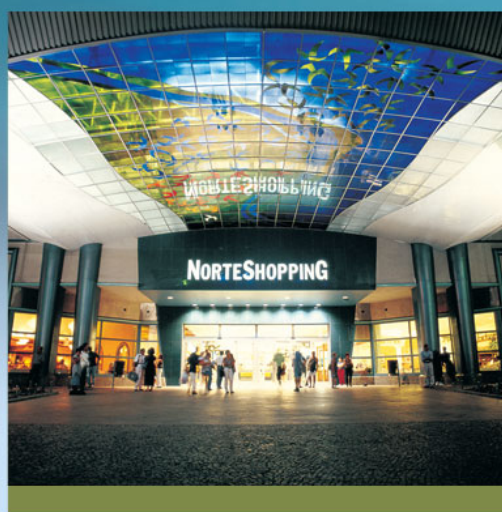


# BRMALLS



## Resultados do 3º trimestre de 2010

### Relações com Investidores:

**Leandro Bousquet**  
CFO e DRI

**Derek Tang**  
Coordenador

**Luiza Guimarães**  
Trainee

**Bruno Cani**

[ri@brmalls.com.br](mailto:ri@brmalls.com.br)  
Tel: +55 21 3138-9914  
Fax: +55 21 3138-9901

### Teleconferência 3T10:

**Português**

4 de novembro de 2010  
10:00 horas (horário de Brasília)  
Tel: +55 11 4003-9004

**Repetição**

Tel: +55 (11) 3127-4999  
Código: 46949439

**A BRMALLS ANUNCIA EBITDA AJUSTADO DE R\$102,7 MILHÕES NO 3T10, CRESCIMENTO DE 27,4% SOBRE O 3T09 E UM CRESCIMENTO DE 29,2% DO NOI SOBRE O 3T09.**

Rio de Janeiro, 03 de Novembro de 2010 – A BRMALLS Participações S.A. (Bovespa: BRML3), a maior empresa integrada de shopping centers do Brasil, anuncia hoje seus resultados referentes ao terceiro trimestre 2010 (3T10). A BRMALLS detém participação em 38 shoppings, que totalizam 1.131,8 m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL) e 533,4 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio. A BRMALLS possui 5 projetos greenfield e 5 expansões em desenvolvimento, que somados elevam o ABL total da companhia para 1.367,9 mil m<sup>2</sup> e o ABL próprio para 682,1 mil m<sup>2</sup> até 2013. A BRMALLS é a única empresa nacional de shopping centers, com presença em todas as cinco regiões do Brasil, atendendo aos consumidores de todas as diferentes classes sociais do país. A Companhia oferece serviços de administração ou comercialização para 30 shoppings centers, nos quais 29 shoppings centers detém participação.

**Destaques do 3º trimestre e eventos subsequentes:**

- No terceiro trimestre de 2010 nossa **receita líquida** cresceu **32,1%**, alcançando **R\$131,1 milhões**, enquanto que no acumulado do ano esse aumento foi de 31,8%, alcançando R\$360,5 milhões;
- Registramos um **NOI** de **R\$118,0 milhões** no **3T10**, representando um crescimento de **29,2%** sobre o NOI do 3T09 de R\$91,3 milhões e o NOI acumulado de 9 meses registrou R\$320,3 milhões, 25,9% maior do que o acumulado de 9 meses de 2009. Já o **NOI mesmos shoppings** subiu **23,4%**, a maior aumento desde o 4T08;
- O **EBITDA ajustado** registrou **R\$102,7 milhões** no trimestre, um crescimento de **27,4%** em relação ao EBITDA ajustado do 3T09 de R\$80,6 milhões. Nos 9M10 o EBITDA ajustado registrou R\$292,7 milhões, o que representa um crescimento de 33,8% sobre o mesmo período de 2009.
- O **FFO ajustado** no 3T10 atingiu **R\$73,9 milhões**, um crescimento de **13,3%** em relação aos R\$65,2 milhões do 3T09. No acumulado no ano o FFO ajustado foi de R\$215,1 milhões, um aumento de 47,3% em relação a 2009;
- Alcançamos, mais uma vez, a **maior taxa de ocupação da história da companhia com 98,5%** no trimestre;
- Nosso **leasing spread de renovações** alcançou **22,5%** e o de **novos contratos** atingiu **19,9%**, com destaque para o **leasing spread de 33,7% de nossas expansões**, mostrando a elevada demanda dos lojistas por novos espaços;
- Desempenho **recorde de vendas mesmas lojas**, alcançando **16,6%** de crescimento, enquanto o **aluguel mesmas lojas** subiram **10,1%** no trimestre, mostrando uma retomada desse indicador;
- Concluímos mais **duas aquisições** no trimestre, do **Shopping Center Crystal Plaza em Curitiba** e do **Center Shopping em Uberlândia**, além disso, **augmentamos nossa participação no Minas shopping** e no **Shopping ABC** totalizando **R\$273,0 milhões** em aquisições no 3T10, e alcançando R\$492,0 milhões investidos no ano;
- Em 5 de outubro **inauguramos o Shopping Sete Lagoas** com **100% do seu ABL comercializado**, adicionando 16,4 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 11,4 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio. A inauguração foi um sucesso, levando cerca de **40 mil consumidores** ao shopping no dia;
- Aprovamos o **desdobramento das ações** em AGE, realizada em 23 de setembro, multiplicando o número de ações na proporção de 2:1, visando assim ampliar nossa base de investidores;
- Em 15 de outubro, foi aprovada em AGD a **mudança no covenant** de limite de endividamento da Companhia, previsto em nossa debênture, de 2,75 vezes **dívida líquida/EBITDA para 3,8 vezes**. Além disso, também foi aprovada a **exclusão de nosso bond perpétuo da definição de dívida líquida** prevista nas cláusulas das debêntures;
- As agências de risco **Standard & Poor's e Fitch elevaram o rating de crédito corporativo da Companhia** em escala nacional e global. A S&P elevou para brA+ em escala nacional e reafirmou BB- em escala global, enquanto a Fitch elevou para BB e AA- em escala global e local, respectivamente.

<b>Destaques Financeiros (R\$ mil)</b>						
	<b>3T10</b>	<b>3T09</b>	<b>%</b>	<b>9M10</b>	<b>9M09</b>	<b>%</b>
Receita Líquida	131.121	99.284	32,1%	360.495	273.577	31,8%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	17.592	12.384	42,1%	49.845	38.892	28,2%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Receita)	12,3%	11,5%	0,8%	12,7%	13,1%	-0,4%
NOI	117.980	91.308	29,2%	320.323	254.390	25,9%
<i>margem %</i>	90,0%	92,3%	-2,3%	90,0%	93,2%	-3,3%
Lucro Bruto	117.615	91.649	28,3%	323.785	254.712	27,1%
<i>margem %</i>	89,7%	92,3%	-2,6%	89,8%	93,1%	-3,3%
EBITDA	101.394	79.706	27,2%	289.205	216.893	33,3%
EBITDA Ajustado	102.734	80.614	27,4%	292.749	218.719	33,8%
<i>margem %</i>	78,4%	81,2%	-2,8%	81,2%	79,9%	1,3%
Lucro Líquido	89.990	80.649	11,6%	205.850	207.286	-0,7%
<i>margem %</i>	68,6%	81,2%	-12,6%	57,1%	75,8%	-18,7%
FFO	92.622	82.458	12,3%	214.157	215.739	-0,7%
FFO Ajustado	73.899	65.206	13,3%	215.102	145.997	47,3%
<i>margem %</i>	56,4%	65,7%	-9,3%	59,7%	53,4%	6,3%

<b>Destaques Operacionais</b>						
	<b>3T10</b>	<b>3T09</b>	<b>%</b>	<b>9M10</b>	<b>9M09</b>	<b>%</b>
ABL Total (m²)	1.131.842	1.025.362	10,4%	1.131.842	1.025.362	10,4%
ABL Próprio (m²)	533.366	458.554	16,3%	533.366	458.554	16,3%
Vendas Mesmas Lojas / m²	1.114	955	16,6%	1.063	917	16,0%
Vendas Totais (R\$ milhões)	3.137	2.621	19,7%	8.847	7.408	19,4%
Vendas / m²	1.040	896	16,1%	981	850	15,4%
Vendas / m² (lojas até 1.000 m²)	1.387	1.352	2,6%	1.271	1.253	1,4%
Vendas mesmas lojas/pé² (US\$) (lojas até 1.000 m²)	975	783	24,5%	902	695	29,9%
Aluguel Mesmas Lojas / m²	62	56	10,1%	60	56	7,0%
Aluguel / m²	76	67	13,4%	72	67	8,3%
NOI / m²	82	73	12,3%	79	72	9,6%
Custo de Ocupação (% das vendas)	9,3%	9,8%	-0,5%	9,5%	9,9%	-0,4%
Aluguel (% vendas)	5,8%	6,1%	-0,3%	6,0%	6,3%	-0,3%
Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	3,4%	3,6%	-0,2%	3,6%	3,8%	-0,2%
Ocupação (média trimestral)	98,5%	97,3%	1,2%	98,2%	97,1%	1,1%
Pagamentos em Atraso (média trimestral)	2,7%	3,1%	-0,4%	3,2%	4,1%	-0,9%
Turnover das lojas	3,9%	4,0%	-0,1%	3,6%	4,1%	-0,5%
Leasing Spread (renovações)	22,5%	8,1%	14,4%	21,4%	12,5%	8,9%
Leasing Spread (novos contratos)	19,9%	16,7%	3,2%	20,2%	14,6%	5,6%

<b>Indicadores de Mercado</b>						
	<b>3T10</b>	<b>3T09</b>	<b>%</b>	<b>9M10</b>	<b>9M09</b>	<b>%</b>
Número Total de Ações	406.277.988	404.825.792	0,4%	406.277.988	404.825.792	0,4%
Número de Ações em Circulação	334.295.712	260.007.606	28,6%	334.295.712	260.007.606	28,6%
Preço Médio da Ação (R\$)	13,2	9,4	40,9%	11,8	7,6	54,2%
Preço Final da Ação (R\$)	14,1	10,3	36,8%	14,1	10,3	36,8%
Valor de Mercado - final do período (R\$ milhões)	5.745	4.184	37,3%	5.745	4.184	37,3%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ milhões)	29,0	12,4	133,6%	23,8	7,7	209,1%
Dólar(US\$) Final	1,69	1,77	-4,5%	1,69	1,77	-4,5%
Dívida Líquida (R\$ milhões)	784,6	160,1	390,0%	784,6	160,1	390,0%
NOI por ação	0,29	0,23	28,7%	0,96	0,98	-2,1%
Lucro Líquido por ação	0,22	0,20	11,2%	0,62	0,80	-22,8%
FFO Ajustado por ação	0,18	0,16	12,9%	0,64	0,56	14,6%
EV/EBITDA 2010 (anualizado)	15,9	13,5	17,9%	16,7	14,9	12,3%
P/FFO 2010 (anualizado)	19,4	16,0	21,1%	20,0	21,5	-6,8%
ROE (ex- propriedade para investimento)	14,3%	13,7%	0,6%	16,3%	17,6%	-1,3%
ROIC (ex- propriedade para investimento)	10,7%	13,0%	-2,3%	10,2%	10,6%	-0,4%

\* Checar glossário para definições

**Comentários da Administração:**

Seguimos registrando no trimestre excelentes indicadores operacionais, impulsionados pelas melhores condições de mercado, o aumento na disponibilidade de crédito e o crescimento das vendas de varejo.

No trimestre, atingimos um novo recorde nas vendas mesmas lojas (SSS), registrando crescimento de 16,6% comparado ao mesmo período no ano anterior. Este é um reflexo da forte demanda da classe média, com um SSS acima de 20%. Os segmentos de lazer e as lojas satélites foram as que mais contribuíram para esse indicador. O aluguel mesmas lojas (SSR) reverteu uma tendência de queda ao deixar de capturar os baixos índices de inflação pelo IGP-M registrados no ano passado além do reajuste dos aluguéis nas renovações e as fortes vendas. No trimestre o SSR registrou um aumento de 10,1% frente ao 3T09.

Nosso NOI cresceu 29,2% comparado ao mesmo período no ano anterior, atingindo R\$118,0 milhões, com uma margem NOI de 90,0%. O EBITDA ajustado totalizou R\$102,7 milhões, sendo 27,4% superior ao 3T09, e uma margem de 78,4%. E nosso FFO ajustado apresentou crescimento de 13,3%, alcançando R\$73,9 milhões, e uma margem de 56,4%. Já o lucro líquido no trimestre foi de R\$90,0 milhões, com uma margem de 68,6%. No ano já acumulamos R\$292,7 milhões de EBITDA Ajustado e R\$215,1 milhões de FFO Ajustado.

Um dos destaques do trimestre foi a taxa de ocupação de nossos shoppings, que vem alcançando níveis recorde desde 2008, com 98,5%. No final do trimestre, dos 36 shoppings em nosso portfólio, 20 apresentavam taxas de ocupação acima de 99%. Seguimos reduzindo o nosso custo de ocupação para 9,3%, uma redução de 0,5% frente ao 3T09, sendo um dos menores níveis do setor. Esses indicadores contribuíram para que o nosso NOI mesmos shoppings crescesse 23,4% no trimestre comparado ao mesmo período no ano anterior. Também alcançamos o menor nível de pagamentos em atraso (30 dias) da companhia com 2,7%, uma redução de 40bps comparado a 3,1% no mesmo período em 2009, e o menor nível da inadimplência líquida, que diminuiu para somente 0,6%.

Foram 392 contratos negociados no trimestre, representando um ABL total de 38,5 mil m<sup>2</sup>. Destacamos as negociações em nossos projetos greenfield e expansão em desenvolvimento que totalizaram 103 contratos, resultado da proximidade da inauguração dos projetos e da atratividade comercial. Tivemos 161 novos contratos em shoppings existentes, representando 14,4 mil m<sup>2</sup> de ABL. Como resultado do crescimento acelerado das vendas, do baixo custo de ocupação e da alta taxa de ocupação, conseguimos capturar fortes leasing spreads no trimestre. O leasing spread de renovações foi de 22,5% e o de novos contratos 19,9%.

O grande sucesso na inauguração do Shopping Sete Lagoas. O único shopping na cidade abriu suas portas em 5 de outubro, 10 dias antes da data prevista inicialmente, com um período de obra inferior a um ano e com 100% de seu ABL comercializado. No dia da inauguração o fluxo foi intenso com 40 mil pessoas em apenas quatro horas de funcionamento e um estacionamento em sua capacidade máxima. A próxima inauguração será a do Granja Vianna no quarto trimestre de 2010. Este projeto greenfield já apresenta uma comercialização acima de 95% do ABL total e com um ritmo de obra conforme o cronograma.

Realizamos importantes aquisições no trimestre, sendo dois novos shoppings no qual a BRMALLS será responsável pela administração e comercialização, o Shopping Center Crystal Plaza e o Center Shopping Uberlândia, além de aumentar nossa participação no Minas Shopping e no Shopping ABC. Foram desembolsados R\$273,0 milhões para aquisição no trimestre, que adicionaram 31,4 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio à Companhia. Com essas aquisições, alcançamos R\$492,0 milhões investidos no ano em negócios que em conjunto devem gerar uma TIR média de 13,1%, real e desalavancada, e um cap rate médio no 1º ano de 12,0%.

O cenário favorável para os resultados acumulados do ano nos deixa otimista quanto às perspectivas para os meses finais do ano de 2010, nos quais inauguraremos o Shopping Granja Vianna e continuaremos buscando oportunidade de aumento de ABL via aquisição. Continuaremos focados em aproveitar esse bom momento para continuar crescendo nosso negocio e melhorar ainda mais nossa eficiência.

As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas em Reais (R\$), e as comparações referem-se ao 3º trimestre de 2009 (3T09). As tabelas com os resultados no padrão das práticas contábeis adotadas no Brasil e normas expedidas pela CVM estão disponíveis ao final deste documento.

No 4º trimestre de 2009, a companhia adotou de forma antecipada os pronunciamentos dos CPC's de acordo com a deliberação CVM603. Os principais efeitos no demonstrativo de resultados foram: (a) linearização das receitas de aluguel e cessão de direito de uso; (b) avaliação anual de propriedade para investimento; e (c) lançamento de impostos diferidos (IR/CSLL) relativos a estes efeitos. Para fins de comparação, as informações financeiras relativas ao 3T09 foram reapresentadas com os efeitos mencionados acima.

### COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE OS RESULTADOS DO 3T10

#### Receita Bruta:

No terceiro trimestre de 2010 alcançamos uma receita bruta de R\$142,9 milhões, representando um aumento de 32,7% em relação ao mesmo período de 2009. O crescimento de R\$35,2 milhões é explicado principalmente pelos fatores abaixo:

##### Aluguel mínimo

No período observamos um aumento de 12,2% ou R\$8,6 milhões na receita de aluguel mínimo quando comparado ao mesmo período de 2009. Dentro dessa linha, dos nossos shoppings, destacamos o Goiânia Shopping e o Ilha Plaza Shopping que obtiveram um aumento da receita de aluguel mínimo, respectivamente, 39,8% e 18,3% em relação ao 3T09. Os desempenhos acima da média destes shoppings foram impulsionados pelos ótimos leasing spreads que a companhia vem apresentando.

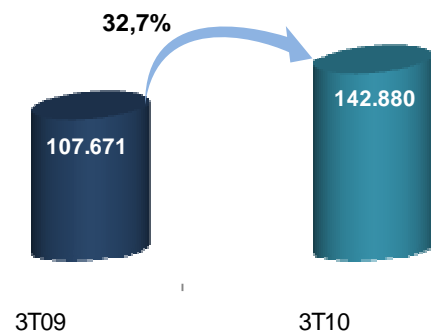
##### Prestação de serviços

Aumento de R\$3,1 milhões de reais sobre o mesmo período de 2009, o que representa um crescimento de 35,4%, que pode ser explicado pela taxa de comercialização do Mooca Plaza Shopping que representou 32,4% do total, e pela entrada de 5 novas operações no nosso Centro de Serviços Compartilhados, totalizando 21 operações.

##### Mall & Merchandising

Registramos uma receita total de R\$12,5 milhões, o que representa um aumento de 21,9% em relação ao mesmo período do ano passado.

Evolução da Receita Bruta (R\$ mil)



##### Aluguel Percentual

Com um forte crescimento em relação ao 3T09, o aumento foi de R\$4,4 milhões, ou 62,4%, representando 12,1% da receita total de aluguel. Esse crescimento foi um reflexo do forte ritmo das vendas, que apresentaram um aumento de 19,7% nas vendas totais e de 16,6% das vendas mesmas lojas, nível recorde na história da BRMALLS. Nas vendas mesmas lojas, destacamos os crescimentos de 17,5% das lojas satélites e 28,1% no segmento de lazer. Tais resultados foram impulsionados pelo aumento de esforços em auditorias sobre as vendas dos lojistas, que foram responsáveis por 33,8% da receita de aluguel percentual.

##### Taxa de cessão (luvas)

No período, contabilizamos um total de R\$4,7 milhões de reais de receita de taxa de cessão contra uma despesa de R\$0,7 milhões no 3T09 por conta dos efeitos da linearização, que vem sendo feita desde o exercício de 2009. Esse aumento foi causado pela aceleração da comercialização dos projetos greenfield e das expansões, com destaque no trimestre para os resultados dos shoppings Mooca Plaza e Granja Vianna.

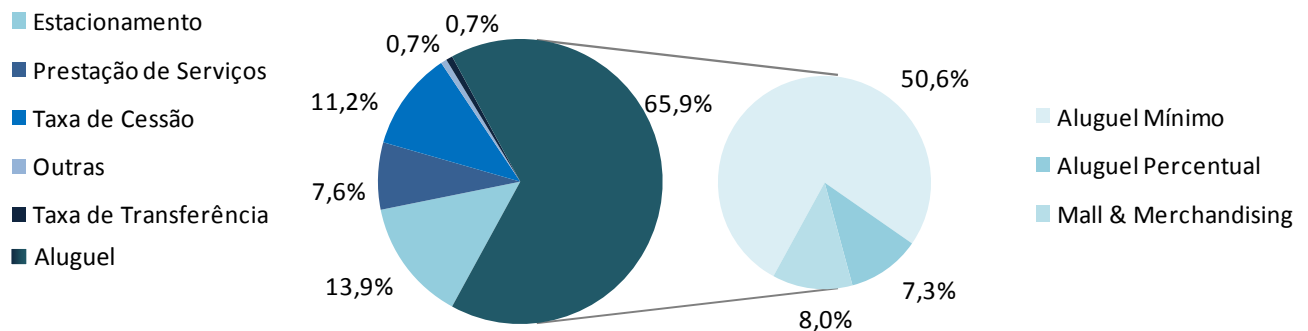
### Estacionamento

Registramos um crescimento de R\$11,5 milhões, ou 114,4% comparado ao mesmo período de 2009, na receita de estacionamento. Este aumento na receita é em grande parte explicado pela alteração na estrutura societária da operação de estacionamento de alguns shoppings e no foco em otimização e melhorias destas operações.

Comparando com o mesmo período de 2009, 11 dos nossos shoppings passaram por mudanças na estrutura societária, correção na tarifa de estacionamento e aumento no fluxo de veículos. Tais ações contribuíram para aumentar a receita gerada pelos estacionamentos.

O destaque do trimestre foi o Shopping Estação que através destas mudanças teve um crescimento de 420,4%. O outro destaque foi o Shopping Campinas, que passou a cobrar estacionamento no final do 3T09 e contribuiu com o aumento da receita. A operação de estacionamento contribuiu com R\$17,6 milhões para o NOI, um crescimento de 101% em relação ao 3T09, apresentando uma margem NOI de 81,6% no trimestre.

Distribuição da Receita Bruta

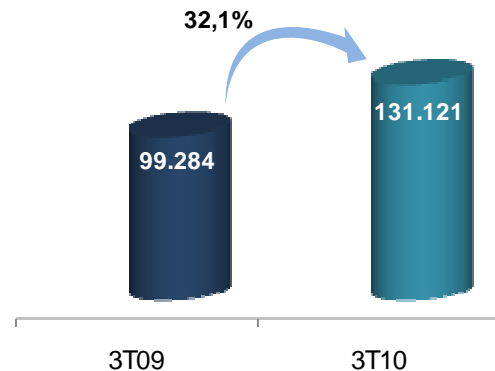


Observamos uma diminuição da participação da receita de aluguel mínimo na receita total no trimestre em relação ao 3T09, quando representava cerca de 80% desta. Essa redução pode ser explicada pelos crescimentos da receita de estacionamento, do aluguel percentual, e da receita de prestação de serviços.

**Receita Líquida:**

No trimestre a receita líquida alcançou R\$131,1 milhões, representando um crescimento de R\$31,8 milhões, ou 32,1% comparado ao mesmo período no ano anterior.

Excluindo os efeitos da linearização a receita líquida seria de R\$135,1 milhões no trimestre, um aumento de R\$40,9 milhões, ou 43,4% comparado ao 3T09.

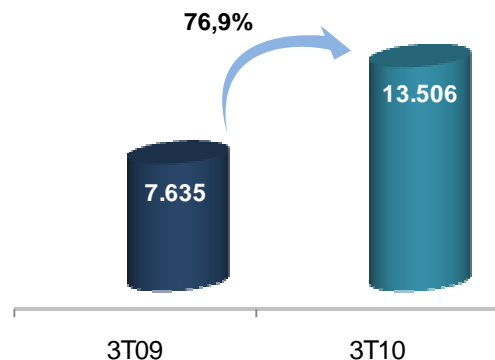
**Evolução da Receita Líquida (R\$ mil)****Custos:**

Nesse trimestre observamos um aumento de R\$5,9 milhões nos custos de aluguéis e serviços, ou seja, um crescimento de 76,9% sobre o mesmo trimestre de 2009. Esse aumento pode ser explicado pelo pagamento mensal referente à concessão para o Metrô de São Paulo do Shopping Metrô Santa Cruz, que não fazia parte de nosso portfólio no 3T09, e pela mudança na estrutura societária de algumas operações de estacionamento. As linhas que mais contribuíram para esse aumento no custo total foram as seguintes:

**Serviços Diversos**

Neste trimestre aumentou R\$2,8 milhões ou 81,8% quando comparado ao 3T09. Aumento esse explicado por:

- pagamento mensal da concessão à Companhia do Metropolitano de São Paulo pelo Shopping Metrô Santa Cruz, que neste trimestre responde por 25,2% dessa linha;
- outros custos referentes ao Shopping Metrô Santa Cruz, ao Independência Shopping e ao Crystal Plaza, que respondem por 30,9% dessa linha;
- aumento de custos de comercialização feita por terceiros, explicada pela intensificação da comercialização das lojas dos projetos greenfield; e
- aumento de custos nas operações de estacionamento, devido a mudanças na estrutura societária de algumas operações, novas operações estavam inativas no 3T09 como Campinas Shopping e Goiânia Shopping e aumento da participação no Independência Shopping.

**Evolução dos Custos (R\$ mil)****Custo com Pessoal**

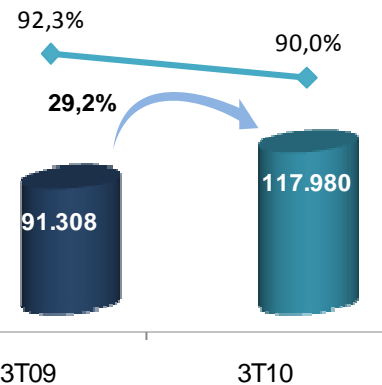
Apresentou um aumento de R\$1,9 milhão nos custos com pessoal do trimestre quando comparados aos do 3T09, um crescimento de 157,5%, cujas principais explicações são:

- aquisições dos shoppings Metrô Santa Cruz, Independência e Crystal Plaza, respectivamente em outubro de 2009, junho de 2010 e setembro de 2010;
- intensificação da auditoria de vendas, que vem garantindo um aumento contínuo do aluguel percentual; e
- mudança de modelo societário de algumas operações de estacionamento acima mencionada.

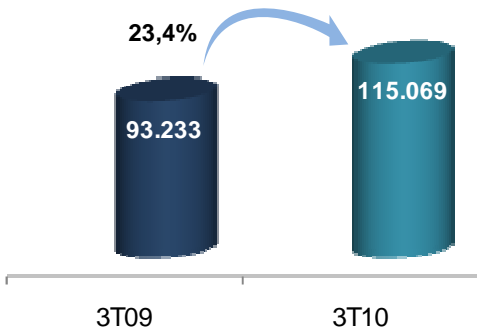
### NOI:

No trimestre o NOI totalizou R\$118,0 milhões, representando um crescimento de R\$26,7 milhões ou 29,2% comparado ao 3T09. A margem NOI no trimestre foi de 90,0%. A margem seguiu sendo impactada pela mudança da estrutura societária de algumas operações de estacionamento que passaram a reconhecer a receita e o custo separadamente, e pelos pagamentos mensais ao Metrô de São Paulo referente à concessão do Shopping Metrô Santa Cruz, adquirido em outubro de 2009. No 9M10 o NOI totalizou R\$320,3 milhões, representando um crescimento de R\$65,9 ou 25,9% comparado a 9M09. A margem NOI no período foi de 90,0%.

**Evolução do NOI (R\$ mil) e da Margem NOI (%)**



**Evolução do NOI Mesmos Shoppings (R\$ mil)**



O crescimento de NOI mesmos shoppings foi de 23,4% no trimestre comparado ao mesmo período no ano anterior, o maior aumento visto desde o 4T08. A maior parte de nosso NOI no trimestre (92,3%) está concentrado em 26 shoppings, administrados pela BRMALLS.

**NOI e Vendas por Shopping (R\$ milhões)**

	NOI 3T10	NOI 9M10	Vendas 3T10	Vendas 9M10	
Plaza Shopping	15,715	44,191	176,862	496,991	
NorteShopping	13,084	37,654	279,615	789,024	
Shopping Tamboré	9,003	23,558	92,952	282,666	
Shopping Recife	7,638	21,199	265,911	745,426	
Shopping Metrô Santa Cruz	6,299	16,969	76,238	213,134	
Campinas Shopping	6,114	16,850	68,113	189,916	
Shopping Del Rey	5,463	14,981	112,351	310,570	
Shopping Estação	5,435	14,409	72,824	201,564	
Independência Shopping*	5,199	6,764	49,513	136,677	
Shopping Villa-Lobos	4,873	12,748	121,867	358,598	
Shopping Campo Grande	4,673	13,161	78,035	217,024	
Fashion Mall	4,393	12,417	56,506	156,246	
Ilha Plaza Shopping	3,499	9,809	61,620	177,918	
Goiânia Shopping	3,350	9,010	75,379	199,519	82,5% do NOI do 3T10
Outros	20,152	56,384	1,549,284	4,368,514	
<b>Total</b>	<b>114,891</b>	<b>310,104</b>	<b>3,137,070</b>	<b>8,843,787</b>	

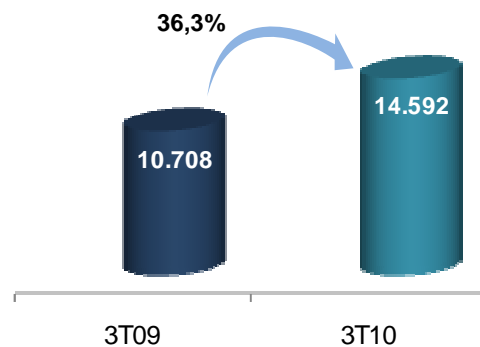
\* Até dia 17 de junho nossa participação no Independência Shopping era de somente 8%, a partir dessa data passamos a deter 83,4% deste.

**Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas:**

As despesas com vendas, gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, somaram no trimestre R\$17,6 milhões, um aumento de R\$5,2 milhões, ou 42,1%, comparado ao mesmo período em 2009. As despesas com vendas, gerais e administrativas representaram no trimestre 12,3% da receita bruta, comparado a 11,5% no 3T09, sendo explicado principalmente por:

**Despesas Gerais e Administrativas**

Aumento de R\$3,9 milhões, ou 36,3% comparado ao mesmo período no ano anterior. Este crescimento é em grande parte devido ao aumento de R\$3,2 milhões em despesas de pessoal, explicado pelo aumento em números de shopping, ritmo mais avançado dos projetos em desenvolvimento e acréscimo de shoppings integrados ao CSC. As outras despesas e os serviços de terceiros obtiveram uma redução de 17,7% e 7,9%, respectivamente, em função da internalização de alguns serviços que eram prestados por terceiros.

**Evolução das Despesas Gerais e Administrativas (R\$ mil)****Despesas com Vendas**

Crescimento de R\$1,3 milhão, ou 79,0% em função das comissões de executivos comerciais referentes ao ritmo forte de comercialização. No trimestre comercializamos um total de 392 lojas comparado a 366 lojas no 3T09. Dentre as comercializações destacamos os projetos greenfield e de expansões, onde locamos 103 lojas no trimestre comparado a 29 no mesmo período em 2009.

**Depreciações e Amortizações:**

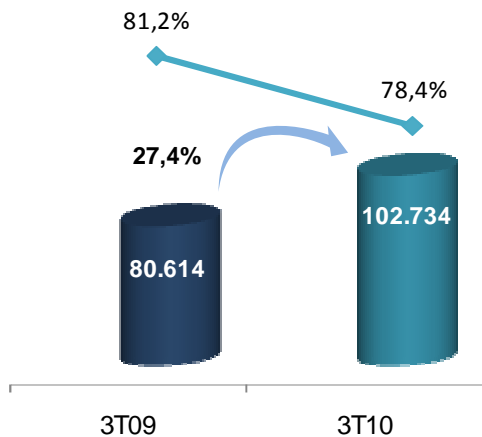
Dada a adoção antecipada dos pronunciamentos de acordo com a deliberação CVM 603 passamos a não depreciar mais as nossas propriedades para investimento, que são avaliadas ao valor justo anualmente em dezembro. Além disso, também não amortizamos mais o ágio gerado por aquisições.

Sendo assim, nesse trimestre observamos uma amortização de R\$2,2 milhões, uma queda de 13,5% quando comparada à mesma linha do 3T09, que se refere a ativos diferidos e ativos fiscais diferidos. Além disso, registramos uma despesa de depreciação de R\$0,4 milhão, contra um ajuste positivo de R\$0,8 milhão no 3T09.

### EBITDA:

No 3T10 registramos um EBITDA ajustado de R\$102,7 milhões, um crescimento de R\$22,1 milhões ou de 27,4% comparado ao mesmo trimestre de 2009. A margem EBITDA ajustado foi de 78,4%, contra 81,2% no 3T09.

#### Evolução do EBITDA Ajustado (R\$ mil) e da Margem EBITDA Ajustado (%)



#### Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)

	3T10	3T09
Receita Líquida	131.121	99.284
(-) Custos e Despesas	(33.730)	(21.828)
(+) Depreciação e Amortização	2.632	1.809
(+) Outras Receitas Operacionais	1.371	441
<b>EBITDA</b>	<b>101.394</b>	<b>79.706</b>
(+) Debêntures do Araguaia	1.340	908
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>102.734</b>	<b>80.614</b>
<i>Margem %</i>	<i>78,4%</i>	<i>81,2%</i>

No 9M10 alcançamos um EBITDA ajustado 9M10 de R\$292,9 milhões, um aumento de R\$73,3 milhões ou 33,4%, comparado ao mesmo período em 2009. A margem EBITDA ajustado cresceu de 79,9% no 9M09 para 81,2% no 9M10.

### Resultado Financeiro:

No trimestre obtivemos um resultado financeiro líquido positivo de R\$4,7 milhões, contra um resultado negativo de R\$0,2 milhão no terceiro trimestre de 2009. Esse resultado positivo foi composto por uma receita financeira de R\$58,2 milhões e uma despesa financeira de R\$53,5 milhões. Os fatores que explicam esse resultado financeiro são:

#### Varição Cambial

A valorização do Real frente ao Dólar Americano contribuiu para uma variação não-caixa positiva sobre o montante principal do nosso bônus perpétuo, gerando uma receita financeira líquida de R\$18,0 milhões no trimestre, contra R\$25,4 milhões no mesmo trimestre de 2009.

#### Despesas com Juros

As despesas com juros foram de R\$37,7 milhões no 3T10, um pouco acima da observada no 3T09 de R\$36,6 milhões.

#### Swap a Mercado

O reconhecimento dos nossos swaps ao valor de mercado gerou uma receita financeira líquida, não-caixa, de R\$1,3 milhão no trimestre, gerada principalmente pelos swaps em que estamos passivos em CDI. Essa receita líquida foi acima da registrada no 3T09, quando reportamos uma despesa de R\$16,7 milhões.

#### Resultado Financeiro (R\$ mil)

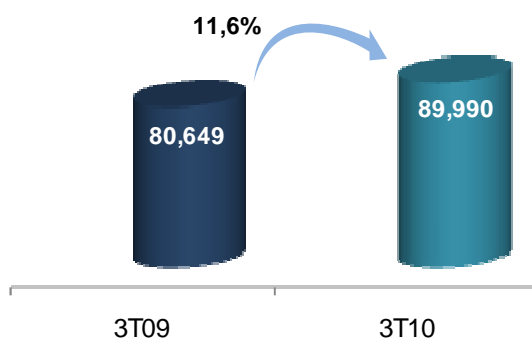
Receitas	3T10	3T09
Aplicações Financeiras	23.919	26.512
Variações Cambiais	18.092	25.401
Swap na Curva	12.186	1.744
Swap a mercado	1.262	16.487
Outros	2.741	1.618
<b>Total</b>	<b>58.200</b>	<b>71.762</b>
Despesas	3T10	3T09
Juros	(37.721)	(36.552)
Variações Cambiais	(90)	(703)
Swap na Curva	(14.437)	-
Swap a Mercado	-	(33.155)
Outros	(1.242)	(1.584)
<b>Total</b>	<b>(53.490)</b>	<b>(71.994)</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>4.710</b>	<b>(232)</b>
<b>Resultado Financeiro - Caixa</b>	<b>(14.554)</b>	<b>(8.262)</b>

Consolidando os efeitos não-caixa da variação cambial sobre o bônus perpétuo e do reconhecimento dos swaps a valor de mercado, registramos uma receita financeira líquida não-caixa de R\$19,3 milhões no trimestre, contra uma despesa de R\$8,0 milhões no 3T09.

### Lucro Líquido:

Nosso lucro líquido do trimestre foi de R\$90,0 milhões, um aumento de 11,6% quando comparado ao 3T09, o lucro líquido por ação no trimestre alcançou R\$0,22.

Evolução do Lucro Líquido (R\$ mil)

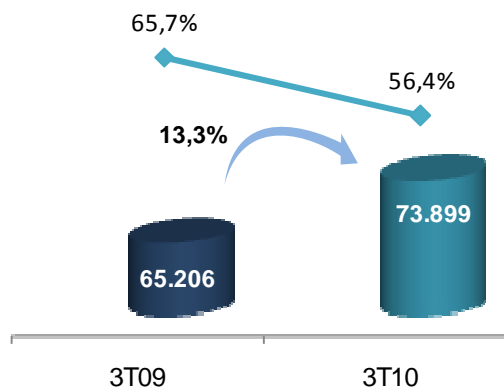


### FFO:

No 3T10 o FFO atingiu R\$92,6 milhões, um aumento de R\$10,2 milhões ou 12,3% comparado ao mesmo período do ano anterior. O FFO ajustado foi de R\$73,9 milhões comparado a R\$65,2 milhões no 3T09, um aumento de R\$8,7 milhões. A margem FFO ajustado foi de 56,4% no trimestre comparado a 65,7% no 3T09, sendo em grande parte impactada pelo benefício gerado pelos impostos não caixa do 3T09 decorrentes da alteração no regime de tributação sobre a variação cambial do bônus perpétuo.

Reconciliação do FFO (R\$ mil)		
	3T10	3T09
Lucro Líquido	89.990	80.649
(+) Depreciação e Amortização	2.632	1.809
<b>FFO</b>	<b>92.622</b>	<b>82.458</b>
(-) Variação Cambial	18.002	24.698
(-) Swap a Mercado	1.262	(16.668)
(+) Imposto Não Caixa - Swap	541	3.024
(-) Ajuste Impostos Não Caixa		12.246
<b>FFO Ajustado</b>	<b>73.899</b>	<b>65.206</b>
Margem %	56,4%	65,7%

Evolução do FFO Ajustado (R\$ mil) e Margem FFO Ajustado (%)



No 9M10 o FFO ajustado atingiu R\$215,1 milhões, um crescimento de R\$69,1 milhões ou 47,3% durante o mesmo período no ano anterior. A margem FFO ajustado no 9M10 foi de 59,7% comparado a 53,4% no 9M09.

**CAPEX:**

Nesse trimestre nosso investimento total alcançou R\$348,9 milhões, distribuídos da seguinte maneira:

**Aquisições**

Total de R\$273,0 milhões, correspondentes às aquisições do Crystal Plaza e do Center Shopping Uberlândia, além dos aumentos de participação no Minas Shopping e no Shopping ABC;

**Projetos Greenfield**

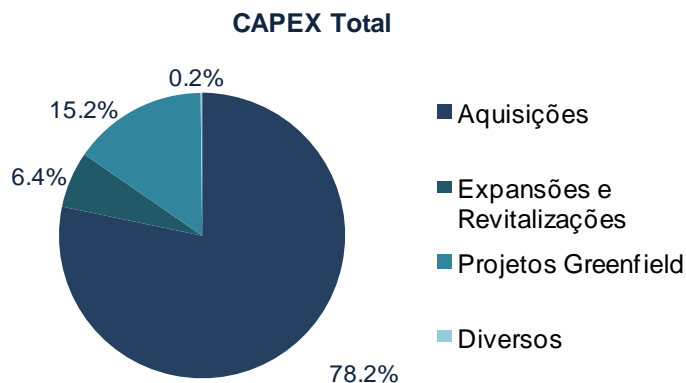
Total de R\$53,1 milhões referentes principalmente à obra do Granja Vianna, que começou em julho de 2009, e à obra do Shopping Sete Lagoas, iniciada em outubro de 2009 e que terminou em outubro de 2010, dentre outros projetos greenfield já anunciados;

**Expansões e Revitalizações**

Total de R\$22,2 milhões, sendo a maioria referente às obras das expansões do Shopping Tamboré, além das revitalizações em andamento;

**Diversos**

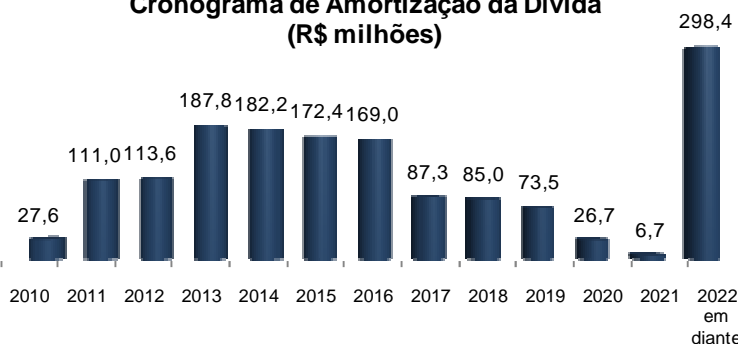
Total de R\$0,6 milhão investido em sistemas e processos internos, dentre outros.



### Disponibilidade de Caixa e Dívida:

No final do 3T10 nossa dívida bruta totalizava R\$1.541,2 milhões, uma redução de R\$7,4 milhões comparada ao trimestre anterior, em grande parte explicada pela valorização de 6,5% do real frente ao dólar que contribuiu para uma redução de R\$18,1 milhões no saldo do bônus perpétuo além da redução de R\$17,5 milhões no saldo da debênture da 2ª série devido ao pagamento de amortização e juros em julho. Em contrapartida as liberações dos financiamentos junto ao Banco Santander referentes às construções do Shopping Granja Vianna e do Shopping Sete Lagoas elevaram o saldo dos financiamentos a construção em R\$17,2 milhões e R\$11,4 milhões, respectivamente.

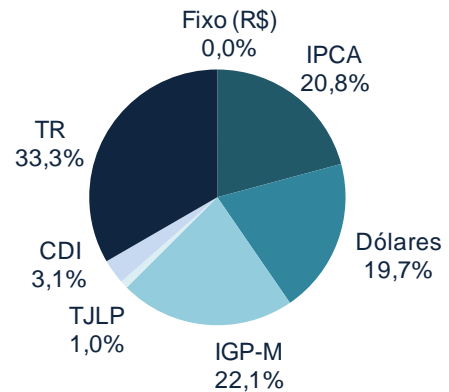
### Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)



Após os desembolsos referentes às aquisições e desenvolvimentos, nossa dívida líquida aumentou em R\$144,5 milhões quando comparada ao trimestre anterior, totalizando R\$784,6 milhões. O índice de cobertura de juros, EBITDA (últimos 12 meses)/Despesa Financeira Líquida ficou muito acima do mínimo de 1,75x exigido na debênture e o índice de alavancagem, Dívida Líquida/EBITDA (anualizado) ficou em 1,2x, abaixo do limite previsto nas debêntures. Vale ressaltar que em Assembléia Geral de Debenturistas realizada no dia 15 de outubro, além da aprovação da mudança do limite de endividamento da Companhia de 2.75 vezes dívida líquida/EBITDA para 3.8 vezes esse indicador, foi aprovada também a exclusão de nosso bond perpétuo da definição de dívida líquida prevista nas cláusulas das debêntures.

No 3T10 a Standard & Poor's elevou o nosso rating de escala nacional Brasil de brA para brA+ e reafirmaram BB- em escala global, ambos com perspectiva estável. Em Outubro a Fitch Ratings elevou o nosso rating de crédito local em dois níveis de A para AA- e elevou o nosso crédito internacional de BB- para BB.

### Indexadores da Dívida



Nossa posição de caixa encerrou o trimestre em R\$756,6 milhões. A redução de R\$151,9 milhões quando comparado ao último trimestre pode ser explicada pelos desembolsos referente às aquisições do Crystal Plaza e do Center Shopping Uberlândia que totalizaram R\$141,0 milhões no trimestre. Adicionalmente, a evolução dos projetos em desenvolvimento resultou em um desembolso de capex de R\$75,3 milhões no trimestre.

### Principais Indicadores (R\$ mil)

	3T10	2T10
Disponibilidades	756.618	908.552
Remuneração Média	101,8%	101,6%
Dívida Bruta (R\$ mil)	1.541.197	1.548.598
Prazo Médio (anos)	11,0	11,3
Custo Médio	IGP-M + 7,63%	IGP-M + 7,64%
Dívida Líquida	784.579	640.046
Dívida Líquida / EBITDA	1,19	1,60
EBITDA / Despesa Financeira Líquida	993,6	23,7
Dívida Bruta / EBITDA	3,80	3,86
FFO / Dívida Bruta	0,2	0,7

\* Checar glossário para definições.

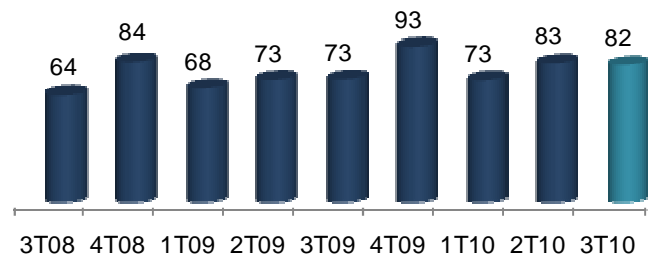
Em outubro realizamos um swap de fluxo de caixa do financiamento à construção do Mooca, substituindo o custo de TR+9,80% para IPCA+6,25%, este swap teve como objetivo dar continuidade a nossa estratégia de diversificar os índices de nossas dívidas.

### Indicadores Operacionais:

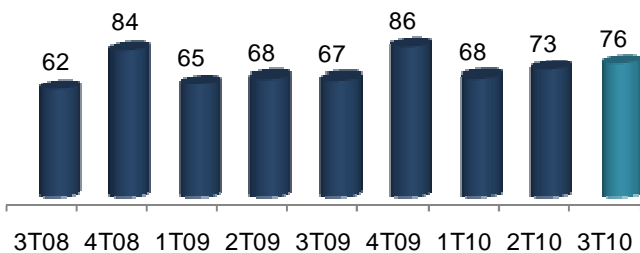
#### NOI por m<sup>2</sup>

Nesse trimestre o NOI por m<sup>2</sup> médio de nosso portfólio apresentou um crescimento de 12,0% sobre 3T09, chegando a uma média mensal de R\$82,1. Se considerarmos os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI em nosso portfólio, observamos um crescimento de seu NOI por m<sup>2</sup> de 16,6%, alcançando um NOI por m<sup>2</sup> médio mensal de R\$93,5.

#### NOI por m<sup>2</sup> (R\$)



#### Aluguel por m<sup>2</sup> (R\$)



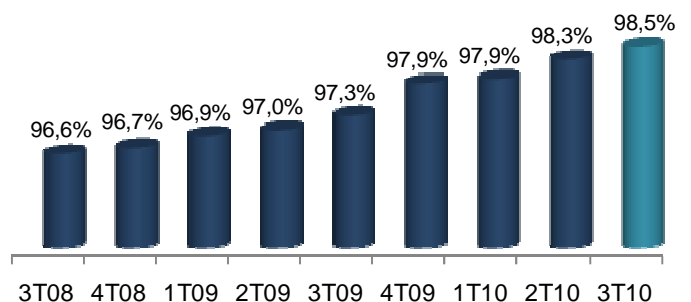
#### Aluguel por m<sup>2</sup>

Também no mesmo período o aluguel por m<sup>2</sup> cresceu 12,8%, alcançando uma média mensal de R\$75,6.

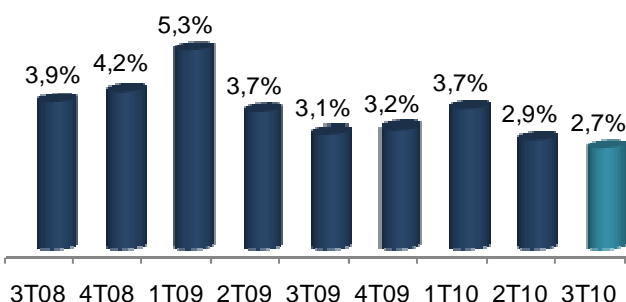
#### Taxa de Ocupação

A taxa de ocupação média de nosso portfólio continua crescendo trimestre a trimestre, alcançando mais um recorde no 3T10, com 98,5% do nosso ABL total ocupado. No final do trimestre nosso portfólio contava com 36 shoppings, dos quais 20 apresentaram taxas de ocupação acima de 99% e 5 estavam completamente ocupados.

#### Taxa de Ocupação (%)



#### Pagamentos em Atraso (%)



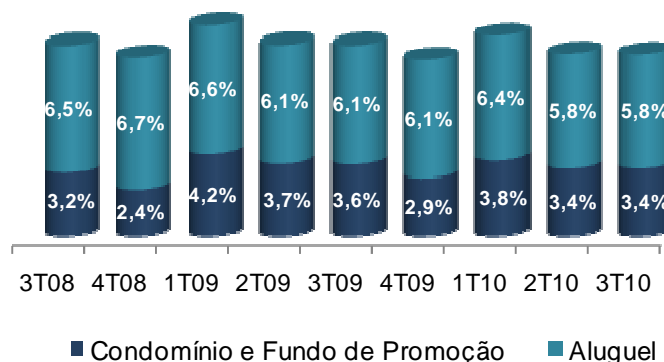
#### Pagamentos em Atraso

O nível de pagamentos em atraso (30 dias) alcançou seu nível mais baixo da história da Companhia esse trimestre, chegando a 2,7% dos pagamentos somente. Já a inadimplência líquida fechou o trimestre em 0,6%, contra 1,1% no 3T09.

### Custo de Ocupação

O custo de ocupação como percentual das vendas dos lojistas caiu 0,3 p.p. em relação ao 3º trimestre de 2009, chegando a 9,3%. Grande parte da explicação da queda desse custo é o aumento das vendas dos lojistas, com as vendas por m<sup>2</sup> crescendo 18,3% em relação ao 3T09 e alcançando R\$1.040 no 3T10, o maior valor de vendas num terceiro trimestre já visto pela Companhia.

Distribuição do Custo de Ocupação (% das Vendas)



### Resumo da Evolução dos Indicadores

	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10
SSS/m <sup>2</sup>	913	1.199	833	953	960	1.332	997	1.077	1.114
SSR/m <sup>2</sup>	52	71	55	57	57	77	59	60	62
Vendas/m <sup>2</sup>	890	1.169	795	874	880	1.186	897	999	1.040
Vendas/m <sup>2</sup> (lojas < 1.000 m <sup>2</sup> )	1.323	1.728	1.220	1.158	1.352	1.616	1.293	1.311	1.387
Aluguel/m <sup>2</sup>	62	84	65	68	67	86	68	73	76
NOI/m <sup>2</sup>	64	84	68	73	73	93	73	83	82
Custo de Ocupação (% das Vendas)	9,7%	9,3%	10,8%	9,8%	9,8%	9,0%	10,2%	9,3%	9,3%
Pagamentos em Atraso (30 dias)	3,9%	4,2%	5,3%	3,7%	3,1%	3,2%	3,7%	2,9%	2,7%
Inadimplência Líquida	-	-	3,2%	0,7%	1,1%	0,4%	1,6%	0,6%	0,6%
Ocupação (%)	96,6%	96,7%	96,9%	97,0%	97,3%	97,9%	97,9%	98,3%	98,5%

\* Os indicadores NOI por m<sup>2</sup> e aluguel por m<sup>2</sup> dos do 1T10, 2T10 e 3T10 já incluem os efeitos da linearização de nossas receitas de aluguel e de nosso CDU adotados no 3T10. Conseqüentemente, para efeitos de comparação, ajustamos os mesmos indicadores para o 1T09, 2T09 e 3T09.

### Valores em dólares/ft<sup>2</sup>

Nesse trimestre as lojas com menos de 1.000 m<sup>2</sup> atingiram R\$1.387, também o maior valor já alcançado em um terceiro trimestre. Para fins comparativos incluímos abaixo alguns indicadores operacionais da Companhia adotando os padrões usados pelas companhias norte-americanas (US\$/pé<sup>2</sup>):

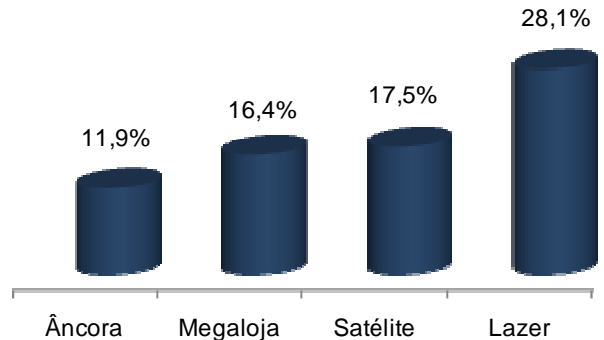
### Valores Anualizados em USD/pé<sup>2</sup>

	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10
Vendas mesmas lojas /pé <sup>2</sup> (lojas < 1.000 m <sup>2</sup> )	565	693	783	1.171	828	900	975
Aluguel/pé <sup>2</sup>	33	39	42	58	45	48	51
NOI/pé <sup>2</sup>	34	41	46	63	48	55	55

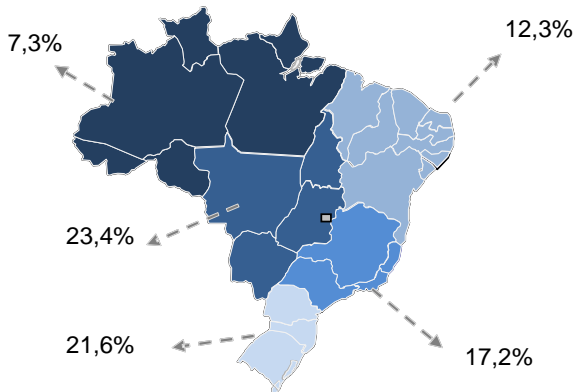
### Desempenho das Vendas:

Um novo recorde no crescimento de vendas mesmas lojas (SSS) foi alcançado nesse trimestre. As vendas mesmas lojas cresceram 16,6% quando comparadas ao mesmo trimestre do ano anterior, em que cresceram 5,1%. O segmento de lojas que mais se destacou no período mencionado foi o de lazer, apresentando um crescimento de 28,1% de suas vendas mesmas lojas. Em seguida vieram as lojas satélites e as megalojas que apresentaram excelentes crescimentos, de 17,5% e 16,4% respectivamente, e que também contribuíram bastante para o crescimento recorde do SSS. Por sua vez, as lojas âncoras observaram um aumento de 11,9% de suas vendas mesmas lojas, contra uma queda de 1,6% no 3T09.

**Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Segmento (3T10 versus 3T09)**



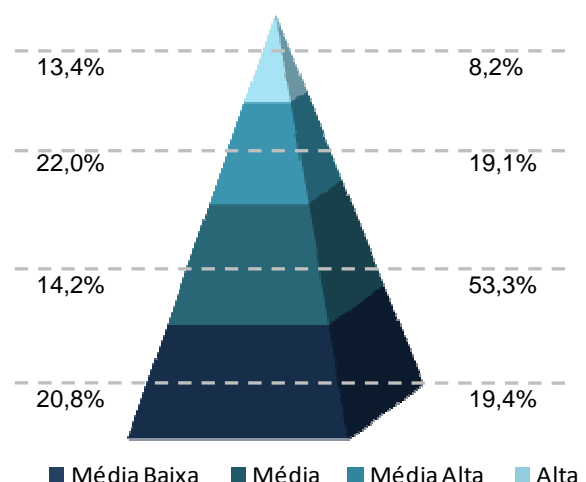
**Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Região (3T10 versus 3T09)**



Regionalmente, o destaque de crescimento de vendas mesmas lojas foi a região Centro-Oeste, cujo SSS foi de 23,4% quando comparado ao 3T09, novamente impulsionado pelo crescimento do Goiânia Shopping de 33,7%, consequência da inauguração de sua expansão. As regiões Sul e Sudeste, que representaram nesse trimestre 80,1% do NOI da Companhia também apresentaram excelentes crescimentos de 21,6% e 17,2% respectivamente. Os shoppings que se destacaram na região Sul foram Shopping Iguatemi Caxias do Sul com 36,3% e Shopping Estação com 34,8%, impulsionados pela expansão e pela revitalização feitas neles respectivamente, e pelo impacto negativo da gripe suína nas vendas do trimestre passado, reduzindo a base de comparação. Já na região Sudeste, destacamos West Shopping, que acabou de inaugurar uma expansão, e Shopping Metrô Santa Cruz, com 31,8% e 30,8% respectivamente.

Por segmentos de renda, os shoppings voltados para a classe média alta apresentaram o melhor resultado, com suas vendas mesmas lojas crescendo 22,0% ante o 3T09. O grande aumento das vendas nesse segmento foi impulsionado também pelo Goiânia Shopping e pelo Shopping Iguatemi Caxias, destaques do trimestre. Os shoppings de classe média e classe média baixa também apresentaram excelentes resultados, com um crescimento desse indicador de 20,8% e 14,2%, respectivamente quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Esse desempenho excepcional dos shopping voltados para a classe média ratifica o foco da Companhia nesse mercado, uma vez que este é o segmento de renda que mais cresce no Brasil e que já representa mais de 53% da população.

**Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por SSS (%) e % do NOI**

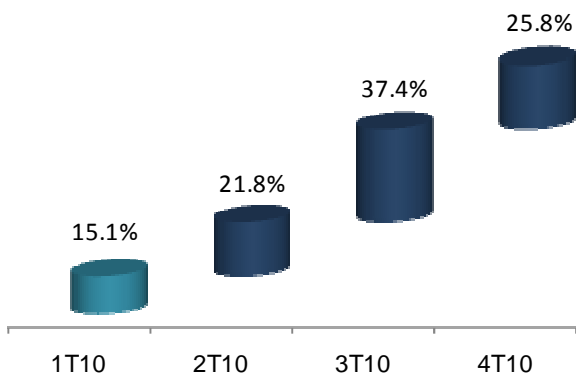


### Atividade Comercial:

No 3T10 seguimos apresentando altas taxas de leasing spread na renovação de contratos de aluguel existentes e na negociação de novos contratos em shoppings existentes, registrando 22,5% e 19,9%, respectivamente. O leasing spread nas expansões representaram 33,7%, sendo um reflexo da forte demanda comercial por esses projetos.

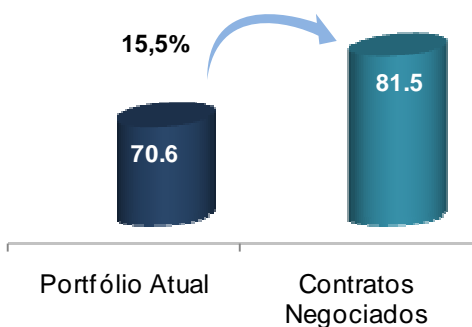
Superamos o recorde de leasing spread de renovação de contratos de aluguel pelo terceiro trimestre consecutivo. Este alto leasing spread é explicado pela combinação de fortes vendas mesmas lojas, no trimestre alcançamos nosso maior patamar, baixo custo de ocupação e taxa de ocupação recorde.

### Cronograma de Reajuste Anual pela Inflação (% ABL)



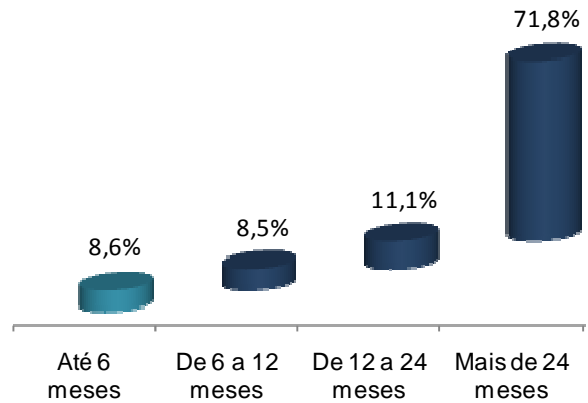
Comercializamos um total de 392 contratos no trimestre, comparado a 366 contratos no mesmo período em 2009, um aumento de 26 ou 7,1%. Foram 128 contratos renovados em shoppings existentes, 161 novos contratos em shoppings existentes e 103 contratos assinados em projetos greenfield e expansões. O total de ABL comercializado no trimestre foi 38,5 mil m<sup>2</sup>, aproximadamente 3,4% do nosso ABL total.

### Aluguel Médio por m<sup>2</sup> \* (Portfólio Atual versus Novos Contratos)



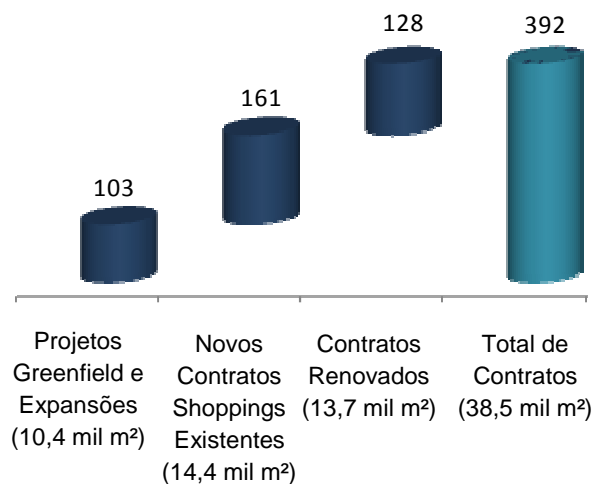
\*Números ex-linearização.

### Cronograma de Vencimento dos Contratos (% ABL)



Foram renovados 128 contratos em shoppings existentes, representando 13,7 mil m<sup>2</sup> de ABL e assinamos 161 novos contratos em shoppings existentes, correspondente a 14,4 mil m<sup>2</sup> de ABL. Nos próximos seis meses serão renovados cerca de 561 lojas ou 112,7 mil m<sup>2</sup> de ABL, cerca de 10,0% de nosso ABL.

### Contratos Negociados - Número de Contratos e ABL Total



Dos 103 contratos assinados em projetos, 87 foram em projetos greenfield, representando 8,2 mil m<sup>2</sup> de ABL, e 16 em projetos de expansão, correspondentes a 2,2 mil m<sup>2</sup> de ABL. Os 87 contratos em projetos greenfield representam um aumento de 200% ou 58 contratos comparados ao mesmo período no ano anterior. Este aumento é explicado pela forte comercialização do Sete Lagoas, Granja Vianna, Mooca Plaza e Estação BH. Destacamos no trimestre o evento de início de comercialização do São Bernardo, que deverá ser inaugurado daqui a 2 anos.

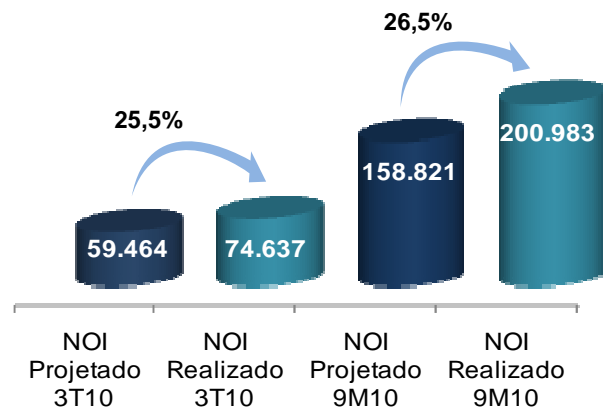
### VETORES DE CRESCIMENTO DA COMPANHIA

#### Aquisições:

O NOI realizado neste trimestre dos shoppings que foram adquiridos desde 2006 segue apresentando um crescimento elevado comparado ao NOI projetado nos estudos de viabilidade de cada shopping no momento das aquisições. O NOI realizado apresentou um crescimento real de 25,5%, acima do que estava projetado para o 3T10.

No trimestre concluímos as aquisições do Shopping Center Crystal Plaza e do Center Shopping Uberlândia, além de aumentarmos nossa participação no Shopping ABC e no Minas Shopping. Tais ações adicionaram 31,4 mil m<sup>2</sup> de ABL Próprio ao portfólio da Companhia e representaram um investimento de R\$273,0 milhões. Com isso, totalizamos R\$492,0 milhões em aquisições no ano, com uma TIR média, real e desalavancada, de 13,1% e um cap rate de entrada médio de 12,0%.

NOI das Aquisições Realizadas (R\$ mil)



#### Shopping Center Crystal Plaza

Com a aquisição de 40% da participação do Crystal Plaza, anunciada em setembro, a BRMALLS também passou a ser responsável por sua administração e comercialização. Situado, no bairro do Batel em Curitiba, o empreendimento se localiza a somente 400m do Shopping Curitiba e a 1,3km do Shopping Estação, ambos também da BRMALLS. Tal proximidade gerará importantes sinergias operacionais e comerciais para a Companhia, uma vez que os três empreendimentos possuem posicionamentos de mercado diferenciados, sendo o Shopping Center Crystal Plaza voltado para o consumidor de classe mais alta, enquanto o Shopping Curitiba é voltado para a classe média alta e o Shopping Estação para a classe média.

O shopping possui 12.310 m<sup>2</sup> de ABL, distribuídos em 4 andares com 135 lojas, 5 salas de cinema e um estacionamento com 590 vagas. Para 2011, a estimativa é que o Crystal gere R\$6,8 milhões de NOI (incluindo receita de serviços) para a BRMALLS e que o NOI estabilizado alcance R\$7,7 milhões, também referentes à participação da BRMALLS. Sendo assim, esse investimento representa um cap rate nominal de entrada (2011) de 11,7% e um cap rate estabilizado de 13,2%, real e desalavancado e taxa interna de retorno do projeto ficou em 13,4%, real e desalavancada.



### Center Shopping Uberlândia

Ainda em setembro anunciamos a aquisição de 51% do Uberlândia Shopping. Assim como na aquisição do Crystal, a BRMALLS também passou a ser responsável por sua administração e comercialização. O Center Shopping Uberlândia fica localizado na cidade de Uberlândia, a maior cidade do interior de Minas Gerais e a segunda maior cidade do interior do país, segundo o IBGE. A cidade conta com uma população de aproximadamente 623 mil habitantes que cresce à taxa de 3,4% ao ano e um PIB per capita de R\$14,8 mil.



Após uma expansão em abril de 2010, o shopping conta com um total de 50,7 mil m<sup>2</sup> de ABL, possui 274 lojas, 8 salas de cinema e muitas opções de lazer, atraindo um fluxo diário de 30 mil pessoas. Com a expansão recém-inaugurada, estimamos que o shopping deverá gerar R\$26,6 milhões de NOI estabilizado (incluindo serviços). O cap rate estabilizado estimado é de 13,1%, real e desalavancado e a taxa interna de retorno estimada é de 14,7%.

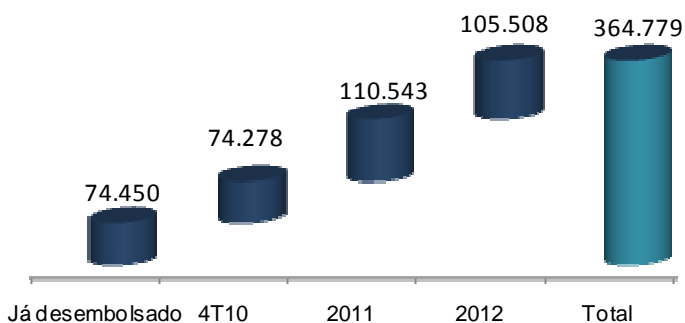
### Aumento de Participação no Minas Shopping e Shopping ABC

Em julho e setembro a BRMALLS aumentou sua participação no Minas Shopping e no Shopping ABC respectivamente. A aquisição adicional de 1,15% do Minas Shopping, localizado em Belo Horizonte, MG, adicionou 407,6 m<sup>2</sup> ao ABL próprio da Companhia, aumentando sua participação de 1,0% para 2,15%. Já a aquisição adicional de 0,6% do Shopping ABC, localizado em Santo André, SP, adicionou 276,6 m<sup>2</sup> de ABL ao nosso ABL próprio. Elevando a sua participação de 0,7% para 1,3%.

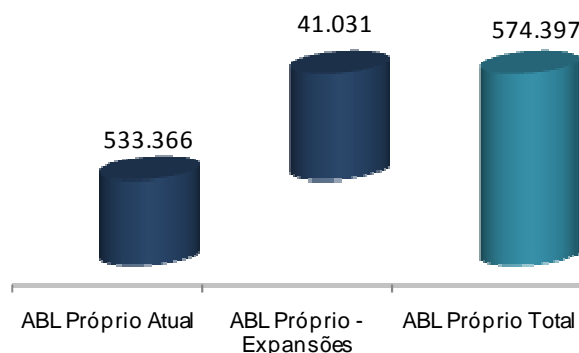
### Expansões:

Possuímos ao todo 5 projetos de expansão anunciados, que correspondem a uma adição de 56,3 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 41,0 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio ao nosso portfólio, um aumento de 5,0% em nosso ABL total e de 7,7% em nosso ABL próprio.

### Cronograma do CAPEX das Expansões a Serem Inauguradas (R\$ mil)



### ABL Próprio Adicionada pelas Expansões



Os projetos de expansão anunciadas exigirão um investimento de cerca de R\$364,8 milhões por parte da BRMALLS até 2012, dos quais 20,4% já foram gastos até o terceiro trimestre de 2010. E, depois de inauguradas, elas deverão adicionar cerca de R\$52,0 milhões de NOI por ano ao resultado da Companhia.

### Resumo das Expansões

Expansões	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. (R\$ milhões)	CDU Próprio (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data de Inauguração	Status de Comercialização
Shopping Tamboré	14.839	100,0%	14.839	57%	20,0	11,5	16,7%	2T11	98,2%
Shopping Campo Grande	5.280	67,6%	3.569	19%	3,6	1,9	14,0%	4T11	37,0%
Plaza Shopping	11.123	100,0%	11.123	8%	16,8	12,9	15,8%	4T12	-
Top Shopping	15.336	50,0%	7.668	-	11,6	4,7	12,2%	1T13	-
Osasco Shopping	9.675	39,6%	3.831	-	-	-	-	A ser definido	-
<b>Total</b>	<b>56.253</b>	<b>72,9%</b>	<b>41.031</b>		<b>52,0</b>	<b>31,0</b>			

### Construção da Expansão do Tamboré

Das nossas 5 expansões, a que está em estágio mais avançado é a expansão do Shopping Tamboré. A expansão, que estava prevista para ser inaugurada em abril de 2011, teve a sua inauguração adiantada para março do mesmo ano. O deck parking será entregue em novembro, 8 dias antes do planejado.



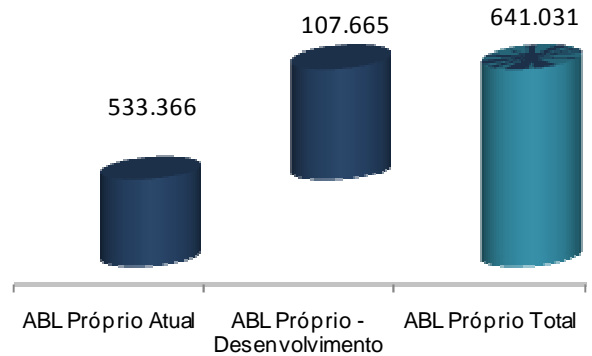
A expansão do shopping Tamboré irá adicionar 14,8 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio para a Companhia e está com sua comercialização bastante acelerada, encerrando o trimestre com 98,2% do seu ABL comercializado. O retorno cash on cash do projeto é de 18,4% e o NOI próprio estabilizado aumentou de R\$19,5 milhões para R\$20,0 milhões.

As outras expansões estão de acordo com o cronograma e o Shopping Campo Grande, que terá suas obras iniciadas em breve, já conta com um ritmo acelerado de comercialização.

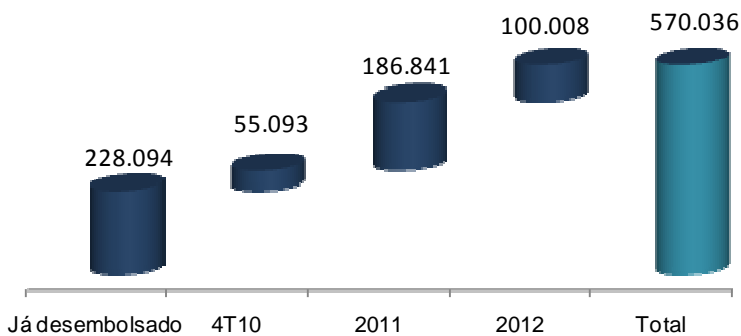
### Desenvolvimento:

Atualmente possuímos 5 projetos greenfield. Ao todo, todos os projetos anunciados irão adicionar cerca de 179,8 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 107,7 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio ao nosso portfólio até 2012. Ou seja, até 2012 observaremos um incremento de 15,9% do ABL total e de 20,2% do ABL próprio.

### ABL Próprio Adicionada pelos Desenvolvimentos



### Cronograma do CAPEX dos Projetos Greenfield a Serem Inaugurados (R\$ mil)



Ao todo a BRMALLS investirá aproximadamente R\$570,0 milhões nos projetos, dos quais 40,0% foram gastos até o 3T10. Juntos os projetos adicionarão cerca de R\$118,3 milhões em NOI estabilizado para a Companhia e possuem uma taxa de retorno média, real e desalavancada, está acima de 17,0%.

Em outubro a BRMALLS inaugurou o Shopping Sete Lagoas. O shopping é o primeiro empreendimento do município de Sete Lagoas, o único entre os 10 maiores municípios do estado de Minas Gerais que ainda não tinha um shopping center.

### Resumo dos Projetos Greenfield

Projetos	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. (R\$ milhões)	CDU Próprio (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data de Inauguração	Status de Comercialização
Shopping Granja Vianna	29.892	70,0%	20.924	93,0%	23,5	12,9	17,3%	nov/2010	95,8%
Via Brasil Shopping	29.207	49,0%	14.311	96,0%	13,2	8,7	14,3%	2T11	88,2%
Mooça Plaza Shopping	41.942	60,0%	25.165	27,0%	31,3	15,7	18,0%	4T11	63,8%
Shopping Estação BH	36.188	60,0%	21.713	12,0%	21,6	10,4	19,3%	2T12	56,7%
São Bernardo	42.586	60,0%	25.552	-	28,7	12,9	17,1%	2T12	-
<b>Total</b>	<b>179.815</b>	<b>59,9%</b>	<b>107.665</b>		<b>118,3</b>	<b>60,6</b>			

### Shopping Sete Lagoas

O Shopping Sete Lagoas, que conta com 16,4 mil m<sup>2</sup> de ABL total, 8 lojas âncoras e 112 lojas satélites, abriu suas portas dia 5 de Outubro, 10 dias antes da data prevista inicialmente. Ele foi inaugurado com 100% do seu ABL comercializado, bem acima da premissa inicial de 8% de vacância



O shopping, que ficou pronto em menos de um ano de construção, teve um capex por m<sup>2</sup> de R\$3.000, o menor dentre os projetos da Companhia, e que só foi possível devido à otimização do projeto e do tempo de construção.

No dia da inauguração o Shopping superou as melhores expectativas com as âncoras lotadas, um fluxo intenso de pessoas que chegou a 40 mil em apenas 4 horas de funcionamento e com seu estacionamento em sua capacidade máxima. Com ótimas vendas desde seu primeiro dia, o Shopping Sete Lagoas promete surpreender ainda mais.

A estimativa é que o shopping gere aproximadamente R\$8,0 milhões de NOI estabilizado para a BRMALLS, contra R\$7,4 milhões divulgados no último release. A taxa interna de retorno do projeto real e desalavancada aumentou para 19,7%, e sua taxa interna de retorno real e alavancada, passou para 26,2%. Já o retorno cash on cash estabilizado do projeto aumentou para 22,0%, 1,6 p.p acima do que foi anunciado previamente.



Com a inauguração, a BRMALLS elevou o seu ABL total em 16,4 mil m<sup>2</sup> e seu ABL próprio em 11,5 mil m<sup>2</sup>. Com isso, a participação média da Companhia no portfólio aumentou de 46,8% para 47,1%, o número de shoppings administrados passou a ser 27 e o número de shoppings comercializados 30.

### Shopping Granja Vianna

As obras do Shopping Granja Vianna estão andando de acordo com o esperado e chegaram nesse trimestre à marca de 93,0% do cronograma físico, sendo assim o shopping será inaugurado em novembro de 2010, conforme previsto no cronograma.



Com a proximidade de sua inauguração, observou-se no trimestre uma aceleração na comercialização de suas lojas, alcançando a marca de 95,8% de seu ABL comercializado. Cabe ressaltar que esta taxa de comercialização leva em conta a expansão do shopping, inicialmente prevista para daqui a 2 anos, e que será antecipada, dado o alcance de 100% do ABL da primeira fase do shopping comercializado. O projeto deverá gerar um NOI estabilizado de R\$23,5 milhões por ano e sua taxa de retorno interno, real e desalavancada, é de 17,3%.

### Shopping Via Brasil

O Via Brasil Shopping, que foi adquirido em maio deste ano, está com 96,0% do seu cronograma físico concluído e sua previsão de inauguração continua sendo para abril de 2011, quando será adicionado 29,2 mil m<sup>2</sup> de ABL total ao portfólio da Companhia. A taxa interna de retorno real e desalavancada aumentou de 13,8% para 14,3%. Esse aumento de 0,5p.p. é devido a uma reestruturação no Mix e um aumento no CDU. O NOI próprio estabilizado teve um aumento de 8,1% sobre o que foi divulgado no período passado, atingindo R\$13,2 milhões.



### Mercado de Capitais:

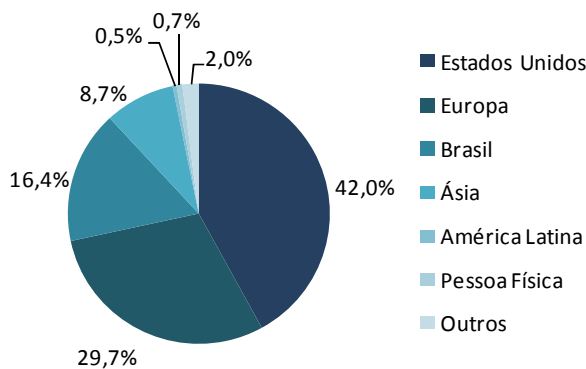
A BRMALLS Participações S.A. tem sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da BM&F Bovespa sob o código BRML3. A empresa também possui um programa de ADR nível 1, permitindo a negociação das ações no mercado secundário ou de balcão nos Estados Unidos, sob o código BRMLL, disponibilizando as ações a um número maior de investidores nos Estados Unidos e no mundo.

#### Índices com BRML3 na carteira:

	Peso
BM&F Bovespa IBrX	0,48%
BM&F Bovespa IGC	0,83%
BM&F Bovespa ITAG	0,79%
BM&F Bovespa SMLL	5,48%
BM&F Bovespa IMOB	11,88%
iShares MSCI Brazil	0,40%

Fonte: Bloomberg (22/10/2010)

#### Distribuição Regional da Base Acionária (30/09/2010)



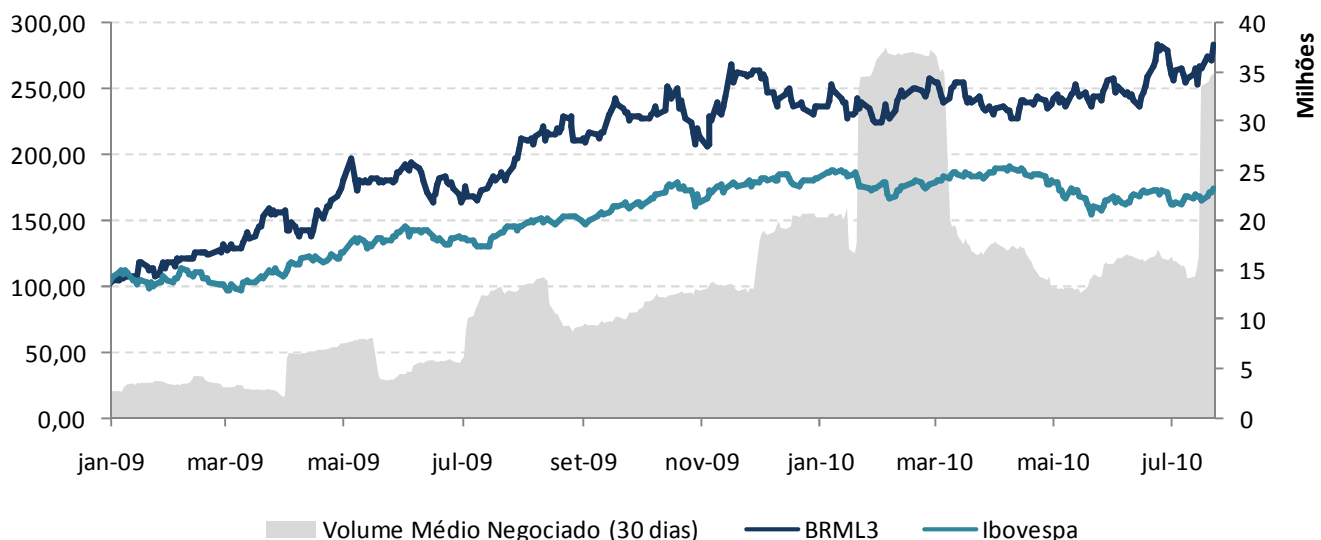
#### Perfil do Investidor

Encerramos o trimestre com nossa base de investidores bem distribuída pelo Brasil, Estados Unidos e Europa. Nosso volume financeiro médio diário no 3T10 foi de R\$28,9 milhões, um crescimento de 134,0% frente a R\$12,4 milhões no 3T09. Já o número de negócios médio no trimestre foi de 1.590 comparado a 730 no 3T09, apresentando um crescimento de 118%.

#### Performance da Ação

A ação da BRMALLS encerrou o terceiro trimestre de 2010 sendo negociada a R\$14,14, uma valorização de 36,8% em relação ao preço de fechamento do 3T09, ajustado pelo desdobramento de ações, de R\$10,33, comparado a uma valorização de 12,85% do índice Ibovespa.

#### Base 100



### **Desdobramento das Ações**

No dia 23 de Setembro, em Assembléia Geral Extraordinária da Companhia, foi aprovado o desdobramento das ações de emissão da Companhia, na proporção de 2:1. Ou seja, cada uma ação foi desdobrada em duas e o capital social da Companhia passou a estar dividido em 406.277.988 ações ordinárias. As ações de emissão da Companhia passaram a ser negociadas com o novo preço a partir do dia 24 de setembro de 2010. O objetivo do desdobramento de reduzir o valor de mercado dos lotes de ações de emissão da Companhia, a fim de atrair número ainda maior de investidores e estimular a negociação de ações de emissão da Companhia, o que foi constatado através de um aumento de 74,6% no número de negócios e 57,6% do volume nos 25 dias pós-desdobramento em comparação com 25 dias pré-desdobramento.

### Nossos Shoppings:

Atualmente, a BRMALLS tem participação em 38 shopping centers, totalizando 1.131,8 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 533,4 mil m<sup>2</sup> em ABL próprio, uma participação média no portfólio de 47,1%. Já, se considerarmos somente os shoppings onde detemos participação de 50% ou mais, estes representam 71,9% do NOI da BRMALLS sendo nossa participação média nesses 14 shoppings 84,2%. Atualmente prestamos serviços para 29 de nossos 38 shoppings, sendo 26 administrados e comercializados por nós. No total, dos shoppings em que detemos participação, 29 são comercializados, 26 administrados e 20 para os quais o CSC presta serviços.

Nossos shoppings somados apresentam cerca de 6,2 mil lojas que atraem cerca de 400 milhões de visitantes anualmente. A BRMALLS é a única empresa nacional de shopping centers com presença em todas as cinco regiões do Brasil, atendendo aos consumidores de todas as diferentes classes sociais no país.

Shopping	Estado	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Plaza Shopping	RJ	33.016	100,0%	33.016	Admin./ Comerc./CSC
Norteshopping	RJ	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Tamboré	SP	31.635	100,0%	31.635	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Recife	PE	61.079	31,1%	18.968	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	19.207	100,0%	19.207	Admin./ Comerc.
Campinas Shopping	SP	30.384	100,0%	30.384	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Del Rey	MG	37.171	65,0%	24.161	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Estação	PR	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./CSC
Independência Shopping	MG	23.455	83,4%	19.562	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	27.006	39,7%	10.727	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Campo Grande	MS	33.787	67,6%	22.840	Admin./ Comerc./CSC
Fashion Mall	RJ	14.921	100,0%	14.921	Admin./ Comerc./CSC
Ilha Plaza Shopping	RJ	21.655	100,0%	21.655	Admin./ Comerc./CSC
Goiânia Shopping	GO	22.534	48,4%	10.907	Admin./ Comerc./CSC
West Shopping	RJ	40.060	30,0%	12.018	Admin./ Comerc.
Shopping Curitiba	PR	23.155	35,0%	8.104	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	30.324	45,5%	13.797	Admin./ Comerc./CSC
Osasco Plaza Shopping	SP	14.106	39,6%	5.586	Comercialização
Top Shopping	RJ	18.168	35,0%	6.359	Comercialização
Maceió Shopping	AL	34.742	34,2%	11.892	
Araguaia Shopping	GO	21.918	50,0%	10.959	Admin./ Comerc.
Natal Shopping	RN	16.884	50,0%	8.442	Comercialização
Rio Plaza Shopping	RJ	7.046	100,0%	7.046	Admin./ Comerc./CSC
Amazonas Shopping	AM	34.214	17,9%	6.124	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Piracicaba	SP	27.806	19,0%	5.294	Admin./ Comerc./CSC
Center Shopping	RJ	14.221	30,0%	4.266	Admin./ Comerc.
Pantanal Shopping	MT	43.121	10,0%	4.312	
Shopping Pátio Belém	PA	20.626	13,3%	2.743	
São Luís Shopping	MA	34.123	15,0%	5.118	
Esplanada Shopping	SP	23.969	3,4%	817	
Shopping Metrô Tatuapé	SP	32.785	3,0%	984	
Shopping Mueller Joinville	SC	27.310	10,4%	2.840	
Big Shopping	MG	17.555	13,0%	2.282	
Shopping Crystal Plaza	PR	12.310	40,0%	4.924	Admin./ Comerc.
Minas Shopping	MG	35.506	2,1%	756	
Shopping ABC	SP	46.285	1,3%	602	Admin./ Comerc./CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	50.702	51,0%	25.858	Admin./ Comerc.
Shopping Sete Lagoas	MG	16.431	70,0%	11.502	Admin./ Comerc./CSC
<b>Total</b>		<b>1.131.842</b>	<b>47,1%</b>	<b>533.366</b>	

**Glossário:**

**Área Bruta Locável ou (“ABL Total”):** refere-se à soma de todas as áreas de um shopping disponíveis para aluguel com a exceção dos quiosques.

**ABL Próprio:** refere-se ao ABL total multiplicado pela nossa participação no shopping.

**Net Operating Income ou (“NOI”):** Receita bruta dos shoppings (sem incluir receita de serviços) menos o custos dos shoppings mais a depreciação e a amortização + Debênture Araguaia.

**Lei 11.638:** A Lei n 11.638 tem como finalidade a inserção das companhias abertas no processo de convergência contábil internacional. Dessa forma, alguns resultados financeiros e operacionais sofreram alguns efeitos contábeis decorrentes das mudanças definidas pela nova Lei.

**CPC:** Comitê de Pronunciamentos Contábeis

**NOI Mesmos Shoppings:** Variação do NOI dos shoppings que hoje estão em nossa carteira proporcional a nossa participação atual para ambos os períodos em comparação.

**EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization):** Lucro Bruto – despesas com vendas, gerais e administrativas + depreciação + amortização.

**EBITDA Ajustado:** EBITDA + efeitos da linearização das receitas de aluguel mínimo e CDU - outras receitas operacionais referentes a propriedade para investimento + receita da debênture de participação nos lucros do shopping Araguaia

**FFO Ajustado (Funds From Operations):** Lucro Líquido + Depreciação + Amortização - Variação Cambial sobre o principal do perpétuo- Ajuste do Swap a Mercado – Impostos não caixa + linearização das receitas de aluguel mínimo e CDU - outras receitas operacionais referentes à propriedade para investimento - impostos diferidos referentes à propriedade para investimento

**Same store sales (SSS):** Comparativo das vendas declaradas das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e no mesmo período do ano anterior.

**Same store rent (SSR):** Aluguéis das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e mesmo período do ano anterior.

**Taxa de Ocupação:** ABL total alugado dividido por ABL total.

**Turnover das lojas:** Soma de todo ABL das Novas Negociações dos últimos 12 meses – variação do ABL das lojas vagas dos últimos 12 meses / média do ABL dos últimos 12 meses

**Inadimplência:** medida no último dia útil de cada mês considerando o total faturado no mês sobre o total recebido referente ao mesmo mês. Não considera lojas inativas.

**Custo de Ocupação como % das vendas:** Aluguel (mínimo + percentual) + encargos comuns + fundo de promoção dividido pelas vendas totais. (Este item deve ser analisado do ponto de vista do lojista)

**Leasing Spread:** Comparação entre o Aluguel Médio do novo contrato e o AMM faturado do contrato antigo para o mesmo espaço.

**ABL Médio (Aluguel/m²):** Não considera os 27.921 m² referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação. No cálculo do ABL médio do aluguel/m², não consideramos os ABLs próprios do Araguaia Shopping, pois sua receita é contabilizada via pagamento de debêntures.

**ABL Médio (NOI/m²):** Não considera os 27.921 m² referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação.

**Shoppings por Classe Social (Critério Brasil):** O Critério Brasil está relacionado com o poder de compra dos indivíduos e famílias urbanas do país. É definido a partir do LSE do IBOPE. De acordo com este critério os shoppings de nosso portfólio estão classificados da seguinte maneira:

- Classe Alta: Villa Lobos e Fashion Mall;
- Classe Média Alta: Goiânia, Iguatemi Caxias, Plaza Niterói e Rio Plaza;
- Classe Média: Amazonas, Independência; Campo Grande, Curitiba, Norte Shopping, Campinas Shopping, ABC, Metrô Santa Cruz, Piracicaba, Tamboré, Belém, Esplanada, Mueller, São Luís, Recife, Natal, Iguatemi Maceió e Pantanal;
- Classe Média Baixa: Metrô Tatuapé, BIG, Minas, TopShopping, Osasco, Araguaia, Del Rey, Estação, Center, Ilha Plaza e West.

**Portfólio Original:** Considera os shoppings originalmente adquiridos (Norte Shopping, Shopping Recife, Villa-Lobos, Del Rey, Campo Grande e Iguatemi Caxias)

**EV/EBITDA:** Valor de Mercado da Companhia no final do período + Dívida líquida / EBITDA Ajustado anualizado

**P/FFO:** Valor de Mercado da Companhia / FFO Ajustado anualizado

**ROE:** Lucro Líquido Ajustado anualizado / Patrimônio Líquido

**ROIC:** EBIT anualizado \* (1 – taxa de impostos efetiva) / capital investido

**Portfólio Adquirido:** Considera os demais shoppings que foram adquiridos ao longo de 2007 em diante.

**Cash on cash:** NOI estabilizado (4º anos após inauguração) sobre capex líquido (investimento total – receita de taxa de cessão)

**Demonstração de Resultados:**

Para fins de comparação ajustamos o resultado do terceiro trimestre de 2009 pelos efeitos contábeis trazidos pela adoção de forma antecipada dos pronunciamentos CPCs, de acordo com a deliberação CVM 603.

<b>Demonstração de Resultado (R\$ mil)</b>						
	<b>3T10</b>	<b>3T09</b>	<b>%</b>	<b>9M10</b>	<b>9M09</b>	<b>%</b>
<b>Receita Bruta</b>	<b>142.880</b>	<b>107.671</b>	<b>32,7%</b>	<b>392.612</b>	<b>297.746</b>	<b>31,9%</b>
Aluguéis	93.856	75.726	23,9%	261.734	219.024	19,5%
Linearização de Aluguel	8.696	11.621		17.543	18.590	-5,6%
Taxa de Cessão	17.431	5.821	199,5%	31.614	14.391	119,7%
Linearização de CDU	(12.686)	(6.529)		(18.861)	(10.881)	73,3%
Estacionamento	21.560	10.055	114,4%	54.255	27.350	98,4%
Taxa de Transferência	1.144	562	103,6%	2.497	1.227	103,5%
Prestação de Serviços	11.861	8.763	35,4%	36.517	24.852	46,9%
Outras	1.017	1.652	-38,4%	7.313	3.194	129,0%
<b>(-)Impostos e Contribuições</b>	<b>(11.759)</b>	<b>(8.387)</b>	<b>40,2%</b>	<b>(32.117)</b>	<b>(24.169)</b>	<b>32,9%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>131.121</b>	<b>99.284</b>	<b>32,1%</b>	<b>360.495</b>	<b>273.577</b>	<b>31,8%</b>
<b>Custos</b>	<b>(13.506)</b>	<b>(7.635)</b>	<b>76,9%</b>	<b>(36.710)</b>	<b>(18.865)</b>	<b>94,6%</b>
Custos com Pessoal	(3.126)	(1.214)	157,5%	(7.191)	(3.219)	123,4%
Diversos Serviços	(6.290)	(3.460)	81,8%	(17.414)	(5.882)	196,1%
Custos Condominiais	(3.019)	(2.062)	46,4%	(9.166)	(7.147)	28,2%
Custos com Fundo de Promoções	(1.071)	(899)	19,1%	(2.939)	(2.617)	12,3%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>117.615</b>	<b>91.649</b>	<b>28,3%</b>	<b>323.785</b>	<b>254.712</b>	<b>27,1%</b>
<b>Despesas com Vendas, Gerais &amp; Administrativas</b>	<b>(20.224)</b>	<b>(14.193)</b>	<b>42,5%</b>	<b>(61.134)</b>	<b>(47.345)</b>	<b>29,1%</b>
Ajuste Stock Option - Lei 11.638	(1.722)	(620)	177,7%	(5.168)	(2.294)	125,3%
Despesas com Vendas	(3.000)	(1.676)	79,0%	(9.123)	(4.720)	93,3%
Despesas de Pessoal	(9.320)	(6.075)	53,4%	(26.672)	(20.492)	30,2%
Serviços Contratados	(2.328)	(2.528)	-7,9%	(7.071)	(6.655)	6,3%
Outras Despesas	(1.222)	(1.485)	-17,7%	(4.811)	(4.731)	1,7%
<b>Depreciação</b>	<b>(416)</b>	<b>754</b>	<b>-155,2%</b>	<b>(658)</b>	<b>(397)</b>	<b>65,7%</b>
<b>Amortização</b>	<b>(2.216)</b>	<b>(2.563)</b>	<b>-13,5%</b>	<b>(7.631)</b>	<b>(8.056)</b>	<b>-5,3%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>4.710</b>	<b>(232)</b>	<b>-2130,2%</b>	<b>(48.073)</b>	<b>8.428</b>	<b>-670,4%</b>
Receitas Financeiras	56.938	71.762	-20,7%	185.663	232.405	-20,1%
Despesas Financeiras	(53.469)	(65.759)	-18,7%	(227.728)	(197.151)	15,5%
Ajuste Resultado Financeiro - Lei 11.638	1.241	(6.235)	-119,9%	(6.008)	(26.826)	-77,6%
<b>Resultado da Equivalência Patrimonial</b>	<b>-</b>	<b>216</b>	<b>-100,0%</b>	<b>1.431</b>	<b>645</b>	<b>121,9%</b>
<b>Outras Receitas Operacionais</b>	<b>1.371</b>	<b>441</b>	<b>210,9%</b>	<b>18.247</b>	<b>1.049</b>	<b>1639,5%</b>
<b>Resultado Operacional</b>	<b>103.472</b>	<b>77.881</b>	<b>32,9%</b>	<b>234.256</b>	<b>217.489</b>	<b>7,7%</b>
<b>Resultado Antes Tributação/Participações</b>	<b>103.472</b>	<b>77.881</b>	<b>32,9%</b>	<b>234.256</b>	<b>217.489</b>	<b>7,7%</b>
Provisão para IR/CSLL	(9.528)	3.669	-359,7%	(20.794)	(8.161)	154,8%
Participação dos minoritários	(3.954)	(901)	338,8%	(7.612)	(2.042)	272,8%
<b>Lucro/Prejuízo do Período</b>	<b>89.990</b>	<b>80.649</b>	<b>11,6%</b>	<b>205.850</b>	<b>207.286</b>	<b>-0,7%</b>

### Balço Patrimonial:

Balço Patrimonial (R\$ mil)			
	3T10	2T10	%
<b>Ativos</b>			
<b>Circulante</b>			
Disponibilidades	12.419	9.656	28,6%
Contas a Receber	101.648	76.727	32,5%
Títulos e Valores Mobiliários	679.917	836.300	-18,7%
Swap Curva	19.898	8.061	146,8%
Impostos a Recuperar	51.022	50.867	0,3%
Adiantamentos	8.540	7.785	9,7%
Outros Valores a Receber	235.289	33.727	597,6%
Despesas Antecipadas	8.049	6.258	28,6%
<b>Total</b>	<b>1.116.782</b>	<b>1.029.381</b>	<b>8,5%</b>
<b>Não Circulante</b>			
Cientes	61.018	52.964	15,2%
Ativo Fiscal Diferido	50.517	52.648	-4,0%
Depósitos e cauções	14.006	13.690	2,3%
Títulos e Valores Mobiliários	78.978	77.292	2,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	48.895	49.101	-0,4%
Swap Curva	18.926	17.664	7,1%
Outros Investimentos	9.628	28	34285,7%
Outros	100	720	-86,1%
<b>Total</b>	<b>282.068</b>	<b>264.107</b>	<b>6,8%</b>
<b>Permanente</b>			
Propriedade para Investimento	7.519.280	7.365.179	2,1%
Imobilizado	11.777	11.899	-1,0%
Leasing	-	-	-
Diferido	9.496	9.917	-4,2%
Intangível	10.273	10.210	0,6%
Financiamento de construção	-	-	-
<b>Total</b>	<b>7.550.826</b>	<b>7.397.205</b>	<b>2,1%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>8.949.676</b>	<b>8.690.693</b>	<b>3,0%</b>
<b>Passivos</b>			
<b>Circulante</b>			
Empréstimos e Financiamentos	108.443	119.161	-9,0%
Fornecedores	17.084	8.213	108,0%
Impostos e contribuições a recolher	37.165	26.852	38,4%
Salários e Encargos Sociais	26.743	12.914	107,1%
Dividendos Mínimos Obrigatórios a Pagar	-	-	-
Impostos e Contribuições - parcelamentos	4.810	4.985	-3,5%
Adiantamentos de Cientes	21.598	16.149	33,7%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	261.124	130.340	100,3%
Diferencial de swap a pagar	21.174	7.969	165,7%
Outros valores a pagar	2.072	2.204	-9,2%
<b>Total</b>	<b>500.213</b>	<b>328.787</b>	<b>52,1%</b>
<b>Não Circulante</b>			
Empréstimos e Financiamentos	1.432.754	1.429.437	0,2%
Fornecedores	6.865	7.325	-6,3%
Provisão para Riscos Fiscais e outros passivos	23.252	27.303	-14,8%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	17.355	17.699	-1,9%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	-	-	-
Diferencial de swap a pagar	40.218	39.419	2,0%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.534.531	1.535.888	-0,1%
Receita Diferida	71.918	71.265	0,9%
Outros valores a pagar	4.159	5.668	-26,6%
<b>Total</b>	<b>3.131.052</b>	<b>3.134.004</b>	<b>-0,1%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
<b>Participação dos Minoritários</b>	<b>97.269</b>	<b>98.523</b>	<b>-1,3%</b>
Capital Social Realizado	2.561.195	2.312.755	10,7%
Reservas de Capital	15.745	14.023	12,3%
Reservas de Lucro	2.493.023	2.741.463	-9,1%
Ações em tesouraria	(14.792)	(14.843)	-0,3%
Lucros/Prejuízos Acumulados	205.850	115.860	78,3%
Gastos com Emissão de Ações	(39.879)	(39.879)	0,0%
<b>Total</b>	<b>5.318.411</b>	<b>5.227.903</b>	<b>1,7%</b>
<b>Total Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>8.949.676</b>	<b>8.690.693</b>	<b>3,0%</b>

## Fluxo de Caixa:

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	3T10
<b>Atividades operacionais</b>	-
<b>Lucro (prejuízo) do Exercício</b>	<b>73.808</b>
<b>Ajustes para reconciliar o prejuízo líquido ao fluxo de caixa</b>	<b>15.810</b>
Depreciação e amortização	2.611
Juros, variações monetárias sobre empréstimos	18.810
Ajuste a valor de mercado de Swap	(1.241)
Ajuste linearização	4.011
Ajuste leasing - Lei 11.638	(454)
Ajuste IRPJ e CSLL - Lei 11.638 - FULL	-
Ajuste plano de opções outorgadas	1.722
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-
Ativo fiscal diferido - CVM 349	-
Resultado de equivalência patrimonial	-
Ajuste de Provisão para Contingências	(4.051)
<b>Redução (aumento) dos ativos</b>	<b>(45.697)</b>
Contas a receber	(21.862)
Impostos a recuperar	(155)
Adiantamentos a condomínio	(755)
Despesas antecipadas	(1.791)
Depósitos e cauções	(316)
Outros	(20.818)
<b>Aumento (redução) dos passivos</b>	<b>156.665</b>
Fornecedores	8.411
Impostos e contribuições	9.794
Salários e encargos sociais	13.829
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping	130.784
Adiantamento de clientes	5.449
Participação de minoritários	(1.254)
Outros	347
<b>Fluxo líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades operacionais</b>	<b>231.894</b>
<b>Atividades de Investimento</b>	-
Aquisição de títulos e valores mobiliários	(225.242)
Venda de títulos e valores mobiliários	386.743
Dividendos pagos	-
Intangível	-
Propriedade para investimento	(154.543)
<b>Fluxo líquido utilizado nas atividades de investimento</b>	<b>(196.621)</b>
<b>Atividades de Financiamento</b>	-
Adições no ativo diferido	-
Captação de financiamentos	28.331
Amortização de financiamentos	(60.892)
<b>Fluxo líquido gerado pelas (utilizados nas) atividades financeiras</b>	<b>(32.510)</b>
<b>Fluxo de caixa gerado (utilizado) no período</b>	<b>2.763</b>
	-
<b>Disponibilidades</b>	-
No final do trimestre	12.419
No início do trimestre	9.656
<b>Movimentação líquida das disponibilidades</b>	<b>2.763</b>

## Anexo – Tabela de Dívidas:

Perfil da Dívida (R\$ mil)					
	Índice	Taxa (%)	Vencimento	30/06/10	30/09/2010
<b>Dívida de Curto Prazo</b>					
Banco Itaú (CCB)	IGP-M	9,75% a.a.	15/2/2019	12.862	13.322
Banco Itaú (CRI)	TR	10,15% a.a.	27/3/2020	61.884	63.301
Banco Unibanco (CCB)	IGP-M	9,70% a.a.	14/2/2019	12.619	12.654
Banco do Nordeste do Brasil	Fixo (R\$)	10,00% a.a.	22/2/2011	840	525
Debentures - 1st tranche	CDI	0,50% a.a.	15/7/2014	828	5.422
Debentures - 2nd tranche	IPCA	7,90% a.a.	16/7/2016	23.630	5.183
Perpetual Bond	USD	9,75% a.a.		4.369	4.122
HSBC Finame	Fixo (R\$)	1,36% a.m.	31/3/2011	111	110
HSBC Leasing	TJLP	3,7% a.a.	15/2/2012	1.349	895
Banco Real (Fin. Imobiliário)	IGP-M	8,30% a.a.	1/10/2019	541	2.232
Banco Real (Fin. Imobiliário) - Sete Lagoas	CDI	93,95%	21/12/2019	128	677
CRI Tamboré	IGP-M	7,75% a.a.	15/10/2021	-	-
Bradesco Finame	TJLP	4% a.a.	15/6/2012	-	-
Bradesco Finame	TJLP	3,7% a.a.	15/3/2013	-	-
Bradesco Finame	TJLP	3,7% a.a.	15/11/2012	-	-
Banco do Brasil Finame	TJLP	3,75% a.a.	15/8/2012	-	-
Banco do Brasil Finame	TJLP	3,75% a.a.	15/12/2012	-	-
Banco do Brasil Finame	TJLP	4,47% a.a.	15/11/2014	-	-
Banco do Brasil FAT	TJLP	2% a.a.	9/2/2014	-	-
Banco do Brasil Capital de Giro	CDI	2,86%	15/5/2013	-	-
<b>Total Dívida de Curto Prazo</b>				<b>119.161</b>	<b>108.443</b>
<b>Dívida de Longo Prazo</b>					
Banco Itaú (CCB)	IGP-M	9,75% a.a.	15/2/2019	71.984	72.134
Banco Itaú (CRI)	TR	10,15% a.a.	03/27/20	452.198	449.994
Banco Unibanco (CCB)	IGP-M	9,70% a.a.	14/2/2019	59.093	58.073
Banco do Nordeste do Brasil	Fixo (R\$)	10,00% a.a.	22/2/2011	0	0
Debentures - 1st tranche	CDI	0,50% a.a.	15/7/2014	19.871	14.903
Debentures - 2nd tranche	IPCA	7,90% a.a.	16/7/2016	314.642	315.540
Perpetual bond	USD	9,75% a.a.		316.330	298.428
HSBC Leasing	Fixo (R\$)	1,36% a.m.	31/3/2011	73	45
HSBC Finame	TJLP	3,7% a.a.	15/2/2012	0	0
Banco Real (Fin. Imobiliário) - GV	IGP-M	8,30% a.a.	1/10/2019	64.054	79.609
Banco Real (Fin. Imobiliário) - Sete Lagoas	CDI	93,95%	21/12/2019	14.698	25.589
CRI Tamboré	IGP-M	7,75% a.a.	15/10/2021	99.377	102.337
Bradesco Finame	TJLP	3,7% a.a.	15/11/2012	1.395	1.374
Banco do Brasil Finame	TJLP	4,47% a.a.	15/11/2014	13.717	12.884
Banco do Brasil Capital de Giro	CDI	2,86%	15/5/2013	2.005	1.844
<b>Total Dívida de Longo Prazo</b>				<b>1.429.437</b>	<b>1.432.754</b>
<b>Dívida Total</b>				<b>1.548.598</b>	<b>1.541.197</b>