

BRMALLS



Resultados do 2º trimestre de 2010

Relações com Investidores:

Leandro Bousquet
CFO e DRI

Derek Tang
Analista

Luiza Guimarães
Trainee

ri@brmalls.com.br
Tel: +55 21 3138-9900
Fax: +55 21 3138-9901

Teleconferência 2T10:

Português

3 de agosto de 2010
9:00 horas (horário de Brasília)
Tel: +55 11 4688-6361
Senha: BRMALLS

Repetição

Tel: +55 (11) 4688-6312
Código: 47271

A BRMALLS ANUNCIA EBITDA AJUSTADO DE R\$101,4 MILHÕES NO 2T10, CRESCIMENTO DE 32,0% SOBRE O 2T09 E MARGEM EBITDA AJUSTADO DE 82,4%.

Rio de Janeiro, 02 de agosto de 2010 – A BRMALLS Participações S.A. (Bovespa: BRML3), a maior empresa integrada de shopping centers do Brasil, anuncia hoje seus resultados referentes ao segundo trimestre 2010 (2T10). A BRMALLS detém participação em 35 shoppings, que totalizam 1.052,4 mil m² de Área Bruta Locável (ABL) e 490,8 mil m² de ABL próprio. A BRMALLS possui 6 projetos greenfield e 5 expansões em desenvolvimento, que somados elevam o ABL total da companhia para 1.305,0 mil m² e o ABL próprio para 569,2 mil m² 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 26 shoppings centers, nos quais 25 shoppings centers detém participação.

Destaques do 2º trimestre e eventos subsequentes:

- No segundo trimestre de 2010 nossa **receita líquida** cresceu **31,5%**, alcançando **R\$123,0 milhões**;
- Registramos um **NOI** de **R\$109,3 milhões** no **2T10**, representando um crescimento de **22,0%** sobre o NOI do 2T09 de **R\$89,6 milhões**. No **semestre** o **NOI** alcançou **R\$202,3 milhões**, crescimento de **24,1%** sobre o primeiro semestre de 2009;
- O **EBITDA ajustado** registrou **R\$101,4 milhões no trimestre**, um crescimento de **32,0%** em relação ao EBITDA ajustado do 2T09 de R\$76,8 milhões e **margem EBITDA ajustado** de **82,4%**. No **semestre**, o **EBITDA ajustado** foi de **R\$190,0 milhões**, aumento de **37,6%** em relação ao mesmo período no ano anterior. A **margem EBITDA ajustado** evoluiu de **79,2%** para **82,8%** no mesmo período;
- O **FFO ajustado** atingiu **R\$81,0 milhões no trimestre**, um aumento de **68,4%** em relação ao FFO ajustado do 2T09 de R\$48,1 milhões e **margem de FFO ajustado** de **65,8%**. No **semestre**, o **FFO ajustado** foi de **R\$141,2 milhões**, crescimento de R\$60,4 milhões, ou **74,8%**, comparado com o mesmo período no ano anterior. A **margem FFO ajustado** evoluiu de **46,4%** para **61,6%** no mesmo período;
- Alcançamos a maior **taxa de ocupação** da companhia com **98,3%** no trimestre, com **leasing spread de renovações** de **22,3%**;
- Os projetos greenfield **Sete Lagoas** e **Granja Vianna** estão **avançados em relação ao cronograma físico financeiro** e suas inaugurações estão programadas para outubro e novembro respectivamente;
- Após alcançarmos **100% da ocupação** da 1ª fase iniciamos a comercialização de 49 lojas adicionais no **Granja Vianna**, estando no total com **96% de seu ABL comercializado**. No **Sete Lagoas**, onde **98% do ABL já foi comercializado**, restam apenas 6 lojas a serem negociadas;
- Concluímos a **aquisição do Via Brasil Shopping** e **aumento de participação no Independência Shopping**, totalizando R\$213,1 milhões em investimentos;
- Inauguramos a **expansão do West Shopping** no Rio de Janeiro, e a **expansão do Iguatemi Maceió**, que juntas adicionaram **5,2 mil m² de ABL próprio**;
- Contratamos um **financiamento** de 12 anos no montante de R\$115 milhões junto ao Banco Bradesco para a construção do **Mooca Plaza Shopping**;
- Em abril foi realizada **AGOE** que elegeu os membros do Conselho de Administração tendo como **novos membros** os Conselheiros Independentes José Écio Pereira da Costa Jr. e José Márcio Camargo;
- Foram pagos em maio **dividendos** no valor de R\$49,2 milhões, sendo **R\$0,24 por ação ordinária**, aos titulares de ações de emissão da Companhia.

Destaques Financeiros (R\$ mil)						
	2T10	2T09	%	1S10	1S09	%
Receita Líquida	123.049	93.583	31,5%	229.374	174.293	31,6%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	19.349	14.049	37,7%	32.253	26.508	21,7%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Receita)	14,5%	13,8%	0,7%	12,9%	13,9%	-1,0%
NOI	109.322	89.630	22,0%	202.343	163.081	24,1%
<i>margem %</i>	90,8%	95,6%	-4,8%	89,9%	93,7%	-3,8%
Lucro Bruto	111.758	89.241	25,2%	206.170	163.063	26,4%
<i>margem %</i>	90,8%	95,4%	-4,5%	89,9%	93,6%	-3,7%
EBITDA	100.251	75.662	32,5%	187.811	137.187	36,9%
EBITDA Ajustado	101.377	76.788	32,0%	190.015	138.104	37,6%
<i>margem %</i>	82,4%	82,1%	0,3%	82,8%	79,2%	3,6%
Lucro Líquido	73.808	80.041	-7,8%	115.860	126.637	-8,5%
<i>margem %</i>	60,0%	85,5%	-25,5%	50,5%	72,7%	-22,1%
Lucro Líquido Ajustado	68.646	49.794	37,9%	115.685	103.493	11,8%
<i>margem %</i>	55,8%	53,2%	2,6%	50,4%	59,4%	-8,9%
FFO	76.480	83.434	-8,3%	121.535	133.281	-8,8%
FFO Ajustado	81.026	48.123	68,4%	141.203	80.791	74,8%
<i>margem %</i>	65,8%	51,4%	14,4%	61,6%	46,4%	15,2%

Destaques Operacionais						
	2T10	2T09	%	1S10	1S09	%
ABL Total (m²)	1,052,399	1,001,841	5,0%	1,052,399	1,001,841	5,0%
ABL Próprio (m²)	490,793	436,524	12,4%	490,793	436,524	12,4%
Vendas Mesmas Lojas / m²	1,077	951	13,2%	1,037	905	14,6%
Vendas Totais (R\$ milhões)	3,007	2,567	17,2%	5,710	4,787	19,3%
Vendas / m²	999	874	14,3%	951	834	14,0%
Vendas / m² (lojas até 1.000 m²)	1,311	1,158	13,2%	1,308	1,207	8,3%
Vendas / pé² (US\$) (lojas até 1.000 m²)	863	659	31,1%	811	614	32,2%
Aluguel Mesmas Lojas / m²	60	55	8,0%	60	55	8,9%
Aluguel / m² (média mensal)	73	68	7,2%	70	66	3,0%
NOI / m² (média mensal)	83	73	14,4%	78	70	10,9%
Custo de Ocupação (% das vendas)	9,3%	9,8%	-0,5%	9,8%	10,2%	-0,4%
Aluguel (% vendas)	5,8%	6,1%	-0,3%	6,1%	6,3%	-0,2%
Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	3,4%	3,7%	-0,3%	3,6%	3,9%	-0,3%
Ocupação (média trimestral)	98,3%	97,0%	1,3%	98,1%	97,0%	1,1%
Pagamentos em Atraso (média trimestral)	2,9%	3,7%	-0,8%	3,3%	4,4%	-1,1%
Turnover das lojas	2,9%	4,4%	-1,5%	3,6%	4,1%	-0,5%
Leasing Spread (renovações)	22,3%	13,9%	8,4%	19,8%	15,6%	4,2%
Leasing Spread (novos contratos)	26,4%	15,9%	10,5%	19,7%	11,6%	8,1%

Indicadores de Mercado						
	2T10	2T09	%	1S10	1S09	%
Número Total de Ações	203,138,994	171,509,788	18,4%	203,138,994	171,509,788	18,4%
Número de Ações em Circulação	201,648,177	169,584,912	18,9%	201,648,177	169,584,912	18,9%
Preço Médio da Ação (R\$)	22,2	15,5	43,7%	22,0	13,4	63,8%
Preço Final da Ação (R\$)	23,5	14,7	59,5%	23,5	14,7	59,5%
Valor de Mercado - final do período (R\$ milhões)	4,774	2,528	88,9%	4,774	2,528	88,9%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ milhões)	14,7	7,1	108,6%	21,0	5,2	303,3%
Dólar(US\$) Final	1,80	1,95	-7,5%	1,80	1,95	-7,5%
Dívida Líquida (R\$ milhões)	640,0	663,5	-3,5%	640,0	663,5	-3,5%
NOI por ação	0,54	0,53	2,6%	1,00	0,96	4,3%
Lucro Líquido Ajustado por ação	0,34	0,29	15,9%	0,57	0,61	-6,0%
FFO Ajustado por ação	0,40	0,28	41,6%	0,70	0,48	47,0%
EV/EBITDA (anualizado)	13,4	10,4	28,5%	14,2	11,6	23,3%
P/FFO (anualizado)	14,7	13,1	12,2%	16,9	15,6	8,1%
ROE (ex- propriedade para investimento)	11,2%	10,8%	0,4%	9,5%	11,3%	-1,8%
ROIC (ex- propriedade para investimento)	11,0%	10,5%	0,5%	10,6%	9,5%	1,1%

* Checar glossário para definições

Comentários da Administração:

No segundo trimestre de 2010, continuamos a registrar excelentes resultados, um reflexo de um cenário econômico favorável e do nosso constante foco em melhorar nossa rentabilidade e eficiência.

Nosso indicador de vendas mesmas lojas (SSS) continuou apresentando um crescimento acelerado no segundo trimestre, de 13,2% sobre o mesmo período de 2009, mesmo com os impactos negativos da antecipação da Páscoa e a Copa do Mundo. Este crescimento foi beneficiado pelo desempenho das megalojas e lojas satélites, que apresentaram aumento de 16,6% e 14,5%, respectivamente. O aluguel mesmas lojas (SSR) encerrou o trimestre apresentando um aumento de 8,0%, sendo também impactada pelos efeitos mencionados acima.

O NOI cresceu 22,0% no trimestre comparado ao mesmo período de 2009, atingindo R\$109,3 milhões, e a margem NOI alcançou 90,8%. Nosso EBTIDA ajustado foi de R\$101,4 milhões, crescimento de 32,0% comparado ao 2T09, e uma margem de 82,4%. O FFO ajustado apresentou crescimento expressivo de 68,4% em relação ao mesmo período de 2009, alcançando R\$81,0 milhões. A margem FFO ajustado foi de 65,8%, bastante superior aos 51,4% registrado no 2T09. O lucro líquido no trimestre foi de R\$73,8 milhões, com uma margem de 60,0%.

Alcançamos mais uma vez o maior patamar de taxa de ocupação da nossa história, com 98,3%. Destacamos que os shoppings administrados por nós do nosso portfólio apresentaram uma taxa de ocupação média de 98,9%. Nesse trimestre conseguimos reduzir em 0,5% o custo de ocupação comparado ao 2T09, alcançando 9,3%, sendo um dos menores níveis do setor. Os pagamentos em atraso (30 dias) alcançaram uma média de 2,9% no trimestre, uma redução de 8 bps em relação ao 2T09.

No trimestre atingimos nosso recorde histórico de contratos fechados, sendo 412 novos contratos no total. Deste total destacamos os 93 contratos fechados nos projetos greenfield e expansão que permitiram que ficássemos com uma comercialização de 97,9% e 95,5% no Shopping Sete Lagoas e Shopping Granja Vianna, respectivamente. Além disso, foram negociados 159 novos contratos em shoppings existentes. O leasing spread de renovação alcançou pelo segundo semestre consecutivo nível recorde, registrando 22,3%. Já o leasing spread de novos contratos em shoppings existentes foi de 26,4%.

Concluimos no trimestre duas importantes aquisições: 49% do Via Brasil Shopping e o aumento de participação em 75,4% no Shopping Independência (o que elevou nossa participação no shopping para 83,4%). No total foram desembolsados R\$213,1 milhões por ambas as aquisições, que adicionaram 31,9 mil m² de ABL próprio. O NOI dos shoppings adquiridos por nós desde 2006 está 27,1% acima do que foi projetado quando da aquisição.

Os projetos greenfields que inauguram esse ano estão com suas obras e comercialização bem adiantadas. O Sete Lagoas, que inaugura em outubro, realizou o evento da entrega das chaves aos lojistas, que já iniciaram suas obras. O Shopping Granja Vianna, que inaugura em novembro, está com 82% de seu cronograma físico concluído.

Acreditamos que o segundo semestre de 2010 continuará sendo muito positivo para a BRMALLS. As vendas do varejo devem continuar crescendo a taxas elevadas, teremos dois shoppings inaugurando e continuaremos trabalhando para aumentar nosso ABL via aquisições. Finalmente, buscaremos melhorar ainda mais nossa eficiência e continuar implementando as melhores práticas de gestão.

As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas em Reais (R\$), e as comparações referem-se ao 2º trimestre de 2009 (2T09). 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 2T09 foram reapresentadas com os efeitos mencionados acima.

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE OS RESULTADOS DO 2T10

Receita Bruta:

No segundo trimestre de 2010 alcançamos uma receita bruta de R\$133,8 milhões, representando um aumento de 31,4% em relação ao mesmo período de 2009. O crescimento de R\$32,0 milhões é explicado principalmente pelos fatores abaixo:

Aluguel mínimo

Aumento de R\$11,8 milhões da receita de aluguel mínimo em nossos shoppings, representando um crescimento de 18,6% comparado ao 2T09, ao passo que a inflação acumulada dos últimos 12 meses medida pelo IGP-M foi de 5,18%. Os principais fatores que contribuíram para esse crescimento foram: linearização de aluguel que representou R\$7,4 milhões no trimestre; receita de R\$1,3 milhões do Independência Shopping, onde passamos a contabilizar a receita após o aumento de participação em junho; receita do Shopping Metrô Santa Cruz, adquirido em outubro de 2009; e a taxa de ocupação recorde de 98,3% no trimestre.

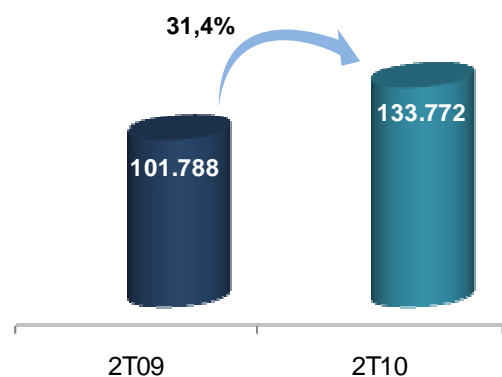
Aluguel Percentual

Crescimento de R\$2,5 milhões, ou 35,5% sobre o 2T09, representando 9,8% da receita de aluguel. Esse crescimento foi um reflexo do ritmo forte das vendas, que apresentaram um aumento de 11,3% nas vendas/m² e de 13,2% das vendas mesmas lojas do qual destacamos os crescimentos de 16,6% das megalojas e 14,5% das satélites. Ainda, cerca de 20% do aumento foi referente ao aluguel percentual proveniente do Shopping Metrô Santa Cruz.

Mall & Merchandising

Aumento de R\$2,3 milhões, ou 23,3% quando comparado ao mesmo período em 2009, representando 12,5% da receita de aluguel.

Evolução da Receita Bruta (R\$ mil)



Prestação de serviços

Incremento de R\$5,4 milhões em relação ao 2T09, representando um crescimento de 66,4%. Esse crescimento foi em grande parte devido à taxa de comercialização do Mooca Plaza Shopping que representou 33,6% dessa diferença e a entrada de novos shoppings ao Centro de Serviços Compartilhados comparado com o 2T09, totalizando 17 shoppings.

Taxa de cessão

Adição de R\$1,8 milhão, representando um crescimento de 62,1% quando comparado ao 2T09 devido à aceleração na comercialização dos projetos greenfield e expansões em desenvolvimento. No trimestre comercializamos 85 lojas em projetos greenfield e 8 lojas nas expansões. A linearização da taxa de cessão, que vem sendo feita desde o exercício de 2009 através do reconhecimento linear pelo prazo do contrato, representou neste trimestre um efeito negativo de R\$4,4 milhões. O saldo total de taxa de cessão a ser reconhecida nos próximos cinco anos é de R\$55,8 milhões. Excluindo os efeitos da linearização, a taxa de cessão totalizou uma receita de R\$9,2 milhões comparado a R\$5,1 milhões no mesmo período do ano anterior, um crescimento de 79,1% ou R\$4,1 milhões.

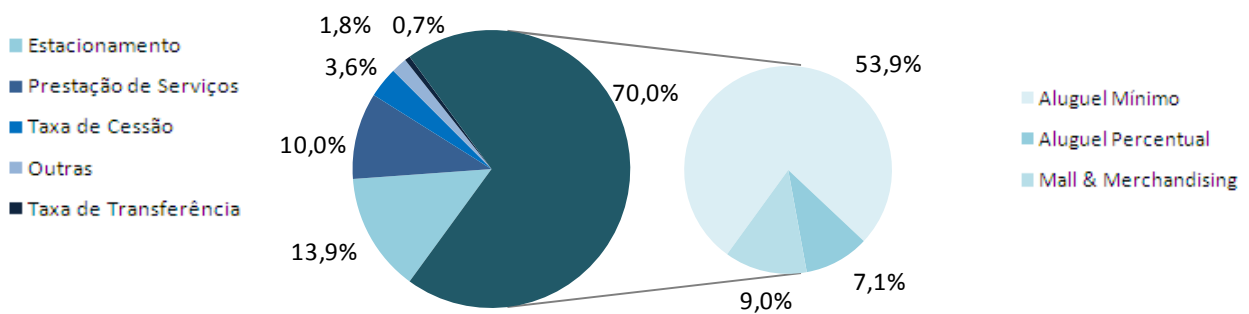
Estacionamento

Registramos um crescimento de R\$9,4 milhões, ou 102,5% comparado ao mesmo período de 2009, na receita de estacionamento. Este aumento na receita é em grande parte explicado pela alteração na operação de estacionamento em alguns de nossos shoppings, onde implementamos estruturas societárias mais eficientes em algumas de nossas operações de estacionamento.

Também implementamos uma série de indicadores para medir a eficiência de cada operação de estacionamento e desenvolvemos parceria com alguns prestadores de serviço, escolhidos após rigoroso processo de avaliação, otimizando a escala de nossos shoppings.

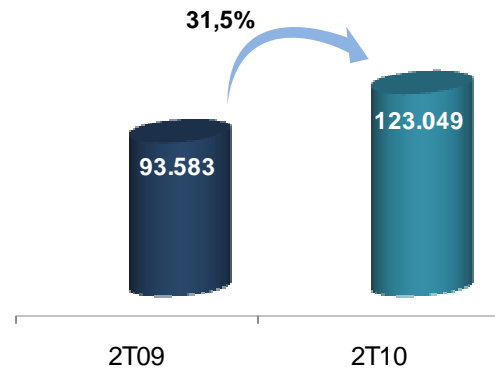
Todas essas medidas contribuíram para um crescimento orgânico das operações de estacionamento das quais destacamos o Shopping Villa-Lobos e o Shopping Piracicaba que apresentaram crescimento da receita de 29,9% e 27,0% respectivamente. A adição do Campinas Shopping, que iniciou a cobrança do estacionamento em setembro de 2009, e Shopping Metrô Santa Cruz, contribuíram com uma receita de R\$0,8 milhão e R\$1,7 milhão, respectivamente. A contribuição do estacionamento para o NOI foi de R\$15,0 milhões no trimestre, um crescimento de 76,8% ou R\$6,5 milhões, quando comparado ao mesmo período em 2009.

Distribuição da Receita Bruta



Receita Líquida:

No trimestre a receita líquida alcançou R\$123,0 milhões, representando um crescimento de R\$29,5 milhões, ou 31,5% comparado com o mesmo período no ano anterior.

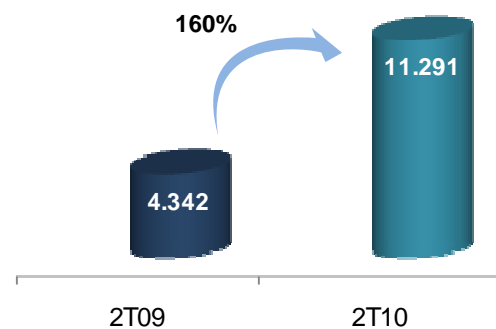
Evolução da Receita Líquida (R\$ mil)**Custos:**

No 2º trimestre de 2010 os custos de aluguéis e serviços cresceram R\$6,9 milhões, representando um aumento de 160% em relação ao mesmo trimestre de 2009, principalmente devido ao pagamento mensal do Shopping Metrô Santa Cruz para o Metrô de São Paulo referente a concessão e a mudança de modelo contábil de algumas operações de estacionamento. Os custos que mais contribuíram para esse aumento no custo total foram os seguintes:

Custo com Pessoal

Aumento de R\$1,5 milhão nos custos com pessoal quando comparado ao 2T09, que representa um crescimento de 148%. Parte desse aumento pode ser explicada por:

- aquisições dos shoppings Metrô Santa Cruz e Independência, em outubro de 2009 e junho de 2010;
- pela auditoria de vendas, cujo aumento vem garantindo um aumento do aluguel percentual;
- pela mudança de modelo societário de algumas operações de estacionamento acima mencionada.

Evolução dos Custos (R\$ mil)**Diversos Serviços**

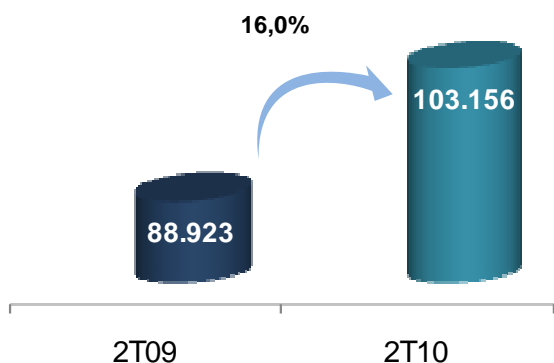
Incremento de R\$4,8 milhões quando comparado ao 2T09. A maior parte desse aumento se deveu à:

- pagamento mensal do Shopping Metrô Santa Cruz para a Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô referente ao custo da concessão, que representa 25,9% dessa linha;
- demais custos referentes ao Shopping Metrô Santa Cruz, adquirido em outubro de 2009;
- custos referentes ao Independência Shopping, que após o aumento de participação em junho de 2009 passou a ser consolidado em nosso balanço;
- aumento de custos de comercialização feita por terceiros e de estacionamento.

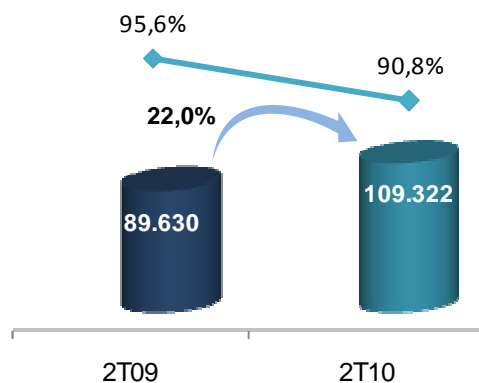
NOI:

O NOI totalizou R\$109,3 milhões no trimestre, representando um acréscimo de R\$19,7 milhões ou 22,0% em relação ao 2T09. A margem NOI do trimestre foi de 90,8%. No semestre o NOI totalizou R\$202,3 milhões, um crescimento de R\$39,3 milhões ou 24,1% comparado ao mesmo período no ano anterior. A margem foi impactada em parte pela mudança na estrutura societária de algumas operações de estacionamento que ainda não reconheciam a receita e o custo da operação separadamente, e pelos pagamentos mensais do Shopping Metrô Santa Cruz para o Metrô de São Paulo por conta da concessão.

Evolução do NOI Mesmos Shoppings (R\$ mil)



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



No trimestre o crescimento de NOI mesmos shoppings foi de 16,0% quando comparado ao 2T09. Cerca de 85% do nosso NOI do trimestre está concentrado em 16 shoppings, todos administrados pela BRMALLS* e 11 apresentavam taxa de ocupação acima de 99%.

Os 23 shoppings administrados pela BRMALLS* foram responsáveis por 92% do NOI do trimestre.

Reconciliação do NOI (R\$ mil)

	2T10	2T09
Receita Bruta	133.772	101.788
(-) Prestação de Serviços	(13.430)	(8.069)
(-) Custos	(11.291)	(4.342)
(+) Depreciação e Amortização	18	
(+) Debêntures do Araguaia	1.126	1.126
(+) Crédito Presumido PIS/COFINS	(873)	(873)
NOI	109.322	89.630
<i>Margem %</i>	<i>90,8%</i>	<i>95,6%</i>

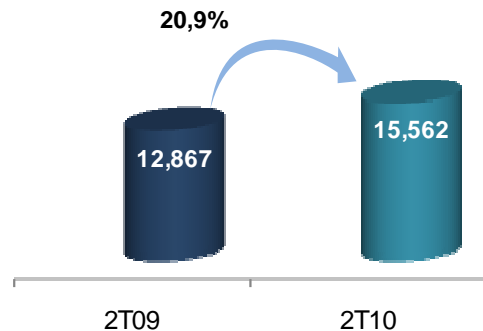
*No caso do Shopping Recife a administração é compartilhada.

Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas:

As despesas com vendas, gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, registraram R\$19,3 milhões no trimestre, representando um aumento de R\$5,3 milhões ou 37,7% em relação ao mesmo período em 2009. Neste trimestre, as despesas com vendas, gerais e administrativas representaram 14,5% da receita bruta, comparado com 13,8% no 2T09, sendo explicado principalmente por:

Despesas Gerais e Administrativas

Aumento de R\$2,7 milhões, ou 20,9% comparado ao mesmo período do ano anterior. Este crescimento é em grande parte devido ao aumento de R\$2,7 milhões nas despesas com pessoal, explicado pelo aumento no número de projetos em desenvolvimento e pelo acréscimo de shoppings integrados ao CSC. Registramos no trimestre uma redução de R\$0,7 milhão, ou 30,6% nos serviços contratados quando comparado com o 2T09, em função da integração de alguns funcionários que antes eram prestadores de serviços.

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

Crescimento de R\$2,6 milhões, ou 220,4%, devido às comissões em função da comercialização de 412 lojas no trimestre comparado a 352 no 2T09, das quais destacamos a comercialização nos projetos greenfield onde foram locadas 85 lojas no trimestre comparado com 29 lojas 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. Entretanto, nesse trimestre apresentamos uma amortização no custo de R\$18 mil, resultado da aquisição da parcela adicional no Independência Shopping em junho de 2010 e sua conseqüente consolidação em nosso resultado.

Na despesa, observamos uma amortização de R\$2,9 milhões, que apresentou um aumento de 5,2% quando comparada ao 2T09, referentes aos ativos diferidos e ativos fiscais diferidos. Além disso, no trimestre tivemos uma depreciação positiva de R\$0,2 milhão, explicada pela reversão da depreciação de nosso escritório feita no 1T10.

Outras Receitas Operacionais:

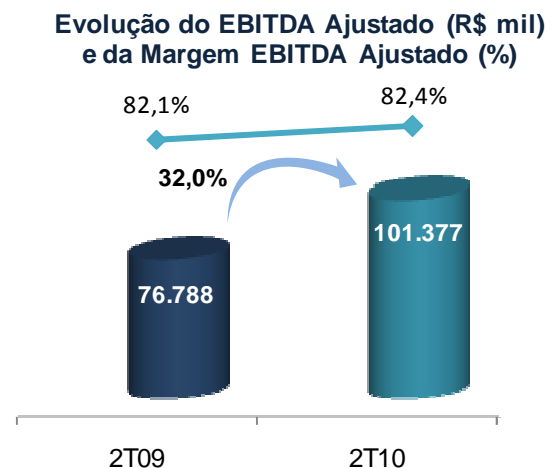
No 2T10 tivemos outras receitas operacionais que totalizaram R\$ 7,8 milhões. Dentre essas receitas podemos destacar R\$6,0 milhões relativos a um ganho referente à reversão de provisão para o pagamento do ITBI do Fashion Mall, em razão de um processo que estava em arbitragem desde sua aquisição em 2007 e que ganhamos esse trimestre.

EBITDA:

No trimestre alcançamos um EBITDA de R\$100,3 milhões, representando um crescimento de R\$24,6 milhões ou de 32,5% comparado ao mesmo trimestre de 2009. O EBITDA ajustado atingiu R\$101,4 milhões, um crescimento de R\$24,6 milhões ou de 32,0% comparado ao 2T09. A margem EBITDA ajustada apresentou uma melhora passando de 82,1% para 82,4%.

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)

	2T10	2T09
Receita Líquida	123.049	93.583
(-) Custos e Despesas	(33.276)	(21.784)
(+) Depreciação e Amortização	2.654	3.393
(+) Outras Receitas Operacionais	7.824	470
EBITDA	100.251	75.662
(+) Debêntures do Araguaia	1.126	1.126
EBITDA Ajustado	101.377	76.788
Margem %	82,4%	82,1%



No 1º semestre o EBITDA ajustado totalizou R\$190,0 milhões, um crescimento de R\$51,9 milhões ou 37,6% comparado ao mesmo período no ano anterior. A margem EBITDA ajustada no semestre foi de 82,8% comparado a 79,2% no 1º semestre de 2009.

Resultado Financeiro:

O resultado financeiro líquido no trimestre foi negativo em R\$12,7 milhões, comparado a um resultado positivo de R\$16,7 milhões no 2T09. O resultado foi composto por uma receita financeira de R\$65,5 milhões e uma despesa financeira de R\$78,2 milhões, que são explicados principalmente por:

Variação Cambial

Nesse trimestre o Real sofreu uma desvalorização frente ao dólar americano, o que contribuiu para uma variação não-caixa negativa sobre o montante principal do nosso bônus perpétuo, o que resultou em uma despesa financeira líquida de R\$1,9 milhão, comparado a uma receita financeira de R\$62,0 milhões no 2T09.

Despesas com Juros

Aumento de R\$1,5 milhão nas despesas com juros em razão do aumento de nossa dívida bruta comparado com o mesmo período no ano anterior.

Swap a Mercado

O reconhecimento dos nossos swaps ao valor de mercado contribuiu para uma receita financeira líquida, não-caixa, de R\$2,2 milhões, gerada principalmente pelos swaps em que estamos passivos em IGP-M. Comparativamente, no 2T09 tivemos uma despesa financeira líquida dos swaps a mercado, não-caixa, de R\$29,2 milhões.

Resultado Financeiro (R\$ mil)

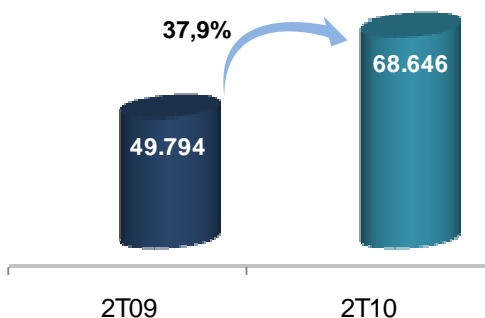
	2T10	2T09
Receitas		
Aplicações Financeiras	24.241	19.231
Variações Cambiais	14.139	62.555
Swap na Curva	23.225	8.954
Swap a mercado	2.181	-
Outros	1.737	539
Total	65.523	91.279
Despesas		
Juros	(38.062)	(36.606)
Variações Cambiais	(16.012)	(527)
Swap na Curva	(23.096)	(6.598)
Swap a Mercado	-	(29.249)
Outros	(1.018)	(1.566)
Total	(78.188)	(74.546)
Resultado Financeiro	(12.665)	16.733

Considerando os efeitos líquidos 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\$0,3 milhão.

Lucro Líquido:

Nosso lucro líquido do trimestre foi de R\$73,8 milhões, uma queda de 7,8% quando comparado ao 2T09, o lucro líquido por ação no trimestre foi de R\$0,37.

Evolução do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)



Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)

	2T10	2T09
Lucro Líquido	73.808	80.041
Varição Cambial	(1.873)	62.028
Swap a Mercado	2.181	(29.249)
Imposto Não Caixa	4.854	(2.532)
Efeitos Não Caixa	5.162	30.247
Lucro Líquido Ajustado	68.646	49.794

Entretanto, excluindo os efeitos não-caixa da variação cambial e valor de mercado dos swaps, chegamos a um lucro líquido ajustado de R\$68,6 milhões no trimestre, um crescimento de 37,9% quando comparado ao 2T09.

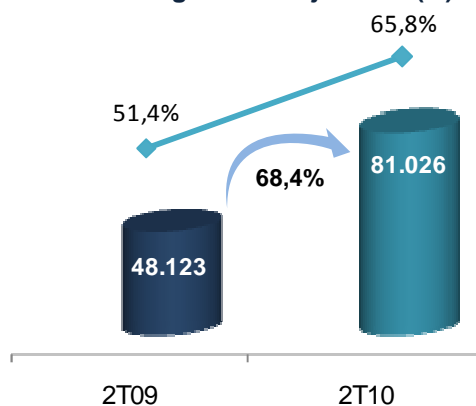
FFO:

No trimestre o FFO atingiu R\$76,5 milhões, uma redução de R\$7,0 milhões ou 8,3% comparado ao mesmo período do ano anterior. O FFO ajustado foi de R\$81,0 milhões comparado a R\$48,1 milhões no 2T09, representando um crescimento de R\$32,9 milhões ou 68,4%. A margem FFO ajustado foi de 65,8% no trimestre, representando um crescimento de 14,4% comparado ao mesmo período no ano anterior

Reconciliação do FFO (R\$ mil)

	2T10	2T09
Lucro Líquido	73.808	80.041
(+) Depreciação e Amortização	2.672	3.393
FFO	76.480	83.434
(+) Variação Cambial	1.873	(62.028)
(+) Swap a Mercado	(2.181)	29.249
(+) Imposto Não Caixa - Swap	4.854	(2.532)
FFO Ajustado	81.026	48.123
<i>Margem %</i>	<i>65,8%</i>	<i>51,4%</i>

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



No semestre o FFO ajustado totalizou R\$141,2 milhões, um crescimento de R\$60,4 milhões ou 74,8% comparado ao mesmo período no ano anterior. A margem FFO ajustado no semestre foi de 61,6% comparado a 46,4% no 1º semestre de 2009.

CAPEX:

No 2º trimestre de 2010 a BRMALLS investiu um total de R\$283,7 milhões, que são distribuídos da seguinte maneira:

Aquisições

Total de R\$213,3 milhões referentes principalmente à aquisição da fração adicional no Independência Shopping e à aquisição do Via Brasil;

Projetos Greenfield

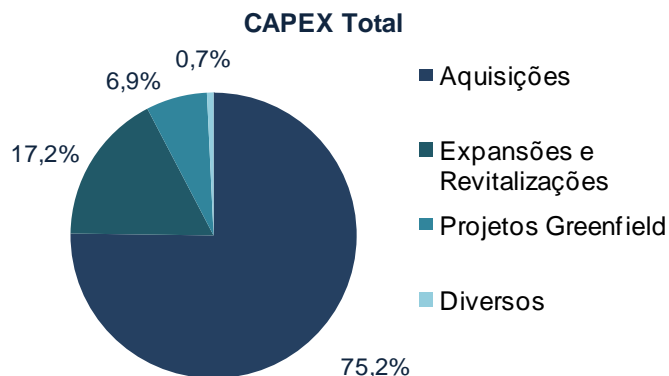
Total de R\$48,7 milhões referentes às obras do Granja Vianna e Sete Lagoas iniciadas em julho e outubro de 2009 respectivamente, à compra da fração adicional do terreno em São Bernardo do Campo e gastos com os demais projetos greenfield;

Expansões e Revitalizações

Total de R\$19,6 milhões referentes às obras das expansões do Shopping Tamboré, além das revitalizações em andamento;

Diversos

Total de R\$2,1 milhões investidos em sistemas e processos internos, dentre outros.

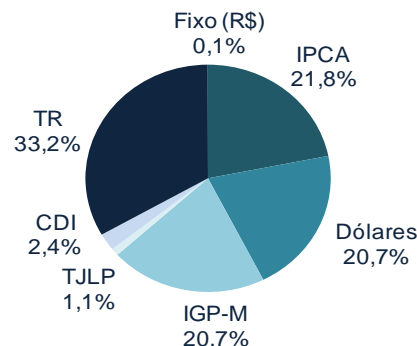


Disponibilidade de Caixa e Dívida:

Dívida

Nossa dívida tem um perfil de longo prazo (92,3% da dívida bruta) tendo um custo médio no trimestre equivalente à IGP-M + 7,64%, um cronograma de amortização bem distribuído ao longo do tempo, com duração média de 11,3 anos, onde nenhum ano representa uma amortização superior ao FFO ajustado apresentado em 2009. A composição da nossa dívida, incluindo os swaps, está bem distribuída por índices, tendo como o maior indexador a Taxa Referencial (TR) que representa 33,2% de nossa dívida bruta

Indexadores da Dívida

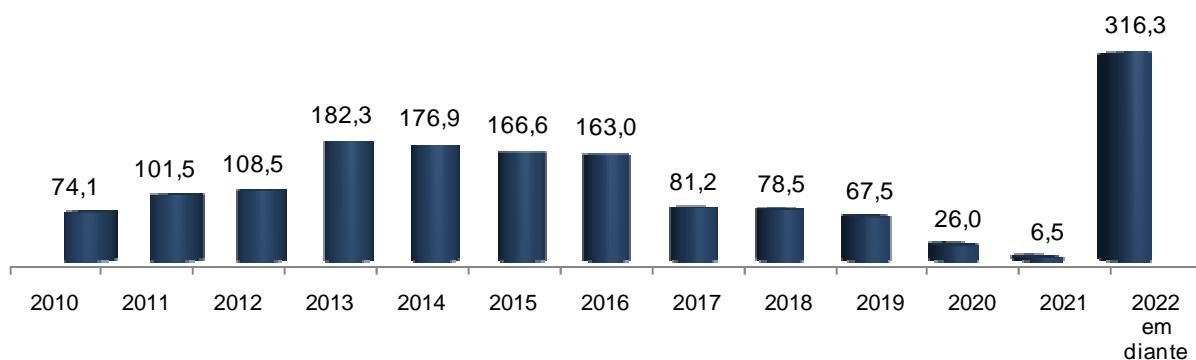


Perfil da Dívida (R\$ mil)					
	Índice	Taxa (%)	Vencimento	31/03/10	30/06/2010
Dívida de Curto Prazo					
Banco Itaú (CCB)	IGP-M	9,75% a.a.	15/2/2019	12.310	12.862
Banco Itaú (CRI)	TR	10,15% a.a.	27/3/2020	60.561	61.884
Banco Unibanco (CCB)	IGP-M	9,70% a.a.	14/2/2019	12.605	12.619
Banco do Nordeste do Brasil	Fixo (R\$)	10,00% a.a.	22/2/2011	1.155	840
Debentures - 1st tranche	CDI	0,50% a.a.	15/7/2014	356	828
Debentures - 2nd tranche	IPCA	7,90% a.a.	16/7/2016	17.148	23.630
Perpetual Bond	USD	9,75% a.a.		4.424	4.369
HSBC Finame	TJLP	3,7% a.a.	15/2/2012	122	111
HSBC Leasing	Fixo (R\$)	1,36% a.m.	31/3/2011	1.959	1.349
Banco Real (Fin. Imobiliário)	IGP-M	8,30% a.a.	11/10/2019	2.990	541
Banco Real (Fin. Imobiliário) - Sete Lagoas	CDI	93,95%	21/12/2019	44	128
CRI Tamboré	IGP-M	7,75% a.a.	15/10/2021	0	0
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	-	-
Total Dívida de Curto Prazo				113.674	119.161
Dívida de Longo Prazo					
Banco Itaú (CCB)	IGP-M	9,75% a.a.	15/2/2019	71.151	71.984
Banco Itaú (CRI)	TR	10,15% a.a.	03/27/20	454.668	452.198
Banco Unibanco (CCB)	IGP-M	9,70% a.a.	14/2/2019	60.165	59.093
Banco do Nordeste do Brasil	Fixo (R\$)	10,00% a.a.	22/2/2011	32	-
Debentures - 1st tranche	CDI	0,50% a.a.	15/7/2014	19.870	19.871
Debentures - 2nd tranche	IPCA	7,90% a.a.	16/7/2016	310.785	314.642
Perpetual bond	USD	9,75% a.a.		314.160	316.330
HSBC Leasing	Fixo (R\$)	1,36% a.m.	31/3/2011	-	73
HSBC Finame	TJLP	3,7% a.a.	15/2/2012	89	-
Banco Real (Fin. Imobiliário) - GV	IGP-M	8,30% a.a.	11/10/2019	22.857	64.054
Banco Real (Fin. Imobiliário) - Sete Lagoas	CDI	93,95%	21/12/2019	2.312	14.698
CRI Tamboré	IGP-M	7,75% a.a.	15/10/2021	96.604	99.377
Bradesco Finame	TJLP	4% a.a.	15/6/2012	-	622
Bradesco Finame	TJLP	3,7% a.a.	15/3/2013	-	45
Bradesco Finame	TJLP	3,7% a.a.	15/11/2012	-	728
Banco do Brasil Finame	TJLP	3,75% a.a.	15/8/2012	-	193
Banco do Brasil Finame	TJLP	3,75% a.a.	15/12/2012	-	346
Banco do Brasil Finame	TJLP	4,47% a.a.	15/11/2014	-	7.067
Banco do Brasil FAT	TJLP	2% a.a.	9/2/2014	-	6.111
Banco do Brasil Capital de Giro	CDI	0,0286	15/5/2013	-	2.005
Total Dívida de Longo Prazo				1.352.693	1.429.437
Dívida Total				1.466.367	1.548.598

Nossa dívida bruta totalizou R\$1.548,6 milhões no trimestre, um aumento de R\$82,2 milhões em relação ao 1T10, sendo em grande parte impactado pelas liberações dos financiamentos junto ao Banco Santander referentes às construções do Shopping Granja Vianna e do Shopping Sete Lagoas que totalizaram R\$38,6 milhões e R\$12,5 milhões, respectivamente.

Em julho de 2010 assinamos um financiamento à construção do Mooca no valor de R\$115 milhões junto ao Banco Bradesco, que representa cerca de 69% do capex total do projeto. Sua taxa de juros foi de TR + 9,80% com um prazo total de 12 anos, sendo até 3 anos de carência de amortização de principal e juros e 9 anos de amortização.

Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)



Caixa

A posição de caixa da companhia encerrou o trimestre em R\$908,6 milhões. A diminuição de R\$144,4 milhões comparado ao 1T10, pode ser explicada pelos desembolsos referente à aquisição do Via Brasil Shopping e ao aumento de participação no Independência Shopping de R\$31,1 milhões e R\$110,2 milhões, respectivamente. Ainda contribuíram para uma redução na posição de caixa os desembolsos de capex referente aos projetos greenfield às expansões que totalizaram R\$68,3 milhões no trimestre.

Caixa (R\$ mil)

	2T10	1T10
Disponibilidades	908.552	1.052.950
Remuneração Média	101,6%	101,8%

Indicadores de Alavancagem (R\$ mil)

	2T10	1T10
Dívida Líquida	640.046	413.417
Dívida Líquida / EBITDA	1,60	1,36
EBITDA / Despesa Financeira Líquida	23,66	40,23
Dívida Bruta / EBITDA	0,96	0,92
FFO / Dívida Bruta	0,74	0,19

* Checar glossário para definições.

Alavancagem

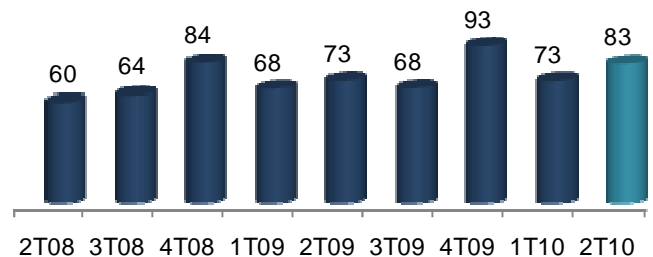
Como resultado das liberações dos financiamentos a projeto, da geração de caixa operacional e os desembolsos de capex, nossa dívida líquida aumentou em R\$226,6 milhões quando comparado ao 1T10, encerrando o trimestre em R\$640,0 milhões. O índice de alavancagem, dívida líquida / EBITDA (anualizado) ficou em 1,6x no trimestre e o índice de cobertura de juros, EBITDA (últimos 12 meses) / Despesa Financeira Líquida atingiu 23,7x no 2T10.

Indicadores Operacionais:

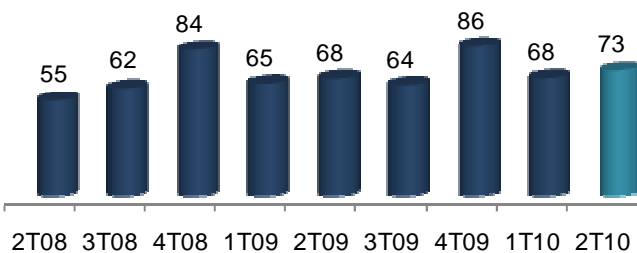
NOI por m²

Nesse trimestre alcançamos um crescimento de NOI por m² de 14,4% sobre o mesmo trimestre de 2009, chegando a um NOI por m² de R\$83,2. Se considerarmos os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI em nosso portfólio, observamos um crescimento de seu NOI por m² de 16,6%, alcançando um NOI por m² médio de R\$94,1.

NOI por m² (R\$)



Aluguel por m² (R\$)



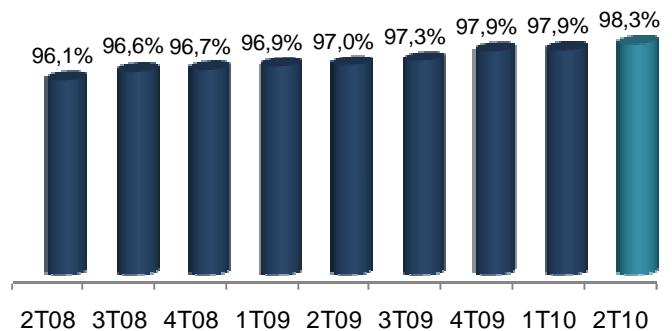
Aluguel por m²

Também no mesmo período o aluguel por m² apresentou um crescimento de 7,2% no 2T10 contra o 2T09, alcançando a marca de R\$72,6. Já considerando os 10 shoppings mais representativos esse crescimento aumenta para 9,5%, alcançando R\$80,0.

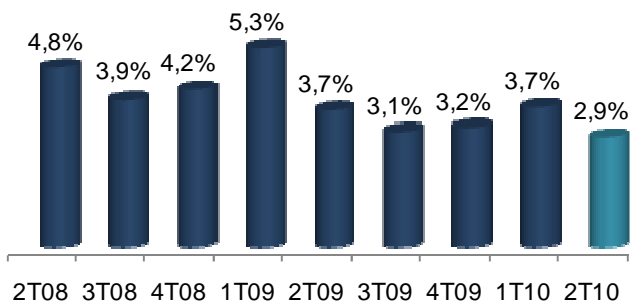
Taxa de Ocupação

Nossa taxa média de ocupação vem crescendo a cada trimestre desde 1T08. Neste trimestre atingimos mais uma vez uma taxa de ocupação média recorde de 98,3%. Dos 35 shoppings em nosso portfólio, 4 deles fecharam o trimestre com 100% de seu ABL ocupado e 25 deles apresentaram taxas de ocupação superiores a 98% de seu ABL.

Taxa de Ocupação (R\$)



Pagamentos em Atraso (%)



Pagamentos em Atraso

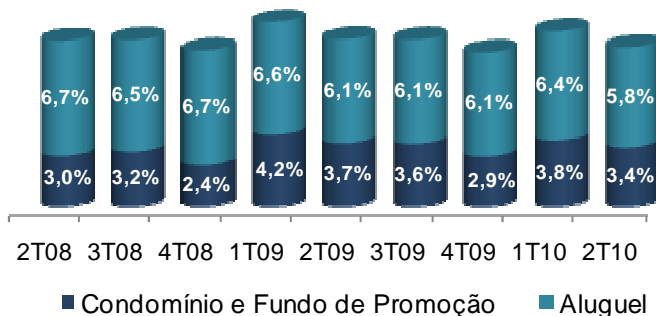
Destacamos também o nível de pagamentos em atraso (30 dias), que atingiu nível mais baixo da série com apenas 2,9% no trimestre.

Resultados do 2º trimestre de 2010

Custo de Ocupação

Já nosso custo de ocupação como percentual das vendas dos lojistas caiu, 50 bps quando comparado ao 2º trimestre de 2009, alcançando a proporção de 9,3% das vendas. Essa queda se deve em parte ao aumento das vendas/m² de 14,3% no trimestre quando comparado ao 2T09, chegando a R\$999 por m², e em parte ao nosso constante foco em reduzir custos condominiais, através de compras compartilhadas e terceirização de serviços que aumentam nosso poder de barganha nas negociações.

Distribuição do Custo de Ocupação (% das Vendas)



Resumo da Evolução dos Indicadores

	2T08	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10
SSS/m ²	895	913	1.199	833	953	960	1.332	997	1.077
SSR/m ²	51	52	71	55	57	57	77	59	60
Vendas/m ²	845	890	1.169	795	874	880	1.186	897	999
Vendas/m ² (lojas < 1.000 m ²)	1.293	1.323	1.728	1.220	1.158	1.352	1.616	1.293	1.311
Aluguel/m ²	55	62	84	65	68	64	86	68	73
NOI/m ²	60	64	84	68	73	68	93	73	83
Custo de Ocupação (% das Vendas)	8,8%	9,7%	9,3%	10,8%	9,8%	9,8%	9,0%	10,2%	9,3%
Pagamentos em Atraso (30 dias)	4,8%	3,9%	4,2%	5,3%	3,7%	3,1%	3,2%	3,7%	2,9%
Ocupação (%)	96,1%	96,6%	96,7%	96,9%	97,0%	97,3%	97,9%	97,9%	98,3%

* Os indicadores NOI por m² e aluguel por m² dos do 1T10 e 2T10 já incluem os efeitos da linearização de nossas receitas de aluguel e de nosso CDU adotados no 2T10. Conseqüentemente, para efeitos de comparação, ajustamos os mesmos indicadores para o 1T09 e 2T09.

Valores em dólares/ft²

Observando somente as lojas com menos de 1.000 m², estas atingiram vendas por m² de R\$1.311, um crescimento de 13,2% no trimestre contra o mesmo trimestre de 2009. Para fins comparativos incluímos abaixo alguns indicadores operacionais da Companhia adotando os padrões usados pelas companhias norte-americanas (US\$/pé²):

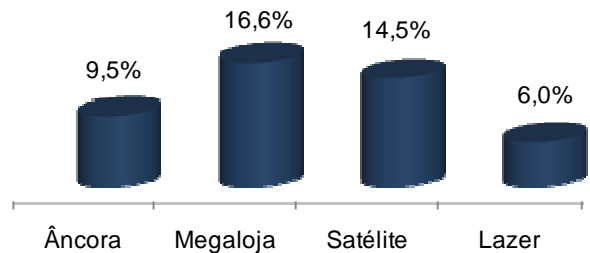
Valores Anualizados em USD/pé²

	2T08	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10
Vendas/pé ² (lojas < 1.000 m ²)	922	937	895	623	659	855	1.097	847	863
Aluguel/pé ² (média mensal)	39	44	44	33	39	40	58	45	48
NOI/pé ² (média mensal)	43	45	44	35	41	43	63	48	55

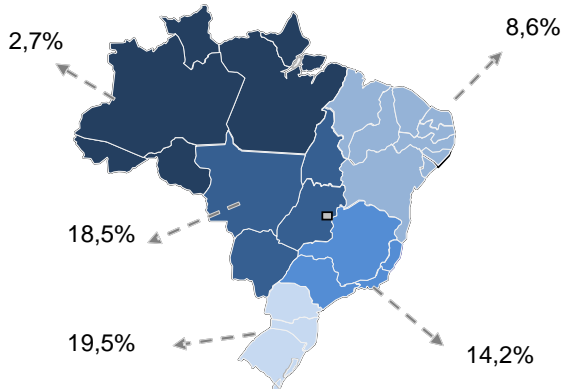
Desempenho das Vendas:

As vendas mesmas lojas (SSS) apresentaram um ritmo acelerado de vendas, alcançando 13,2% em relação ao 2T09. Esse crescimento foi beneficiado pelo SSS das megalojas e lojas satélites que apresentaram um crescimento de 16,6% e 14,5%, respectivamente. As lojas âncoras apresentaram um crescimento de 9,5%, uma desaceleração quando comparado ao 19,5% registrado no trimestre passado, por conta de uma retomada das vendas no 2T09, logo uma maior base de comparação que o 1T09 e também pelo deslocamento da Páscoa e pela Copa do Mundo que afetou as vendas de junho.

Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Segmento (2T10 versus 2T09)



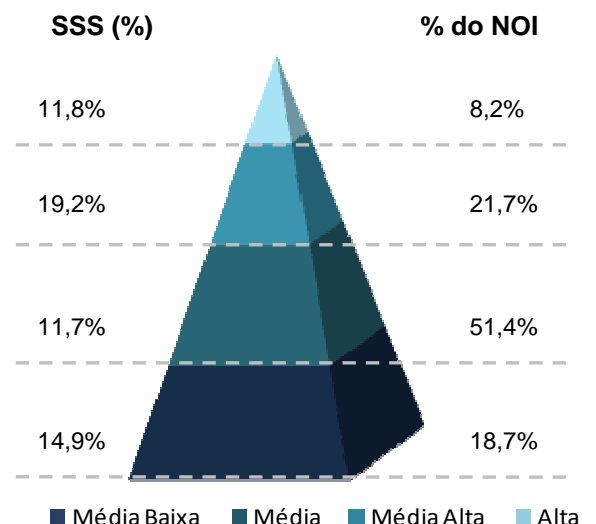
Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Região (2T10 versus 2T09)



No 2T09 observamos um crescimento de SSS acima de 10% nas regiões Sul, Centro-Oeste e Sudeste que são responsáveis por mais que 85% de nosso NOI, tendo registrado crescimento de 19,5%, 18,5% e 14,2%, respectivamente. Nessas regiões destacamos o desempenho de SSS dos shoppings Iguatemi Caxias e Goiânia Shopping que foram beneficiados pelo aumento do fluxo em decorrência da inauguração de suas expansões em 2009. Esses shoppings apresentaram um SSS de 38,7% e 33,3%, respectivamente.

Assim como nos últimos trimestres, os shoppings voltados para os públicos das classes média baixa vem se destacando apresentando um SSS de 14,9% no trimestre, se beneficiando da maior oferta de crédito e ascensão dessa classe social. Destacamos também os shoppings da classe média alta que alcançaram um SSS de 19,2%, impulsionado pelo crescimento no Iguatemi Caxias e Goiânia Shopping mencionados acima.

Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Segmento de Renda (2T10 versus 2T09)

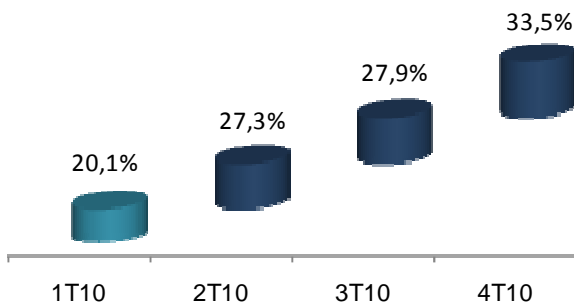


Atividade Comercial:

No 2º trimestre de 2010 continuamos apresentando excelentes leasing spreads na renovação de contratos de aluguel já existentes e na negociação de novos contratos em shoppings existentes, alcançando as marcas de 22,3% e 26,4%, respectivamente.

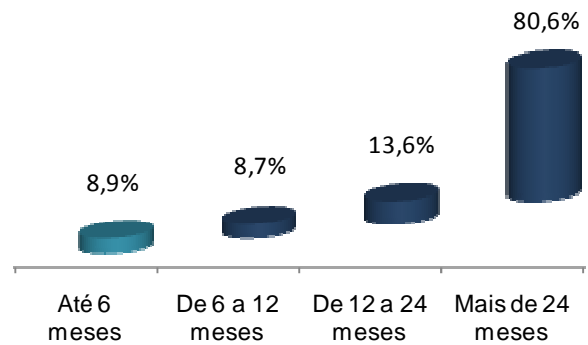
O nosso leasing spread de renovações alcançou pelo segundo trimestre consecutivo nível recorde, o que é explicado por uma taxa de ocupação também recorde no trimestre e pelo baixo custo de ocupação em nossos shoppings.

Cronograma de Reajuste Anual de Contratos (% ABL)



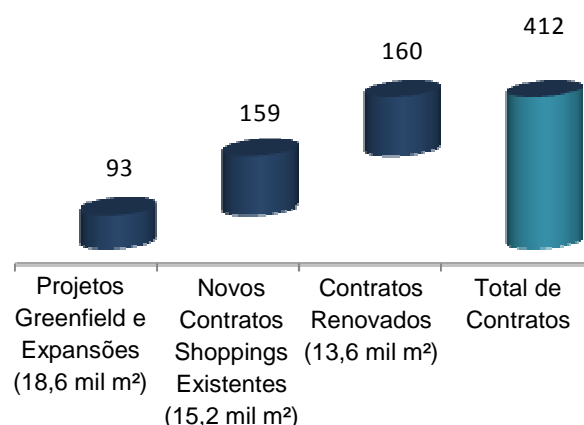
Ao todo no trimestre foram fechados 412 novos contratos, recorde histórico da Companhia, sendo 160 contratos de renovação, 159 contratos novos em shoppings existentes e 93 contratos para projetos greenfield e expansões. Ou seja, um total de contratos 17% maior o do 2º trimestre de 2009. Em termos de ABL, foram negociados contratos referentes a 47,5 mil m², ou seja, quase 4,5% de nosso ABL total.

Cronograma de Vencimento dos Contratos (% ABL)



No total foram renovados 160 contratos nesse trimestre, representando cerca de 13,6 mil m² de ABL, e foram fechados 159 novos contratos em shoppings existentes, correspondentes a 15,2 mil m² do ABL total. Nos próximos seis meses, cerca de 93,4 mil m² de ABL serão renovados, ou cerca de 8,9% de nosso ABL Total.

Contratos Negociados - Número de Contratos e ABL Total



Dos 93 novos contratos para projetos greenfield e expansões fechados no trimestre, que representam cerca de 18,6 mil m² de ABL, 85 são referentes aos projetos greenfield. Esse aumento no número de contratos assinados para nossos projetos greenfield pode ser explicado pela proximidade das inaugurações de nossos projetos greenfield Granja Vianna e Sete Lagoas.

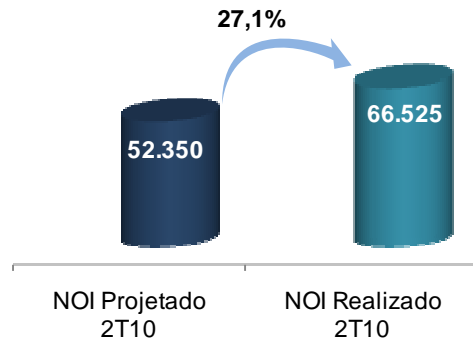
VETORES DE CRESCIMENTO DA COMPANHIA

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 nominal de 27,1%, acima do que estava projetado para o 1T10.

No trimestre concluímos as aquisições do Via Brasil e Independência Shopping que totalizaram R\$213,1 milhões.

NOI das Aquisições Realizadas desde 2006 (R\$ mil)



Via Brasil Shopping

A aquisição de 49% de participação do Via Brasil Shopping foi anunciada em maio. O shopping está estrategicamente localizado no Irajá no encontro da Av. Brasil com a Rodovia Presidente Dutra e possui mais de 300 mil domicílios em sua zona de influência, totalizando mais de 1 milhão de habitantes. O Via Brasil Shopping terá um ABL inicial de 29.000m², com 6.000m² já parcialmente preparado para uma futura expansão.

O empreendimento está em construção, já tendo executado a estrutura pré-moldada de todos os 10 pavimentos e de 90% da fachada, e está previsto para inaugurar em abril de 2011. A BRMALLS investiu R\$102,9 milhões no shopping que deverá adicionar cerca de R\$12,2 milhões de NOI estabilizado e receita de serviços, e uma taxa interna de retorno de 13,8% real e desalavancada. Após sua inauguração, o shopping será administrado e comercializado pela BRMALLS.



Resultados do 2º trimestre de 2010

Independência Shopping

Em junho anunciamos a aquisição de fração adicional de 75,4% do Shopping Independência, elevando nossa participação no empreendimento para 83,4%, representando um acréscimo de 17.716m² de ABL próprio. O shopping está localizado em Juiz de Fora, Minas Gerais, sendo o primeiro grande shopping da cidade e o único shopping em um raio de 100km.



A BRMALLS desembolsou R\$110,2 milhões pela aquisição, que representa um cap rate estabilizado de 12,0%. A expectativa de NOI para 100% do shopping nos próximos 12 meses é de cerca de R\$15 milhões. O shopping que já era administrado e comercializado pela BRMALLS apresentou fortes números de SSS e SSR no trimestre, 25,0% e 13,0%, respectivamente. Sua taxa de ocupação foi de 99,1% no 2T10 e um custo de ocupação de 9,8%. O leasing spread de novos contratos registrou 51,1% no trimestre.

Resultados do 2º trimestre de 2010

Case Study: Shopping Curitiba

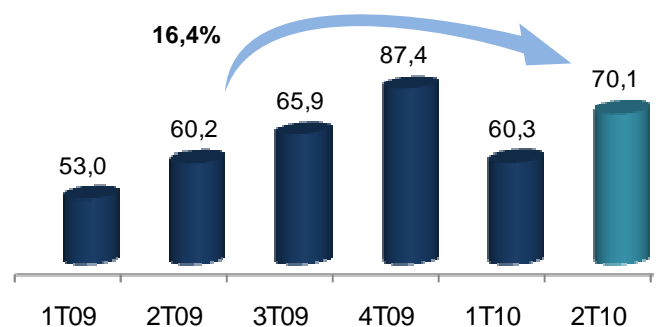
Adquirido em maio de 2007 pela BRMALLS, o Shopping Curitiba fica localizado no bairro Batel em Curitiba e recebe um público anual de cerca de 11,3 milhões de consumidores. O imóvel que abriga o shopping é do século XIX e era uma antiga sede militar, se tornando sede do Shopping Curitiba apenas em 1996.



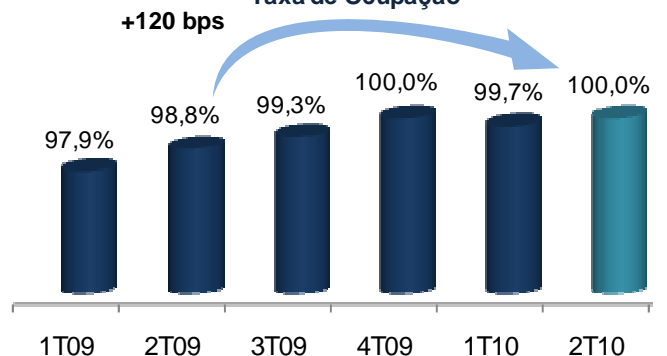
Em 2008, teve início o projeto de revitalização interna e externa do shopping, que foi concluído no 1º semestre de 2009. Durante a revitalização, várias mudanças ocorreram no shopping, das quais destacamos: restauração toda a fachada histórica do prédio; melhoria do paisagismo; inauguração de novas lojas; renovação do cinema, contando inclusive com uma sala 3D; e criação do Largo Curitiba, um charmoso espaço de música, cultura e gastronomia.

Além de ter melhorado seu visual, a revitalização promoveu também uma melhoria de seus indicadores operacionais e financeiros. No 2º trimestre de 2010, observamos vendas por m² de R\$778, um aumento de 22,3% em relação ao 2T09, e um crescimento das vendas mesmas lojas de 23,6%, o quinto maior entre os shoppings de nosso portfólio. Com o aumento das vendas, veio também uma maior demanda por espaços no shopping, fazendo com que a taxa de ocupação atingisse 100%, e uma menor inadimplência, que passou de 3,4% no 2T09 para somente 1,7% nesse trimestre, abaixo da média da Companhia. Como resultado dessas melhorias, o NOI por m² alcançou R\$70,10 no trimestre, após um crescimento de 16,4% sobre o 2T09.

Evolução do NOI por m² (R\$)



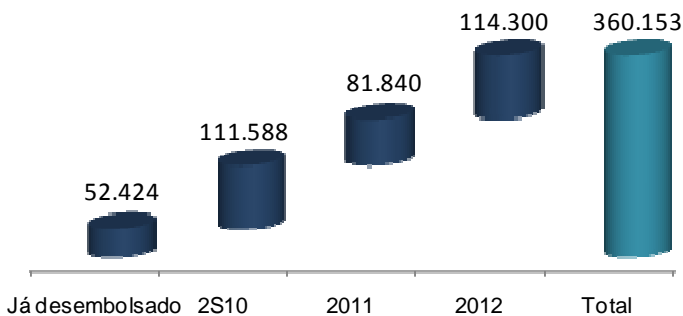
Taxa de Ocupação



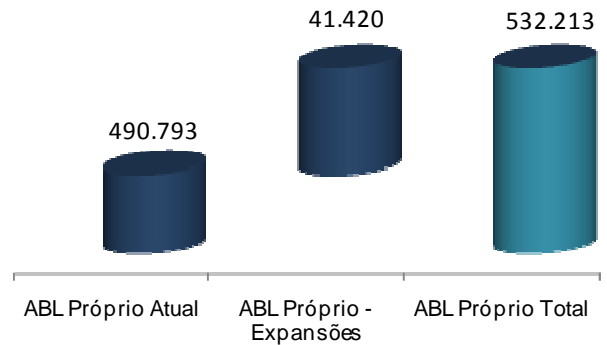
Expansões:

Possuímos ao todo 5 projetos de expansão anunciados, que correspondem a uma adição de 57,0 mil m² de ABL total e 41,4 mil m² de ABL próprio ao nosso portfólio. Sendo assim, elas representam um aumento de 5,4% em nosso ABL total e de 8,4% em nosso ABL próprio, resultando em um aumento da participação média da BRMALLS em seus shoppings.

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\$360,2 milhões por parte da BRMALLS, dos quais 14,6% já foram gastos até o 2º trimestre de 2010. E, depois de inauguradas, elas deverão adicionar cerca de R\$55,3 milhões de NOI por ano ao resultado da Companhia.

Nesse trimestre inauguramos duas expansões, do West Shopping e do Maceió Shopping, e existe atualmente mais uma expansão já em construção que será inaugurada até meados de 2011, do Shopping Tamboré. As duas expansões inauguradas adicionaram juntas 18,8 mil m² de ABL total e 5,2 mil m² de ABL próprio ao nosso portfólio.

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	14.837	100,0%	14.837	43%	19,5	11,3	16,0%	2T11	91,4%
Shopping Campo Grande	5.644	67,6%	3.815	0%	3,7	1,8	14,8%	2T11	-
Plaza Shopping	11.079	100,0%	11.079	0%	-	-	-	4T12	-
Top Shopping	15.336	50,0%	7.668	0%	-	-	-	A ser definido	-
Osasco Shopping	10.152	39,6%	4.020	0%	-	-	-	A ser definido	-
Total	57.048	72,6%	41.420						

Resultados do 2º trimestre de 2010

Construção da Expansão do Tamboré

Com previsão de inauguração para abril de 2011, as obras da expansão do Shopping Tamboré caminham conforme o planejado.



Observamos também nesse trimestre uma aceleração da atividade comercial, alcançando a marca de 91,4% de seu ABL comercializado, faltando cerca de 9 meses para sua inauguração. A expansão do Shopping Tamboré tem um retorno esperado, real e desalavancado, de 16,0% e deverá gerar um NOI estabilizado de cerca de R\$19,5 milhões por ano.

Inauguração da Expansão do West Shopping

O West Shopping está localizado no bairro de Campo Grande, na zona oeste do Rio de Janeiro, que abriga uma população de cerca de 800 mil habitantes. Atualmente, o bairro é destino de diversos lançamentos residenciais, e está em pleno crescimento. Esperamos nos beneficiar desse crescimento econômico do bairro, inauguramos em julho de 2010 a expansão do West Shopping. Essa expansão adicionou 9,6 mil m² de ABL ao shopping, um aumento de 30% que gerará um significativo aumento do fluxo de consumidores.



A expansão fortaleceu a ancoragem do shopping, com a entrada das lojas Renner e Riachuelo, além de 5 salas de cinema Kinoplex, aumentando as opções de lazer. Além disso, de modo a acomodar o maior fluxo de consumidores que a expansão gerará, foi construído também um edifício garagem com cerca de 400 vagas. A expansão deverá adicionar R\$1 milhão de NOI estabilizado para a BRMALLS por ano e representou um incremento de aproximadamente 2,8 mil m² de ABL próprio ao nosso portfólio.

Resultados do 2º trimestre de 2010

Inauguração da Expansão do Maceió Shopping

O Maceió Shopping está localizado na cidade de Maceió, capital do estado de Alagoas, é uma das cidades mais importantes da região Nordeste do Brasil. Situado numa parte da cidade que concentra 80% de sua população e 90% de seus hotéis, o shopping inaugurou sua 2ª expansão em abril deste ano com 100% do novo ABL comercializado.

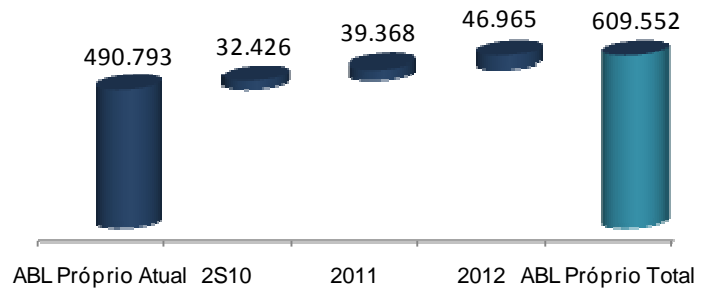


A expansão adicionou ao shopping um total de 9,8 mil m² de ABL total e 2,5 mil m² de ABL próprio, através da adição de duas âncoras, Lojas Renner e Lojas Maia, 52 satélites e um complexo de cinema Multiplex, que será inaugurado 2º semestre de 2010. Com a expansão pretendemos aumentar o fluxo mensal de consumidores do shopping além dos seus atuais 900 mil, aproveitando o crescimento da região.

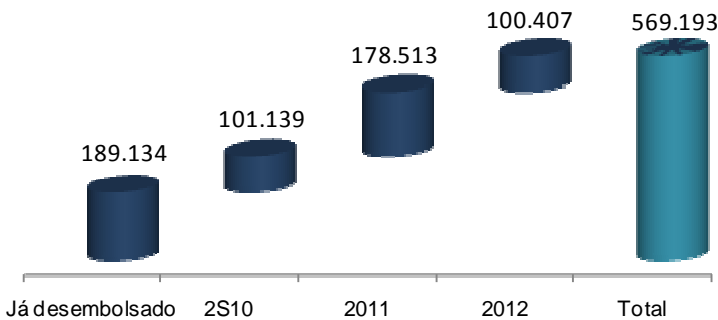
Desenvolvimento:

Atualmente possuímos 6 projetos greenfield anunciados, incluindo o Via Brasil Shopping adquirido em maio deste ano. Ao todo, todos os projetos anunciados irão adicionar cerca de 195,5 mil m² de ABL total e 118,7 mil m² de ABL próprio ao nosso portfólio até 2012. Ou seja, até 2012 observaremos um incremento de 18,6% do ABL total e de 24,2% do ABL próprio, conseqüentemente aumentando a participação média da BRMALLS em seu portfólio.

ABL Próprio Adicionada pelos Projetos Greenfield



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



Ao todo a BRMALLS investirá aproximadamente R\$569,2 milhões nos projetos, dos quais 33,2% foram gastos até o 2T10. Juntos os projetos adicionarão cerca de R\$119,2 milhões em NOI estabilizado para a Companhia e possuem uma taxa de retorno média, real e desalavancada, está acima de 17%. Já, o retorno cash on cash médio dos projetos é de 22%.

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 Sete Lagoas	16,431	70.0%	11,502	67%	7.4	2.5	18.4%	out/2010	97.9%
Shopping Granja Vianna	29,892	70.0%	20,924	82%	22.6	12.2	16.5%	nov/2010	95.5%
Via Brasil Shopping	29,000	49.0%	14,210	-	12.2	-	-	2T11	83.8%
Mooca Plaza Shopping	41,930	60.0%	25,158	16.0%	-	-	-	4T11	55.3%
Shopping Estação BH	36,542	60.0%	21,925	12%	-	-	-	2T12	12.2%
São Bernardo	41,733	60.0%	25,040	0%	-	-	-	2H12	-
Total	195,528	60.7%	118,759						

Resultados do 2º trimestre de 2010

Shopping Sete Lagoas

O Shopping Sete Lagoas abrirá suas portas em outubro de 2010 conforme previsto no início do projeto. No final do 2T10 suas obras já estavam bem avançadas, chegando à marca de 67% do cronograma físico, acima do que estava previsto. Sua construção já se encontra na fase final de acabamento, com o piso, o forro e os equipamentos do sistema de ar condicionado já sendo colocados. Além disso, os lojistas receberam as chaves das lojas e já estão iniciando suas obras, garantindo assim a inauguração do empreendimento com a maioria das lojas em funcionamento.



O projeto já possui 97,9% de seu ABL comercializado e cerca de 49,9% do CAPEX previsto em sua construção já foi gasto, um avanço significativo quando comparado ao 1T10. O Shopping Sete Lagoas será o primeiro shopping da região, gerando um NOI estabilizado de R\$7,4 milhões por ano para a Companhia.

Shopping Granja Vianna

As obras do Shopping Granja Vianna estão andando de acordo com o esperado e chegaram nesse trimestre à marca de 82% do cronograma físico, sendo assim o shopping será inaugurado em novembro de 2010, conforme previsto. As instalações do mall já estão concluídas e as coberturas metálicas e o piso interno estão bem avançados. Já foram iniciadas a execução do forro de gesso e a entrega das lojas para que os lojistas iniciem suas obras ocorrerá em agosto.



Com a proximidade de sua inauguração, observou-se no trimestre uma aceleração na comercialização de suas lojas, alcançando a marca de 95,5% 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 atingimento de 100% do ABL do shopping comercializado. A BRMALLS já investiu 62,1% do CAPEX previsto para o projeto, que deverá gerar um NOI estabilizado de R\$22,6 milhões por ano.

Mercado de Capitais:

Mercados de Atuação

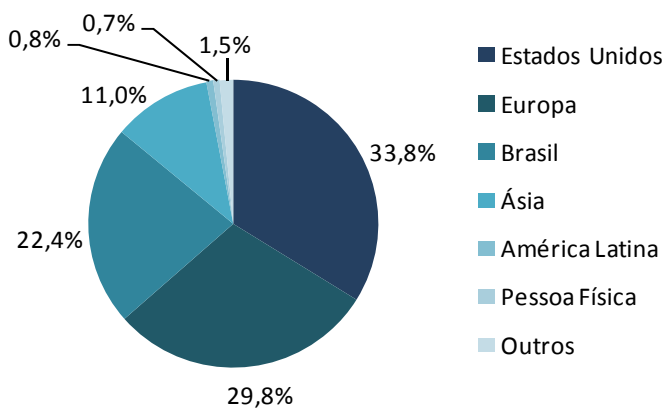
A BRMALLS Participações S.A. tem sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da BM&F Bovespa sob o código BRML3. A empresa também possui um programa de ADR nível 1, permitindo a negociação das ações no mercado secundário ou de balcão nos Estados Unidos, sob o código BRMLL, disponibilizando as ações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

Índices com BRML3 na carteira:

	Peso
BM&F Bovespa IBrX	0,34%
BM&F Bovespa IGC	0,60%
BM&F Bovespa ITAG	0,56%
BM&F Bovespa SMLL	3,51%
BM&F Bovespa IMOB	8,38%
iShares MSCI Brazil	0,38%

Fonte: Bloomberg (22/07/2010)

Distribuição Regional da Base Acionária

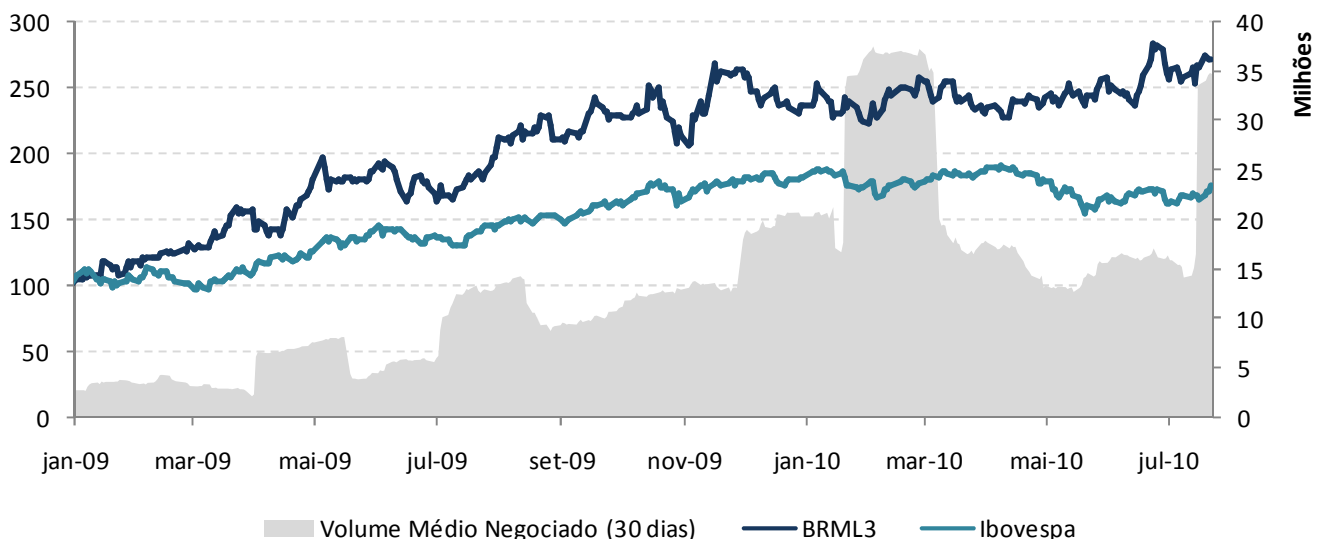


Perfil do Investidor

Encerramos o trimestre com nossa base de investidores bem distribuída pelo Brasil, Estados Unidos e Europa. Nosso volume financeiro médio diário no 2T10 foi de R\$14,7 milhões, um crescimento de 107,0% frente a R\$7,1 milhões no 2T09. Já o número de negócios médio foi de 1.046 no trimestre comparado a 263 no 2T09.

Performance da Ação

A ação da BRMALLS encerrou o segundo trimestre de 2010 sendo negociada a R\$23,50, uma valorização de 59,5% em relação ao preço de fechamento do 2T09 de R\$14,74, comparado a uma valorização de 18,4% do índice Ibovespa.



Nossos Shoppings:

Atualmente, a BRMALLS tem participação em 35 shopping centers, totalizando 1.052,4 mil m² de ABL total e 490,8 mil m² em ABL próprio. Nossa participação média é de 46,6%. 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.

Os shoppings onde detemos participação de 50% ou mais representam 71% do NOI da BRMALLS sendo nossa participação média nesses 14 shoppings 85%. Prestamos serviços de administração e/ou comercialização para 25 dos 35 shoppings em que detemos participação.

Shopping	Estado	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Norteshopping	RJ	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Estação	PR	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Tamboré	SP	31.635	100,0%	31.635	Admin./ Comerc./CSC
Plaza Shopping	RJ	33.016	100,0%	33.016	Admin./ Comerc./CSC
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
Ilha Plaza Shopping	RJ	21.655	100,0%	21.655	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	19.207	100,0%	19.207	Admin./ Comerc.
Shopping Recife	PE	61.079	31,1%	18.968	Adm. Compartilhada/ Comerc.
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
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	30.324	45,5%	13.797	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	27.006	39,7%	10.727	Admin./ Comerc./CSC
Araguaia Shopping	GO	21.918	50,0%	10.959	Admin./ Comerc.
Goiânia Shopping	GO	22.534	48,4%	10.907	Admin./ Comerc./CSC
West Shopping	RJ	40.060	30,0%	12.018	Admin./ Comerc.
Maceió Shopping	AL	34.742	34,2%	11.892	
Natal Shopping	RN	16.884	50,0%	8.442	Comercialização
Shopping Curitiba	PR	23.155	35,0%	8.104	Admin./ Comerc./CSC
Rio Plaza Shopping	RJ	7.046	100,0%	7.046	Admin./ Comerc./CSC
Top Shopping	RJ	18.168	35,0%	6.359	Comercialização
Amazonas Shopping	AM	34.214	17,9%	6.124	Admin./ Comerc./CSC
Osasco Plaza Shopping	SP	14.106	39,6%	5.586	Comercialização
Shopping Piracicaba	SP	27.806	19,0%	5.294	Admin./ Comerc./CSC
São Luís Shopping	MA	34.123	15,0%	5.118	
Pantanal Shopping	MT	43.121	10,0%	4.312	
Center Shopping	RJ	14.221	30,0%	4.266	Admin./ Comerc.
Shopping Mueller Joinville	SC	27.310	10,4%	2.840	
Shopping Pátio Belém	PA	20.626	13,3%	2.743	
Big Shopping	MG	17.555	13,0%	2.282	
Independência Shopping	MG	23.455	83,4%	19.562	Admin./ Comerc.
Shopping Metrô Tatuapé	SP	32.785	3,0%	984	
Esplanada Shopping	SP	23.969	3,4%	817	
Minas Shopping	MG	35.506	2,1%	756	
Shopping ABC	SP	46.285	0,7%	312	Admin./ Comerc./CSC
Total		1.052.399	46,6%	490.793	

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.

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 primeiro trimestre de 2010 pelos efeitos contábeis trazidos pela adoção de forma antecipada dos pronunciamentos CPCs, de acordo com a deliberação CVM 603.

Demonstração de Resultado (R\$ mil)			
	2T10	2T09	%
Receita Bruta	133.772	101.788	31,4%
Aluguéis	86.291	74.713	15,5%
Linearização de Aluguel	7.374	5.637	30,8%
Taxa de Cessão	9.210	5.143	79,1%
Linearização de CDU	(4.401)	(2.176)	102,2%
Estacionamento	18.531	9.152	102,5%
Taxa de Transferência	870	446	95,1%
Prestação de Serviços	13.430	8.069	66,4%
Outras	2.467	804	206,8%
(-)Impostos e Contribuições	(10.723)	(8.205)	30,7%
Receita Líquida	123.049	93.583	31,5%
Custos	(11.291)	(4.342)	160,0%
Custos com Pessoal	(2.509)	(1.011)	148,2%
Diversos Serviços	(4.781)	77	-
Custos Condominiais	(3.142)	(2.543)	23,6%
Custos com Fundo de Promoções	(859)	(865)	-0,7%
Resultado Bruto	111.758	89.241	25,2%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(22.003)	(17.442)	26,1%
Ajuste Stock Option - Lei 11.638	(1.723)	(837)	105,9%
Despesas com Vendas	(3.787)	(1.182)	220,4%
Despesas de Pessoal	(10.341)	(7.673)	34,8%
Serviços Contratados	(1.476)	(2.126)	-30,6%
Outras Despesas	(2.022)	(2.231)	-9,4%
Depreciação	198	(681)	-129,1%
Amortização	(2.852)	(2.712)	5,2%
Resultado Financeiro	(12.665)	16.732	-175,7%
Receitas Financeiras	63.342	91.279	-30,6%
Despesas Financeiras	(78.188)	(45.298)	72,6%
Ajuste Resultado Financeiro - Lei 11.638	2.181	(29.249)	-107,5%
Resultado da Equivalência Patrimonial	1.431	246	481,7%
Outras Receitas Operacionais	7.824	470	1564,7%
Resultado Operacional	86.345	89.247	-3,3%
Resultado Antes Tributação/Participações	86.345	89.247	-3,3%
Provisão para IR/CSLL	(10.246)	(8.435)	21,5%
Participação dos minoritários	(2.291)	(771)	197,1%
Lucro/Prejuízo do Período	73.808	80.041	-7,8%

Balço Patrimonial:

Balço Patrimonial (R\$ mil)

	2T10	1T10	%
Ativos			
Circulante			
Disponibilidades	9.656	13.575	-28,9%
Contas a Receber	76.727	64.222	19,5%
Títulos e Valores Mobiliários	836.300	922.698	-9,4%
Swap Curva	8.061	1.765	356,7%
Impostos a Recuperar	50.867	43.093	18,0%
Adiantamentos	7.785	8.003	-2,7%
Outros Valores a Receber	33.727	26.970	25,1%
Despesas Antecipadas	6.258	6.742	-7,2%
Total	1.029.381	1.087.068	-5,3%
Não Circulante			
Clientes	52.964	46.369	14,2%
Ativo Fiscal Diferido	52.648	54.779	-3,9%
Depósitos e cauções	13.690	12.910	6,0%
Títulos e Valores Mobiliários	77.292	131.374	-41,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social	49.101	50.549	-2,9%
Swap Curva	17.664	8.209	115,2%
Outros Investimentos	28	2.830	-99,0%
Outros	720	102	607,9%
Total	264.108	307.122	-14,0%
Permanente			
Propriedade para Investimento	7.365.179	7.027.722	4,8%
Imobilizado	11.899	12.021	-1,0%
Leasing	-	-	
Diferido	9.917	6.965	42,4%
Intangível	10.210	9.073	12,5%
Financiamento de construção	-	-	
Total	7.397.204	7.055.781	4,8%
Total Ativo	8.690.693	8.449.971	2,8%

	2T10	1T10	%
Passivos			
Circulante			
Empréstimos e Financiamentos	119.161	113.673	4,8%
Fornecedores	8.213	6.411	28,1%
Impostos e contribuições a recolher	26.852	24.185	11,0%
Salários e Encargos Sociais	12.914	7.469	72,9%
Dividendos Mínimos Obrigatórios a Pagar	-	49.211	-100,0%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	4.985	5.079	-1,8%
Adiantamentos de Clientes	16.149	13.005	24,2%
Obrigações a pagar por aquisição de	130.340	58.649	122,2%
Diferencial de swap a pagar	7.969	655	1116,6%
Outros valores a pagar	2.204	-	-
Total	328.787	278.337	18,1%
Não Circulante			
Empréstimos e Financiamentos	1.429.437	1.352.693	5,7%
Fornecedores	7.325	7.325	0,0%
Provisão para Riscos Fiscais e outros	27.303	27.172	0,5%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	17.699	19.966	-11,4%
Obrigações a pagar por aquisição de	-	-	
Diferencial de swap a pagar	39.419	28.866	36,6%
Imposto de Renda e Contribuição Social	1.535.888	1.534.877	0,1%
Receita Diferida	71.265	69.457	2,6%
Outros valores a pagar	5.668	9.034	-37,3%
Total	3.134.004	3.049.390	2,8%
Patrimônio Líquido			
Participação dos Minoritários	98.523	68.426	44,0%
Capital Social Realizado	2.312.755	2.312.755	0,0%
Reservas de Capital	14.023	12.300	14,0%
Reservas de Lucro	2.741.463	2.741.463	0,0%
Ações em tesouraria	(14.843)	(14.873)	-0,2%
Lucros/Prejuízos Acumulados	115.860	42.052	
Gastos com Emissão de Ações	(39.879)	(39.879)	0,0%
Total	5.227.902	5.122.244	2,1%
Total Passivo e Patrimônio Líquido	8.690.693	8.449.971	2,8%

Fluxo de Caixa:

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	
	2T10
Atividades operacionais	-
Lucro (prejuízo) do Exercício	73.808
Ajustes para reconciliar o prejuízo líquido ao fluxo de caixa	15.810
Depreciação e amortização	541
Juros, variações monetárias sobre empréstimos	13.821
Ajuste a valor de mercado de Swap	(2.181)
Ajuste linearização	(2.973)
Ajuste leasing - Lei 11.638	(610)
Ajuste IRPJ e CSLL - Lei 11.638 - FULL	4.854
Ajuste plano de opções outorgadas	1.723
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(2.356)
Ativo fiscal diferido - CVM 349	2.131
Resultado de equivalência patrimonial	(1.431)
Participação de minoritário resultado	2.291
Redução (aumento) dos ativos	(37.721)
Contas a receber	(11.726)
Impostos a recuperar	(7.774)
Adiantamentos a condomínio	218
Despesas antecipadas	484
Depósitos e cauções	(780)
Outros	(18.143)
Aumento (redução) dos passivos	124.304
Fornecedores	1.802
Impostos e contribuições	306
Salários e encargos sociais	5.445
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping	71.691
Adiantamento de clientes	3.144
Provisão para contingências	131
Participação de minoritários	30.097
Outros	(6.485)
Fluxo líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades operacionais	176.201
Atividades de Investimento	-
Aquisição de títulos e valores mobiliários	(416.386)
Venda de títulos e valores mobiliários	581.107
Dividendos pagos	(49.211)
Intangível	-
Propriedade para investimento	(337.457)
Fluxo líquido utilizado nas atividades de investimento	(221.947)
Atividades de Financiamento	-
Adições no ativo diferido	(2.952)
Captação de financiamentos	51.063
Amortização de financiamentos	(6.283)
Fluxo líquido gerado pelas (utilizados nas) atividades financeiras	41.827
Fluxo de caixa gerado (utilizado) no período	(3.919)
	-
Disponibilidades	-
No final do trimestre	9.656
No início do trimestre	13.575
Movimentação líquida das disponibilidades	(3.919)