIMONIAL ATIVO	123

Reapresentação por Exigência CVM Nº SEP 043/2007

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ
01990-9	BR MALLS PARTICIPAÇÔES S/A	06.977.745/0001-91

ÍNDICE

GRUPO	QUADRO	DESCRIÇÃO	PÁGINA
19	06.02	BALANÇO PATRIMONIAL PASSIVO	124
19	07	DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	125
19	08.01	DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2006 A 31/12/2006	126
19	08.02	DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2005 A 31/12/2005	127
19	08.03	DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2004 A 31/12/2004	128
19	09	CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO	129
		ECISA PARTICIPAÇÕES S.A.	
19	01	POSICIONAMENTO NO PROCESSO COMPETITIVO	145
19	02	PEDIDOS EM CARTEIRA NOS TRÊS ÚLTIMOS EXERCÍCIOS	146
19	05	OPERAÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS	147
19	06.01	BALANÇO PATRIMONIAL ATIVO	148
19	06.02	BALANÇO PATRIMONIAL PASSIVO	149
19	07	DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	150
19	08.01	DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2006 A 31/12/2006	151
19	08.02	DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE 01/01/2005 A 31/12/2005	152
19	09	CARACTERÍSTICAS DO SETOR DE ATUAÇÃO	153
20	00	INFORMAÇÕES SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA	169
20	01	DESCRIÇÃO DAS INFORMAÇÕES ALTERADAS	184

BRMALLS

Rio de Janeiro, 03 de abril de 2007.

Comissão de Valores Mobiliários – CVM
Rua Sete de Setembro 111, 33° andar
20159-900 Rio de Janeiro, RJ

At.: Superintendência de Registro da Comissão de Valores Mobiliários – SRE
Sr. Carlos Alberto Rebello Sobrinho

Prezados Senhores,

BR MALLS PARTICIPAÇÕES S.A., companhia aberta com sede na Rua Praia de Botafogo nº 501, Salão 702 - Parte, na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 06.977.745/0001-91, registrada nessa D. Comissão sob o nº 19.909 ("Companhia"), neste ato representada na forma de seu estatuto social vem, no âmbito do pedido de registro oferta pública de distribuição primária de ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal de emissão de BR Malls Participações S.A. ("Companhia") ("Oferta Pública") ("Ações"), realizado em 12 de fevereiro de 2007, nos termos da Instrução CVM n.º 400, de 29 de dezembro de 2003, conforme alterada ("Instrução CVM 400"), declarar que:

(i) o prospecto definitivo da Oferta Pública ("Prospecto Definitivo") contém, nesta data, as informações relevantes e necessárias ao conhecimento pelos investidores da Oferta Pública, das Ações a serem ofertadas, da Companhia, suas atividades, situação econômico-financeira, dos riscos inerentes à sua atividade e quaisquer outras informações relevantes;

(ii) o Prospecto Definitivo foi elaborado de acordo com as normas pertinentes, incluindo, mas não se limitando, a Instrução CVM 400; e

(iii) as informações prestadas pela Companhia no Prospecto Definitivo, bem como aquelas informações fornecidas ao mercado por ocasião do registro da Oferta Pública e distribuição das Ações são verdadeiras, consistentes, corretas e suficientes nas suas respectivas datas.

BR Malls Participações S.A.

Nome: *Leandro Bousquet Viana*
Cargo: Diretor Financeiro

Nome: *Hugo Matheson Drummond*
Cargo: Diretor

UBS Pactual

São Paulo, 15 de março de 2007.

Comissão de Valores Mobiliários – CVM
Rua Sete de Setembro 111, 33° andar
20159-900 Rio de Janeiro, RJ

At.: Superintendência de Registro da Comissão de Valores Mobiliários – SRE
Sr. Carlos Alberto Rebello Sobrinho

BANCO UBS PACTUAL S.A., com sede na Cidade do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, na Praia de Botafogo 501, Torre Corcovado, 5° e 6° andares, inscrito no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica sob o n.° 30.306.294/0001-45, neste ato representado nos termos de seu estatuto social ("Coordenador Líder"), vem, no âmbito do pedido de registro oferta pública de distribuição primária de ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal de emissão de BR Malls Participações S.A. ("Companhia") ("Oferta Global") ("Ações"), nos termos da Instrução CVM n.° 400, de 29 de dezembro de 2003, conforme alterada ("Instrução CVM 400"):

CONSIDERANDO que:

I. o Coordenador Líder foi assessorado por consultores legais na implementação da Oferta;

II. para realização da Oferta, está sendo realizada auditoria jurídica na Companhia e em suas controladas, iniciada em outubro de 2006 ("Auditoria"), sendo que a Auditoria prosseguirá até a divulgação do prospecto definitivo da Oferta ("Prospecto Definitivo");

III. por solicitação do Coordenador Líder, os auditores independentes da Companhia estão participando da elaboração e revisão do prospecto preliminar da Oferta ("Prospecto Preliminar") e participarão da elaboração e revisão do Prospecto Definitivo e emitirão para o Coordenador Líder uma carta de conforto substancialmente nos termos do Pronunciamento IBRACON NPA n.° 12;

IV. a Companhia disponibilizou os documentos que consideraram relevantes para a Oferta;

V. além dos documentos a que se refere o inciso IV acima, foram solicitados pelo Coordenador Líder documentos e informações adicionais relativos à Companhia;

VI. conforme informações prestadas pela Companhia, a Companhia disponibilizou, para análise do Coordenador Líder e dos consultores legais, todos os documentos, bem como foram prestadas todas as

Banco UBS Pactual S/A
Depto. Jurídico

informações consideradas relevantes sobre os negócios da Companhia, para permitir aos investidores a tomada de decisão fundamentada sobre a Oferta; e

VII. a Companhia, em conjunto com o Coordenador Líder, participou da elaboração do Prospecto Preliminar e participará da elaboração do Prospecto Definitivo, diretamente e através de seus consultores legais;

o Coordenador Líder declara que tomou todas as cautelas e agiu com elevados padrões de diligência para assegurar que (i) o Prospecto Preliminar contivesse e o Prospecto Definitivo contenha, nas suas respectivas datas de publicação, as informações relevantes necessárias ao conhecimento, pelos investidores, sobre a Oferta, as Ações, a Companhia, suas atividades, situação econômico-financeira, os riscos inerentes a sua atividade e quaisquer outras informações relevantes; (ii) o Prospecto Preliminar foi elaborado e o Prospecto Definitivo será elaborado de acordo com as normas pertinentes, incluindo a Instrução CVM 400; e (iii) as informações prestadas pela Companhia, por ocasião do arquivamento do Prospecto Preliminar e do Prospecto Definitivo, e fornecidas ao mercado durante a Oferta, são verdadeiras, consistentes, corretas e suficientes, permitindo aos investidores uma tomada de decisão fundamentada a respeito da Oferta.

Banco UBS Pactual S.A.

Nome: Alexandre D'Avila Mello Bettamio Guimaraes
Cargo: Diretor

Nome: James Marcos de Oliveira
Cargo: Diretor

Banco UBS Pactual S/A Depto. Jurídico

Parte IV – DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Demonstrações Financeiras Consolidadas *Pro-Forma* da Companhia relativas aos execícios sociais findos em 31 de dezembro de 2004, 2005 e 2006 e parecer dos auditores independentes.

[página intencionalmente deixada em branco]

BR Malls Participações S.A.

Demonstrações financeiras consolidadas "pro forma" em 31 de dezembro de 2006, 2005 e 2004 e parecer dos auditores independentes

[página intencionalmente deixada em branco]

PRICEWATERHOUSECOOPERS

PricewaterhouseCoopers
Rua da Candelária, 65 11º - 15º
20091-020 Rio de Janeiro, RJ - Brasil
Caixa Postal 949
Telefone (21) 3232-6112
Fax (21) 2516-6319
www.pwc.com/br

Parecer dos auditores independentes

Aos Administradores e Acionistas
BR Malls Participações S.A.

1 Examinamos os balanços patrimoniais consolidados "pro forma" da BR Malls Participações e suas controladas em 31 de dezembro de 2006, 2005 e 2004 e as correspondentes demonstrações consolidadas "pro forma" do resultado, das mutações do patrimônio líquido e das origens e aplicações de recursos dos exercícios findos nessas datas, elaborados sob a responsabilidade de sua administração. Nossa responsabilidade é a de emitir parecer sobre essas demonstrações financeiras.

2 Nossos exames foram conduzidos de acordo com as normas de auditoria aplicáveis no Brasil, as quais requerem que os exames sejam realizados com o objetivo de comprovar a adequada apresentação das demonstrações financeiras em todos os seus aspectos relevantes. Portanto, nossos exames compreenderam, entre outros procedimentos: (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância dos saldos, o volume de transações e os sistemas contábil e de controles internos das companhias, (b) a constatação, com base em testes, das evidências e dos registros que suportam os valores e as informações contábeis divulgados e (c) a avaliação das práticas e estimativas contábeis mais representativas adotadas pela administração da companhia, bem como da apresentação das demonstrações financeiras tomadas em conjunto.

3 Somos de parecer que as referidas demonstrações financeiras apresentam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira "pro forma" da BR Malls Participações S.A. e suas controladas em 31 de dezembro de 2006, 2005 e 2004 e o resultado consolidado "pro forma" das operações, as mutações do patrimônio líquido consolidadas "pro forma" e as origens e aplicações de recursos consolidadas "pro forma" dos exercícios findos nessas datas, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil.

PRICEWATERHOUSECOOPERS

BR Malls Participações S.A.

4 As demonstrações financeiras "pro forma" antes mencionadas foram elaboradas partindo-se da premissa que o processo de reestruturação societária das empresas que integram o grupo BR Malls Participações S.A , finalizado em 29 de dezembro de 2006, como mencionado na Nota 1 (b) às demonstrações financeiras, tivesse ocorrido desde 31 de dezembro de 2003.

Rio de Janeiro, 12 de fevereiro de 2006

PricewaterhouseCoopers
Auditores Independentes
CRC 2SP000160/O-5 "F" RJ

Marcos Donizete Panassol
Contador CRC 1SP155975/O-8 "S" RJ

BR Malls Participações S.A.

Balanço patrimonial consolidado em 31 de dezembro de 2006 e balanço patrimonial consolidado "pro forma" em 31 de dezembro de 2005 e de 2004

Em milhares de reais

	Consolidado		
	2006	2005	2004
Ativo			
Circulante			
Disponibilidades	6.576	3.458	3.446
Aplicações financeiras (Nota 4)	105.640	15.677	10.070
Contas a receber (Nota 5)	17.532	13.698	12.692
Impostos a recuperar (Nota 6)	3.761	712	7.895
Imposto de renda e contribuição social diferidos (Nota 7)	9.430	7.444	4.924
Adiantamentos a condomínio	2.977	2.081	1.607
Outros valores a receber	4.044	256	613
	149.960	43.326	41.247
Não circulante			
Contas a receber (Nota 5)	2.130	865	759
Depósitos e cauções	1.353	187	7
Créditos fiscais (Nota 8)	35.072		
Outros valores a receber	2.008	5	335
	40.563	1.057	1.101
Permanente			
Investimentos (Nota 9)			
Ágio	321.878		
Outros investimentos	2.341	9	9
Imobilizado (Nota 10)	166.036	85.104	83.370
Diferido (Nota 11)	472	833	1.170
	490.727	85.946	84.549
	681.250	130.329	126.897

	Consolidado		
	2006	2005	2004
Passivo			
Circulante e patrimônio líquido			
Empréstimos e financiamentos (Nota 12)	25.188	11.235	6.333
Fornecedores	2.699	510	321
Impostos e contribuições a recolher (Nota 13)	45.722	28.213	24.473
Impostos e contribuições - parcelamentos (Nota 14)	861	3.427	0
Salários e encargos sociais	302	258	97
Dividendos a pagar	842	5.202	3.493
Obrigações a pagar por aquisição de shopping (Nota 15)	8.216		
Outros valores a pagar	2.605	1.670	866
	86.435	50.515	35.583
Não circulante			
Empréstimos e financiamentos (Nota 12)	39.342	26.643	42.550
Impostos e contribuições, parcelamentos (Nota 14)	2.153		
Retenções processuais	1.673		
Obrigações a pagar por aquisição de shopping (Nota 15)	21.716		
Provisão para contingências (Nota 16)	7.676	6.244	5.532
Outros valores a pagar	4.471	4.449	4.211
	77.031	37.336	52.293
Participação dos minoritários	406	19	119
Patrimônio líquido (Nota 17)			
Capital social	516.918	26	1
Reserva de capital	126		
Lucros acumulados	334		
	517.378	26	1
Acervo líquido de sociedades a serem incorporadas		42.433	38.901
	681.250	130.329	126.897

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

459

BR Malls Participações S.A.

Demonstração consolidada do resultado "pro forma"
dos exercícios findos em 31 de dezembro de 2006, 2005 e 2004
Em milhares de reais

	Consolidado		
	2006	**2005**	**2004**
Receita de aluguel e serviços (Nota 18)	93.449	82.172	71.796
(-) Impostos e contribuições	(7.498)	(8.759)	(6.112)
Receita líquida de aluguéis e serviços	85.951	73.413	65.684
Custos de aluguéis e serviços (Nota 19)	(19.609)	(25.756)	(24.910)
Lucro bruto de aluguéis e serviços	66.342	47.657	40.774
Despesas Operacionais			
Despesas comerciais	(1.849)	(2.427)	(5.175)
Despesas administrativas (Nota 20)	(10.576)	(7.464)	(5.605)
Honorários da diretoria e conselho de administração	(566)	(514)	(447)
Depreciações e amortizações	(3.878)	(430)	(277)
Despesas legais e tributárias	(6.101)	(2.152)	(3.490)
	(22.970)	(12.987)	(14.994)
Resultado financeiro líquido (Nota 21)	(2.061)	(3.794)	(5.919)
Lucro operacional	41.311	30.876	19.861
Resultado não operacional líquido	(652)	(125)	1.124
Lucro antes da tributação e participações	40.659	30.751	20.985
Imposto de renda e contribuição social	(9.525)	(8.597)	(7.317)
Lucro antes das participações	31.134	22.154	13.668
Participação nos lucros - empregados		(127)	(121)
Participação dos minoritários	(786)	(703)	(606)
Lucro líquido do exercício	30.348	21.324	12.941

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

BR Malls Participações S.A.

Demonstrações consolidadas da mutações do patrimônio líquido "pro forma" dos exercícios findos em 31 de dezembro

Em milhares de reais

	Capital inicial	Reserva de capital	Lucros acumulados	BR Malls total	Acervo líquido de sociedades a serem incorporadas	Total
Integralização do Capital Inicial em 26 de maio de 2004	1	-	-	1	-	1
Aumento de capital	-	-	-	-	31.693	31.693
Pagamento de juros sobre o capital próprio	-	-	-	-	(5.733)	(5.733)
Lucro do exercício	-	-	-	-	12.941	12.941
Saldos em 31 de dezembro de 2004	1	0	0	1	38.901	38.902
Aumento de capital	25	-	-	25	-	25
Pagamento de dividendos e juros sobre o capital próprio	-	-	-	-	(9.779)	(9.779)
Ações em tesouraria	-	-	-	-	(4.663)	(4.663)
Redução de capital	-	-	-	-	(3.350)	(3.350)
Lucro do exercício	-	-	-	-	21.324	21.324
Saldos em 31 de dezembro de 2005	26	0	0	26	42.433	42.459
Aumento de capital	516.892	-	-	516.892	-	516.892
Reserva de Capital	-	126	-	126	-	126
Lucro do exercício antes da incorporação	-	-	-	-	30.014	30.014
Pagamento de dividendos	-	-	-	-	(48.740)	(48.740)
Incorporação de acervo líquido	-	-	-	-	(23.707)	(23.707)
Lucro do exercício após a incorporação	-	-	334	334	-	334
Saldos em 31 de dezembro de 2006	516.918	126	334	517.378	-	517.378

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

461

BR Malls Participações S.A.

Demonstração consolidada das origens e aplicações de recursos "pro forma" dos exercícios findos em 31 de dezembro

Em milhares de reais

	Consolidado		
	2006	**2005**	**2004**
Origens dos Recursos			
Das Operações			
Lucro líquido (prejuízo) do exercício	30.348	21.324	12.941
Itens que não representam movimentação do capital circulante líquido			
Depreciações e Amortizações	10.379	7.208	8.218
Participação dos minoritários no resultado	786	703	606
Recursos originados das operações	41.513	29.235	21.765
Dos Acionistas			
Aumento de capital	516.892	25	31.693
De Terceiros			
Aumento dos financiamentos	12.699	-	-
Aumento do passivo não circulante	26.996	-	9.409
Diminuição do ativo não circulante	-	44	2.719
Aumento da participação dos minoritários	387	-	119
Baixa de imobilizado	2.555	687	430
Redução do diferido	361	337	1.071
Total das origens	601.403	30.328	67.206
Aplicação dos Recursos			
Redução de Capital	-	3.350	-
Pagamento de dividendos e juros sobre o capital próprio	48.740	9.779	5.733
Aquisição de ações em tesouraria	-	4.663	-
Aquisição de imobilizado	94.526	9.338	12.001
Acervo líquido de sociedades a serem incorporadas	23.707	-	27.012
Aquisição de investimentos, líquido de crédito fiscal reconhecido	324.210	-	-
Diminuição dos financiamentos	-	15.907	25.832
Diminuição do passivo não circulante	-	44	-
Diminuição da participação dos minoritários	-	100	-
Aumento do ativo não circulante	39.506	-	-
Total das aplicações	530.689	43.181	70.578
Aumento (redução) do capital circulante líquido	70.714	(12.853)	(3.372)
Variação do capital circulante líquido:			
Ativo circulante			
No início do exercício	43.326	41.247	29.605
No fim do exercício	149.960	43.326	41.247
	106.634	2.079	11.642
Passivo circulante:			
No início do exercício	50.515	35.583	20.569
No fim do exercício	86.435	50.515	35.583
	35.920	14.932	15.014
Aumento (redução) do capital circulante líquido	70.714	(12.853)	(3.372)

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações contábeis.

1 Contexto operacional

A BR Malls Participações S.A. e suas controladas e controladas em conjunto (referidas em conjunto como "Companhia"), integrantes das demonstrações financeiras consolidadas "pro forma" têm como atividade preponderante: (i) a participação e administração de shopping centers, (ii) a participação em outras sociedades que atuem no setor imobiliário, na qualidade de acionista ou quotista, e (iii) promoção e administração de empreendimentos imobiliários de qualquer natureza, próprios ou de terceiros.

Em 31 de dezembro de 2006 a Companhia possuía participações em 7 shopping centers em diferentes regiões do Brasil: Norte Shopping (Rio de Janeiro), Shopping Iguatemi Caxias (Rio Grande do Sul), Shopping Villa Lobos (São Paulo), Shopping Del Rey (Minas Gerais), Shopping Independência (Minas Gerais), Shopping Recife (Pernambuco) e Shopping Campo Grande (Mato Grosso do Sul).

Em 31 de dezembro de 2006, através de uma reestruturação societária, a Companhia passou a ter a totalidade das ações das empresas ECISA Engenharia S.A. ("Ecisa Engenharia") e ECISA Participações S.A. ("Ecisa Participações"), tendo sido utilizadas ações da própria Companhia como pagamento pelas ações adquiridas. Esta operação representou a conclusão do processo de reestruturação societária que teve como finalidade a integração das atividades de participação e administração de shoppings centers, através da unificação da estrutura de capital, otimização dos investimentos e redução de custos.

Os investimentos da Companhia estão demonstrados abaixo:

Participações em Sociedades:

	Participação - %		
	2006	2005 (*)	2004 (*)
Controladas			
Ecisa Engenharia S.A.	100,00	100,00	100,00
Ecisa Participações S.A.	100,00	100,00	
Empresa Gerenciadora de Empreendimentos e Participações ("EGEC")	100,00		
Dacom Gestão Comercial Ltda ("Dacom G")	100,00		
Dacom Desenvolvimento e Avaliação Comercial de Shopping Centers Ltda. ("Dacom D")	100,00		
SDR Empreendimentos Imobiliários ("SDR")	99,80		
Empresa Cogeradora de Energia Ltda ("EMCE")	99,80	99,80	99,80
Campo Grande Parking Ltda ("Campo Grande Parking")	60,22	60,22	60,22
Controladas em conjunto			
Administradora Shopping Center Recife Ltda. ("ASCR")	32,46	32,46	
Recife Parking Ltda ("Recife Parking")	32,46	32,46	
Villa Lobos Parking Ltda ("Villa Lobos Parking")	26,85	26,85	26,85
Coligadas			
Sociedade Independência Imóveis ("SISA")	8,00		

(*) Trata-se de percentuais de participação "Pro-forma", na medida que tais investimentos foram incorporados societariamente apenas em 2006 (vide Nota 1(b)).

Participações em Shopping Centers:

	Participação - %		
	2006	2005 (*)	2004 (*)
Norte Shopping - Fase Inicial e Primeira expansão	51,00	51,00	51,00
Norte Shopping - Segunda Expansão	100	-	-
Norte Shopping - Centro Empresarial	100,00	100,00	100,00
Shopping Iguatemi Caxias	45,50	45,50	45,50
Shopping Villa Lobos	26,85	26,85	26,85
Shopping Del Rey	65,00	35,00	35,00
Shopping Independência	8,00		
Shopping Recife - Fase Inicial	30,83	30,83	30,83
Shopping Recife - Expansão	32,46	32,46	32,46
Shopping Campo Grande	65,50	65,50	65,50
Shopping Campo Grande - Expansão	64,00	64,00	64,00

(*) Nesses exercícios o percentual de participação é referente às empresas Ecisa engenharia e Ecisa Participações.

(a) Antecedentes à Reorganização Societária

(i) BR Malls

A BR Malls Participações S.A., anteriormente denominada Itatira Participações S.A., foi constituída em 26 de maio de 2004, fruto da cisão parcial da sociedade Cabinda Participações S.A. e tinha como objeto social realizar investimentos em consórcios no país ou no exterior que permitam o envolvimento da Companhia na administração das sociedades investidas.

No final de 2006 a BR Malls adquiriu o controle acionário da Ecisa Engenharia e Ecisa Participações, através de holdings de propósito específico criadas exclusivamente para este fim, Licia Participações ("Licia") e Dyl Participações ("DylPar"). Vide informações mais detalhadas no item (b) - "Reorganização Societária".

(ii) Ecisa Engenharia e Ecisa Participações

A ECISA Engenharia foi constituída em 1949, na forma de sociedade por ações e iniciou suas atividades no setor de construção civil. Nos primeiros 30 anos de sua história, dedicou-se principalmente à construção de estradas, viadutos, vias elevadas, túneis, metrôs, pontes, represas, portos, dragagens, fundações, construções habitacionais, comerciais, escolares e hospitalares. Com o grande crescimento da indústria de shopping centers no Brasil a partir do início da década de 1980 a ECISA Engenharia passou a focar suas atividades neste setor.

Em outubro de 2005, parte das operações da Ecisa Engenharia foi transferida para a Ecisa Participações através de uma operação de cisão, sendo que esta empresa possui preponderantemente as mesmas operações da Ecisa Engenharia.

(iii) EGEC, Dacom G e Dacom D

No final da década de 1990, as atividades da ECISA Engenharia de administração de shopping centers e comercialização de lojas e espaços foram transferidas para sociedades de propósito específicas constituídas para esse fim, sendo criadas a EGEC e a Dacom, as quais passaram a prestar serviços aos shopping centers de propriedade da ECISA Engenharia e a shoppings de propriedade de terceiros. Em 10 de outubro de 2006 A Ecisa Engenharia readquiriu o controle acionário da EGEC, Dacom G e Dacom D, tendo a Ecisa Participações adquirido, no mesmo momento, as participações minoritárias remanescentes.

(iv) Demais empresas

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% (trinta por cento) no Shopping Del Rey.

EMCE

Sociedade cujo objeto é a locação de equipamentos que possibilitem a cogeração de energia elétrica, a qual tem como principal cliente o Norte Shopping.

Campo Grande Parking

Tem como objeto social a exploração da atividade de estacionamento rotativo no Shopping Campo Grande.

ASCR

Empresa que presta serviços de administração relacionados à operação do Shopping Recife.

Recife Parking

Tem como objeto social a exploração da atividade de estacionamento rotativo no Shopping Recife.

Villa Lobos Parking

Tem como objeto social a exploração da atividade de estacionamento rotativo de veículos automotores no Shopping Villa Lobos.

SISA

Tem como objeto social a organização, implantação e gerência de bens móveis e imóveis e de empreendimentos na área comercial, notadamente shoppings centers. A SISA detém participação imobiliária de 100% do Shopping Independência.

(b) Reorganização Societária

Em 13 de novembro de 2006, a Licia subscreveu ações emitidas em aumento do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações, representando 28,8% do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações. À época a totalidade das ações da BR MALLS era detida pelo o Grupo GP (através das sociedades Private Equity Partners A, LLC e Private Equity Partners B, LLC) 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 Licia adquiriu a totalidade das ações de emissão da Dylpar, que por sua vez detinha uma participação acionária de 26,2% do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações.

Em virtude de operações realizadas no contexto de reestruturação societária implementada no final de dezembro de 2006, as sociedades Licia e Dylpar foram cindidas e posteriormente incorporadas pela ECISA Engenharia e pela ECISA Participações, de modo que a BR MALLS passou a deter, diretamente, 55% (cinqüenta e cinco por cento) do capital social da ECISA Engenharia e da ECISA Participações.

Em 29 de dezembro de 2006, a totalidade das ações de emissão da ECISA Engenharia e da ECISA Participações (à exceção daquelas detidas pela BR MALLS) foram incorporadas pela BR MALLS, convertendo-se (i) a ECISA Engenharia e a ECISA Participações em subsidiárias integrais da BR MALLS; e (ii) os antigos acionistas da ECISA Engenharia e da ECISA Participações em acionistas da BR MALLS.

(c) Apresentação das demonstrações financeiras consolidadas

As demonstrações financeiras consolidadas foram preparadas para refletir a situação financeira e patrimonial e os resultados operacionais consolidados, partindo-se da premissa de que a referida "Companhia" existia desde 01 de janeiro de 2004. Por esse motivo, as demonstrações contábeis consolidadas estão sendo denominadas "pro forma".

As demonstrações financeiras consolidadas "pro forma" não devem ser tomadas por base para fins de cálculo de dividendos ou para quaisquer outros fins societários que não sejam o de proporcionar informações comparativas sobre a performance operacional da Companhia. Essas demonstrações financeiras foram preparadas de modo a propiciar informações referentes aos dados históricos da Companhia com base na atual estrutura societária e em conexão com o processo de Oferta Pública de Ações ("OPA") a ser realizado pelos acionistas.

As principais informações das demonstrações financeiras das sociedades controladas e controladas em conjunto que integram o acervo líquido incorporado estão resumidas a seguir:

		2005		2004	
	Participação -%	Patrimônio	Valor da participação	Patrimônio	Valor da participação
Controladas em conjunto					
Recife Parking	32,46	444	144		
ASCR - Adm Shopping Center Recife	32,46	87	28		
Villa-Lobos Parking	26,85	338	91	(86)	(23)
		869	263	(86)	(23)
Controladas					
Ecisa Engenharia	100,00	7.226	7.226	37.834	37.834
Ecisa Participações	100,00	34.200	34.200		
SDR Empreend Imobiliários	99,80				
Emce Cogeradora de Energia	99,80	720	718	912	911
Campo Grande Parking	60,22	44	26	295	179
		42.190	42.170	39.041	38.924
Acervo líquido de sociedades a serem incorporadas		43.059	42.433	38.955	38.901

Em dezembro de 2006 os acervos líquidos das sociedades acima foram incorporados à BR Malls.

2 Apresentação das demonstrações financeiras consolidadas "pro forma"

As demonstrações financeiras consolidadas "pro forma" foram preparadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, consubstanciadas na Lei das Sociedades por Ações (Lei 6.404, incluindo suas posteriores alterações), normas e instruções da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), pronunciamentos técnicos emitidos pelo IBRACON - Instituto Brasileiro dos Auditores Independentes e resoluções do Conselho Federal de Contabilidade (CFC).

3 Resumo das principais práticas contábeis

(a) Uso de estimativas

Na elaboração das demonstrações financeiras é necessário utilizar estimativas para contabilizar certos ativos, passivos e outras transações. As demonstrações financeiras da Companhia incluem, portanto, estimativas referentes à seleção das vidas úteis dos bens do ativo imobilizado, provisões necessárias para passivos contingentes, determinações de provisões para imposto de renda e outras similares. Por serem estimativas, é normal que variações possam ocorrer quando das efetivas realizações ou liquidações dos correspondentes ativos e passivos provisionados.

(b) 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. A Companhia reconhece de forma proporcional a sua participação nos aluguéis pagos e custos correspondentes repassados pelos condomínios, com base no percentual de participação da Companhia nesses empreendimentos.

As receitas da Companhia provêm de três atividades principais: (i) propriedade de shopping centers, através da locação de lojas, espaços no *Mall* e *Mershandising* e da exploração de estacionamento; (ii) prestação de serviços de administração e consultoria para shopping centers realizados através da subsidiária EGEC, e (iii) prestação de serviços de comercialização de lojas e espaços de *Mall* e *Merchandising*, através da subsidiária DACOM. A principal fonte de receita da Companhia advém da participação proporcional nas receitas geradas pelos shopping centers.

(c) Disponibilidades e aplicações financeiras

As aplicações financeiras são demonstradas pelo valor aplicado, acrescido das remunerações contratadas e reconhecidas pró-rata até a data do balanço, não excedendo o seu valor de mercado.

(d) Contas a receber

Incluem os aluguéis a receber, bem como as taxas de administração e de cessão 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 como suficiente para cobrir possíveis perdas, tendo sido adotado como critério o provisionamento, substancialmente, de todos os valores a receber em atraso há mais de um ano.

(e) Investimentos

Os investimentos em coligadas são avaliados pelo método de equivalência patrimonial. Os investimentos em companhias controladas conjuntamente com outras sociedades são consolidados na proporção da participação acionária da Companhia nessas empresas. Os investimentos em companhias controladas são integralmente consolidados.

Os demais investimentos estão registrados ao custo de aquisição e deduzidos, se aplicável, por provisão para ajuste à valores de realização.

Os ágios apurados nas aquisições dos investimentos da Companhia na Ecisa Engenharia e Ecisa Participações e nas aquisições por estas empresas de investimentos na EGEC, Dacom D e Dacom G, estão fundamentados na rentabilidade futura das mesmas e vêm sendo amortizados de forma linear pelo prazo de 10 anos (Vide Nota 9).

(f) Imobilizado

Demonstrado pelos valores de custo deduzidos da respectiva depreciação acumulada. A depreciação é calculada pelo método linear às taxas anuais consideradas compatíveis com o tempo de vida útil e econômica dos bens, conforme divulgadas na Nota 10. Os encargos financeiros referentes à empréstimos de terceiros destinados às imobilizações em curso são incorporados ao ativo imobilizado.

(g) Diferido

Demonstrado pelos valores de custo deduzidos da respectiva amortização acumulada. A amortização é calculada pelo método linear com base nas taxas divulgadas na Nota 11.

(h) Outros ativos circulante e realizável a longo prazo

São demonstrados pelos valores de custo ou realização e inclui, quando aplicável, os rendimentos auferidos.

(i) Empréstimos e financiamentos

Atualizados com base nas variações monetárias e cambiais aplicáveis, acrescidos dos respectivos encargos incorridos até a data de encerramento do exercício.

(j) Imposto de renda e contribuição social

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

A contribuição social é calculada à alíquota de 9% sobre o resultado ajustado nos termos da legislação vigente. A provisão para o imposto de renda 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 imposto de renda é calculada à razão de 32% para a receita proveniente de aluguéis e prestação de serviços e 100% para receitas financeiras; a contribuição social sobre o lucro líquido é calculada à razão de 32% sobre as receitas brutas, sobre as quais se aplicam as alíquotas nominais.

(k) Outros passivos, circulante e longo prazo

São demonstrados por seus valores conhecidos ou exigíveis e acrescidos, quando aplicável, dos respectivos encargos e variações monetárias ou cambiais.

(l) Consolidação das demonstrações financeiras

As demonstrações financeiras consolidadas "pro forma" compreendem as demonstrações financeiras da BR Malls Participações S.A. e as demonstrações financeiras de suas controladas e controladas em conjunto.

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

Para as controladas em conjunto, 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 participação total detida no capital social das respectivas empresas.

As principais informações das demonstrações financeiras das sociedades controladas e controladas em conjunto consolidadas, estão resumidas a seguir:

Nas controladas e controladas em conjunto em 31 de dezembro de 2004:

	Villa-Lobos Parking	Ecisa Engenharia	Emce Cogeradora de energia	Campo Grande Parking
Ativo				
Circulante	234	40.796	195	192
Realizável a longo prazo	-	766	7	328
Permanente	-	84.426	868	
Total	234	125.988	1.070	520
Passivo				
Circulante	320	49.715	158	225
Exigível a longo prazo	-	38.439	-	-
Patrimônio líquido	(86)	37.834	912	295
Total	234	125.988	1.070	520
Receita líquida	7.674	59.966	543	3.256
Custos	(2.477)	(22.489)	(441)	(1.325)
Despesas operacionais	(259)	(14.838)	(7)	(58)
Resultado financeiro	5	(6.395)	(18)	10
Resultado não operacional	-	1.124	-	-
IR e CSSL	(890)	(6.069)	(158)	(367)
Participação - empregados	-	(121)	-	-
Lucro líquido (prejuízo) do exercício	4.053	11.178	(81)	1.516

Nas controladas e controladas em conjunto em 31 de dezembro de 2005:

	Recife Parking	ASCR Adm. Shopping Center Recife	Villa-Lobos Parking	Ecisa Engenharia	Ecisa Participações	Emce Cogeradora de energia	Campo Grande Parking
Ativo							
Circulante	977	108	731	27.843	14.308	341	286
Realizável a longo prazo	-	-	-	767	285	6	-
Permanente	-	-	-	56.663	28.810	447	-
Total	977	108	731	85.273	43.403	794	286
Passivo							
Circulante	533	21	393	51.406	4.755	74	242
Exigível a longo prazo	-	-	-	26.641	4.448	-	-
Patrimônio líquido	444	87	338	7.226	34.200	720	44
Total	977	108	731	85.273	43.403	794	286
Receita líquida	8.987	958	8.286	52.868	11.232	194	3.665
Custos	(2.752)	-	(2.570)	(20.075)	(2.210)	(435)	(1.453)
Despesas operacionais	(1.311)	(4)	(200)	(11.290)	(1.376)	(5)	(39)
Resultado financeiro	23	(2)		(5.235)	(151)		12
Resultado não operacional	-	-	-	(124)	-	-	-
IR e CSSL	(1.055)	(92)	(970)	(4.630)	(1.274)	(66)	(416)
Participação - empregados	-	-	-	(127)	-	-	-
Lucro líquido (prejuízo) do exercício	3.892	860	4.546	11.387	6.215	(312)	1.769

472

Nas controladas e controladas em conjunto em 31 de dezembro de 2006:

	Recife Parking	ASCR Adm. Shopping Center Recife	Villa-Lobos Parking	Ecisa Engenharia	Ecisa Participações	EGEC - Gerenc Empreend Comerciais (*)	DACOM - Desenv. Avaliação Shopping (*)	DACOM - Gestão Comercial(*)	SDR - Empreend Imobiliários	Emce Cogeradora de energia	Campo Grande Parking
Ativo											
Circulante	1.268	110	762	95.540	78.360	1.625	127	15	1.176	217	354
Realizável a longo Prazo	-	-	-	45.245	1.134	495	-	-	-	6	318
Permanente	-	-	-	89.867	95.643	142	3	12	38.152	25	5
Total	1.268	110	762	230.647	175.137	2.262	130	27	39.328	248	677
Passivo											
Circulante	665	22	374	64.528	33.833	5.142	5.704	40	12.826	122	250
Exigível a longo Prazo	-	-	-	44.749	4.583	-	-	-	27.088	-	-
Patrimônio Líquido	603	88	388	121.370	136.721	(2.880)	(5.574)	(13)	(586)	126	427
Total	1.268	110	762	230.647	175.137	2.262	130	27	39.328	248	677
Receita líquida	9.524	1.037	9.181	30.229	39.806	1.947	1.460	126	2.210	349	3.930
Custos	-	-	-	(10.037)	(7.428)	(806)	(244)	(23)	(638)	(433)	-
Despesas operacionais	(3.499)	(9)	(2.544)	(9.405)	(5.312)	(227)	(74)	(73)	(1.255)	(6)	(1.117)
Resultado Financeiro	20		(28)	(2.042)	1.203	(1)	(2)	(1)	(566)		12
Resultado não operacional	-	-	(767)	(2)	4	-	(63)	-	4	-	(397)
IR e CSSL	(1.121)	(100)	(1.069)	(1.339)	(4.897)	(321)	(233)	(10)	-	-	(452)
Participação - empregados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido / prejuízo	4.924	928	4.773	7.404	23.296	592	844	19	(245)	(90)	1.976

(*) Dados referentes ao período posterior à aquisição (10 de outubro de 2006)

4 Aplicações financeiras

As aplicações financeiras correspondem à operações mantidas junto a instituições financeiras nacionais de primeira linha, em certificados de depósitos bancários e operações de renda fixa com lastro em debêntures, remuneradas na sua maior parte, com base na variação do CDI, em condições e taxas normais de mercado, e para as quais inexistem multas ou quaisquer outras restrições para seu resgate imediato, conforme demonstrado:

Aplicação	Taxa	Instituição	2006	2005	2004
CDB	99% CDI	Banco Itaú		5.361	4.879
		Banco Bradesco		10.316	5.191
Renda fixa (*)	99,5% e 100,3% CDI	Itaú Leasing	13.375		
	134,88 CDI	Bradesco Leasing	8.008		
	100,5% CDI	Unibanco Leasing	12.688		
	100,3% CDI	Santander Leasing	12.690		
	99,5% e 100,3% CDI	Itaú Leasing	13.368		
	134,88 CDI	Bradesco Leasing	13.658		
	100,5% CDI	Unibanco Leasing	19.200		
	100,3% CDI	Santander Leasing	12.653		
Total			105.640	15.677	10.070

(*) Operações com lastro em debêntures

5 Contas a receber

	2006	2005	2004
Aluguéis	17.198	15.344	13.509
Prestação de Contas CPI (i)	2.973	2.591	1.996
Taxa de Cessão (ii)	4.187	2.943	2.919
Promissórias	481	394	613
Outros	1.874	46	
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	(7.051)	(6.755)	(5.586)
Circulante	17.532	13.698	12.692
Longo prazo	2.130	865	759
	19.662	14.563	13.451

(i) Representa contas a receber junto aos Condomínios Pró Indiviso ("CPI"), formado pelos valores referentes à aluguéis já recebidos pelo condomínio (shopping) mas ainda não repassados aos condôminos. Tal repasse pelo condomínio é feito líquido dos montantes pagos pelo condomínio relativos às suas despesas operativas e investimentos, quando aplicável.

(ii) Representa contas a receber referente à cessão de direito de uso das lojas e outros espaços nos shoppings aos logistas.

6 Impostos a recuperar

	2006	2005	2004
IR e CSSL pagos antecipadamente	3.416	603	7.589
PIS, COFINS e demais impostos	147	48	148
Imposto de renda retido na fonte IRRF	198	61	158
	3.761	712	7.895

7 Imposto de renda e contribuição social diferidos

Refere-se a imposto de renda e contribuição social diferidos referentes à certos impostos a pagar mencionados na Nota 13.

8 Créditos fiscais

Conforme mencionado na Nota 1(b), em outubro e novembro de 2006 ocorreu a aquisição de participação acionária na Ecisa Engenharia e Ecisa Participações pelo Grupo GP e pela Equity International. Essas aquisições foram efetuadas através de duas empresas com características de holding (Licia e Dylpar) e geraram um ágio, registrado inicialmente nessas holdings. Em dezembro de 2006 essas holdings foram incorporadas às empresas operacionais Ecisa Engenharia e Ecisa Participações.

Nos termos das instruções CVM 349 e 319, o ágio incorporado na Ecisa Engenharia foi reduzido em 66%, em contrapartida à Reserva de Capital nesta empresa, de modo a refletir somente o benefício fiscal a ser gerado pela amortização do ágio. O ágio referente à Ecisa Participações foi integralmente provisionado, visto esta empresa estar sob o regime de tributação do lucro presumido. O saldo de créditos fiscais refere-se exclusivamente ao benefício fiscal decorrente do ágio relativo à Ecisa Engenharia.

9 Investimentos

(a) Ágio

	2006
Ecisa Engenharia	103.153
Ecisa Participações	163.574
EGEC	34.165
Dacom G	1.389
Dacom D	19.597
	321.878

O valor do ágio encontra-se fundamentado na expectativa de rentabilidade futura das empresas adquiridas e vem sendo amortizado por um prazo de 10 anos. No exercício findo em 31 de dezembro de 2006 foi reconhecida amortização no montante de R$ 3.633.

(b) Outros investimentos

Representado pelo investimento na empresa Sociedade Independente S.A. ("SISA"), que corresponde à 8% de participação no capital da referida empresa.

10 Imobilizado

	Taxa de depre-ciação - %	2006	2005	2004
Terrenos		21.692	21.337	21.223
Edificações	4 a 20 (*)	157.419	117.744	12.541
Máquinas e equipamentos	15	336	938	1.144
Móveis e utensílios	10	713	672	652
Instalações	10	550	550	550
Equipamentos de processamento de dados	20	1.170	1.125	1.401
Outros		1.710	1.088	1.981
		183.590	143.454	139.492
Depreciação acumulada		(71.379)	(65.796)	(60.085)
Imobilizações em curso (i)		56.825	7.446	3.963
Total		166.036	85.104	83.370

(*) Para os imóveis dos shoppings centers, a Companhia adotou taxas de depreciações diferenciadas, conforme laudos aprovados pelo Instituto Nacional de Tecnologia (INT).

(i) As imobilizações em curso em 31 de dezembro de 2006 são referentes principalmente aos investimentos na expansão do Norte Shopping.

11 Diferido

	Taxa de amortização	2006	2005	2004
Gastos Pré-Operacionais	20% a.a.	59	26	240
Direitos de exploração estacionamento	4% a.a.	584	584	584
Benfeitorias em imóveis de terceiros	17,65% a.a.	570	570	570
Amortização acumulada		(741)	(347)	(224)
Total		472	833	1.170

12 Empréstimos e financiamentos

	Taxas de Juros	2006	2005	2004
Financiamento - moeda nacional				
Banco ABC Brasil S/A (a)	CDI + 0,42% a.a.	22.181	6.681	
Banco Bradesco S/A	TJLP + 5,5% a.a.			428
Banco do Nordeste do Brasil	14% a.a.	51		
		20.232	6.681	428
Financiamento - moeda estrangeira				
Safra N. Bank of New York	12,250% a.a.	2.956	4. 554	5.905
Circulante		25.188	11.235	6.333
Financiamento - moeda nacional				
Banco do Estado do Rio Grande do Sul	TJLP + 5,5% a.a.		127	865
Banco do Nordeste do Brasil	14% a.a.	3.510		
Banco ABC do Brasil S/A (a)	CDI + 0,38%	14.452		5.333
BNDES	TJLP + 5,5% a.a.			2.259
		17.962	127	8.457
Financiamento - moeda estrangeira				
Citibank (b)	12% a.a.	21.380	23.408	26.544
Safra N. Bank of New York	12,250% a.a.		3.108	7.549
		21.380	26.516	34.093
Não circulante		39.342	26.643	42.550

Garantias:

- Nota promissória, Cessão fiduciária de direitos e Hipoteca sobre fração de imóvel.

Os empréstimos e financiamentos em moeda estrangeira são atualizados pela variação do dólar norte-americano.

As operações com o Banco ABC Brasil S.A. referem-se às captações financeiras que estão sendo utilizadas nas obras de expansão dos empreendimentos, sendo a mais relevante a obra de expansão do Norte Shopping (Rio de Janeiro).

Os empréstimos e financiamentos de longo prazo possuem os seguintes prazos de vencimento:

	2006
2008	23.955
2009	10.822
2010	2.770
2011	1.795
	39.342

13 Impostos e contribuições a recolher

	2006	2005	2004
COFINS sobre aluguéis (i)	23.274	17.707	10.583
IR/CS sobre variação cambial diferida (ii)	5.093	6.603	5.885
ISS (iii)	2.609	0	0
Contribuições previdenciárias (iv)	10.786	3.764	2.332
Outras	3.960	139	5.673
	45.722	28.213	24.473

(i) A Ecisa ajuizou ação ordinária contra a Fazenda Nacional objetivando o não pagamento de COFINS sobre as receitas de locação, restituição de valores pagos a esse título e concessão de tutela antecipada para suspender a exigibilidade do tributo, baseando-se no entendimento de inconstitucionalidade da Lei 9.718/98 e na interpretação que a atividade de locação na se enquadra no conceito de prestação de serviços. Em fevereiro de 2004, por conta do advento do regime não cumulativo da Lei 10.833/03 foi estabelecida uma nova base de cálculo para o referido tributo, sendo que a Companhia permaneceu com o procedimento de não efetuar o recolhimento. Os valores não pagos estão acrescidos de atualização pela SELIC e dos encargos legais, sendo que os montantes referentes ao período de maio de 2001 a janeiro de 2004 (vigência da Lei 9.718/98) e os valores objeto de depósito em juízo encontram-se registrados como provisão para contingência no exigível a longo prazo (vide Nota 16).

(ii) Refere-se ao diferimento de tributação da despesa de variação cambial do ano-calendário de 2003

(iii) Refere-se a diferença de alíquota de ISS sobre serviços prestados em determinados municípios, sendo que os valores estão acrescidos dos encargos legais

(iv) Refere-se, substancialmente, a encargos previdenciários devidos sobre a contratação de pessoas jurídicas. O aumento apresentado no ano de 2006 decorre da aquisição das empresas EGEC e DACOM.

14 Impostos e contribuições - parcelamento

A empresa Ecisa Engenharia Comércio e Indústria S.A. aderiu ao Programa de Parcelamento dos Débitos Fiscais no exercício de 2005, referente ao Imposto de Renda e Contribuição Social e efetuou o parcelamento de ambos em 60 prestações, conforme demonstrado a seguir:

	2006	2005
Imposto de renda	630	2.507
Contribuição social	231	920
Curto prazo	861	3.427
Imposto de renda	1.575	
Contribuição social	578	
Exigível a longo prazo	2.153	
	3.014	3.427

Em 31 de dezembro de 2006, restavam 42 prestações de R$ 52,5 e R$ 19,3 de Imposto de Renda e da Contribuição Social, respectivamente.

15 Obrigações a pagar por aquisição de shopping

Os valores de R$ 21.716 no passivo não circulante e R$ 8.216 no passivo circulante, referem-se as obrigações assumidas pela empresa SDR Empreendimentos Imobiliários S.A. pela compra de 30% do Shopping Del Rey, situado na cidade de Belo Horizonte, pelo valor de R$ 38.500, com sinal de R$ 7.700 e o restante parcelado em 48 prestações mensais e consecutivas, corrigidas pelo INPC e com juros de 0,6434% a.m., restando 46 prestações a pagar em 31 de dezembro de 2006.

16 Provisão para contingências

	2006	2005	2004
Tributárias (i)	6.836	6.244	5.532
Cíveis	840		
	7.676	6.244	5.532

(i) Refere-se à COFINS sobre aluguéis referentes substancialmente ao período de maio de 2001 a janeiro de 2004 (vide Nota 13).

A Companhia está exposta à contingências de natureza fiscal, trabalhista e cível. As contingências são classificadas como "prováveis", "possíveis" ou "remotas" conforme o risco das mesmas se materializarem em perdas para a Companhia. As contingências que na avaliação da administração da Companhia e na posição de consultores jurídicos externos e internos, são consideradas como de perda provável são passíveis de provisionamento.

Em 31 de dezembro de 2006 a Companhia possuía um montante de R$ 49.381 em contingências classificadas como de perdas possíveis e que não se encontravam provisionadas.

17 Patrimônio líquido

(a) Capital social

Em Assembléia Geral Extraordinária realizada em 30 de novembro de 2005 foi aprovada a conversão de 167 ações preferenciais, de emissão da Companhia de titularidade da acionista Emerging Markets Capital Investiments LCC em ações ordinárias, todas nominativas e sem valor nominal e o aumento do capital social, mediante capitalização de créditos decorrentes de Adiantamento para Futuro Aumento de Capital, no montante de R$ 25, mediante a emissão de 25.092 ações, sendo 12.546 ações preferenciais e 12.546 ações preferenciais, todas nominativas e sem valor nominal.

Em decorrência das deliberações, o capital social passou a ser de R$ 26, sendo representado por 26.092 ações sendo 13.046 ordinárias e 13.046 preferenciais, todas nominativas e sem valor nominal divididas entre os acionistas da Companhia na mesma proporção de sua participação acionária.

Em 10 de outubro de 2006, os acionistas aprovaram (i) reforma estatutária, com criação de ações preferenciais Classe A e Classe B; (ii) aumento do capital social, no montante de R$ 31, 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 (566 ações preferenciais Classe A).

Em 13 de novembro de 2006, os acionistas aprovaram (i) aumento do capital social, no valor R$ 192.974, 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 (56.603); e (iv) reforma estatutária, passando o capital social a ser formado exclusivamente por ações ordinárias.

Em 20 de dezembro de 2006, os acionistas aprovaram aumento do capital social, no valor de R$ 175.391, 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, o capital social foi aumentado em R$ 148.496, mediante a emissão de 301.388.831 novas ações ordinárias.

Em 31 de dezembro de 2006, o capital social da Companhia é de R$ 516.918, dividido em 669.752.958 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal.

A Companhia está autorizada a aumentar seu capital social em até 5.000.000.000 de ações, ordinárias ou preferenciais, independentemente de reforma estatutária, mediante deliberação do conselho de administração. A composição acionária do capital social da Companhia em 31 de dezembro de 2006 está demonstrada no quadro abaixo:

	31 de dezembro de 2006	
	Ações	Capital social total (%)
EI Brazil Investments, LLC	184.182.062	27,5%
Private Equity Partners A, LLC	173.555.695	13,75%
Private Equity Partners B, LLC	10.626.367	13,75%
Richard Paul Matheson	132.544.374	19,79%
Dyl Empreendimentos e Participações S.A.	132.544.374	19,79%
Leonandro Matheson Drumond	13.395.261	2,00%
Hugo Matheson Drumond	13.395.261	2,00%
Antonio Wadih Arbex	9.509.561	1,42%
Outros	3	-
Total	669.752.958	100%

(b) Dividendos

Aos acionistas está assegurado, pelo estatuto social, um dividendo mínimo correspondente a 25% do lucro líquido apurado em cada exercício social, ajustado consoante a legislação em vigor. Os valores apresentados no balanço referentes aos exercícios findos em 31 de dezembro de 2005 e 2004 são relativos aos valores propostos ao final desses exercícios, sendo que o saldo referente a 31 de dezembro de 2006 refere-se a valores remanescentes ainda não pagos.

18 Receitas operacionais

	2006	2005	2004
Aluguéis	67.494	62.526	57.900
Taxa de cessão	4.975	4.009	1.834
Estacionamento	16.415	15.067	11.364
Taxa de transferência	331	306	158
Prestação de serviços	4.234	264	540
Total das receitas	93.449	82.172	71.796

Composição da receita por shopping:

	2006	2005	2004
Norteshopping	29.189	28.708	25.784
Shopping Recife	21.424	19.760	16.709
Shopping Campo Grande	13.239	12.807	11.097
Shopping Villa Lobos	11.213	10.223	8.935
Shopping Del Rey	10.194	6.902	5.737
Shopping Center Iguatemi	3.907	3.508	2.994
Serviços	4.234	264	540
Outras	49		
Total das receitas	93.449	82.172	71.796

19 Custos operacionais

	2006	2005	2004
Custos com pessoal	670	1.060	861
Serviços prestados - pessoas jurídicas	6.619	7.426	5.580
Custos condominiais	2.222	4.464	4.098
Custos com fundo de promoções	1.808	3.240	3.232
Custos comerciais	216	925	1.141
Depreciação e amortização	6.501	6.778	7.941
Demais custos	1.573	1.683	2.057
Custos totais	19.609	25.756	24.910

Composição dos custos por shopping:

	2006	2005	2004
Norteshopping	6.654	10.076	9.597
Shopping Recife	3.222	4.209	3.694
Shopping Campo Grande	3.021	3.775	3.997
Shopping Villa Lobos	2.315	3.439	4.471
Shopping Del Rey	2.011	1.419	1.316
Shopping Center Iguatemi	1.103	1.429	1.371
Outros	1.283	1.409	463
Total	19.609	25.756	24.909

20 Despesas administrativas

	2006	2005	2004
Despesas de pessoal	2.393	1.647	1.424
Serviços prestados - Pessoas Jurídicas	4.206	3.152	2.869
Serviços prestados - Concessionárias	144	109	111
Materiais de uso e consumo	712	335	128
Aluguel de Imóveis	509	374	328
Outras despesas administrativas	2.612	1.847	745
	10.576	7.464	5.605

21 Resultado financeiro

	2006	2005	2004
Aplicações financeiras	3.328	2.394	1.045
Encargos de empréstimos e financiamentos	(6.761)	(6.309)	(8.082)
Variação cambial	2.388	4.365	3.366
Operações de hedge		(1.587)	
Variações monetárias e outras	(1.016)	(4.931)	(2.248)
Resultado financeiro líquido	(2.061)	(3.794)	(5.919)

22 Instrumentos financeiros

A Companhia não possui em 31 de dezembro de 2006, 2005 e 2004 operações com derivativos em aberto, tendo no entanto, realizado durante o exercício de 2005 operações de derivativos (*swap* - CDI X US$) para cobertura de exposição cambial sobre as operações de empréstimo contratadas em dólar, conforme demonstrado na Nota 21, que resultaram em um prejuízo de R$ 1.587 no exercício de 2005.

23 Gerenciamento de riscos

(a) Risco de crédito

As operações da Companhia compreendem a administração de shopping centers (empreendimentos) e o aluguel das lojas objeto do empreendimento. Os contratos de locação são regidos pela lei de locações. Para tanto, cabe destacar que a seletividade de diversificação da carteira de clientes e o monitoramento dos saldos são procedimentos que a Companhia adota com o objetivo de minimizar perdas por inadimplência.

(b) Risco de preço

As receitas dependem diretamente da capacidade da Companhia em locar espaços disponíveis nos empreendimentos em que participa. Condições adversas podem reduzir os níveis de locação, bem como restringir a possibilidade de aumento do preço das locações. Os fatores a seguir, dentre outros, podem afetar a geração de receitas:

- Períodos de recessão e aumento dos níveis de vacância nos empreendimentos.
- Percepção negativa dos locatários acerca da segurança, conveniência e atratividade das áreas onde os empreendimentos estão instalados.
- Aumento da carga tributária sobre as atividades da Companhia.

A Administração monitora periodicamente esses riscos para minimizar os impactos em seus negócios.

24 Eventos subseqüentes

(a) Em 2 de janeiro de 2007, a Companhia adquiriu a totalidade das ações da empresa EGEC PAR II, sociedade controladora da GS Shopping Center S.A., pelo valor de R$ 7.804 que possui por sua vez, 56% do Goiânia Shopping.

(b) No dia 18 de janeiro de 2007, a Companhia efetuou a liquidação antecipada de parte dos empréstimos mantidos junto ao banco ABC S.A. no montante de R$ 19.144.

25 Seguros

A Companhia mantém política de monitoramento dos riscos inerentes às suas operações. Por conta disso, possuía contratos de seguros em vigor para cobertura de riscos operacionais, responsabilidade civil, etc. A Administração da Companhia entende que os valores são suficientes para cobrir eventuais perdas.

* * *