

PRÊMIOS DO  ICSC PARA  
*SHOPPING CENTERS*  
DA AMÉRICA LATINA



PREMIOS DO ICSC PARA SHOPPING CENTERS  
DA AMÉRICA LATINA - 2008 FINALISTS E VENCEDORES



## PREMIAÇÃO DO ICSC PARA SHOPPING CENTERS DA AMÉRICA LATINA 2008

Prezados colegas:

Bem-vindos à cerimônia inaugural da Premiação do ICSC para Shopping Centers da América Latina!

É um verdadeiro privilégio dar-lhes pessoalmente as boas-vindas nesta noite empolgante que celebra conquistas relevantes nas categorias Projeto e Desenvolvimento de shopping centers, Marketing e Projeto de loja varejista em toda a América Latina. Essa noite promete demonstrar a paixão do nosso setor pela excelência e inovação, além de destacar maneiras novas e melhores de comercializar, desenvolver e reformar propriedades varejistas para aprimorar os ativos.

Uma merecida homenagem deve ser feita aos nossos juízes. Seu comprometimento com a manutenção dos altos padrões do setor assegura a integridade do processo de julgamento. Estamos orgulhosos do progresso alcançado este ano e ansiosamente esperamos uma evolução contínua do Programa de Prêmios do ICSC para Shopping Centers da América Latina.

As inscrições deste ano foram extraordinárias. Parabéns a todos os finalistas e aos vencedores do Prêmio de Ouro e de Prata da América Latina! Vocês continuam elevando o padrão de qualidade do nosso segmento.



**Marcelo Carvalho**, CSM, CMD  
Co-presidente e Conselheiro  
Administrativo do ICSC  
Presidente da Ancar Gestão  
Integrada de Shopping Centers



**Carlos Lecueder**, SCMD, SCSM, CLS  
Co-presidente  
Diretor  
Estudio Luis E. Lecueder

### Júri da Premiação do ICSC para Shopping Centers da América Latina 2008

**Marcelo Carvalho**, CSM, CMD  
Co-presidente e Conselheiro  
Administrativo do ICSC  
Presidente da Ancar Gestão  
Integrada de Shopping Centers  
Rio de Janeiro, Brasil

**Carlos Lecueder**, SCMD, SCSM, CLS  
Co-presidente  
Diretor  
Estudio Luis E. Lecueder  
Montevideo, Uruguai

**Ramiro Alfaro**  
Gerente Geral  
Spectrum, S.A.  
Cidade da Guatemala, Guatemala

**Ricardo Augspurg**  
Vice-presidente  
Desarrollos Inmobiliarios Comerciales  
San Salvador, El Salvador

**Mario Castro Frías**, CDP, SCSM, SCMD, CLS  
Vice-presidente  
Fondo de Valores Inmobiliarios  
Caracas, Venezuela

**Marta Penadés**  
Consultora de Marketing  
Montevideu, Uruguai

**Sônia Pessoa**  
Ancar S.A.  
Rio de Janeiro, Brasil

# 2008 LATIN AMERICAN SHOPPING CENTER AWARDS

Dear Colleagues,

Welcome to the inaugural ICSC Latin American Shopping Center Awards Ceremony!

It is a sincere privilege to personally welcome you to this exciting evening celebrating outstanding achievements in shopping center design and development, marketing and retail design throughout Latin America. This evening promises to showcase our industry's passion for excellence and innovation while highlighting new and better ways to market, develop and renovate retail properties to improve assets.

A well deserved recognition should go to our judges. Their commitment to keeping our industry standards high ensures the integrity of our judging process. We are very proud of the progress we have made this year, and look forward to the continued evolution of the ICSC Latin American Shopping Center Awards Program.

This year's entries were exceptional. Congratulations to all our finalists, Latin American Gold and Silver Award winners. You continue to raise the standard of quality in our industry.



**Marcelo Carvalho, CSM, CMD**  
Co-Chair  
ICSC Trustee  
President  
Ancar Gestão Integrada  
de Shopping Centers



**Carlos Lecueder, SCMD, SCSM, CLS**  
Co-Chair  
Director  
Estudios Luis E. Lecueder

## 2008 Latin American Shopping Center Awards Jury

**Marcelo Carvalho, CSM, CMD**  
Co-Chair  
ICSC Trustee  
President  
Ancar Gestão Integrada  
de Shopping Centers  
Rio De Janeiro, Brazil

**Carlos Lecueder, SCMD, SCSM, CLS**  
Co-Chair  
Director  
Estudio Luis E. Lecueder  
Montevideo, Uruguay

**Ramiro Alfaro**  
Gerente General  
Spectrum, S.A.  
Guatemala City, Guatemala

**Ricardo Augspurg**  
Vice President  
Desarrollos Inmobiliarios Comerciales  
San Salvador, El Salvador

**Mario Castro Frías, CDP, SCSM, SCMD, CLS**  
Vice President  
Fondo de Valores Inmobiliarios  
Caracas, Venezuela

**Marta Penadés**  
Marketing Consultant  
Montevideo, Uruguay

**Sônia Pessoa**  
Ancar S.A.  
Rio de Janeiro, Brazil



## **CATEGORIA MARKETING**

O objetivo dessa categoria é reconhecer a excelência em marketing e os programas que enriquecem os resultados financeiros de um shopping center ou de uma empresa.

## **MARKETING CATEGORY**

*Recognizes excellence in marketing programs that add to a shopping center's or company's bottom line.*

# CATEGORIA COMEMORA A EXCELÊNCIA EM EVENTOS DE SERVIÇOS PRESTADOS À COMUNIDADE, EM PROGRAMAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS E EM ESFORÇOS E INICIATIVAS ENTRE EMPRESAS

## COMMUNITY SERVICE EVENTS, PUBLIC RELATIONS PROGRAMS AND BUSINESS-TO-BUSINESS TYPE EFFORTS AND INITIATIVES



### ABC PLAZA SHOPPING

Aniversário do ABC Plaza  
Santo André, Brasil

Proprietária: Commercial Properties S/A e outros  
Administradora: Commercial Properties S/A CCPSA – Cyrela

Reconhecimento profissional:

Henrique Carvalho, Gerente Geral, Condomínio ABC Plaza Shopping  
Márcia Pacheco, Gerente de Marketing, Condomínio ABC Plaza Shopping  
Elisabeth Mantovani, Gerente Geral de Marketing, CCPSA – Cyrela Commercial Properties S/A  
Maurici de Araújo, Supervisor de Marketing, Condomínio ABC Plaza Shopping  
Fátima Santos, Coordenadora de Marketing, Condomínio ABC Plaza Shopping

Em reconhecimento aos dez anos de operação, o ABC Plaza Shopping em Santo André, Brasil, comemorou a data com campanhas promocionais e de publicidade novas e empolgantes direcionadas ao público e aos locatários do shopping, incluindo um grande show e a distribuição de um livro que relata o crescimento da cidade e do ABC Plaza Shopping. A campanha gerou um acréscimo de 10% nas vendas.

### ABC PLAZA SHOPPING

ABC Plaza Anniversary  
Santo André, Brazil

Owned by: Commercial Properties S/A, others  
Managed by: Commercial Properties S/A CCPSA – Cyrela

Professional Recognition:

Henrique Carvalho, General Manager, Condomínio ABC Plaza Shopping  
Márcia Pacheco, Marketing Manager, Condomínio ABC Plaza Shopping  
Elisabeth Mantovani, General Marketing Manager, CCPSA – Cyrela Commercial Properties S/A  
Maurici de Araújo, Marketing Supervisor, Condomínio ABC Plaza Shopping  
Fatima Santos, Marketing Coordinator, Condomínio ABC Plaza Shopping

In recognition of ten years of operation, ABC Plaza Shopping in Santo André, Brazil celebrated with exciting new advertising and promotional campaigns reaching the public and the center's tenants, including a major concert and distribution of a book that chronicles the growth of the city and ABC Plaza Shopping. The campaign generated a ten percent increase in sales.

## BARRASHOPPING

**BarraShopping: Repensando a Responsabilidade Social**  
Rio de Janeiro, Brasil

Proprietária: Multiplan, Previ, Carvalho Hosken, Fapes e Sistel  
Administradora: Multiplan

Reconhecimento profissional:

**Marcelo Martins,**  
Gerente Geral, BarraShopping  
**Silvana Conte,**  
Gerente de Marketing, BarraShopping  
**Jaqueline Bazzani,**  
Gerente de Operações, BarraShopping  
**Carlos Renato Siggelkow,**  
Gerente Financeiro, BarraShopping  
**Soraya Dias Silva,**  
Coordenadora de Recursos Humanos,  
BarraShopping

Qual é a responsabilidade do shopping em relação à comunidade? Para o BarraShopping do Rio de Janeiro, Brasil, os serviços prestados à comunidade têm sido uma ferramenta importante para atender à comunidade e encorajar uma visão positiva em relação ao shopping. A expansão do Projeto RepensaRH, um programa educacional e de aprimoramento profissional, com ações na área de assistência médica, tem sido o enfoque do BarraShopping. A ênfase acentuada no Projeto RepensaRH tem tido um impacto importante na comunidade carente local.

## MONTEVIDEO SHOPPING

**LOS 1**  
Montevidéu, Uruguai

Proprietária: Grupo de acionistas  
Administradora: Estudio Luis E. Lecueder

Reconhecimento profissional:

**Carlos A. Lecueder,**  
Presidente, Montevideo Shopping/ Estudio Luis E. Lecueder  
**Gaston Martin Valdez,**  
Gerente Geral, Montevideo Shopping/  
Estudio Luis E. Lecueder  
**Rodrigo Ferreiro,**  
Gerente de Marketing, Montevideo  
Shopping/ Estudio Luis E. Lecueder

O Montevideo Shopping, no Uruguai, lançou uma campanha direcionada a cidadãos com mais de 60 anos, chamada "LOS 1" ("Os Mais Importantes"). O grupo de afinidade da terceira idade conta com uma programação regular de publicações, eventos, promoções e descontos para criar um vínculo forte com esse importante segmento do mercado. Agora, três mil e quinhentos idosos são membros do "LOS 1", criando um grupo de apoio fiel ao Montevideo Shopping.

## BARRASHOPPING

**BarraShopping: Repensando a Responsabilidade Social**  
Rio de Janeiro, Brazil

Owned by: Multiplan, Previ, Carvalho Hosken, Fapes e Sistel  
Managed by: Multiplan

Professional Recognition:

**Marcelo Martins,**  
General Manager, BarraShopping  
**Silvana Conte,**  
Marketing Manager, BarraShopping  
**Jaqueline Bazzani,**  
Operation Manager, BarraShopping  
**Carlos Renato Siggelkow,**  
Financial Manager, BarraShopping  
**Soraya Dias Silva,**  
Human Resources Coordinator,  
BarraShopping

What responsibility does the mall have to its community? For BarraShopping in Rio de Janeiro, Brazil, community service has been an important tool in serving the community and encouraging a positive view of the center. Expanding Project Rethink, an educational, jobs development program and medical support effort has been BarraShopping's focus. The added emphasis on Project Rethink has had a major impact on the local community in need.

## MONTEVIDEO SHOPPING

**LOS 1**  
Montevideo, Uruguay

Owned by: Group of Stock Holders  
Managed by: Estudio Luis E. Lecueder

Professional Recognition:

**Carlos A. Lecueder,**  
President, Montevideo Shopping/Estudio Luis E. Lecueder  
**Gaston Martin Valdez,**  
General Manager, Montevideo Shopping/  
Estudio Luis E. Lecueder  
**Rodrigo Ferreiro,**  
Marketing Manager, Montevideo Shopping/  
Estudio Luis E. Lecueder

Uruguay's Montevideo Shopping launched a campaign designed to reach senior citizens with "LOS 1" ("The Most Important Ones"). The senior citizens affinity group uses a regular schedule of publications, events, promotions and discounts to create a strong bond with an important market segment. Thirty-five hundred seniors are now members of LOS 1, creating a loyal support group for Montevideo Shopping.

PRATA  
PRÊMIO  
SILVER AWARD



PRATA  
PRÊMIO  
SILVER AWARD





## PÁTIO BRASIL SHOPPING

Feira de Livros de Brasília  
Brasília, Brasil

Proprietária: EJB Centros Comerciais/  
Sonae Sierra  
Administradora: Sonae Sierra

Reconhecimento profissional:  
**Renato Horne,**  
Gerente de Marketing, Pátio Brasil Shopping

Preocupado com a baixa frequência do público da Feira do Livro de Brasília, o Pátio Brasil Shopping veio em socorro da Feira em 2000, transformando o evento em um marco cultural da capital brasileira. Mais de meio milhão de pessoas visitaram a feira de livros e compraram quase 450.000 livros, aumentando, também, o fluxo de visitantes e as vendas no shopping.

## PÁTIO BRASIL SHOPPING

Brasília Book Fair  
Brasília, Brazil

Owned by: EJB Centros Comerciais/  
Sonae Sierra  
Managed by: Sonae Sierra

Professional Recognition:  
**Renato Horne,**  
Marketing Manager, Pátio Brasil Shopping

Troubled by low public attendance, Pátio Brasil Shopping came to the rescue of the Brasília Book Fair in 2000, building and developing the event into a cultural landmark in Brazil's capital. More than half a million people visited the book fair, buying almost four hundred and fifty thousand books while boosting foot traffic and sales at the mall.



## PÁTIO SAVASSI

Natal do Bem – Pátio Savassi  
Belo Horizonte, Brasil

Proprietária: Multiplan Empreendimentos  
Administradora: Multiplan

Reconhecimento profissional:  
**Maria Lúcia Renault,**  
Superintendente, Pátio Savassi  
**Rejane Pelluci,**  
Gerente de Marketing, Pátio Savassi  
**Beatriz Alves,**  
Diretora de Marketing, Multiplan  
**Eduardo José de Novaes,**  
Superintendente, Multiplan  
**Eliane Felício,**  
Parceira, Espaço Comercial

O objetivo do projeto de serviços à comunidade "Natal do Bem", realizado pelo Pátio Savassi, era melhorar a relação com a comunidade local de Belo Horizonte, Brasil. Os clientes foram encorajados a doar brinquedos usados, os quais foram consertados pelo shopping center e embalados como presente para crianças pobres de um bairro vizinho. Mais de 13.000 brinquedos foram doados, enquanto que as vendas e o fluxo de visitantes aumentaram drasticamente.

## PÁTIO SAVASSI

Natal do Bem Pátio Savassi  
Belo Horizonte, Brazil

Owned by: Multiplan Empreendimentos  
Managed by: Multiplan

Professional Recognition:  
**Maria Lúcia Renault,**  
Superintendent, Pátio Savassi  
**Rejane Pelluci,**  
Marketing Manager, Pátio Savassi  
**Beatriz Alves,**  
Marketing Director, Multiplan  
**Eduardo José de Novaes,**  
Superintendent, Multiplan  
**Eliane Felício,**  
Partner, Espaço Comercial

Improving relationships with the local community of Belo Horizonte, Brazil was the goal of Pátio Savassi's community service project "Natal do Bem" ("Good Will Christmas"). Patrons were encouraged to provide used toys that the center repaired and boxed as gifts to poor children in a nearby neighborhood. More than thirteen thousand toys were donated, while both sales and foot traffic increased dramatically.



## SHOPPING NOVA AMÉRICA

Carnaval 2008  
Rio de Janeiro, Brasil

Proprietária: Ancar, Batory, Participa, PB4,  
OAK, Cia Sul  
Administradora: Ancar

Reconhecimento profissional:  
**Antônio Horácio dos Santos Júnior,**  
Diretor do Shopping  
**Mariana Carvalho,**  
Diretora de Marketing  
**Cecilia Figueiredo,**  
Gerente de Marketing  
**Daniela Todtmann,**  
Coordenadora de Marketing

O objetivo do Shopping Nova América, do Rio de Janeiro, com o projeto Carnaval 2008 era levar a maior festa do mundo das ruas para o shopping. Milhões de pessoas foram aos desfiles, desacelerando o movimento do shopping. O shopping patrocinou uma das principais escolas de samba, fornecendo entretenimento, exibindo fantasias e oferecendo aos clientes uma chance extremamente disputada de ganhar um ingresso para o desfile de carnaval, disparando um aumento nas vendas de 46%.

## TRES CRUCES

Peças de teatro na Plaza de la Bandera  
Montevideu, Uruguai

Proprietária: Gralado S.A.  
Administradora: Estudio Luis E. Lecueder

Reconhecimento profissional:  
**Carlos Alberto Lecueder,**  
Presidente, Gralado S.A.  
**Marcelo Lombardi,**  
Gerente Geral, Gralado S.A.  
**Pablo Cusnir,**  
Diretor de Marketing, Gralado S.A.  
**Pablo Cabrera,**  
Assistente de Marketing, Gralado S.A.  
**Jesica Rodriguez,**  
Assistente de Marketing, Gralado S.A.

Como parte das comemorações do Dia do Patrimônio Nacional no Uruguai, o Tres Cruces, de Montevideu, organizou um festival de teatro: "Peças de teatro na Plaza de la Bandera". Uma competição de scripts, enfocando eventos históricos locais, ofereceu prêmios aos autores, sendo que o script vencedor foi encenado nove vezes, atraindo mais de 6.000 espectadores e contando com ampla cobertura na televisão e um programa especial posterior ao evento.

## SHOPPING NOVA AMÉRICA

Carnival 2008  
Rio de Janeiro, Brazil

Owned by: Ancar, Batory, Participa, PB  
OAK, Cia Sul  
Managed by: Ancar

Professional Recognition:  
**Antonio Horacio dos Santos Júnior,**  
Shopping Director  
**Mariana Carvalho,**  
Marketing Director  
**Cecilia Figueiredo,**  
Marketing Manager  
**Daniela Todtmann,**  
Marketing Coordinator

Bringing the world's biggest party off the streets and into the mall was the goal of Rio de Janeiro's Shopping Nova América with their Carnival 2008. Millions attend the festivities, creating a slowdown in shopping. The center sponsored a top samba school, providing entertainment, costume displays and offering shoppers a highly coveted chance to win a place in a Carnival parade, sparking a sales jump of forty-six percent.

OURO  
PRÊMIO  
GOLD AWARD



## TRES CRUCES

Theater Play at Plaza de la Bandera  
Montevideo, Uruguay

Owned by: Gralado S.A.  
Managed by: Estudio Luis E. Lecueder

Professional Recognition:  
**Carlos Alberto Lecueder,**  
President, Gralado S.A.  
**Marcelo Lombardi,**  
General Manager, Gralado S.A.  
**Pablo Cusnir,**  
Marketing Chief, Gralado S.A.  
**Pablo Cabrera,**  
Marketing Assistant, Gralado S.A.  
**Jesica Rodriguez,**  
Marketing Assistant, Gralado S.A.

As part of the celebration of National Heritage day in Uruguay, Montevideo's Tres Cruces created a theater festival—"Theater Play at Plaza de la Bandera." A script contest, focusing on local historical events, offered prizes to authors, while the winning script was produced nine times, drawing more than six thousand viewers while generating extensive television coverage and a special follow-up program on the event.

OURO  
PRÊMIO  
GOLD AWARD



CATEGORIA HOMENAGEIA OS EVENTOS DE PROMOÇÃO DE VENDAS E AS INICIATIVAS DE PUBLICIDADE QUE TIVERAM IMPACTO DIRETO NAS VENDAS NO VAREJO E NO FLUXO DE VISITANTES

SALES PROMOTION EVENTS AND ADVERTISING INITIATIVES THAT DIRECTLY IMPACT RETAIL SALES AND CUSTOMER TRAFFIC



### BARRASHOPPING

BarraShopping 25 anos – Como superar uma marca?  
Rio de Janeiro, Brasil

Proprietária: Multiplan, Previ-Caixa,  
SISTEL, Carvalho Hosken  
Administradora: Multiplan

Reconhecimento profissional:  
Marcelo Martins, Gerente Geral, BarraShopping  
Silvana Conte, Gerente de Marketing, BarraShopping  
Jaqueline Bazzani, Gerente de Operações, BarraShopping  
Carlos Renato R. Siggelkow, Gerente Financeiro, BarraShopping

Nas fases boas e nas ruins, o BarraShopping permaneceu como símbolo de vizinhança e representou os melhores padrões no mundo varejista. Em comemoração ao seu 25º aniversário, o BarraShopping criou uma campanha de publicidade e uma série de eventos para confirmar seu lugar na comunidade. O ponto alto da comemoração foi a apresentação do Cirque Du Soleil, de renome internacional.



### BARRASHOPPING

BarraShopping 25 anos – Como superar uma marca?  
Rio de Janeiro, Brazil

Owned by: Multiplan, Previ-Caixa,  
SISTEL, Carvalho Hosken  
Managed by: Multiplan

Professional Recognition:  
Marcelo Martins, General Manager, BarraShopping  
Silvana Conte, Marketing Manager, BarraShopping  
Jaqueline Bazani, Operation Manager, BarraShopping  
Carlos Renato R. Siggelkow, Financial Manager, BarraShopping

Through good times and bad, BarraShopping has stood as a symbol of the neighborhood and represented the highest standards in the retail world. To celebrate their twenty-fifth anniversary, the Rio de Janeiro, Brazil center created an advertising campaign and a series of events to underscore their place in the community. The highlight of the celebration was the performance of the internationally renowned Cirque Du Soleil.



## CENTRO COMERCIAL UNICO

Madrugon  
Cali, Colômbia

Proprietária/Administradora: Centro Comercial Unico/Capitol S.A.

Reconhecimento profissional:  
**David Toledo,**  
Diretor Executivo, Unico  
**Sary Toledo,**  
Diretor de Marketing, Unico

Duas vezes ao ano, o Centro Comercial Unico, em Cali, Colômbia, revoluciona com o Madrugon, uma promoção na qual as lojas abrem às cinco da manhã e oferecem grandes descontos por cinco horas. O Madrugon só é anunciado na véspera, mas com antecedência no Mercado de Cali. Os clientes ficam ansiosos em relação ao evento, que gera uma renda excelente com custos de marketing modestos.

## CENTRO COMERCIAL UNICO

Madrugon  
Cali, Colombia

Owned/Managed by: Centro Comercial Unico/Capitol s.a.

Professional Recognition:  
**David Toledo,**  
Executive Director, Unico  
**Sary Toledo,**  
Marketing Director, Unico

Twice a year, the Centro Comercial Unico in Cali, Colombia stirs things up with The Madrugon, a promotion where stores open at five a.m. and offer deep discounts for five hours. The Madrugon is only advertised the day before, but with anticipation in the Cali Market, shoppers are eager for the event, which generates excellent income with modest marketing costs.

## CENTRO COMERCIAL Y DE NEGOCIOS ANDINO

Top Sale Andino  
Bogotá, Colômbia

Proprietária/Administradora: Centro Comercial y de Negocios Andino

Reconhecimento profissional:  
**Clara Ferro Vela,**  
Gerente Geral, Centro Comercial y de Negocios Andino  
**Adriana Marcela Garcia,**  
Gerente de Merchandising, Centro Comercial y de Negocios Andino  
**Luisa Patricia Ortiz,**  
Gerente de Comunicação, Centro Comercial y de Negocios Andino  
**Lida Constanza Cruz,**  
Assistente da Gerência, Centro Comercial y de Negocios Andino

Como os clientes de Bogotá, Colômbia, não gostam das vendas tradicionais com pequenos descontos, o Andino Mall ofereceu uma solução com o "Top Sale Andino", uma venda por um dia, com horário ampliado e descontos maiores nas marcas famosas. O shopping funcionou das 8 horas da manhã à meia-noite, criou uma grande campanha na mídia e convenceu um número recorde de locatários a participarem, levando a um aumento de 46% no fluxo de visitantes.

## CENTRO COMERCIAL Y DE NEGOCIOS ANDINO

Top Sale Andino  
Bogota, Colombia

Owned/Managed by: Centro Comercial y de Negocios Andino

Professional Recognition:  
**Clara Ferro Vela,**  
General Manager, Centro Comercial y de Negocios Andino  
**Adriana Marcela Garcia,**  
Merchandising Manager, Centro Comercial y de Negocios Andino  
**Luisa Patricia Ortiz,**  
Communications Manager, Centro Comercial y de Negocios Andino  
**Lida Constanza Cruz,**  
Management Assistant, Centro Comercial y de Negocios Andino

With shoppers in Bogota, Colombia unenthusiastic about traditional small discount sales, Andino Mall offered a solution with "Top Sale Andino," a one-day extended sale with deeper discounts on top brands. The center opened from eight a.m. to midnight, created a major media campaign, and convinced record numbers of tenants to participate, leading to a forty-six percent increase in traffic.





## FLORIPA SHOPPING

Mais clientes, melhores vendas e melhor relação com os clientes: Campanha de Natal pioneira do Floripa Shopping em 2007 Florianópolis, Brasil

Proprietária: V Gomes Participações e Plenaventura Participações  
Administradora: Aliansce Shopping Centers

Reconhecimento profissional:  
**Filipe Biscaia Demeterco**,  
Empreendedor, Floripa Shopping  
**João Vicente Gomes**,  
Empreendedor, Floripa Shopping  
**Ricardo Visco**, Diretor Região Sul,  
Aliansce Shopping Centers  
**Maurício de Sousa**,  
Presidente, Maurício de Sousa Produções  
**Edson Santos**,  
Gerente de Projetos Especiais, Maurício de Sousa Produções

Uma campanha de Natal animada foi a solução para aumentar as vendas durante as férias no Floripa Shopping, em Florianópolis, Brasil. Classificado como um "shopping para a família", o Floripa Shopping adotou decoração inovadora, campanha exclusiva na mídia, desfile pela cidade, evento de boas-vindas para Papai Noel e uma variedade de shows e de apresentações de celebridades para gerar vendas adicionais de mais de 48%.

## FLORIPA SHOPPING

*More Shoppers, Sales and Better Client Relations: Floripa Shopping's Pioneering Christmas 2007 Campaign Florianópolis, Brazil*

Owned by: V Gomes Participações e Plenaventura Participações  
Managed by: Aliansce Shopping Centers

Professional Recognition:  
**Filipe Biscaia Demeterco**,  
Developer, Floripa Shopping  
**João Vicente Gomes**,  
Developer, Floripa Shopping  
**Ricardo Visco**,  
Director Southern Region, Aliansce Shopping Centers  
**Maurício de Sousa**,  
President, Maurício de Sousa Produções  
**Edson Santos**,  
Special Projects Manager, Maurício de Sousa Produções

*A festive Christmas campaign was the key to increasing holiday sales at Floripa Shopping in Florianópolis, Brazil. Positioned as the "Family Shopping Center," Floripa incorporated innovative décor, a unique media campaign, a parade through the city, a welcome event for Santa Claus, and a variety of performances and celebrity appearances to generate additional sales of more than forty-eight percent.*



## PARKSHOPPING

ParkFashion 2008  
Brasília, Brasil

Proprietária: Multiplan, IRB, PREVI  
Administradora: Multiplan

Reconhecimento profissional:  
**Beatriz Alves**,  
Diretora de Marketing, Multiplan  
**Luiz Roberto Lacombe**,  
Gerente Geral, ParkShopping  
**Cilene Vieira**,  
Gerente de Marketing, ParkShopping

A atração do ParkShopping de Brasília é o Park Fashion 2008, uma semana de moda ao som de rock e atividades destinadas a apresentar estilistas locais e nacionais. Duas grandes tendas abrigaram desfiles de moda, palestras, workshops, exposições fotográficas, etc., que foram visitadas por mais de 15.000 clientes, com a participação de 73 marcas de varejistas, gerando uma excelente cobertura na mídia.

## PARKSHOPPING

*ParkFashion 2008  
Brasília, Brazil*

Owned by: Multiplan, IRB, PREVI  
Managed by: Multiplan

Professional Recognition:  
**Beatriz Alves**,  
Marketing Director, Multiplan  
**Luiz Roberto Lacombe**,  
General Manager, ParkShopping  
**Cilene Vieira**,  
Marketing Manager, ParkShopping

*The key for Brasília's ParkShopping is Park-Fashion 2008, a rocking week of fashion and activities designed to showcase local and national designers of Brazil. Two huge tents were the home for fashion, lectures, workshops, photography exhibits and more, attended by over 15,000 shoppers with the participation of 73 retailer brands while generating excellent media coverage.*



## MALL EL JARDÍN

### DICAS E ARTES

Quito, Equador

Proprietária: Laura Schettini de Wright  
Administradora: INVEDE

Reconhecimento profissional:  
**Soledad Garcés,**  
Gerente de Marketing, Mall El Jardín  
**Gabriela Muñoz,**  
Coordenadora de Marketing, Mall El Jardín  
**María Laura Araoz,**  
Administradora de Contas, Garwich BBDO  
**Dennis Chinchilla,**  
Diretor de Criação, Garwich BBDO  
**Ignacio Gómez,**  
Presidente, Garwich BBDO

Os estilos pop com cores fortes dos anos 50 e 60 foram a base do projeto de uma exibição permanente de tributos a artistas no Mall El Jardín, em Quito, Equador. O projeto DICAS E ARTES saudou músicos, pintores, escritores, cineastas e outros artistas em telas de tamanho exagerado, com imagens e curiosidades incomuns e pouco divulgadas. As telas geraram respostas excelentes à mídia e ajudaram a aumentar o fluxo de visitantes do shopping em mais de 10%.

## MALL EL JARDÍN

### TIPS AND ARTS

Quito, Ecuador

Owned by: Laura Schettini de Wright  
Managed by: INVEDE

Professional Recognition:  
**Soledad Garcés,**  
Marketing Manager, Mall el Jardín  
**Gabriela Muñoz,**  
Marketing Coordinator, Mall el Jardín  
**María Laura Araoz,**  
Executive of Accounts, Garwich BBDO  
**Dennis Chinchilla,**  
Creative Director, Garwich BBDO  
**Ignacio Gómez,**  
President, Garwich BBDO

Bright and colorful Pop styles of the '50's and 60's were the design key to an ongoing exhibition of tributes to artists at Quito, Ecuador's Mall El Jardin. TIPS AND ARTS saluted musicians, painters, writers, filmmakers and others in oversized displays with visual images and unusual, little-known anecdotes. The displays generated excellent media responses and helped build mall traffic by over ten percent.



## PARKSHOPPING BARIGÜI

A Importância dos Eventos na Construção da Imagem do ParkShopping Barigüi Paraná, Brasil

Proprietária/Administradora: Multiplan

Reconhecimento profissional:  
**Jacqueline Vieira de Lemos,**  
Superintendente, ParkShopping Barigüi  
**Debora Cruz,**  
Gerente de Marketing, ParkShopping Barigüi  
**Natal Adriano Coutinho,**  
Coordenador de Eventos,  
ParkShopping Barigüi

O ParkShopping Barigüi, em Curitiba, Brasil, realizou um estudo, a fim de sondar a importância dos eventos para os clientes do shopping e também pesquisar soluções inovadoras para abordar os clientes e aumentar o fluxo de visitantes. Outros shoppings regionais estavam começando a oferecer eventos e serviços similares. O ParkShopping Barigüi descobriu que os eventos eram imprescindíveis para atrair os consumidores e, em particular, as famílias da área, de modo que eventos adicionais foram incluídos no planejamento.

## PARKSHOPPING BARIGÜI

A Importância dos Eventos Na Construção de Imagem do ParkShopping Barigüi Paraná, Brazil

Owned/Managed by: Multiplan

Professional Recognition:  
**Jacqueline Vieira de Lemos,**  
Superintendente, ParkShopping Barigüi  
**Debora Cruz,**  
Gerente de Marketing, ParkShopping Barigüi  
**Natal Adriano Coutinho,**  
Coordenador de Eventos,  
ParkShopping Barigüi

ParkShopping Barigüi in Curitiba, Brazil undertook a study to explore the importance of events to the customers of the center while also searching for innovative ways to reach shoppers and increase foot traffic. Other regional malls were beginning to offer similar events and services. ParkShopping Barigüi discovered that events were key to attracting the consumers, and in particular, the families of the area, so additional events were included in their planning.





## PLAZA MUNDO

**TÁXI GRÁTIS**  
Soyapango, El Salvador

Proprietária: Desarrolladora Inmobiliaria Comercial S.A. de C.V.  
Administradora: Administradora Inmobiliaria Comercial S.A. de C.V.

Reconhecimento profissional:  
**Maria Isabel Murillo,**  
Gerente de Marketing, Plaza Mundo  
**Leon Moncada,**  
Gerente Geral, Plaza Mundo  
**Lorena De Quan,**  
Planejamento Estratégico, Funes & Asociados Publicidad

O desafio enfrentado pelo shopping em Soyapango, El Salvador, foi atrair clientes para o Plaza Mundo nas horas em que os ônibus da cidade param de circular. A solução foi oferecer transporte gratuito, usando o TÁXI GRÁTIS, uma parceria com uma empresa de táxi local que transporta os clientes até suas casas. A distribuição de 3.000 vale-táxis resultou em 15% de aumento nas vendas e gerou excelentes respostas por parte dos clientes.

## PORTONES SHOPPING CENTER

**La Navidad de los Osos**  
Montevideú, Uruguai

Proprietária: Harrison S.A.  
Administradora: Estudio Luis E. Lecueder

Reconhecimento profissional:  
**Ximena Guerrero,**  
Gerente de Marketing, Portones Shopping Center  
**Isabel Martorano,**  
Assistente de Marketing, Portones Shopping Center  
**Carlos Rodriguez,**  
Assistente de Marketing, Portones Shopping Center  
**Beatriz Porro,**  
Assistente de Marketing, Portones Shopping Center

Oitocentos ursinhos de pelúcia foram exibidos pelo Portones Shopping Center de Montevideú, Uruguai, na sua decoração de Natal. E o mais importante: os ursinhos de pelúcia foram usados para criar uma predisposição nos clientes, proporcionando às crianças um espaço interativo, onde foram fornecidos prêmios, uma foto com Papai Noel e um desenho para ganhar um ursinho. "O Natal dos Ursinhos" foi responsável por 25.000 visitas ao shopping, graças a uma promoção que reduziu os gastos com decoração e encantou os clientes.



## PLAZA MUNDO

**TÁXI GRÁTIS**  
Soyapango, El Salvador

Owned by: Desarrolladora Inmobiliaria Comercial Sa De CV  
Managed by: Administradora Inmobiliaria Comercial Sa De CV

Professional Recognition:  
**Maria Isabel Murillo,**  
Marketing Manager, Plaza Mundo  
**Leon Moncada,**  
General Manager, Plaza Mundo  
**Lorena De Quan,**  
Strategic Planning, Funes & Asociados Publicidad

Drawing shoppers to Plaza Mundo in the hours when local buses stop running was the challenge faced by the mall in Soyapango, El Salvador. Offering free transportation was the solution through TÁXI GRÁTIS, a partnership with a local taxi company that provided rides home to shoppers. Three thousand taxi tickets led to fifteen percent increases in sales and generated excellent shopper responses.

## PORTONES SHOPPING CENTER

**La Navidad de los Osos**  
Montevideo, Uruguay

Owned by: Harrison S.A.  
Managed by: Estudio Luis E. Lecueder

Professional Recognition:  
**Ximena Guerrero,**  
Marketing Manager, Portones Shopping Center  
**Isabel Martorano,**  
Marketing Assistant, Portones Shopping Center  
**Carlos Rodriguez,**  
Marketing Assistant, Portones Shopping Center  
**Beatriz Porro,**  
Marketing Assistant, Portones Shopping Center

Eight hundred teddy bears were displayed by Montevideo, Uruguay's Portones Shopping Center as Christmas décor. More importantly, the teddy bears were used to build shopper's goodwill by providing children with an interactive space where prizes, photo's with Santa, and a drawing to win a bear were provided. "A Christmas of Bears" generated twenty-five thousand visits to the center with a promotion that reduced décor budgets while delighting shoppers.





## RIBEIRÃO SHOPPING

Clubinho do Ribeirão Shopping  
Ribeirão Preto, Brasil

Proprietária: Eduardo Novaes  
Administradora: Grupo Multiplan

Reconhecimento profissional: Ribeirão Shopping  
**Marcelo Médiçi Muniz,**  
Superintendente, Ribeirão Shopping  
**Cleiton Marinsech Martins,**  
Gerente de Marketing, Ribeirão Shopping  
**Simoni Calderaro,**  
Assistente de Marketing, Ribeirão Shopping  
**Fernanda Tavares,**  
Assistente Administrativo, Ribeirão Shopping  
**Cristiane Guidini,**  
Trainee de Marketing, Ribeirão Shopping

A meta do Ribeirão Shopping, de Ribeirão Preto, Brasil, era alcançar mães e crianças, um segmento de mercado extremamente importante. Os primeiros esforços para expandir nesse segmento começaram em 2003, quando foi criado o Clubinho do Ribeirão Shopping. A fim de reforçar o posicionamento em relação aos pais e às crianças, teve início uma nova campanha promocional para aumentar a visibilidade e as inscrições no clube. A resposta foi excepcional, ultrapassando a marca de mais de 8.000 inscrições, o que representa um aumento de 15%.

## RIBEIRÃO SHOPPING

Festival de Teatro Infantil  
Ribeirão Preto, Brasil

Proprietário: Eduardo Novaes  
Administradora: Grupo Multiplan

Reconhecimento profissional:  
**Marcelo Médiçi Muniz,**  
Superintendente, Ribeirão Shopping  
**Cleiton Marinsech Martins,**  
Gerente de Marketing, Ribeirão Shopping  
**Simoni Calderaro,**  
Assistente de Marketing, Ribeirão Shopping  
**Fernanda Tavares,**  
Assistente Administrativo, Ribeirão Shopping  
**Cristiane Guidini,**  
Trainee de Marketing, Ribeirão Shopping

Durante dezessete anos, o Ribeirão Shopping de Ribeirão Preto, Brasil, organizou, anualmente, um importante evento cultural na comunidade: o Festival de Teatro Infantil. Em 2006, com o intuito de desenvolver e manter o evento, o shopping reeditou o Festival, visando priorizar as metas e as conquistas para o ano de 2007. Foi criada uma campanha promocional para aumentar o fluxo de visitantes e o público dos eventos, com o objetivo de longo prazo de estimular a produção teatral local. Como resultado, o público do Festival aumentou em mais de 7%.

## RIBEIRÃO SHOPPING

Clubinho do Ribeirão Shopping  
Ribeirão Preto, Brazil

Owned by: Eduardo Novaes  
Managed by: Grupo Multiplan

Professional Recognition: Ribeirão Shopping  
**Marcelo Médiçi Muniz,**  
Superintendent, Ribeirão Shopping  
**Cleiton Marinsech Martins,**  
Marketing Manager, Ribeirão Shopping  
**Simoni Calderaro,**  
Marketing Assistant, Ribeirão Shopping  
**Fernanda Tavares,**  
Administrative Assistant, Ribeirão Shopping  
**Cristiane Guidini,**  
Marketing Trainee, Ribeirão Shopping

Reaching mothers and children, an extremely important market segment, was the goal of Ribeirão Shopping of Ribeirão Preto, Brazil. First efforts to expand in that segment began in 2003 and Clubinho do Ribeirão Shopping (Ribeirão Shopping Club) was begun. In order to reinforce their position with parents and children, a new promotional campaign was begun to increase visibility and membership in the club. The response was exceptional, with membership climbing to more than 8,000, an increase of fifteen percent.

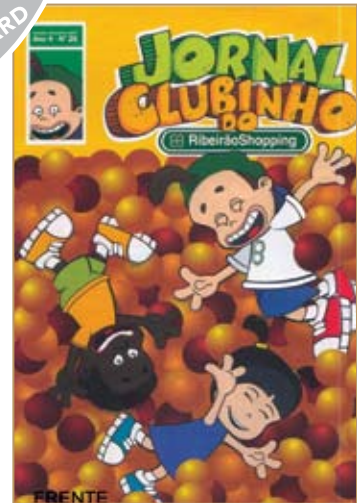
## RIBEIRÃO SHOPPING

Festival de Teatro Infantil  
Ribeirão Preto, Brazil

Owned by: Eduardo Novaes  
Managed by: Grupo Multiplan

Professional Recognition:  
**Marcelo Médiçi Muniz,**  
Superintendent, Ribeirão Shopping  
**Cleiton Marinsech Martins,**  
Marketing Manager, Ribeirão Shopping  
**Simoni Calderaro,**  
Marketing Assistant, Ribeirão Shopping  
**Fernanda Tavares,**  
Administrative Assistant, Ribeirão Shopping  
**Cristiane Guidini,**  
Marketing Trainee, Ribeirão Shopping

For seventeen years Ribeirão Shopping of Ribeirão Preto, Brazil has hosted an important cultural event in their community—the annual Festival of Children's Theatre. In order to build and sustain the event, in 2006 the center reviewed the Festival with an eye to prioritizing goals and achievements for 2007. A promotional campaign was created to increase traffic and attendance, with a long-term goal of stimulating local theatrical production. As a result, Festival attendance increased by over seven percent.





## SHOPPING ANÁLIA FRANCO

*Marketing Experiencial Aplicado às Datas do Varejo*  
São Paulo, Brasil

Proprietária: Multiplan e Grupo Anália Franco  
Administradora: Multiplan

Reconhecimento profissional:

**Fabiola Soares,**  
Gerente de Marketing, Shopping Anália Franco  
**Satomi Nanba,**  
Superintendente, Shopping Anália Franco  
**Emerson Lucas,**  
Coord. de Marketing, Shopping Anália Franco

A fim de manter e desenvolver sua posição no mercado de São Paulo, Brasil, o Shopping Anália Franco decidiu criar um banco de dados preparado por especialistas em marketing experiencial aplicado usando dados de clientes varejistas, com o intuito de aprimorar a experiência e a fidelidade dos clientes ao shopping center. Além dos limites de compra, o shopping explorou dados mais ligados ao emocional para entender melhor as necessidades dos clientes em relação a eventos promocionais do Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia dos Namorados e outras datas marcantes. Os dados continuam sendo acumulados e proporcionarão uma maior fidelidade dos clientes ao Shopping Anália Franco.

## SHOPPING ANÁLIA FRANCO

*Projeto Grandes Encontros*  
São Paulo, Brasil

Proprietária: Multiplan e Grupo Anália Franco  
Administradora: Multiplan

Reconhecimento profissional:

**Fabiola Soares,**  
Gerente de Marketing, Shopping Anália Franco  
**Satomi Nanba,**  
Superintendente, Shopping Anália Franco  
**Emerson Barros Lucas,**  
Coord. de Marketing, Shopping Anália Franco

Inaugurado em 1999, o Shopping Anália Franco em São Paulo, Brasil, criou o projeto Grandes Encontros e uma série de apresentações em andamento, realizadas por artistas brasileiros importantes, com entrada gratuita para os clientes do shopping. Depois de pesquisar as reações e os níveis de interesse dos visitantes em relação ao programa, o shopping decidiu ampliar sua oferta em 2007, o que resultou em um aumento de mais de 15% no fluxo de visitantes no Shopping Anália Franco.

## SHOPPING ANÁLIA FRANCO

*Marketing Experiencial Aplicado às Datas do Varejo*  
São Paulo, Brazil

Owned by: Multiplan e Grupo Anália Franco  
Managed by: Multiplan

Professional Recognition:

**Fabiola Soares,**  
Gerente de Marketing, Shopping Anália Franco  
**Satomi Nanba,**  
Superintendente, Shopping Anália Franco  
**Emerson Lucas,**  
Coord. De Marketing, Shopping Anália Franco

In order to maintain and build on their position in the São Paulo, Brazilian market, Shopping Anália Franco decided to create an applied experiential marketing ace base of retail customer data, with a goal of enhancing the customer experience and loyalty to the center. Beyond the financial limits of shopping, the center explored more emotional data to better understand customer needs regarding promotional events for Mother's Day, Father's Day, Valentine's Day and other holiday events. The data continues to grow, and will bring greater shopper loyalty to Shopping Anália Franco.

## SHOPPING ANÁLIA FRANCO

*Projeto Grandes Encontros*  
São Paulo, Brazil

Owned by: Multiplan e Grupo Anália Franco  
Managed by: Multiplan

Professional Recognition:

**Fabiola Soares,**  
Gerente de Marketing, Shopping Anália Franco  
**Satomi Nanba,**  
Superintendente, Shopping Anália Franco  
**Emerson Barros Lucas,**  
Coord. De Marketing, Shopping Anália Franco

Inaugurated in 1999, Shopping Anália Franco in São Paulo, Brazil created Project Great Meeting, and ongoing series of performances by important Brazilian performers, free of charge to the center's shoppers. After exploring visitor reactions and interest-levels in the program, the mall chose to expand it's offerings in 2007, which resulted in an increase of more than fifteen percent in traffic to Shopping Anália Franco.

## TERRAMALL

Mamãe e papai vão ficar loucos  
Tres Ríos, Costa Rica

Proprietária: Condominio VHC Terramall  
Administradora: Sunaloe Internacional S.A.

Reconhecimento profissional:

**Anabelle Granados G,**  
Gerente Geral, Terramall Shopping Center

**Gabriela Fonseca G,**  
Gerente de Marketing, Terramall Shopping Center

**Carmen Soto,**  
Diretora de Contas, DeMarca Advertising Company

**Oscar Stevanovich,**  
Creative Account, DeMarca Advertising Company

A criação de uma campanha única abrangendo o Dia das Mães e o Dia dos Pais ajudou o Terramall, em Tres Ríos, Costa Rica, a ampliar o reconhecimento e gerar uma maior cobertura dos eventos. A campanha “Mamãe e papai vão ficar loucos” ofereceu premiações e prêmios em dinheiro, incluindo US\$ 36.000 para gastar nas lojas do shopping, e resultou em um grande aumento no fluxo de visitantes do shopping e quase 12% de aumento nas vendas.

## TERRAMALL

Mom and Dad Will Lose Their Minds  
Tres Ríos, Costa Rica

Owned by: Condominio VHC Terramall  
Managed by: Sunaloe Internacional S.A.

Professional Recognition:

**Anabelle Granados G,**  
General Manager, Terramall Shopping Center

**Gabriela Fonseca G,**  
Marketing Manager, Terramall Shopping Center

**Carmen Soto,**  
Director Account, DeMarca Advertising Company

**Oscar Stevanovich,**  
Creative Account, DeMarca Advertising Company

Creating a single holiday campaign to cover both Mother's and Father's Day helped Terramall in Tres Rios, Costa Rica expand awareness and generate greater coverage of events. The campaign “Mom and Dad Will Lose Their Minds” offered prizes and cash gifts, including thirty-six thousand dollars to spend in mall stores, and led to big increases in mall traffic and an almost twelve percent gain in sales.



CATEGORIA RECONHECE AS CAMPANHAS RELEVANTES DE PUBLICIDADE OU MARKETING QUE APRESENTAM OU REPOSICIONAM UM SHOPPING CENTER NOVO, AMPLIADO OU REFORMADO

ADVERTISING OR MARKETING CAMPAIGNS THAT INTRODUCE OR REPOSITION A NEW, EXPANDED OR RENOVATED SHOPPING CENTER



### BARRASHOPPINGSUL

Lançamento do BarraShoppingSul  
Porto Alegre, Brasil

Proprietária/Administradora: Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

Reconhecimento profissional:

**Pedro Henrique Côrtes,**

Superintendente de Incorporação, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

**Eduardo Jose de Novaes Carvalho,**

Superintendente Geral, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

**Beatriz de Carvalho Alves,**

Superintendente Comercial, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

**Luiz Estanislau Maturano Medici,**

Superintendente Comercial, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

**Carlos Kripka, Gerente Regional, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A**

O lançamento do BarraShoppingSul promoveu uma transformação no cenário varejista de Porto Alegre, Brasil. A inauguração do novo shopping exigiu uma abordagem muito diferente daquela que seria usada no Rio de Janeiro, levando em consideração as diferenças culturais da área. E o mais importante: foi implementado um plano de comunicação que enfatizou as grandes dimensões do novo shopping e os eventos de inauguração, enfatizando o impacto financeiro do shopping. Finalmente, o BarraShoppingSul se transformou em um fenômeno varejista para clientes e também para varejistas.



### BARRASHOPPINGSUL

Lançamento do BarraShoppingSul  
Porto Alegre, Brazil

Owned/Managed by: Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

Professional Recognition:

**Pedro Henrique Côrtes,** Superintendente de Incorporação, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

**Eduardo Jose de Novaes Carvalho,** Superintendente Geral, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

**Beatriz de Carvalho Alves,** Superintendente de Marketing, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

**Luiz Estanislau Maturano Medici,** Superintendente Comercial, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

**Carlos Kripka,** Gerente Regional, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A

The launching of BarraShoppingSul brought about the transformation of the retail scene in Porto Allegre, Brazil. The inauguration of the new facility required a much different approach than might be used in Rio de Janeiro, taking into consideration the cultural differences of the area. Most importantly, a communication plan was implemented that underscored the grand scale of the new center and the opening events, emphasizing the financial impact of the center. In the end, BarraShoppingSul has become a retail phenomenon for shoppers and retailers alike.

## BH SHOPPING

**BH Shopping: Transformando-se para transformar Belo Horizonte, Brasil**

Proprietária/Administradora: Multiplan

Reconhecimento profissional:

**Durleno Rezende,**

Gerente Geral Regional, BH Shopping

**Livia Paolucci,**

Gerente de Marketing, BH Shopping

**Beatriz Alves,**

Diretora de Marketing, Multiplan

**Eduardo Novaes,**

Gerente Geral Nacional, Multiplan

O BH Shopping fez história no Brasil como primeiro shopping da Multiplan e traçou ao longo de seus 30 anos um caminho marcado pelo pioneirismo e pela inovação. O shopping de Belo Horizonte foi responsável por trazer a cultura do shopping center para Belo Horizonte pela primeira vez. O BH Shopping decidiu se renovar através da reforma e da expansão, acrescentando novos cinemas, opções de entretenimento e restaurantes para aprimorar suas instalações. Como resultado, o shopping reafirmou sua função de líder absoluto no mercado.

## CONDADO SHOPPING

**Centro Comercial El Condado S.A.  
Quito, Equador**

Proprietária: Centros Comerciales Del Ecuador C.A.

Administradora: Centro Comercial El Condado S.A.

Reconhecimento profissional:

**Marcel Scholem,**

Gerente Geral, Condado Shopping

**Patricia Jaramillo,**

Gerente de Marketing, Condado Shopping

**Catalina Chirlboga,**

Diretor de Criação, Delta Comunicaciones

**Fredy Paliz,**

Coord. de Marketing, Condado Shopping

**Valentina Teran,**

Diretor de Relações Públicas, Condado Shopping

A grandiosa campanha de inauguração do Condado Shopping em Quito, Equador, foi desenvolvida com base no tema "Tudo que você pode imaginar e mais". O shopping criou uma campanha maciça na mídia e eventos para gerar entusiasmo antes da semana da abertura, atraindo quase meio milhão de participantes. O Condado Shopping tem, em média, mais de um milhão de visitantes por mês.

## BH SHOPPING

**BH Shopping: Transformando-se para transformar Belo Horizonte, Brazil**

Owned/Managed by: Multiplan

Professional Recognition:

**Durleno Rezende,**

General Manager Regional, BH Shopping

**Livia Paolucci,**

Marketing Manager, BH Shopping

**Beatriz Alves,**

Marketing Director, Multiplan

**Eduardo Novaes,**

General Manager National, Multiplan

BH Shopping made history in Brazil as the first shopping Multiplan center and followed throughout its 30 years a path marked by pioneering and innovation. The Belo Horizonte center was responsible for bringing the culture of the shopping center to Belo Horizonte for the first time. BH Shopping decided to renew itself through renovation and expansion, adding new cinemas, entertainment and restaurants to upgrade the facility. As a result, the center has reasserted its role as the absolute leader of the market.



## CONDADO SHOPPING

**Centro Comercial El Condado S.A.  
Quito, Ecuador**

Owned by: Centros Comerciales Del Ecuador C.A.

Managed by: Centro Comercial El Condado S.A.

Professional Recognition:

**Marcel Scholem,**

General Manager, Condado Shopping

**Patricia Jaramillo,**

Marketing Manager, Condado Shopping

**Catalina Chirlboga,**

Creative Director, Delta Comunicaciones

**Fredy Paliz,**

Marketing Coordinator, Condado Shopping

**Valentina Teran,**

PR Director, Condado Shopping

The grand opening campaign of Condado Shopping in Quito, Ecuador was built on the theme "Everything You Can Imagine and More." The center created a mass media campaign and events to generate enthusiasm prior to the opening weekend, which drew nearly a half million attendees. Condado Shopping is averaging over a million visitors a month.



## CENTRO COMERCIAL UNICO

Campanha de Expansão "Doña Lilia"  
Cali, Colômbia

Proprietária/Administradora: Capitol S.A.

Reconhecimento profissional:

**David Toledo,**  
Diretor Executivo, Unico  
**Sary Toledo,**  
Diretor de Marketing, Unico

Com 40 novas lojas, o Centro Comercial Unico, em Cali, Colômbia, criou uma campanha de marketing encantadora, desenvolvida com base em uma vizinha fofqueira tradicional, "Doña Lilia", que espalhou a novidade da expansão do projeto. Retratada por atrizes profissionais, Doña Lilia fez aparições no shopping e na televisão e na rádio locais, despertando interesse e acarretando vendas 30% acima do esperado na inauguração.

## CENTRO COMERCIAL UNICO

Expansion Campaign "Doña Lilia"  
Cali, Colombia

Owned/Managed by: Capitol S.A.

Professional Recognition:

**David Toledo,**  
Executive Director, Unico  
**Sary Toledo,**  
Marketing Director, Unico

With forty new stores, Centro Comercial Unico in Cali, Colombia created a delightful marketing campaign built around a traditional gossip neighbor, "Doña Lilia," who spread the word of the project's expansion. Portrayed by professional actresses, Doña Lilia made appearances at the mall and on local television and radio, generating interest and leading to opening sales thirty percent higher than expected.



## MORUMBISHOPPING

Campanha de Expansão  
São Paulo, Brasil

Proprietária: Empreendimentos Imobiliários  
Administradora; Empreendimentos Imobiliários/  
Multiplan

Reconhecimento profissional:

**Doris Weinberg,**  
Superintendente, MorumbiShopping  
**Kátia Ardito,**  
Gerente de Marketing, MorumbiShopping  
**Beatriz Alves,**  
Diretora de Marketing, Multiplan

Com a proximidade de seu 25º aniversário, o MorumbiShopping de São Paulo, Brasil, decidiu iniciar uma campanha de expansão para modernizar sua infra-estrutura e incrementar o conforto e a atmosfera proporcionados aos clientes. Foi criada uma campanha de relações públicas para introduzir um novo mix de opções de varejo no shopping, bem como serviços e atrativos adicionais. A resposta do público em relação à expansão foi extraordinária, gerando um aumento de 25% no fluxo de visitantes.

## MORUMBISHOPPING

Campanha de Expansão  
São Paulo, Brazil

Owned by: Empreendimentos Imobiliários  
Managed by: Empreendimentos Imobiliários/  
Multiplan

Professional Recognition:

**Doris Weinberg,**  
Superintendente, MorumbiShopping  
**Kátia Ardito,**  
Gerente de Marketing, MorumbiShopping  
**Beatriz Alves,**  
Diretora de Marketing, Multiplan

Approaching their twenty-fifth anniversary, MorumbiShopping of São Paulo, Brazil decided to begin a campaign of expansion to modernize its infrastructure and add to the comfort and ambiance provided for their shoppers. A public relations campaign was created to introduce a new mix of retail options at the facility, as well as additional services and amenities. The public response to the expansion was remarkable, leading to a twenty-percent increase in foot traffic.



## MONTEVIDEO SHOPPING

Expansão do Montevideo Shopping  
Montevideu, Uruguai

Proprietária: Grupo de acionistas  
Administradora: Estudio Luis E. Lecueder

Reconhecimento profissional:  
**Carlos A. Lecueder,**  
Presidente, Estudio Luis E. Lecueder/  
Montevideo Shopping  
**Gaston Martin Valdez,**  
Gerente Geral, Estudio Luis E. Lecueder/  
Montevideo Shopping  
**Rodrigo Ferreiro,**  
Gerente de Marketing, Estudio Luis E.  
Lecueder/ Montevideo Shopping  
**Belen Farnes,**  
Assistente de Marketing, Estudio Luis E.  
Lecueder/ Montevideo Shopping  
**Carolina de Leon,**  
Assistente de Marketing, Estudio Luis E.  
Lecueder/ Montevideo Shopping

Em épocas financeiramente difíceis no Uruguai, o Montevideo Shopping sobreviveu e cresceu. Agora que a economia está melhor, a demanda crescente de novas lojas levou à expansão do primeiro shopping de Montevideu e a uma nova campanha de marketing, denominada "Completeness", para apresentar o shopping expandido. Mala direta, visitas guiadas, uma recepção de pré-lançamento e eventos no Dia da Inauguração levaram a um aumento de 23% nas vendas do shopping.

## MONTEVIDEO SHOPPING

Expansion Montevideo Shopping  
Montevideo, Uruguay

Owned by: Group of Stock Holders  
Managed by: Estudio Luis E. Lecueder

Professional Recognition:  
**Carlos A. Lecueder,**  
Presidente, Estudio Luis E. Lecueder/  
Montevideo Shopping  
**Gaston Martin Valdez,**  
General Manager, Estudio Luis E.  
Lecueder/Montevideo Shopping  
**Rodrigo Ferreiro,**  
Marketing Manager, Estudio Luis E.  
Lecueder/Montevideo Shopping  
**Belen Farnes,**  
Marketing Assistant, Estudio Luis E.  
Lecueder/Montevideo Shopping  
**Carolina de Leon,**  
Marketing Assistant, Estudio Luis E.  
Lecueder/Montevideo Shopping

Through Uruguay's difficult financial times, Montevideo Shopping has survived, and grown. Now that the economy is healthier, increased demands for new stores led to the expansion of Montevideo's premier center and a new marketing campaign—"Completeness" to introduce the expanded property. Direct mail, guided tours, a pre-opening reception and Inauguration Day events led to a twenty-three percent increase in the facility's sales.



## MALL PLAZA TREBOL

Aires de Mall Plaza  
Talcahuano, Chile

Proprietária: Grupo Plaza  
Administradora: Mall Plaza

Reconhecimento profissional:  
**Felipe Cobo,**  
Gerente de Marketing, Mall Plaza  
**Jaime Riesco,**  
Gerente de Projetos, Mall Plaza

A expansão do Mall Plaza Trebol criou um espaço de grande estilo, novo e sofisticado—Aires de Mall Plaza—para oferecer as últimas tendências da moda, do design e da tecnologia aos clientes de Concepción, Chile. Uma série de eventos de moda e de entretenimento glamorosos apresentaram a um público elitizado a nova área diferenciada, gerando um salto de 83% para 90% nos índices de aprovação dos clientes.

## MALL PLAZA TREBOL

Aires de Mall Plaza  
Talcahuano, Chile

Owned by: Grupo Plaza  
Managed by: Mall Plaza

Professional Recognition:  
**Felipe Cobo,**  
Marketing Manager, Mall Plaza  
**Jaime Riesco,**  
Project Manager, Mall Plaza

The expansion of Mall Plaza Trebol created a sophisticated new high-style space—Aires de Mall Plaza—to deliver the latest trends in fashion, design and technology to eager Concepcion, Chile shoppers. A series of glamorous entertainment and fashion events introduced an upscale audience to the distinctive new area, generating a jump from eighty-three to ninety percent in shopper approval ratings.



## **CATEGORIA VAREJO**

Essa categoria homenageia os projetos de lojas feitos por profissionais e sua contribuição para o sucesso geral do setor de varejo.

## **RETAIL CATEGORY**

*The category honors professional store design and its contribution to the overall success of the retail industry.*

## AUTO MERCADO ESCAZÚ

San Jose, Costa Rica

**Empresa:**

Auto Mercado del Oeste SA

**Arquiteto:**

Alberto Reifer & Arquitectos  
(arquiteto responsável)

**Projeto:** api (+)

**Empreiteira Geral:**

Empresa Constructore Edificar

**Tipo de estabelecimento:**

Supermercado

Com 2.400 metros quadrados, o Auto Mercado é o primeiro supermercado varejista luxuoso de San Jose, Costa Rica. Sendo parte do Centro Comercial Plaza Atlantis, o varejista procurou redefinir o projeto, de modo a ganhar destaque em relação à concorrência local. Seu design contemporâneo atraente ajudou a definir as várias áreas da loja e estabeleceu um novo padrão para o comércio varejista de alimentos na América Latina.

## AUTO MERCADO ESCAZÚ

San Jose, Costa Rica

**Company:**

Auto Mercado del Oeste SA

**Architect:**

Alberto Reifer & Arquitectos  
(architect of record)

**Designer:** api (+)

**General Contractor:**

Empresa Constructore Edificar

**Type of Merchandise:**

Supermarket

At twenty-four hundred square meters, Auto Mercado is the premier upscale food retailer in San Jose, Costa Rica. Part of the Comercial Plaza Atlantis, the retailer sought a redesign that would set it apart from the local competition. A striking contemporary design helped define the various areas of the store, while setting a new standard for commercial food retailing in Latin America.

PRATA  
PRÊMIO  
SILVER AWARD



## O BOTICÁRIO

Curitiba, Brasil

**Empresa:**

O Boticário

**Arquiteto:**

Medida Exata - Brasil

**Projeto:**

FRCH Design Worldwide - EUA

**Empreiteira Geral:**

Reveste Interiores - Brasil

**Tipo de estabelecimento:**

General Merchandise

O Boticário, com suas 2.500 lojas varejistas, é uma das maiores cadeias de perfumaria e cosméticos do mundo. Para aprimorar a experiência do comprador, foi implementada uma grande campanha de remodelagem. Uma das mais de 700 lojas já concluídas, que fica em Curitiba, Brasil, no Shopping Center Estação, é um sinal de seu sucesso, onde o design colorido levou a um aumento de 31% nas vendas.

## O BOTICÁRIO

Curitiba, Brazil

**Company:**

O Boticário

**Architect:**

Medida Exata - Brazil

**Designer:**

FRCH Design Worldwide - USA

**General Contractor:**

Reveste Interiores - Brazil

**Type of Merchandise:**

General Merchandise

O Boticário, with two-thousand five-hundred retail stores, is one of the world's largest cosmetic and perfume chain. To enhance the shopper experience, a major remodeling campaign was undertaken. One of seven hundred plus sites completed to date, the Curitiba, Brazil store at Shopping Center Estação is a sign of their success, where the colorful design has led to an increase of thirty-one percent in sales.

OURO  
PRÊMIO  
GOLD AWARD





## BOUTIQUE TELCEL SANTA FÉ

Cidade do México, México

**Empresa:**  
VIP Global Solutions  
**Arquiteto:**  
Juan Jose Sanchez Aedo Liñero  
**Projeto:**  
Arq. Alejandro Elizondo  
**Empreiteira:**  
Arquitech Constructora  
**Tipo de estabelecimento:**  
General Merchandise

Situada no Centro Comercial Santa Fé, na Cidade do México, a Boutique Telcel Santa Fé é um varejista que comercializa telefones e equipamentos tecnológicos. Para criar uma imagem "high tech" moderna, a loja utilizou um novo projeto de iluminação e materiais modernos, como redes de aço, resina com aço inoxidável cortado a laser nos mostradores e assoalho de vidro laminado para criar um cenário de vanguarda destinado a atrair os clientes para esse espaço.



## BOUTIQUE TELCEL SANTA FÉ

Mexico City, Mexico

**Company:**  
VIP Global Solutions  
**Architect:**  
Juan Jose Sanchez Aedo Liñero  
**Designer:**  
Arq. Alejandro Elizondo  
**General Contractor:**  
Arquitech Constructora  
**Type of Merchandise:**  
General Merchandise

Located in Mexico City's Centro Comercial Santa Fé, Boutique Telcel Santa Fé is a retailer of telephone and technology equipment. To create a modern, high tech image, the store utilized an updated lighting design and modern materials such as steel netting, laser-cut stainless steel resin in displays, and laminated glass floors to create an avant-garde setting designed to draw shoppers into the space.

## **CATEGORIA DESENVOLVIMENTO E PROJETO**

A categoria Desenvolvimento e Projeto reconhece propriedades varejistas pelas qualidades de seu projeto geral e pela criatividade no desenvolvimento, desde a reforma ou expansão de uma propriedade já existente até o desenho inovador de um novo projeto varejista.

## **DEVELOPMENT & DESIGN CATEGORY**

*The Development and Design category recognizes retail properties for their overall design qualities and creativity in development, through renovation or expansion of an existing property or in the innovative design of a new retail project.*

## REFORMA OU EXPANSÃO DE UM PROJETO EXISTENTE

## RENOVATION OR EXPANSION OF AN EXISTING RETAIL PROJECT



### CENTRO COMERCIAL EL TESORO

Medellin, Colômbia

Espaço varejista total: 40.000 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 107

**Proprietária/Administradora:**

Gerente Comercial Arquitectura y Concreto S.A.

**Projeto:**

Designcorp Ltd.

**Execução:**

AM Architectos

**Iluminação:**

LD Studio

**Incorporadora/Empreiteira/Empresa de Leasing e Sociedade de Financiamento:**

Gerente Comercial Arquitectura Y Concreto S.A.

O shopping center El Tesoro de Medellin, Colômbia, realizou uma expansão impressionante, construindo e dobrando o espaço varejista. A expansão foi concluída sem interromper a rotina dos comerciantes existentes, mantendo 100% de ocupação durante a construção. Foi um desafio especial, já que os espaços varejistas são vendidos, exigindo o consentimento do proprietário em caso de expansão. O projeto agregou valor à marca El Tesoro e aumentou as vendas e o fluxo de visitantes.



### CENTRO COMERCIAL EL TESORO

Medellin, Colombia

Total Retail Space: 40.000 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 107

**Owner/Management Company:**

Gerente Comercial Arquitectura Y Concreto S.A.

**Design Architect:**

Designcorp Ltd.

**Production Architect:**

AM Architectos

**Lighting Designer:**

LD Studios

**Development Company/General Contractor/Leasing Company and Finance Company:**

Gerente Comercial Arquitectura Y Concreto S.A.

Centro Comercial El Tesoro of Medellin, Colombia managed an impressive expansion of their shopping center by building up and doubling the amount of retail space. The expansion was completed without interrupting the existing merchants, retaining one hundred percent occupancy during construction, a particular challenge since retail spaces are sold, requiring owner consent for expansion. The project enhanced the El Tesoro brand while increasing traffic and sales.

## MIRAFLORES

Cidade da Guatemala, Guatemala

Espaço varejista total: 102.408 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 275

**Proprietária/Administradora:**  
Spectrum, S.A.  
**Projeto/Execução:**  
Arquitectos  
**Projeto Gráfico/Iluminação/Paisagismo:**  
Seis Arquitectos  
**Empreiteira:**  
FC Construction  
**Incorporadora:**  
Precon  
**Empresa de Leasing/Sociedade de Financiamento:**  
Spectrum, S.A.

Um marco na Guatemala, a recente expansão do Miraflores de 50.000 metros quadrados proporcionou aos clientes uma verdadeira mescla de varejo e entretenimento. Duas praças de alimentação, três elevadores panorâmicos, uma praça financeira com sete bancos, 180 lojas varejistas, além de cinemas, um carrossel e uma roda-gigante, tudo isso trouxe entusiasmo para o Miraflores, um destino escolhido pelas famílias.

## MORUMBISHOPPING

São Paulo, Brasil

Espaço varejista total: 60.176 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 477

**Proprietária:**  
Multiplan  
**Administradora:**  
Claudio Cunha / Encoplan  
**Projeto:**  
Aflalo & Gasperini Arquitetos / CDCA  
Arquitetos  
**Iluminação:**  
Theo Kondos  
**Paisagismo:**  
Gavinha  
**Empreiteira:**  
Multiplan  
**Sociedade de Financiamento:**  
Multiplan/Bndes

Uma das constantes preocupações no setor varejista é a quantidade e a disponibilidade de vagas de estacionamento. Para um grande shopping center, 3.108 vagas eram insuficientes. Assim, o shopping iniciou um estudo para avaliar os padrões do fluxo de visitantes e estabelecer o melhor fluxo possível. A expansão comportou um andar de estacionamento adicional, projetado com materiais mais interessantes e com iluminação e sinalização melhores, um ganho definitivo para os clientes do MorumbiShopping.

## MIRAFLORES

Guatemala City, Guatemala

Total Retail Space: 102.408 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 275

**Owner/Management Company:**  
Spectrum, S.A.  
**Design/Production Architects:**  
Seis Arquitectos  
**Graphic/Lighting/Landscape Designers:**  
Seis Arquitectos  
**General Contractor:**  
FC Construction  
**Development Company:**  
Precon  
**Leasing/Finance Company:**  
Spectrum, S.A.

Unique in Guatemala, Miraflores recent expansion of fifty thousand square meters has brought shoppers a true mix of retail and entertainment. Two food courts, three panoramic elevators, a financial plaza with seven banks, one hundred and eighty retail stores, as well as cinemas, a carousel, and a Ferris Wheel, all add to the excitement of Miraflores as a family destination.

## MORUMBISHOPPING

São Paulo, Brazil

Total Retail Space: 60.176 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 477

**Owner:**  
Multiplan  
**Management Company:**  
Claudio Cunha/Encoplan  
**Design Architect:**  
Aflalo & Gasperini Arquitetos/CDCA  
Arquitetos  
**Lighting Designer:**  
Theo Kondos  
**Landscape Architect:**  
Gavinha  
**General Contractor:**  
Multiplan  
**Finance Company:**  
Multiplan/Bndes

One of the constant concerns in the retail industry is the quantity and availability of parking. For a large center, the three thousand one hundred and eight spaces was tight, so the center began a study to explore traffic patterns and establish the best flow possible. The expansion allowed for an additional parking level, designed with more interesting materials and better lighting and signage, a definite improvement for the customers of MorumbiShopping.

PRATA  
PRÊMIO  
SILVER AWARD



PRATA  
PRÊMIO  
SILVER AWARD





## NORCENTER LIFESTYLE MALL

Vicente López, Argentina

Espaço varejista total: 35.763 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 78 + 12 estandes

Proprietária: Showcenter S.A.  
Administradora: Shopping Managers Group S.R.L.  
Projeto/Paisagismo: PfZ Arquitectos, Pfeifer Zurdo Arquitectos  
Execução: Daniel Wainer & Associates  
Projeto Gráfico: Grupo Berro  
Iluminação: Eli Sirlin  
Empreiteira: Socmer  
Incorporadora: Shopping Managers Group S.R.L.  
Empresa de Leasing: EG. Consulting SRL  
Sociedade de Financiamento: Showcenter S.A.

Sendo o primeiro shopping da Argentina dedicado a proporcionar a seus clientes uma gama completa de ofertas nos setores de moda e moveleiro, o Norcenter Lifestyle Mall, em Vicente López, oferece uma excelente variedade de opções de restaurantes e entretenimento, incluindo cinemas IMAX e um boliche. Com seus 138.000 metros quadrados após a expansão, o Norcenter Lifestyle Mall oferece um projeto arquitetônico atraente para os cidadãos de Vicente López.



## NORCENTER LIFESTYLE MALL

Vicente López, Argentina

Total Retail Space: 35.763 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 78 + 12 stands

Owner: Showcenter S.A.  
Management Company: Shopping Managers Group S.R.L.  
Design/Landscape Architect: PfZ Arquitectos, Pfeifer Zurdo Arquitectos  
Production: Architect Daniel Wainer & Associates  
Graphic Designer: Grupo Berro  
Lighting Designer: Eli Sirlin  
General Contractor: Socmer  
Development Company: Shopping Managers Group S.R.L.  
Leasing Company: EG. Consulting SRL  
Finance Company: Showcenter S.A.

Argentina's first mall dedicated to offering its customers a complete range of offerings in fashion and home design, Norcenter Lifestyle Mall in Vicente López offers an excellent range of dining and entertainment options, including cinemas, IMAX, and a bowling alley. The one hundred and thirty-eight thousand square meter center after expansion, Norcenter Lifestyle Mall offers striking architectural design to the citizens of Vicente López.



## NORTESHOPPING

Rio de Janeiro, Brasil

Espaço varejista total: 94.101 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 365

Proprietária: Centre Norte/Empreendimentos e Participações  
Administradora: Br Malls  
Projeto: Designcorp Ltd.  
Execução: Lindi Engenharia  
Projeto Gráfico: CLA Programação Visual  
Iluminação: LD Studio  
Paisagismo: DW Santana  
Empreiteira: Construcap  
Incorporadora: Lindi Engenharia  
Empresa de Leasing: Br Malls  
Sociedade de Financiamento: ECISA

O Pátio NorteShopping, uma expansão a céu aberto com mais de 2.970 metros quadrados, trouxe vida nova e energia ao NorteShopping do Rio de Janeiro. Os acréscimos ao shopping center incluem cinemas, restaurantes, bares, uma universidade e uma academia de ginástica, além de um grande espaço aberto e de áreas de entretenimento ímpares. O destaque desse espaço comunitário é um chafariz computadorizado com luzes LED coreografadas e jatos d'água sincronizados.

## NORTESHOPPING

Rio de Janeiro, Brazil

Total Retail Space: 94.101 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 365

Owner: Centre Norte/Empreendimentos e Partticipacoes  
Management Company: Br Malls  
Design Architect: Designcorp Ltd.  
Production Architect: Lindi Engenharia  
Graphic Designer: CLA Programação Visual  
Lighting Designer: LD Studio  
Landscape Architect: DW Santana  
General Contractor: Construcap  
Development Company: Lindi Engenharia  
Leasing Company: Br Malls  
Finance Company: ECISA

Patio NorteShopping, an open-air expansion of more than thirty-two thousand square feet has brought new life and energy to Rio de Janeiro's NorteShopping. Additions to the center include cinemas, restaurants, bars, a university and a fitness center, as well as unique open gathering and entertainment areas. The highlight of the communal space is a computerized fountain with choreographed LED lighting and synchronized jets of water.





## PÁTIO PAULISTA

São Paulo, Brasil

Espaço varejista total: 27.442 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 212

**Proprietária:**  
Brascan Shopping Centers  
**Administradora:**  
BASA  
**Projeto/Execução:**  
Julio Neves  
**Iluminação:**  
Plinio Godoy  
**Paisagismo:**  
Theo  
**Incorporadora:**  
Plaza Shopping Empreendimentos

O Shopping Paulista, um dos shoppings mais antigos do Brasil, estava abaixo do nível de exigência de sua excepcional localização em São Paulo. A decisão de expandi-lo remontou às origens do shopping e também visou ao futuro, adotando um alinhamento varejista abrangente. O nome do shopping center mudou para Pátio Paulista, voltando ao conceito de pátio. Como resultado, as vendas, o fluxo de visitantes e os aluguéis aumentaram.

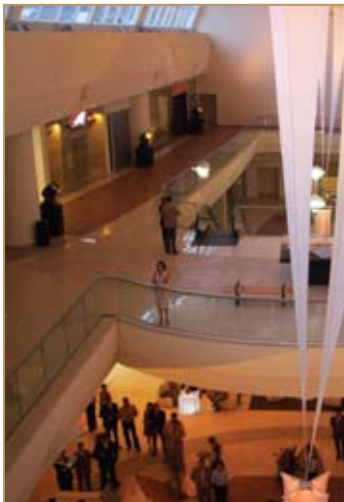
## PÁTIO PAULISTA

São Paulo, Brasil

Total Retail Space: 27.442 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 212

**Owner:**  
Brascan Shopping Centers  
**Management Company:**  
BASA  
**Design/Production Architects:**  
Julio Neves  
**Lighting Designer:**  
Plinio Godoy  
**Landscape Architect:**  
Theo  
**Development Company:**  
Plaza Shopping Empreendimentos

Shopping Paulista, one of Brazil's oldest malls, had fallen below the taste levels of its exceptional São Paulo location. The decision to expand the center looked backward in time to the origins of the mall, and forward, to an expansive retail line-up. The center name was changed to Pátio Paulista, returning to a patio concept. Sales, foot traffic and rentals have all increased as a result.



## PLAZA LAS AMÉRICAS

Morelia, México

Espaço varejista total: 111.630 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 60

**Proprietária/Administradora:**  
INGRA  
**Projeto:**  
Marco Suverville

O crescimento da população de Morelia, México, e da região levou o Plaza Las Américas a tomar uma decisão: era hora de expandir e atualizar o shopping de Morelia. A expansão do mix de varejistas e o investimento em opções de entretenimento, como cinemas e restaurantes, além da melhoria da segurança e de operações ambientais responsáveis, reafirmaram a posição do Plaza Las Américas na comunidade.

## PLAZA LAS AMERICAS

Morelia, Mexico

Total Retail Space: 111.630 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 60

**Owner/Management Company:**  
INGRA  
**Design Architect:**  
Marco Suverville

Population growth in Morelia, Mexico and the surrounding areas led Plaza Las Americas to a decision—it was time to expand, and bring shopping in Morelia up to date. Expanding the retail mix and investing in entertainment options, cinemas and restaurants, while improving security and responsible environmental operations have reasserted Plaza Las Americas position in the community.

## PONTEIO LAR SHOPPING

Belo Horizonte, Brasil

Espaço varejista total: 18.722 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 60

**Proprietária:**  
AGParticipações Ponteio Ltda.  
**Administradora:**  
AD Shopping  
**Projeto/Execução/Projeto Gráfico/Iluminação/Paisagismo:**  
Clóvis Barros  
**Empreiteira/Incorporadora:**  
Tenco Participações Ltda.

Uma forte crença no futuro do mercado varejista brasileiro levou o Ponteio Lar Shopping a dar um passo à frente e a expandir em Belo Horizonte, passando uma mensagem arquitetônica arrojada com acabamentos luxuosos. A expansão e a campanha institucional intitulada "Ponteio Lar Shopping—Sua casa precisa do quê" consolidaram a posição do shopping como líder inquestionável da região em design de móveis e eletroeletrônicos.

## SHOPPING D

São Paulo, Brasil

Espaço varejista total: 29.260 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 178

**Proprietária:**  
Cyrela, Instituto AERUS, Fundação CESP e outros  
**Administradora:**  
BRX — Administração de Shopping Centers  
**Projeto/Projeto Gráfico/Iluminação:**  
Collaço e Monteiro Arq. Associados – Arq. Roberto  
**Execução:**  
Construtora Cyrela  
**Paisagismo:**  
Benedito Abbud  
**Empreiteira:**  
Construtora Cyrela  
**Incorporadora:** Cyrela  
**Sociedade de Financiamento:**  
Shopping D

Originalmente construído em 1994 como um shopping center varejista de descontos em São Paulo, Brasil, o Shopping D respondeu ao crescimento da economia brasileira com uma expansão que o reposicionou como modelo de negócios no varejo. O acréscimo de lojas-âncora, restaurantes e 10 salas de cinema levou o Shopping D a um aumento de 40% nas vendas, permitindo a entrada do shopping no mundo varejista moderno.

## PONTEIO LAR SHOPPING

Belo Horizonte, Brazil

Total Retail Space: 18.722 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 60

**Owner:**  
AGParticipações Ponteio Ltda.  
**Management Company:**  
AD Shopping  
**Design/Production/Graphic/Lighting/Landscape Architects:**  
Clóvis Barros  
**General Contractor/Development Company:**  
Tenco Participações Ltda.

A firm belief in the future of Brazilian retail led Ponteio Lar Shopping to make a great leap forward and expand the Belo Horizonte, making a bold architectural statement utilizing upscale finishes. The expansion and an institutional campaign themed "Ponteio Lar Shopping—What Does Your House Need" solidified the center's position as the region's unquestioned leader in furniture design, electronic and electrical appliances.



## SHOPPING D

São Paulo, Brazil

Total Retail Space: 29.260 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 178

**Owner:**  
Cyrela, AERUS Institute, CESP Foundation and other  
**Management Company:**  
BRX- Administracao de Shopping Centers  
**Design/Graphic/Lighting Architects:**  
Collaço e Monteiro Arq. Associados – Arq. Roberto  
**Production Architect:**  
Construtora Cyrela  
**Landscape Architect:**  
Benedito Abbud  
**General Contractor:**  
Construtora Cyrela  
**Development Company:**  
Cyrela  
**Finance Company:**  
Shopping D

Originally built in 1994 as a discount retail center in São Paulo, Brazil, Shopping D has responded to the growth of the Brazilian economy with an expansion that repositioned the center as a model of retail business. The addition of anchor stores, restaurants and a multi-screen cinema led Shopping D to a forty percent increase in sales, bringing the center into the modern retail world.



## PROJETO E DESENVOLVIMENTO INOVADORES

## INNOVATIVE DESIGN AND DEVELOPMENT OF NEW RETAIL PROJECTS



### ALTARIA COMERCIAL

Aguascalientes, México

**Proprietária:** Constructora Aryba & O'Connor Capital Partners

**Administradora/Incorporadora/Empresa de Leasing:**

Constructora Aryba

**Projeto/Execução/Paisagismo:**

Constructora Aryba

**Projeto Gráfico/Iluminação:**

Constructora Aryba

**Sociedade de Financiamento:**

Banco Del Bajío

**Espaço varejista total:** 66.268 m<sup>2</sup>

**Número de lojas:** 136

O crescimento econômico, a excelente localização e a beleza da área fizeram de Aguascalientes, México, um local ideal para o Altaria Comercial, um shopping de moda com 6.130 metros quadrados. A construção fresca e bem iluminada oferece um projeto em harmonia com as pessoas da região, além de trabalhar para oferecer melhorias ecológicas dentro de suas instalações e nas operações de fazendas próximas, em benefício de Aguascalientes.



### ALTARIA COMERCIAL

Aguascalientes, Mexico

**Owner:**

Constructora Aryba & O'Connor Capital Partners

**Management/Development/Leasing Company:**

Constructora Aryba

**Design/Production/Landscape Architects:**

Constructora Aryba

**Graphic/Lighting Designers:**

Constructora Aryba

**Finance Company:**

Banco Del Bajío

**Total Retail Space:** 66.268 m<sup>2</sup>

**Number of Stores:** 136

Economic growth, excellent location and the beauty of the area made Aguascalientes, Mexico, an ideal site for Altaria Comercial, a fashion mall of sixty-six thousand square feet. The cool, well-lit facility offers a design in harmony with the people of the area, while working to provide ecological improvements within the facility and on adjacent farming operations to the benefit of Aguascalientes.

## CENTRO COMERCIAL PORTAL DEL PRADO

Barranquilla, Colômbia

Espaço varejista total: 33.463 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 185

**Proprietária/Administradora:**  
Portales Urbanos S.A.  
**Projeto:** Christian Heins  
**Projeto Gráfico:** Logo Sapians  
**Iluminação:** Melanio Castillo  
**Paisagismo:** Green Marin  
**Empreiteira:** D&S Namus  
**Sociedade de Financiamento:** Bancolombia

Situado no centro histórico de Barranquilla, Colômbia, o Centro Comercial Portal del Prado desfruta de uma localização ideal na comunidade, com acesso fácil a partir de todos os pontos e com importantes conexões de transporte. Seu design contemporâneo com tijolo maciço ("tijolinho") é econômico e de fácil manutenção no ambiente costeiro de Barranquilla. O mix de locatários do shopping é abrangente e exclusivo, incluindo tudo desde lojas e cinemas a uma quitanda e um lindo cassino.

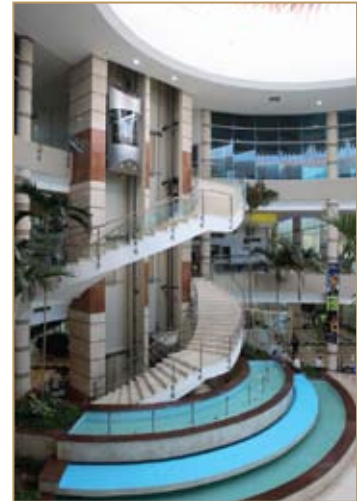
## CENTRO COMERCIAL PORTAL DEL PRADO

Barranquilla, Colombia

Total Retail Space: 33.463 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 185

**Owner/Management Company:**  
Portales Urbanos S.A.  
**Design Architect:** Christian Heins  
**Graphic Designer:** Logo Sapians  
**Lighting Designer:** Melanio Castillo  
**Landscape Architect:** Green Marin  
**General Contractor:** D&S Namus  
**Finance Company:** Bancolombia

In the historic heart of Baranquilla, Colombia, Centro Comercial Portal del Prado is positioned ideally in the community, with easy access from all points and strong transportation connections. Its contemporary brick design is cost effective and easily maintained in Baranquilla's coastal environment. Centro Comercial's blend of tenants is exhaustive and unique, with a mix that includes everything from shops and cinemas to a grocery store and beautiful casino.



## CITY MALL SAN PEDRO SULA

San Pedro Sula, Honduras

Espaço varejista total: 36.016 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 178

**Proprietária/Administradora:**  
Corporación Lady Lee  
**Projeto:** Beame Architectural Partnership  
**Execução:**  
Mario Zepeda/ Inmobiliaria Americana  
**Projeto Gráfico:**  
Redmond Schwartz Mark Design Inc.  
**Iluminação:** T. Kondos Associates  
**Paisagismo:** Mesa Design Group  
**Empreiteira:** Jesus Hernandez/Copreca S.A.  
**Incorporadora/Empresa de Leasing:**  
Corporación Lady Lee  
**Sociedade de Financiamento:**  
Banco Atlantida

Conferindo importância e sofisticação a San Pedro Sula, Honduras, o City Mall Pedro Sula é uma aquisição arquitetônica notável para o cenário varejista da América Latina. Embora seja de estilo moderno, o shopping apresenta traços da elegância do Oriente Médio, ao estilo da pátria libanesa do empreendedor. O City Mall inclui dois andares de estacionamento, três andares de lojas e um design em formato de U, e tudo em 36.000 metros quadrados de espaço varejista.

## CITY MALL SAN PEDRO SULA

San Pedro Sula, Honduras

Total Retail Space: 36.016 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 178

**Owner/Management Company:**  
Corporacion Lady Lee  
**Design Architect:**  
Beame Architectural Partnership  
**Production Architect:**  
Mario Zepeda/ Inmobiliaria Americana  
**Graphic Designer:**  
Redmond Schwartz Mark Design Inc.  
**Lighting Designer:** T. Kondos Associates  
**Landscape Architect:** Mesa Design Group  
**General Contractor:**  
Jesus Hernandez/Copreca S.A.  
**Development/Leasing Company:**  
Corporacion Lady Lee  
**Finance Company:** Banco Atlantida

Lending significance and sophistication to San Pedro Sula, Honduras, City Mall Pedro Sula is a striking architectural addition to the Latin American retail scene. While modern in style, the center offers hints of Middle Eastern elegance in the style of the developer's Lebanese homeland. City Mall includes two stories of parking, three stories of retail, and an open racetrack design, all in thirty-six thousand square meters of retail space.





## CONDADO SHOPPING

Quito, Equador

Espaço varejista total: 37.778 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 159

**Proprietária/Administradora:**  
Centro Comercial El Condado S.A.  
**Projeto:** Arrowstreet  
**Execução:** Marco Coello  
**Empreiteira:** Comtrading  
**Incorporadora/Empresa de Leasing:**  
Centro Comercial El Condado S.A.

O que torna o Condado Shopping exclusivo? Em Quito, e no Equador como um todo, você não encontrará um mix de lojas varejistas, restaurantes, praças de alimentação, jogos eletrônicos e cinemas tão intrigante quanto este. Quantos shoppings podem dizer que incluem repartições do governo municipal e cinco agências de carros com serviços de mecânica? O Condado também tem orgulho de ter um palco móvel especial na Praça Central, o qual pode subir/descer 18 metros.

## CONDADO SHOPPING

Quito, Equador

Total Retail Space: 37.778 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 159

**Owner/Management Company:**  
Centro Comercial El Condado S.A.  
**Design Architect:**  
Arrowstreet  
**Production Architect:** Marco Coello  
**General Contractor:** Comtrading  
**Development/Leasing Company:**  
Centro Comercial El Condado S.A.

What makes Condado Shopping unique? In Quito, as well as Ecuador as a whole, nowhere will you find such an intriguing mix of retail, restaurants, food court, electronic games gallery and cinemas. How many centers can claim both Municipal offices as well as five automobile dealerships with repair shops? Condado also boasts a distinctive moving stage in its Central Plaza that can rise or descend eighteen meters.

PRATA  
PRÊMIO  
SILVER AWARD



## HAYUELOS CENTRO COMERCIAL

Bogotá, Colômbia

Espaço varejista total: 120.875 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 285

**Proprietária:**  
Constructora Los Hayuelos  
**Administradora:** Amarilo S.A.  
**Projeto/Execução:**  
Konrad Brunner & Gustavo Perry Architects  
**Projeto Gráfico:** Misty Wells  
**Iluminação:** Michel Guevara  
**Paisagismo:** Grupo Verdi  
**Empreiteira:** Amarilo S.A.,  
**Incorporadora:** Amarilo S.A.  
**Empresa de Leasing/Sociedade de Financiamento:**  
BBVA

Com seu design contemporâneo em pedra e tijolo, lindos acabamentos internos e um mix excepcional de espaços varejistas e escritórios, o Hayuelos Centro Comercial é uma aquisição importante para a comunidade varejista de Bogotá, Colômbia. As instalações contam com dois andares de ofertas varejistas e dois andares de escritórios, bancos e áreas comerciais, além de um playground ao ar livre, uma praça pública e um supermercado Carrefour.

## HAYUELOS CENTRO COMERCIAL

Bogotá, Colombia

Total Retail Space: 120.875 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 285

**Owner:**  
Constructora Los Hayuelos  
**Management Company:**  
Amarilo S.A.  
**Design/Production Architects:**  
Konrad Brunner & Gustavo Perry Architects  
**Graphic Designer:** Misty Wells  
**Lighting Designer:** Michel Guevara  
**Landscape Architect:** Grupo Verdi  
**General Contractor:** Amarilo S.A.,  
**Development Company:** Amarilo S.A.  
**Leasing/Finance Company:** BBVA

With its contemporary design in stone and brick, beautiful interior finishes and exceptional mix of retail and office spaces, Hayuelos Centro Comercial is an important addition to the retail community of Bogota, Colombia. The facility features two floors of retail offerings and two floors of office, bank and business space, as well as an outdoor playground, a public plaza and a Carrefour super store.

OURO  
PRÊMIO  
GOLD AWARD

## LOS MOLINOS CENTRO COMERCIAL

Medelin, Colômbia

Espaço varejista total: 148.669 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 249

### Proprietária:

Immuebles Comerciales S.A. Techos  
Administradora: Vivienda Y Proyectos S.A.  
Projeto/Paisagismo: Designcorp Ltd.

Execução: Muros y Techos S.A.

Projeto Gráfico: 180 grades

Iluminação: LD Studio

Empreiteira: Muros y Techos S.A.

### Incorporadora:

Immuebles Comerciales S.A. Techos

### Empresa de Leasing:

Viviendas y Proyectos S.A.

### Sociedade de Financiamento:

Bancolombia Techos

O reaproveitamento criativo das instalações existentes de uma fábrica confere uma posição de destaque a Los Molinos Centro Comercial em relação a seus concorrentes varejistas de Medelin, Colômbia. A reforma de vários prédios resultou em dois espaços paralelos no shopping: um com o tema Oceano e o outro com o tema Montanhas. Clarabóias, murais e cores, tudo ajuda a definir os espaços temáticos. A transformação beneficiou a comunidade, trazendo o varejo para um novo mercado e substituindo uma fábrica poluidora por um shopping vibrante.

## MALL PLAZA ANTOFAGASTA

Antofagasta, Chile

Espaço varejista total: 165.000 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 121

### Proprietária: Grupo Plaza

Administradora: Mall Plaza

Projeto: Procorp

O Mall Plaza Antofagasta ajudou a renovar a cidade chilena litorânea de Antofagasta em termos comerciais e como destino turístico. Sendo um centro urbano com 145.000 m. quadrados construídos, a cidade oferece caminhos para pedestres, áreas verdes e parques, transformando um espaço de dez hectares de frente para o mar em uma área de uso público. Os serviços e os produtos novos na região fazem de Antofagasta um lugar melhor para se viver, graças ao shopping.

## LOS MOLINOS CENTRO COMERCIAL

Medelin, Colômbia

Total Retail Space: 148.669 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 249

Owner: Immuebles Comerciales S.A. Techos  
Management Company:

Vivienda Y Proeyctos S.A.,  
Design/Landscape Architects:  
Designcorp Ltd.

Production Architect: Muros y Techos S.A.

Graphic Designer: 180 grades

Lighting Designer: LD Studio

General Contractor: Muros y Techos S.A.

Development Company:

Immuebles Comerciales S.A. Techos

Leasing Company: Viviendas y Proyectos S.A.

Finance Company: Bancolombia Techos

The creative reuse of existing factory buildings sets Los Molinos Centro Comercial apart from its retail competitors in Medellin, Colombia. The multi-building renovation resulted in two parallel mall spaces, one ocean-themed, the other celebrating the mountains. Skylights, murals, and colors all help to define the themed spaces. The conversion benefited the community by bringing retail to a new market while replacing a polluting factory with a vibrant mall.



## MALL PLAZA ANTOFAGASTA

Antofagasta, Chile

Total Retail Space: 165.000 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 121

Owner: Grupo Plaza

Management Company: Mall Plaza

Design Architect: Procorp

Mall Plaza Antofagasta has helped renew the seaside Chilean city commercially and as a tourist destination. An urban center with one hundred and forty five thousand square meters of construction, it offers pedestrian walks, green areas and park spaces, turning ten hectares of ocean front space to public use. Services and products new to the region make Antofagasta a better place to live, thanks to the mall.





## PALMAS 530

Cidade do México, México

Espaço varejista total: 2.270 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 11

Proprietária: Vidarq  
Projeto: Juan Jose Sanchez Aedo Liñero  
Execução: Alejandro Elizondo Martinez

No mercado varejista desafiador da Cidade do México, o shopping Palmas 530 destacou-se de seus concorrentes com um design arquitetônico estonteante. O shopping dá destaque a uma grande caixa de vidro como ponto de entrada, cujo acesso é feito por uma ponte iluminada. O uso notável das luzes e das cores se destaca tanto à luz do dia quanto de noite.

## PALMAS 530

Mexico City, Mexico

Total Retail Space: 2.270 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 11

Owner: Vidarq  
Arq. David Jasqui Roffe/Arq. Abraham Cherem Cassab  
Design Architect:  
Juan Jose Sanchez Aedo  
Production Architect:  
Alejandro Elizondo Martinez

*In the challenging Mexico City retail market, Palmas 530 has separated itself from its competitors with a stunning architectural design. The center features a large crystal box as the entrance point to the mall, accessed through a light bridge. The striking use of light and color stands out in daylight as well as at night.*



## PARQUE TEZONTLE

Cidade do México, México

Espaço varejista total: 89.271 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 243

Proprietária/Administradora/Incorporadora/  
Sociedade de Financiamento:  
Grupo Danhos  
Projeto:  
Grupo Arquitech – Juan José Sánchez Aedo  
Execução:  
Grupo Arquitech- Alejandro Viniegra  
Iluminação:  
Depro Iluminación  
Empreiteira:  
Grupo Danhos  
Empresa de Leasing:  
Grupo Arquitech- Arquitech Comercial

Localizado em um bairro residencial de alta densidade demográfica na Cidade do México, México, a localização incomum do Parque Tezontle exigiu a criação de uma pequena fachada como ponto de entrada principal, seguida de um longo corredor com laterais ocupadas por locatários-âncora, conduzindo a uma área do shopping mais espaçosa e aberta. A área urbana exigiu um mix de lojas varejistas, restaurantes, entretenimento e cinemas, oferecidos pelo Parque Tezontle

## PARQUE TEZONTLE

Mexico City, Mexico

Total Retail Space: 89.271 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 243

Owner/Management/Development/  
Finance Company:  
Grupo Danhos  
Design Architect:  
Grupo Arquitech – Juan José Sánchez Aedo  
Production Architect:  
Grupo Arquitech- Alejandro Viniegra  
Lighting Designer:  
Depro Iluminación  
General Contractor:  
Grupo Danhos  
Leasing Company:  
Grupo Arquitech- Arquitech Comercial

*Located in a high-density residential neighborhood in Mexico City, Mexico, Parque Tezontle's unusual site required creating a small façade as the main entrance point, with a long hallway flanked by anchor tenants, leading to a more open, spacious mall area. The urban neighborhood demanded a mix of retail, restaurants, entertainment and cinemas, which Parque Tezontle provides.*

## PALMAS 810

Cidade do México, México

Espaço varejista total: 2.987 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 6

Proprietária: Vidarq  
Arq. David Jasqui Roffe/Arq.  
Abraham Cherem Cassab  
Projeto: Juan Jose Sanchez Aedo Liñero  
Execução: Alejandro Elizondo Martinez

Localizado em uma das áreas mais cobiçadas da Cidade do México, o Palmas 810 é uma propriedade de esquina criada como um cubo de vidro perfeito. Sendo um shopping center de estilo de vida construído em quatro andares, com um mix de lojas varejistas, restaurantes, bares e áreas de entretenimento, esse shopping conta com quatro níveis de estacionamento subterrâneo. Uma cobertura de vidro em formato de "U" lhe confere uma aparência elegante no cenário urbano.

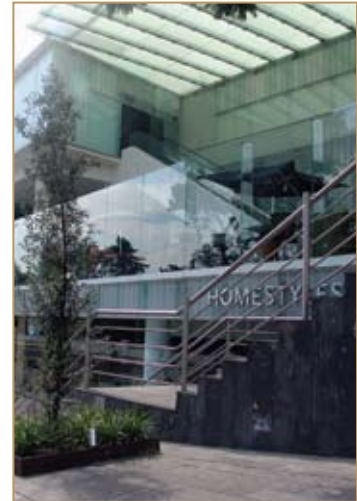
## PALMAS 810

Mexico City, Mexico

Total Retail Space: 2987 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 6

Owner: Vidarq  
Arq. David Jasqui Roffe/Arq.  
Abraham Cherem Cassab  
Design Architect:  
Juan Jose Sanchez Aedo  
Production Architect:  
Alejandro Elizondo Martinez

Located in one of Mexico City's most desirable neighborhoods, Palmas 810 is a corner property created as a perfect crystal cube. A lifestyle mall built on four levels with a mix of retail, restaurants, bars and entertainment areas, the center features four below ground levels of parking. A "u-glass" skin adds an elegant appearance in the urban setting.



## SALVADOR SHOPPING

Salvador, Brazil

Espaço varejista total: 55.071 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 227

Proprietária: JCPM  
Administradora:  
Salvador Gestão e Empreendimentos Ltda.  
Projeto/ Execução:  
André Sá e Francisco Mota Arquitetos  
Projeto Gráfico:  
André Sá e Francisco Mota Arquitetos  
Iluminação:  
Theo Kondos  
Paisagismo:  
Benedito Abbud Arquitetura Paisagistica  
Empreiteira: JCPM  
Incorporadora:  
Construtora Andrade Mendonca  
Empresa de Leasing:  
Conshopping/Saphyr  
Sociedade de Financiamento:  
JCPM/Banco do Nordeste do Brasil BNB

Um design arquitetônico audacioso, a tecnologia de iluminação aliada à criatividade e uma linda paisagem contribuíram para o impacto positivo do Salvador Shopping em Salvador, Brasil. O shopping de três andares utiliza elevadores panorâmicos, escadas rolantes e esteiras rolantes para transportar os visitantes entre todos os andares, de um pátio interno do andar inferior para os cinemas, um parque de diversões e uma praça de alimentação no andar superior.

## SALVADOR SHOPPING

Salvador, Brazil

Total Retail Space: 55.071 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 227

Owner: JCPM  
Management Company:  
Salvador Gestão e Empreendimentos Ltda.  
Design/Production Architects:  
André Sá e Francisco Mota Arquitetos  
Graphic Designer:  
André Sá e Francisco Mota Arquitetos  
Lighting Designer:  
Theo Kondos  
Landscape Architect:  
Benedito Abbud Arquitetura Paisagistica  
General Contractor: JCPM  
Development Company:  
Construtora Andrade Mendonca  
Leasing Company:  
Conshopping/Saphyr  
Finance Company:  
JCPM/Banco do Nordeste do Brasil BNB

A daring architectural design, inspired lighting technology and beautiful landscaping all contribute to the positive impact of Salvador Shopping in Salvador, Brazil. The three-story center uses panoramic elevators, escalators and moving walkways to move visitors through all levels, from an inner courtyard on the lowest level to cinemas, an amusement park and a food court at top.





## SAMBIL BARQUISIMETO

Barquisimeto, Venezuela

Total Retail Space: 72.133 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 294

**Owner/Development/Leasing Company:**  
Constructora Sambil  
**Management Company:**  
Administradora Sambil Barquisimeto

**Design/Production Architects:**  
David Gabay

**Graphic Designer:**  
Mall Advertising

**Lighting Designer:**  
Conrado Cifuentes

**Landscape Architect:**  
Isiat Madrid

**General Contractor:**  
Constructora Cabaleiros

Reinforcing the recognition of Barquisimeto as the musical capitol of Venezuela, Sambil Barquisimeto took as its design inspiration the shape of the Cuatro, a local guitar-like instrument. The spectacular modern design includes a dramatic central food court with an area of cafes and seating with a sculptural metallic structure supporting tented-canvas covers that seem to float over the area.

## SAMBIL BARQUISIMETO

Barquisimeto, Venezuela

Espaço varejista total: 72.133 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 294

**Proprietária/Incorporada/Empresa de Leasing:**  
Constructora Sambil  
**Administradora:**  
Administradora Sambil Barquisimeto

**Projeto/Execução:**  
David Gabay

**Projeto Gráfico:**  
Mall Advertising

**Iluminação:**  
Conrado Cifuentes

**Paisagismo:**  
Isiat Madrid

**Empreiteira:**  
Constructora Cabaleiros

Reinforcing the recognition of Barquisimeto as the musical capitol of Venezuela, Sambil Barquisimeto took as its design inspiration the shape of the Cuatro, a local guitar-like instrument. The spectacular modern design includes a dramatic central food court with an area of cafes and seating with a sculptural metallic structure supporting tented-canvas covers that seem to float over the area.

PRATA  
PRÊMIO  
SILVER AWARD

## SAN LUIS SHOPPING

Quito, Equador

Espaço varejista total: 42.172 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 130

**Proprietária:**  
Centro Comercial Los Chillos CCCH S.A.  
**Administradora/Incorporadora/ Empresa de Leasing:**  
DK Management Services S.A.

**Projeto:**  
John Clark, Michel Deller, Guillermo Lopez

**Execução/Paisagismo:**  
Ekron Construcciones S.A.

**Projeto Gráfico/Iluminação:**  
Ekron Construcciones S.A.

**Empreiteira:**  
Ekron Construcciones S.A.

Situado no Valle de Los Chillos, próximo à capital do Equador, Quito, o San Luis Shopping é um exercício de respeito à história arquitetônica e à cultura da comunidade. O projeto inclui grandes muros de fazendas andinas, utensílios de ferro forjados à mão e muitos elementos decorativos que combinariam com os antepassados dos atuais clientes. O San Luis Shopping está inovando no projeto do shopping, misturando o histórico e o moderno.

## SAN LUIS SHOPPING

Quito, Equador

Total Retail Space: 42.172 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 130

**Owner:**  
Centro Comercial Los Chillos CCCH S.A.  
**Management/Development Leasing Company:**  
DK Management Services S.A.

**Design Architect:**  
John Clark, Michel Deller, Guillermo Lopez

**Production/Landscape Architect:**  
Ekron Construcciones S.A.

**Graphic/Lighting Designers:**  
Ekron Construcciones S.A.

**General Contractor:**  
Ekron Construcciones S.A.

Found in the Los Chillos Valley near Ecuador's capitol Quito, San Luis Shopping is an exercise in respecting the architectural history and culture of the community. The design includes the wide walls of Andean haciendas, hand-forged ironwork and many decorative elements that would resonate with the elders of today's shoppers. San Luis Shopping is breaking new ground in mall design with a blend of the historic and the modern.

OURO  
PRÊMIO  
GOLD AWARD

## TRIANGULO LAS ANIMAS

Puebla, Mexico

Espaço varejista total: 9.534 m<sup>2</sup>  
Número de lojas: 61

**Proprietária:**  
Proyectos Nuevo Siglo  
**Administradora :**  
Administración Y Servicios Nuevo Siglo  
**Projeto/Execução:**  
Gva & Asociados  
**Projeto Gráfico:**  
Idee  
**Iluminação:**  
Luis Lozoya  
**Paisagismo:**  
Peridian De Mexico  
**Empreiteira:**  
Proyectos Nuevo Siglo  
**Sociedade de Financiamento:**  
Fundación Jenkins

Triángulo Los Ánimas traz um projeto arquitetônico de vanguarda e inovador para o cenário urbano de Puebla, no México. O complexo de uso misto inclui um shopping center, uma torre comercial e uma torre de hotel de padrão executivo. As duas torres têm vista para os vulcões e os pontos históricos da região, criando um elo entre as culturas de Puebla e, ao mesmo tempo, celebrando um acréscimo moderno à paisagem.



## TRIANGULO LAS ANIMAS

Puebla, Mexico

Total Retail Space: 19.534 m<sup>2</sup>  
Number of Stores: 61

**Owner:**  
Proyectos Nuevo Siglo  
**Management Company :**  
Administracion Y Servicios Nuevo Siglo  
**Design/Production Architects:**  
Gva & Asociados  
**Graphic Designer:**  
Idee  
**Lighting Designer:**  
Luis Lozoya  
**Landscape Architect:**  
Peridian De Mexico  
**General Contractor:**  
Proyectos Nuevo Siglo  
**Finance Company:**  
Fundacion Jenkins

Triagulo Los Animas brings an innovative, avant-garde architectural design to its urban setting in Puebla, Mexico. The mixed-use complex includes a shopping center, an office tower and a business-class hotel tower. Both towers share views of local volcanoes and historic sites of the area, creating a bond between the cultures of Puebla while celebrating a modern addition to the landscape.

ICSC  
*LATIN AMERICAN*  
SHOPPING CENTER AWARDS



ICSC LATIN AMERICAN SHOPPING CENTER AWARDS  
2008 WINNERS & FINALISTS