



Relatório Anual **2009** *Annual Report*

Sobre o Relatório

Comprometida com a transparência no relacionamento com os *stakeholders*, a Cyrela Brazil Realty elabora e divulga seu Relatório Anual desde 2006 – exceção feita a 2008 –, com os resultados e indicadores apurados no exercício anterior. Esta publicação, portanto, refere-se a 2009. Além de informar sobre as atividades e o desempenho da companhia, ela revela as práticas na busca da perenidade dos negócios. Quatro termos simbolizam os valores, a força e a trajetória da Cyrela e traduzem sua característica de ter foco em atitudes: Realizamos, Valorizamos, Construímos e Entregamos. Isso porque, por meio de REALIZAÇÕES inovadoras e responsáveis, a companhia CONSTRUIU um nome respeitado e se tornou sinônimo de qualidade e solidez. Também VALORIZA os bairros onde atua e a vida das pessoas por meio de melhorias urbanas, cuidados com o ambiente, economia de materiais, gestão de resíduos e manutenção de projetos sociais. Com mais de 180 canteiros de obras em andamento, a empresa está presente em 16 estados e 64 cidades brasileiras, e também em Buenos Aires, na Argentina, e em Montevidéu, no Uruguai, onde ENTREGA lares aos clientes, sempre pautada por uma conduta ética.

Todas as informações apresentadas neste Relatório foram apuradas em entrevistas com executivos e validadas pela equipe de Relações com Investidores quanto à relevância, à qualidade e à precisão. Os resultados operacionais e econômico-financeiros abrangem todas as operações no Brasil e no exterior. As práticas contábeis para a elaboração das Demonstrações Financeiras seguem as normas adotadas no Brasil, de acordo com as leis 6.404/76 e 11.638/07 e as alterações introduzidas pela Medida Provisória 449/08, e foram auditadas pela Terco Grant Thornton.

Os dados ambientais, sociais e relacionados aos funcionários, fornecedores e clientes não são auditados. Em relação à última publicação, houve acréscimo de capítulos com informações sobre recursos humanos e ações socioambientais. Além disso, foram aprofundadas as informações quanto à estratégia, aos processos e às tecnologias adotados pela companhia, que são diretamente responsáveis pelo seu desempenho.

Para esclarecimentos e/ou sugestões relativos ao conteúdo deste documento, a Cyrela mantém os seguintes canais: site www.cyrela.com.br/ri, e-mail da equipe de Relações com Investidores (ri@cyrela.com.br) e o telefone (55 11 4502-3153).

About the Report

Cyrela Brazil Realty has long been committed to the transparency in the relationship with its stakeholders, and in line with the best disclosure practices the Company has been preparing and disclosing its Annual Report since 2006 – except for 2008 – which displays the results and indicators recorded in the previous year. Thus, this issue relates to the year of 2009. The Annual Report reveals the Company's practices that aim at preserving the perpetuity of its operations, besides informing of the year's activities and performance. "We Accomplish, Value, Build and Deliver" – that is the Company's motto that guides its values, strength and development, as well as translates its essence to focus on proactive attitudes. Through innovative and responsible ACCOMPLISHMENTS the Company has BUILT a reputable brand name and has become a benchmark for quality and soundness. It also VALUES the regions where it operates and the people's lives through urban improvements, environmental care, saving of materials, waste management, and maintenance of social projects. At present, the Company holds over 180 construction sites in progress, and is present in 16 states and 66 cities in Brazil, as well as in Buenos Aires, Argentina, and Montevideo, Uruguay, where it DELIVERS homes to its customers, always guided by an ethical conduct.

All information presented in this Report have been gathered during interviews with the Company's executives and validated by the Investor Relations team with regard to relevance, quality, and accuracy. The operational, economic and financial results cover all operations both in Brazil and abroad. The Financial statements have been prepared according to the accounting principles adopted in Brazil, in compliance with the laws 6,404/76 and 11,638/07 and the amendments introduced by Provisional Measure 449/08, and have been audited by Terco Grant Thornton.

The social and environmental data related to employees, suppliers, and clients have not been audited. In comparison with the latest issue, there has been an inclusion of new chapters containing information on human resources and social-environmental actions. Moreover, information on the Company's strategies, processes, and technologies have been deepened, which directly influence its performance.

For clarification and/or suggestions regarding the content in this Report, Cyrela keeps the following channels: website www.cyrela.com.br/ri, Investor Relations team's e-mail (ri@cyrela.com.br) and telephone number (55 11 4502-3153).

Perfil

A Cyrela Brazil Realty é a maior incorporadora de imóveis residenciais da América Latina. Ao longo de sua história, iniciada há cinco décadas, conquistou mais de 50 mil clientes e entregou mais de 30 mil lares. Com estrutura verticalizada, que abrange todas as etapas do processo de incorporação, vendas, construção e serviços, atende a diferentes segmentos econômicos. Também amplia gradual e estrategicamente sua presença em todas as regiões do País, com atuação em 64 cidades de 16 estados – que respondem por 90,5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional –, em Buenos Aires, na Argentina, e em Montevideú, no Uruguai.

Sediada em São Paulo, a companhia mantém escritórios em todas as regiões do País, de onde conduz suas operações de forma independente ou por meio de *joint ventures* e parcerias com empresas locais. Para responder pelos imóveis destinados às camadas populares, a Cyrela criou a Living Construtora.

Em 2009, lançou 91 empreendimentos com Valor Geral de Vendas (VGV) de R\$ 5,7 bilhões e encerrou o período com 180 canteiros de obras em andamento e a entrega de mais de 7 mil unidades. As vendas contratadas atingiram R\$ 5,2 bilhões. A receita líquida consolidada foi de R\$ 4,1 bilhões; o EBITDA atingiu R\$ 911,3 milhões;

e o lucro líquido alcançou R\$ 729,3 milhões. Já os ativos somaram no ano R\$ 10,6 bilhões e o patrimônio líquido chegou a R\$ 3,9 bilhões.

Possui também equipes de vendas próprias – Seller para a Cyrela e Selling para a Living Construtora. Na área de serviços, atua com as marcas Facilities, focada na oferta de serviços *pay-per-use*, e Classic Home, estabelecida em 2009 para atender a condomínios residenciais de alto padrão.

A empresa negocia ações na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa) desde 2005 sob o código CYRE3 e está listada no Novo Mercado, que reúne as organizações comprometidas com o mais alto grau de governança corporativa. Seu capital social é constituído somente por ações ordinárias e, ao final de 2009, seu valor de mercado era de R\$ 10,3 bilhões – 216% maior que ao final de 2008 –, com *free float* de 64,5%.

Atualmente, a Cyrela emprega 1,5 mil funcionários diretos contabilizando suas *joint ventures*. Todos os profissionais são treinados de acordo com a cultura corporativa para a identificação de líderes comprometidos com a continuidade de sua trajetória de sucesso e perpetuação.

Corporate Profile

Cyrela Brazil Realty is the largest residential real estate developer in Latin America. It holds a track record of 50 years of history, and has provided services to over 50,000 clients and delivered over 30,000 homes. Cyrela has operations in all income segments, vertically integrated project development, construction, sales and services. It has been gradually and strategically broadened its presence in all regions of the country. It currently operates in 66 cities in 16 states – which account for 90.5% of Brazil's Gross Domestic Product (GDP), as well as in Buenos Aires, Argentina, and Montevideo, Uruguay.

Cyrela is headquartered in the city of São Paulo, and holds offices in all regions of the country, from where it performs its operations in an independent way or through joint ventures and partnerships with local companies. Living Construtora was created to concentrate on the development of more popular and economic real estate.

The overall launches in 2009 involving 91 projects totaled Potential Sales Value (PSV) of R\$ 5.7 billion, and closed the year with 180 construction sites in progress and delivered over 7,000 units. Pre-sales came to R\$ 5.2 billion. Consolidated net revenues amounted to R\$ 4.1 billion; EBITDA totaled R\$ 911.3 million; and net income was

R\$ 729.3 million. At the end of 2009, total assets were R\$ 10.6 billion and shareholders' equity reached R\$ 3.9 billion.

The Company also holds its own in-house sales teams – Seller for Cyrela and Selling for Living Construtora. In the services business area, it operates through the brands Facilities, focused on the offer of pay-per-use services, and Classic Home, established in 2009 to service the large residential development category.

Cyrela's shares have been listed at the BM&FBOVESPA since 2005 under the ticker code CYRE3, and has adhered to BM&FBOVESPA's Novo Mercado, which groups the corporations that are committed to the highest level of corporate governance practices. Its capital stock is comprised by only common stocks. At the end of 2009 its market capitalization totaled R\$ 10.3 billion – up 216% year-over-year, with a free float of 64.5 %.

Currently, Cyrela has 1,500 direct employees, including its joint ventures. All professionals are trained according to the corporate culture for the identification of leaders who are committed to the continuity of its track record of success and longevity.

Principais Indicadores *Main Indicators*

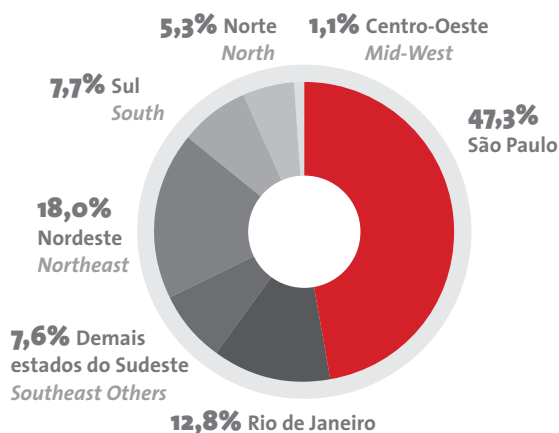
Valor Geral de Vendas (VGV)
Lançado (R\$ bilhões – 100%)
Launched PSV (R\$ billion – 100%)



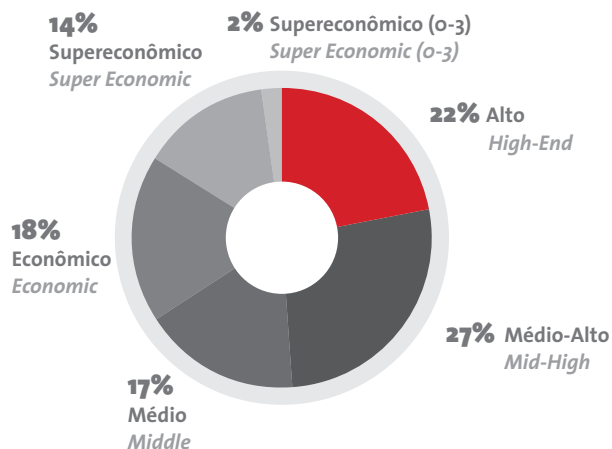
Vendas Totais Contratadas (R\$ bilhões)
Pre-Sales Contracts (R\$ billion)



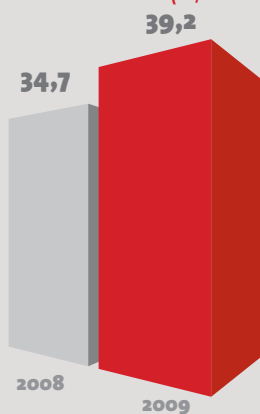
Lançamentos por Região (2009 em %)
Launches by Region (2009 - %)



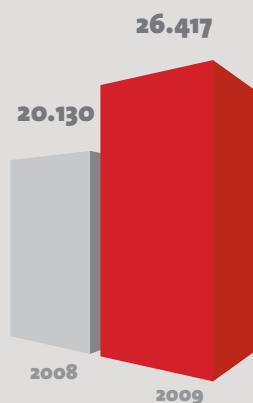
Vendas Contratadas por Segmento (2009 em %)
Pre-Sales by Segment (2009 - %)



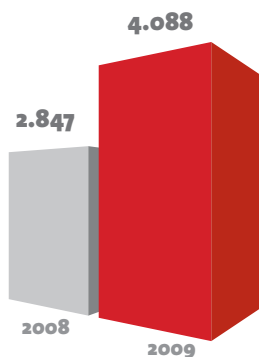
Valor Geral de Vendas (VGV)
de Terrenos (R\$ bilhões)
Landbank PSV (R\$ billion)



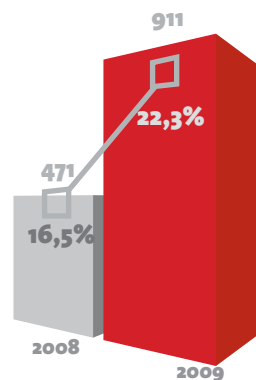
Unidades Lançadas
Units Launched



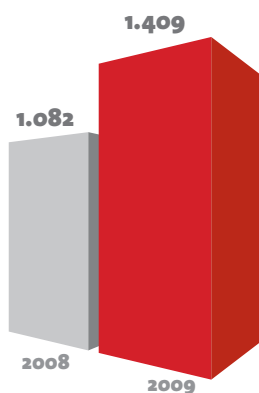
Receita Líquida (R\$ milhões)
Net Revenue (R\$ million)



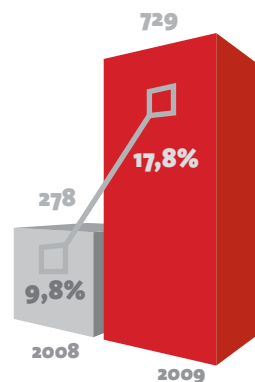
EBTIDA (R\$ milhões) e Margem EBTIDA(%)
EBTIDA (R\$ million) and EBTIDA Margin (%)



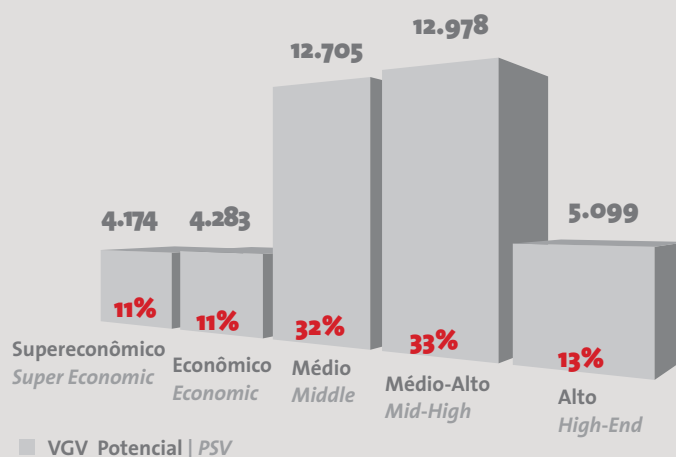
Lucro Bruto (R\$ milhões)
Gross Profit (R\$ million)



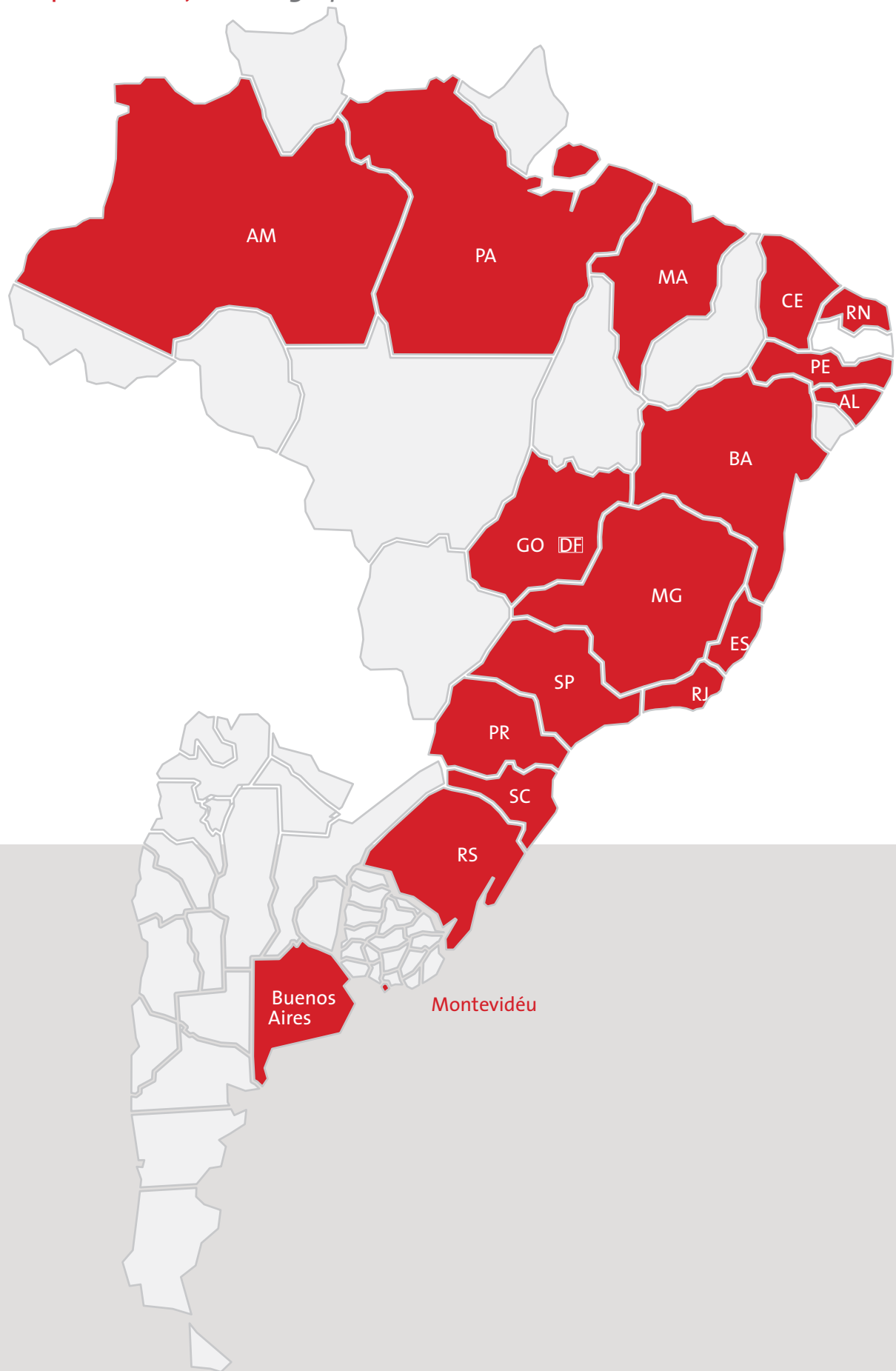
Lucro Líquido (R\$ milhões)
Net Income (R\$ million)



Estoque de Terreno 100% (4To9 - R\$ milhões)
Landbank 100% (4Qo9 - R\$ million)



Mapa de atuação *Geographic Presence*





Relatório Anual 2009 *Annual Report*

Índice

04	Mensagem do Presidente
08	Estratégia, Modelo e Etapas de Negócios
16	Governança Corporativa
20	Ativos Intangíveis
26	Desempenho Operacional
36	Desempenho Econômico-Financeiro
44	Mercado de Ações
46	Perspectivas
50	Gestão de Pessoas
60	Comunidade
62	Fornecedores
64	Clientes
68	Meio Ambiente
72	Lançamentos 2009
75	Demonstrações Financeiras
89	Informações Corporativas

Contents

06	<i>Message from the Chairman</i>
08	<i>Strategy, Business Model and Business Stages</i>
16	<i>Corporate Governance</i>
20	<i>Intangible Assets</i>
26	<i>Operational Performance</i>
36	<i>Economic and Financial Performance</i>
44	<i>Stock Market</i>
46	<i>Outlook</i>
50	<i>People Management</i>
60	<i>Community</i>
62	<i>Suppliers</i>
64	<i>Clients</i>
68	<i>The Environment</i>
72	<i>Launches in 2009</i>
81	<i>Financial Statements</i>
89	<i>Corporate Information</i>





Perspectiva ilustrada – parque privado do NovAmérica – São Paulo - SP
Illustrated perspective - private park of NovAmérica – São Paulo - SP

Mensagem do Presidente

Completamos 50 anos de atividades com vários motivos para comemorar e planejando o futuro. Os resultados que acumulamos em 2009 – ano ainda marcado pela crise financeira internacional – reforçam nosso otimismo em relação ao mercado brasileiro de imóveis, assim como a crença de que adotamos a estratégia correta para manter nossa solidez. Fechamos o ano com lucro líquido recorde, de R\$ 729,3 milhões. Superamos nossas melhores expectativas em relação ao valor dos nossos lançamentos – que chegou a R\$ 5,7 bilhões – e em vendas contratadas, que somaram R\$ 5,2 bilhões, ultrapassando as projeções anunciadas ao mercado ao longo do ano.

Os resultados que aqui apresentamos se devem à combinação de experiência no mercado imobiliário, gestão conservadora das finanças, diversificação de portfólio e geográfica – quando fizemos nossa Oferta Primária de Ações, em 2005, estávamos apenas em duas cidades, e hoje alcançamos 64 –, investimentos em inovação para ganharmos em eficiência e reduzirmos custos, e verticalização cada vez maior de nossas atividades.

Iniciamos o ano com muita cautela. Em março, quando o Brasil já dava sinais de que a crise não seria tão profunda quanto nos países desenvolvidos, o lançamento do NovAmérica, em São Paulo, foi um marco para o setor. Nossa programação inicial era de lançá-lo em diferentes fases ao longo de três anos, mas o fizemos em apenas dez meses, e até o final do ano vendemos 84% de suas 1.744 unidades. O sucesso revelou a retomada da confiança do consumidor e reafirmou forte demanda por parte do público, o que nos encorajou a abandonar a posição cautelosa que adotamos para enfrentar o período de incertezas. Assim, lançamos 91 empreendimentos

no ano, o que corresponde a 26.417 unidades, que somaram 1,8 milhão de metros quadrados de área a ser construída. Os lançamentos alcançaram média de 76% vendidos no mesmo ano de sua apresentação, o que revela nossa capacidade de identificar e concretizar as aspirações dos clientes.

Nossos estoques de unidades lançadas em anos anteriores também foram reduzidos graças ao constante aprimoramento de nossas equipes de vendas próprias e terceirizadas e dos canais colocados à disposição dos clientes para o contato com nossos produtos. Entre eles, a internet se destacou e hoje já responde por aproximadamente 25% dos negócios fechados. Nosso *landbank* manteve-se em expansão por todo o País – acumulava 12,6 milhões de metros quadrados e potencial de vendas de R\$ 39,2 bilhões –, já preparando a intensificação dos lançamentos para os próximos anos.

Um importante movimento em 2009 foi a criação da Living Construtora, que passou a ter gestão e atuação independentes e conta com sua própria plataforma de construção. Criada em 2006, até então a Living era somente uma marca para imóveis direcionados ao segmento econômico e operava como um departamento. Com a medida, buscamos fortalecer nossa atuação nos segmentos econômico e supereconômico, que não param de crescer graças à combinação dos efeitos do programa Minha Casa, Minha Vida, das perspectivas macroeconômicas otimistas e da grande demanda reprimida. O antigo sonho da casa própria está cada vez mais próximo dos brasileiros e estamos preparados para aproveitar esse momento único. Em 2009, a Living Construtora respondeu por cerca de 32% de nosso portfólio de lançamentos e das vendas, e estimamos que, até 2012, esse percentual chegue a 50%.



Nesse sentido, temos investido em pesquisa e desenvolvimento na busca por tecnologias e processos de construção que proporcionem ganhos de escala, eficiência e qualidade com a minimização de desperdício e de resíduos. Na Living Construtora, por exemplo, montamos um laboratório e contratamos profissionais oriundos de outros segmentos da indústria para atuar no desenvolvimento de soluções. Em parceria com fornecedores, desenvolvemos uma metodologia de construção que não só reduz desperdícios, mas simplifica processos, minimiza patologias, diminui os ciclos das obras e pode proporcionar uma importante redução nos custos de construção.

Também demos um passo importante para aprimorar nossos processos internos com o início da operação do sistema SAP. Investimos mais de R\$ 25 milhões para torná-lo uma realidade que certamente agregará ainda mais eficiência e transparência à condução dos negócios.

Trabalhamos também de olho em eventuais desafios que o crescimento do setor pode nos trazer, como o suprimento de mão de obra e materiais, capazes de causar impacto em nossas operações. Assim, capacitamos colaboradores para exercerem funções em áreas críticas, firmamos contratos responsáveis e favoráveis com os fornecedores de matérias-primas e passamos a fazer deles autênticos parceiros, investindo, em alguns casos, para que ampliem suas operações.

Realizamos ainda operações no sentido de alongar o perfil de nosso endividamento e ampliar o capital disponível para os investimentos. Em outubro de 2009, nossa terceira Oferta Pública de Ações resultou na captação de R\$ 1,2 bilhão na BM&FBovespa, dos quais 70% serão usados para a aquisição de terrenos que sustentarão a continuidade do nosso crescimento. Com o mesmo propósito, realizamos uma terceira emissão de debêntures no montante de R\$ 350 milhões.

Além disso, procuramos sempre os melhores recursos humanos, técnicos e materiais, zelamos pela ética e buscamos ir além de nossas obrigações legais na área socioambiental. Exemplos são o programa Construindo Pessoas, que alfabetiza operários nos nossos canteiros, a gestão eficiente dos resíduos das obras e as contri-

buições para a urbanização e melhoria da qualidade de vida nos bairros onde estamos presentes. Iniciamos ainda parceria com o programa Alfabetização Solidária e nos estruturamos para a retomada, em 2010, da iniciativa Construindo Profissionais, que capacita jovens para os trabalhos de eletricista e encanador, em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai).

Os diferenciais que fazem da Cyrela uma das marcas mais admiradas do País e a maior empresa do setor na América Latina resultam do comprometimento de nossos quase 1,5 mil funcionários diretos. Ampliamos os investimentos para sua capacitação e buscamos a integração entre eles, que atuam em diferentes regiões do País. Mantivemos e aprimoramos a estrutura da Academia Cyrela, nossa universidade corporativa, cuja atuação envolve desde a alfabetização de funcionários no canteiro de obras até o financiamento de cursos de pós-graduação de nossos colaboradores, proporcionando o seu contínuo aperfeiçoamento. Por meio dela, lançamos em 2009 o programa Real Estate Cyrela (REC), que mapeou todas as nossas atividades e capacitou profissionais-chaves de cada área para ministrarem aulas sobre nosso jeito de ser e atuar. Também disseminamos as melhores práticas adotadas em cada uma das nossas regionais por meio do intercâmbio de ideias e conhecimentos. Trabalhamos cada vez mais fortemente para identificar as lideranças internas que no futuro ocuparão postos hierárquicos mais elevados e demos continuidade aos programas de estágio e *trainees* para atrair novos talentos.

Por entendermos que nossa perenidade depende de práticas sustentáveis, procuramos intensificá-las. É dessa forma que pretendemos continuar a realizar, construir, valorizar e entregar – características que nos acompanham desde a fundação da empresa. Reconhecemos, para isso, a importância dos nossos funcionários, parceiros, fornecedores e acionistas, a quem agradecemos e reafirmamos o compromisso de trabalho. Eles podem estar certos de que, assim como expressa o nosso *slogan*, Ontem, Hoje e Sempre, vamos estar ao seu lado.

Elie Horn

Presidente da Cyrela Brazil Realty



Message from the Chairman

We have many reasons to celebrate our 50th anniversary and we do so at the same time that we plan our future. The results we achieved in 2009, a year that was still marked by the global financial crisis, have strengthened our optimism in the Brazilian real estate market and reiterated our belief that we have adopted the correct strategy to keep our solidity. We closed the year with record high net income of R\$ 729.3 million. We exceeded our highest estimates concerning the value of our launches, which came to R\$ 5.7 billion, as well as for pre-sales contracts, which amounted to R\$ 5.2 billion, higher than the projections announced to the market throughout the year. The results we achieved stem from a combination of indepth experience in the real estate market, conservative financial management, portfolio and geographic diversification - at the time of our IPO, in 2005, we were operating in two cities only, whereas we are now present in 66, investments in innovation to enhance efficiency and to reduce costs, as well as to improve the vertical integration of our activities.

We started the year with great caution. In March, when the first signs that the crisis would not be as severe in Brazil as in the developed countries became apparent, the launch of NovAmérica, in São Paulo, was a milestone for the industry. We first planned to launch it in different phases over the span of three years, but we did so in no more than ten months. By the end of the year, 84% of its 1,744 units had been sold. That major success showed renewed consumer confidence and confirmed that demand was on the rise. Thus, we

felt encouraged to abandon our cautious attitude in the face of a period of great uncertainty and launched 91 projects in the year, which corresponds to 26,417 units, involving an area of 1.8 million square meters of future constructions. Launches sales averaged 76% in the same year, which shows our ability to identify and meet our customers' expectations.

Our inventory of units launched in previous years also decreased due to the ongoing improvement of both our in-house and the outsourced sales forces, as well as the channels that are made available to our customers to display our products. Our landbank continued increasing throughout Brazil, and totaled 12.6 million square meters, with PSV of R\$ 39.2 billion, in preparation for a higher number of launches in the coming years.

A major initiative in 2009 was the creation of Living Construtora, which now has independent management and activity, as well as its own construction operations. Through this restructuring, we will seek to strengthen our presence in the economic segments, which have been growing steadily due to a combination of the Minha Casa, Minha Vida Program, the positive macroeconomic prospects and the outstanding pent-up demand. Brazilians are moving closer and closer to fulfilling their long-held dream of buying a home, and we are proud to be contributing to this unique moment. In 2009, Living Construtora accounted for about 32% of our launch and sales portfolio. That figure is expected to reach 50% by 2012.

To achieve this goal, we have been investing in research and



development, in search of construction technologies and processes that bring scale, efficiency and quality gains, with minimum generation of waste and residues. For example, Living Construtora has built a laboratory and hired professionals from different industry segments to design solutions. In addition, it has developed, jointly with suppliers, a construction method that not only reduces waste, but also streamlines processes, minimizes the occurrence of building pathologies, allows for a shorter construction cycle and can lead to a sharp drop in construction costs.

We also made a great stride in improving our internal processes with the go-live of the SAP system operations. We invested over R\$ 30 million in this initiative, which will certainly bring even greater efficiency, agility and transparency for our business.

We continuously pay close attention to any possible challenges that the growth in the industry should bring along, such as lack of workforce and inputs, which may impact our operations. Therefore, we trained employees to perform duties in critical areas and signed contracts in a favorable and responsible manner with suppliers, who we turn into our real partners and in whose growth we invest in certain cases.

We also sought to extend our debt maturities and increase the volume of available funds for capital needs. We raised R\$ 1.2 billion at BM&FBOVESPA with our third Public Share Offering in October 2009. 70% of that amount will be allocated to the acquisition of land to sustain our growth. Likewise, we concluded the third issue

of debentures, totaling R\$ 350 million.

Moreover, we always seek the best human, technical and material resources, cherish ethics and strive to go beyond our legal requirements in the social-environmental realm. For instance, we have the Construindo Pessoas (Building People) Program, in which workers are taught to read and write in our construction sites. We adopt efficient construction waste management practices and contribute to the improvement of the urban structure and of the quality of life in the areas in which we are present. In 2010, the Construindo Profissionais (Building Professionals) Project will be expanded, a project in which youngsters are trained to be electricians and plumbers, jointly with SENAI (Brazilian National Service for Industrial Apprenticeship).

Since we are convinced that the continuity of our business hinges on sustainable practices, we seek to identify them. This is how we intend to continue to accomplish, value, build and deliver – which are the principles that have guided us since our incorporation. Therefore, we acknowledge the importance of our employees, partners, suppliers and shareholders, all of whom we thank and towards whom we reaffirm our commitment to work. They can all be sure that we will always stand by them, Yesterday, Today and Forever, as stated in our slogan.

Elie Horn
Chairman of Cyrela Brazil Realty



Estratégia, Modelo e Etapas de Negócios

A Cyrela adota uma estratégia de negócios que contempla os seguintes aspectos:

Expandir e manter a solidez – Para isso, o foco é direcionado ao incremento das vendas e à ampliação do portfólio e da presença em diferentes mercados, por meio do estabelecimento e fortalecimento de parcerias em todo o Brasil. Opera em todas as regiões do País na construção e incorporação de imóveis direcionados a todos os segmentos econômicos.

Ampliar a participação nos segmentos supereconômico e econômico – Por intermédio da Living Construtora e valendo-se de sua diversificação geográfica e seu modelo de negócios integrado, a Cyrela busca aproveitar o crescimento da demanda decorrente do cenário macroeconômico e de oportunidades como o programa Minha Casa, Minha Vida.

Aumentar a aquisição de terrenos – A empresa adota critérios rígidos para escolha, avaliação e aquisição de terrenos, e possui *landbank* que torna viáveis os lançamentos previstos a cada ano. Assim, tem condições de ampliar a oferta de produtos e de estar atenta às oportunidades de mercado.

Manter a gestão financeira conservadora – Com o monitoramento constante dos riscos operacionais, garantindo recursos suficientes para a construção, a Cyrela ainda avalia, por meio de comitês, a exposição dos recursos e promove o ajuste de metas compatíveis com sua liquidez. Busca manter baixos níveis de endividamento e utilizar o fluxo de caixa proveniente de seus negócios para financiar o crescimento.

Reduzir custos e aumentar a eficiência – A aplicação de métodos adequados de planejamento e controle e de técnicas de construção padronizadas, frutos de investimentos em pesquisa e desenvolvimento e do intercâmbio de informações com parceiros, permite à companhia enxugar os custos e, assim, ampliar sua eficiência. Além disso, o bom relacionamento com fornecedores e o grande volume de obras proporcionam condições para alcançar ganhos de escala na compra de materiais e contratação de serviços.

Intensificar a verticalização das operações – A empresa se empenha na integração de suas atividades e busca ampliar sua atuação em construção assumindo maior número de canteiros de obras, ao mesmo tempo em que aumenta a quantidade de empreendimentos construídos. Assim, capta eficiências e ajusta o ritmo de lançamentos ao seu fluxo de caixa, focando sempre a melhora de suas margens.

Para manter-se alinhada à sua estratégia de crescimento, em 2009 a companhia lançou mão de duas iniciativas. Uma delas foi a incorporação da Goldsztein Participações, que teve como objetivo consolidar sua posição de liderança no mercado de incorporação imobiliária na Região Sul. Outra foi a venda das ações que detinha na Agra Empreendimentos Imobiliários S.A. Os recursos foram direcionados ao financiamento das operações da empresa e à continuidade de seu crescimento.



Strategy, Business Model and Business Stages

Cyrela's business strategy involves the following aspects:

To expand and keep solidity – The focus is on the expansion in sales and in portfolio, as well as in the Company's presence in different markets through the establishment and strengthening of partnerships all over Brazil. Thus, it operates in all regions of the country in the construction and development of real estate to all economic segments.

To increase participation in super economic and economic segments – Through Living Construtora and taking advantage of its geographical diversification and integrated business model, Cyrela seeks to take advantage of the growing demand due to the current macroeconomic situation and opportunities such as the Minha Casa, Minha Vida Program.

To increase land acquisition – The Company adopts strict criteria to choose, assess, and acquire land, and holds a landbank that makes planned launches viable every year. This enables the Company to expand product offer and to be alert to market opportunities.

To keep a conservative financial management – With the constant monitoring of operational risks, and assuring enough resources for construction, Cyrela also assesses, through committees, the financial exposure with a view to promote the adjustment of goals to match its liquidity situation. The Company seeks to keep low leverage levels and to use the operating cash generated from its business to fund its growth.

To reduce costs and increase efficiency – The application of adequate planning and control methods and standardized construction



techniques, which derive from investments in research and development coupled with the exchange of knowledge with partners, allows for the Company to reduce costs and therefore increase efficiency. Moreover, the good relationship with suppliers and the significant construction volume bring forth the conditions to reach scale gains with regard to purchasing materials and hiring services.

To intensify the vertical integration of operations – The company endeavors to enhance the integration of its activities and seeks to expand its construction business by means of setting up the highest number of construction sites and therefore increasing the number of projects. Thus, the Company manages to attain efficiencies and to match the speed of launches with its cash flow, without losing sight of its focus on improving profitability.

In 2009, the company took two initiatives in line with its growth strategy. The first one was the acquisition of Goldsztein Participações, aimed at consolidating its leadership position in the real estate

development market in the Southern Region. The other was the sale of shares that Cyrela held in Agra Empreendimentos Imobiliários S.A. The proceeds were directed to the financing of the Company's operations and to the continuity of its growth.

Business Model

Cyrela acts in all stages of the real estate business, either independently or through partnerships, based on a vertically integrated model that comprises the activities of development, sales, construction and services. The Company's strategy is based on four pillars:

Research – The Market Intelligence department, which as of 2009 has begun to cover the whole country, invested R\$ 2.5 million in the conduction of research, which are the foundation for the decision-making process and for the commitment to outline the Company's efforts to monitor, meet, and exceed the customers' expectations. In 2009, the work developed for the launching of

Modelo de Negócios

A Cyrela atua em todas as etapas do negócio imobiliário, de forma independente ou por meio de parcerias, com base em um modelo integrado e verticalizado que compreende as atividades de incorporação, vendas, construção e serviços. Essa atuação é balizada por quatro pilares:

Pesquisa – A área de inteligência de mercado, que em 2009 passou a abranger a empresa nacionalmente, investiu R\$ 2,5 milhões na realização de pesquisas que fundamentam as decisões e o compromisso de direcionar esforços para monitorar, atender e superar as expectativas dos clientes. No ano, destacou-se o trabalho desenvolvido para o lançamento do NovAmérica, que envolveu estudos qualitativos e quantitativos para adequação às necessidades do mercado e aos diversos perfis de consumidores contemplados no projeto. Para divulgar e reforçar os conceitos ligados a ele – de morar e trabalhar no mesmo lugar, integrar moradia e lazer, ter mais qualidade de vida e manter o equilíbrio na vida pessoal e profissional –, a empresa investiu fortemente em uma estratégia de comunicação que envolveu anúncios em diversos canais de mídia e a realização de mais de 70 eventos com clientes. Com isso, registrou mais de 10 mil visitas ao stand do NovAmérica e, se inicialmente

previa lançar o empreendimento ao longo de três anos, ao final de dez meses já havia comercializado 84% das 1.744 unidades.

Tecnologia – As pesquisas estendem-se ainda ao desenvolvimento de tecnologias e processos construtivos que ampliam a qualidade e competitividade, nos quais foram investidos mais de R\$ 6 milhões, o que incluiu a introdução de um laboratório para testes de produtos e o desenvolvimento de soluções com vistas aos segmentos econômico e supereconômico.

Treinamento – Por meio de treinamentos, a empresa alinha a conduta dos colaboradores à sua própria cultura e os qualifica para entregar as melhores soluções ao mercado. Em 2009, mais de R\$ 2 milhões foram aplicados em ações de desenvolvimento profissional.

Controle de qualidade – Os procedimentos de gestão da qualidade são parte do processo de construção. Em 2009, foi renovada a certificação ISO 9001, detida pela companhia desde 2000 em São Paulo. Todos os serviços compreendem procedimentos específicos, adotados nas obras, além de itens de verificação e controle previamente estabelecidos. A conclusão da introdução do sistema SAP em 2009 vai agilizar e dar ainda mais confiabilidade a todos os processos desenvolvidos internamente (*Mais detalhes no capítulo Ativos intangíveis*).



NovAmérica was a highlight, which involved qualitative and quantitative studies to adapt it to the market needs and to the distinct consumer profiles covered by this project. In order to make known and reinforce the concepts related to it – of living and working at the same place, integrating housing and leisure, having more quality of life and keep a balance between personal and professional life, the Company massively invested in a communication strategy that involved advertising in several different media channels and held over 70 events with clients. As a result, it recorded more than 10,000 visits to the NovAmérica sales stand. This development was originally expected to be launched during the course of three years, however, after three months 84% of the 1,744 units had already been sold.

Technology – Researching also extends to the development of construction processes and technologies that enhance quality and competitiveness, in which over R\$ 6 million were invested. This involved investments in a laboratory for testing products and for the

development of solutions aimed at the economic and super economic segments.

Training – Through its training programs, the Company aligns employees' conduct to its own culture and qualifies them to deliver the best solutions to the market. In 2009, more than R\$ 2 million were allocated to professional development actions.

Quality Control – Quality management procedures are part of the construction process. In 2009, the ISO 9001 certification that had been granted in São Paulo to the Company since 2000 was renewed. All the services that comprise specific actions are carried out in the construction sites, along with pre-established inspection and controlling procedures. The introduction of the SAP system concluded in 2009 will make all processes developed internally to run faster and in a more reliable way. (*See the Intangible Assets chapter for further details*).

Etapas dos Negócios

Para deliberar sobre um novo empreendimento e sua concretização, a Cyrela segue os seguintes passos:

Aquisição de terrenos – As propostas para aquisição de terrenos, recebidas de agentes imobiliários, proprietários e outras organizações, são elaboradas internamente com base em pesquisas de mercado. Um comitê composto por representantes de várias áreas reúne-se semanalmente e as analisa. Nesse trabalho são considerados as características do terreno, os aspectos socioeconômicos da região, o alinhamento ao projeto previsto, a condição topográfica e o acesso à infraestrutura. Também são realizadas pesquisas com moradores, incorporadores e potenciais compradores sobre as especificidades dos empreendimentos existentes em cada região, a oferta e a demanda, bem como sobre a renda média e o perfil da população do entorno. Em geral, cada projeto tem início com três alternativas de produto, cuja definição final é baseada nos dados apurados. No aspecto financeiro são analisados critérios de rentabilidade. Também é levada em conta a probabilidade de obtenção das licenças e aprovações legais nos órgãos competentes.

A Cyrela procura adquirir os terrenos por meio de permuta de

unidades a serem construídas ou percentual sobre as vendas dos imóveis. Caso essa transação não seja viável, os adquire em dinheiro, sozinha ou em parceria com outras incorporadoras ou construtoras, o que ocorre mais em regiões com grande demanda.

Elaboração do projeto – Em parceria com arquitetos independentes, corretoras de imóveis e publicitários, uma equipe da empresa, que inclui de engenheiros a corretores, define o projeto arquitetônico e de construção, o que contempla desenho panorâmico e de interior e seleção de materiais. São envolvidos também os responsáveis pela elaboração do plano de negócios e orçamentos. Pesquisas ainda testam com potenciais compradores a aceitação e suas preferências. Paralelamente, é conduzido o trabalho de obtenção das licenças e aprovações regulatórias, atividade para a qual a empresa mantém profissionais dedicados que estabelecem contatos com todos os órgãos competentes para oferecer a eles as informações necessárias ao desenrolar ágil dos processos.

Comercialização e vendas – Com as autorizações pertinentes, a empresa inicia a comercialização do imóvel. No caso dos terrenos adquiridos à vista, o lançamento acontece normalmente em seis meses, enquanto nos permutados o prazo médio é de 12 meses.



Escritório da Cyrela – São Paulo - SP
Cyrela's Office – São Paulo - SP

Business Stages

Cyrela follows the following stages before approving the execution of a new development:

Land acquisition – The proposals for land acquisition received from real estate agents, owners, and other organizations are prepared internally based on market research. A committee comprised of representatives from several areas meet on a weekly basis to analyze them. This study involves the assessment of the property characteristics, the social and economic aspects of the region, the adequacy to the original project, topographic condition, and access to infrastructure. Further research is also conducted with regard to existing residents, developers, and potential buyers according to the specifications of the existing developments in each region, supply and demand, as well as the average income and profile of the population in the neighborhood. In general, the start-up of each project involves three product alternatives, and the final decision is based

on the collected data. As for the financial aspect, the profitability criteria are taken into account. Also taken into consideration is the likelihood to obtain legal licenses and permits from the relevant government bodies.

Cyrela seeks to acquire land sites through the swap of units to be built or a percentage of the sale of the units. In case this transaction is not viable, the Company acquires them in cash, by itself or in partnership with other developers or constructors, which mostly occurs in areas that present higher demand.

Project concept – In partnership with independent architects, realtors and marketing professionals, a Company team that comprises from engineers to brokers set up the architectural and construction project, considering the environment and interior design and selection of materials. This team work also involves the professionals in charge of the preparation of the business plan and



budgeting. Surveys also assess prospective buyers' acceptance and preferences. Simultaneously, the process concerning the granting of regulatory approvals and licenses is conducted by professionals that are well prepared to relate with all the relevant government bodies to provide them all the information required to promote a nimble conclusion of the processes.

Marketing and Sales – Once the required authorizations are obtained, the Company moves on to the marketing of the project. In the instance of lands acquired in cash, the launch usually takes place within six months, whereas in the swap agreements the launching term averages 12 months. Sales are conducted by the brokers of Seller (in São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Natal, São Luis, Belém, Vitória, Belo Horizonte, Curitiba and Porto Alegre) and Selling (São Paulo) and by partner brokers.

Cyrela maintains several sales channels ranging from the internet to sales showrooms – where decorated apartments are displayed –

attended by well-trained own and external brokers. We also hold special events for clients in these showrooms. The products are advertised in newspapers, direct mail, handouts, television, tele-marketing, internet and Cyrela Magazine.

Construction – The construction process involves two systems: the work is either carried out by both Cyrela and Living Construtora, or by another construction company (partner or hired, and in both situations the Company is in charge of management). In the first case, companies specialized in specific services are hired and managed by Cyrela's technical teams. In the works performed by third parties, the Company also monitors the work progress, evaluates the aspects such as the fulfillment of deadlines and compliance with pre-established standards. The Company also oversees the quality of the services and products, and prepares monthly managerial reports which are sent to the partner-developers. One of Cyrela's differentials is to apply the concept of prototypes: as soon as the

As vendas são conduzidas pelos corretores próprios da Seller (em São Paulo, no Rio de Janeiro, em Salvador, Recife, Natal, São Luís, Belém, Vitória, Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre) e da Selling (São Paulo) e por corretoras de parceiras.

A Cyrela mantém uma série de canais para comercialização, que vão da internet aos estandes de vendas – onde são instalados apartamentos-modelos decorados, e atuam corretores próprios e externos devidamente treinados. Também são promovidos eventos especiais para clientes nos estandes. Os produtos são divulgados por meio de jornais, malas diretas, folhetos, televisão, telemarketing, internet e da *Revista Cyrela*.

Construção – Na construção dos empreendimentos são adotadas duas sistemáticas: a obra é executada pela Cyrela e pela Living Construtora ou realizada por outra construtora (sócia ou contratada, sendo que nas duas situações a companhia faz o gerenciamento). No primeiro caso, são contratadas empresas especializadas na execução de serviços específicos, gerenciados por equipes técnicas da Cyrela. Nas obras executadas por terceiros, a empresa também acompanha o andamento, avalia aspectos como cumprimento de prazos e atendimento dos padrões acordados, e zela pela qualidade dos serviços e produtos com a elaboração de relatórios gerenciais mensais encaminhados aos sócios incorporadores. Um diferencial da Cyrela é trabalhar com a ideia de protótipos em suas obras: assim que é concluída a primeira laje de um empreendimento, uma comissão interna a avalia e se reúne com os responsáveis pelos diferentes

serviços para validar os acertos e identificar potenciais problemas ou pontos de melhoria.

As equipes da Cyrela e da Living Construtora zelam pela gestão rígida dos custos. Com a utilização de módulo sob medida no sistema SAP é feito o acompanhamento da variação do custo da obra. Para cada empreendimento é elaborada uma projeção mês a mês sobre os recursos que serão necessários, e qualquer desvio tem de ser justificado e/ou compensado posteriormente. Caso exista acréscimo de custo não previsto, esse reajuste é transmitido automaticamente ao sistema e as devidas providências são tomadas.

Todas essas etapas foram fortalecidas em 2009 com a adoção de um programa de troca de melhores práticas entre as regionais da empresa. O objetivo é aprimorar as atividades e padronizá-las ainda mais.

Outra fonte de aprendizado e evolução é a manutenção de sistema em que são descritos todos os erros ou problemas ocorridos em um projeto. Cada item apurado é debatido e sua correção é determinada por um comitê. Dessa forma, é possível sanar rapidamente qualquer empecilho ao bom andamento das atividades.

Pós-venda – Em linha com a legislação, a companhia oferece garantia limitada de cinco anos para vícios estruturais. Mantém uma equipe de assistência técnica e canais de atendimento às demandas dos clientes que configuram um diferencial pela prontidão e eficiência. Nos casos previstos, a Facilities e a Classic Home atuam como gestoras de serviços nos condomínios.

Perspectiva ilustrada do Igarapé Aldeia Parque – Serra - ES
Illustrated perspective of the Igarapé Aldeia Parque – Serra - ES



first pavement of a development is concluded, an internal team evaluates it and meets with the people in charge of the different services to validate the correct items and to identify potential problems or points of improvement.

Cyrela's and Living Construtora's teams concern about strict cost control. Using a tailor-made SAP system module, the Company monitors the development of the construction costs. For each development, the budget control report is updated on a monthly basis to assess the financial resources that will be required, and any deviation found must be clarified and/or offset later. In case there is an unforeseen cost addition, the adjustment is automatically fed into the system and the appropriate actions are taken.

All of these stages were reinforced in 2009 through the adoption of a program involving the exchange of best practices between the Company's regional offices. The aim is to improve the activities and to standardize them even further.

Another source of learning and evolution is the maintenance of a system where all errors or problems related to a certain project are described. Each occurrence is debated and its correction is determined by a committee. Thus, it is possible to quickly solve any setback posed against the proper flow of activities.

Post sales – In compliance with the legislation, the Company offers a five-year limited guarantee that covers structural issues. Cyrela maintains a technical assistance team and customer care channels to respond to the clients' requests, which stands for a competitive advantage due to its promptness and efficiency. In the foreseen cases, Facilities and Classic Home act as service managers for the building complexes.





“Eu e minha esposa escolhemos a Cyrela por conhecermos a empresa, pois meu pai já havia feito negócio com a empresa. Adquirimos o imóvel na planta e, para isso, buscamos uma construtora sólida e na qual pudéssemos confiar. Ficamos bastante satisfeitos com os resultados e com o cumprimento do prazo de entrega.”

Rafael Nassar Paloni
Cliente Cyrela

“My wife and I chose Cyrela because my father had already done business with it. Since we bought the property off plan, we sought a sound construction company in which we could trust. We were very pleased with the results and the fact that the apartment was delivered on schedule.”

Rafael Nassar Paloni
Cyrela's Client

Governança Corporativa

Listada no Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa), que congrega os papéis de empresas comprometidas com as melhores práticas de governança corporativa, a Cyrela busca constantemente ampliar a transparência em sua relação com *stakeholders*, repassando informações de forma clara e precisa para que possam avaliar o desempenho e checar o cumprimento do planejamento corporativo.

Gestão

Respondem pela gestão da empresa o Conselho de Administração e a Diretoria-executiva. Adicionalmente, são mantidos comitês de apoio e pode ser instalado o Conselho Fiscal, não permanente, mediante convocação dos acionistas.

Conselho de Administração

É composto por no mínimo cinco e no máximo doze membros – atualmente são seis –, eleitos em Assembleia Geral para mandatos de um ano, cabendo reeleição. Pelo menos 20% dos integrantes devem ser independentes – atualmente dois o são. Os eleitos escolhem entre eles quem ocupará os cargos de presidente e vice-presidente. O Conselho se reúne periodicamente e, em 2009, realizou 20 reuniões. A remuneração dos conselheiros é definida pela Assembleia Geral.

Entre as atribuições do órgão estão: estabelecer a orientação geral dos negócios; aprovar o planejamento anual com a definição de objetivos e programas; eleger e destituir os diretores e fiscalizar a gestão; deliberar sobre emissão de ações; decidir sobre a emissão de bônus de subscrição e aquisição de ações de emissão da própria, para manutenção em tesouraria e/ou posterior cancelamento ou alienação; manifestar-se sobre o Relatório de Administração e as contas da Diretoria; definir, com o referendo da Assembleia Geral, os dividendos a serem pagos aos acionistas; e escolher e destituir auditores independentes. Ao final de 2009, integravam o Conselho de Administração os seguintes executivos:

Elie Horn – Presidente: É diretor-presidente da Cyrela desde a constituição da Brazil Realty em 1994. Sócio-fundador e principal acionista, possui grande experiência no ramo imobiliário. É graduado em Direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, em São Paulo (SP).

Rogério Jonas Zylbersztajn – Vice-presidente: É diretor vice-presidente da Cyrela desde 2006. Graduado em Engenharia Civil pela Universidade Santa Úrsula, no Rio de Janeiro (RJ), é também vice-presidente da Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário do Rio de Janeiro (Ademi) e vice-presidente da Sinduscon-Rio. Hoje é responsável pela operação no Estado do Rio de Janeiro.



Corporate Governance

Cyrela is listed on BM&FBovespa's 'Novo Mercado', which groups the stocks of companies that are committed to advanced corporate governance practices. Cyrela has been working consistently to enhance transparency to its stakeholders, disclosing information in a clear and accurate way, so that they can evaluate the Company's performance and monitor the fulfillment of its business plan.

Management

The Board of Directors and the Board of Executive Officers are responsible for the management of the Company. In addition, supporting committees and the Audit Committee are maintained on a non-permanent basis, which are instated upon the shareholders' request.

Board of Directors

The Board of Directors is composed of a minimum of five and maximum of 12 members – currently there are six members – who are elected in the Annual General Meeting for a one-year term, and reelection is allowed. At least 20% of the members must be independent – currently two of them are. The members choose among themselves who will be the Chairman and the Vice-Chairman. The Board meets on a regular basis and in 2009 twenty meetings were held. The remuneration of the members is determined at the Annual General Meeting.

It is up to the Board of Directors: to establish the general business guidelines; to approve the annual business plan and determine the goals and programs; to elect and depose the officers and oversee management practices; to approve the issue of shares; to decide on the issue of subscription bonuses and buy-back of shares to be held in treasury for future cancellation or sale; to appraise the Manage-



ment's Report and the financial statements; to set up, ad referendum from the Annual General Meeting, the amount of dividends to be paid to shareholders; and to choose and depose independent auditors. At the end of 2009, the Board of Directors was formed by the following members:

Elie Horn – Chairman: Mr. Horn has been Cyrela's Chairman and CEO since the foundation of Brazil Realty in 1994. Founder partner and main shareholder, he has a vast professional experience in the real estate business. He holds a Law degree from the Universidade Presbiteriana Mackenzie, in São Paulo (São Paulo state).

Rogério Jonas Zylbersztajn – Vice-Chairman: He has been Cyrela's Vice-Chairman since 2006. He holds a degree in Civil Engineering from the Universidade Santa Úrsula in the state of Rio de Janeiro. He is also the Vice-President of the Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário do Rio de Janeiro (Ademi) and Vice-President of Sinduscon-Rio. At present, he is in charge for the

operations in the state of Rio de Janeiro.

George Zausner – Board member since 1997: He has been Cyrela's Technical Director since 1982. He was a manager at FOA – Engenharia e Fundações Ltda., from 1970 to 1982. He holds a degree in Civil Engineering from the Escola Politécnica da Universidade da Bahia.

Rafael Novellino – Board member since 1997: Cyrela's CFO since 1982. He was the CFO for Indústria Anhembi (1981 and 1982), controller of the Grupo Ferraz de Andrade (1972 to 1981) and Manager at Supergasbras Distribuidora de Gás (1961 to 1972). He holds an Accounting degree from the Escola Técnica do Comércio 30 de Outubro and a degree in Economics from the Faculdade de Ciências Econômicas São Luís.

Andrea Sandro Calabi – Independent Board member since 2005: Also member of the Board of Directors of Nossa Caixa Nosso Banco Bank, Sabesp and Cosesp and is Partner-Director at AACCC – Administração e Consultoria S.C. Ltda. He holds a degree in Eco-

George Zausner – Conselheiro desde 1997: É diretor técnico da Cyrela desde 1982. Foi gerente da FOA – Engenharia e Fundações Ltda., de 1970 a 1982. É graduado em Engenharia Civil pela Escola Politécnica da Universidade da Bahia.

Rafael Novellino – Conselheiro desde 1997: É diretor administrativo-financeiro da Cyrela desde 1982. Atuou como diretor Financeiro da Indústria Anhembi (1981 e 1982), *controller* do Grupo Ferraz de Andrade (1972 a 1981) e gerente da Supergasbras Distribuidora de Gás (1961 a 1972). É graduado em Contabilidade pela Escola Técnica do Comércio 30 de Outubro e em Economia pela Faculdade de Ciências Econômicas São Luís.

Andrea Sandro Calabi – Conselheiro independente desde 2005: Integra também os Conselhos de Administração do Banco Nossa Caixa Nosso Banco, da Sabesp e Cosesp e é sócio-diretor da AACC – Administração e Consultoria S.C. Ltda. É graduado em Ciências Econômicas pela Universidade do Estado de São Paulo, com mestrado em Economia pelo Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade do Estado de São Paulo e *Master of Arts* e PhD em Economia pela Universidade da Califórnia, em Berkely (EUA).

Claudio Thomaz Lobo Sonder – Conselheiro independente desde 2005: Presidiu sociedades do setor químico-farmacêutico por 40 anos e integra os Conselhos de Administração da Suzano de Papel e Celulose S.A. e do Grupo RBS. É ainda vice-presidente do Conselho Deliberativo do Hospital Israelita Albert Einstein. Graduado em Engenharia Química e em Ciências Econômicas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, cursou extensão universitária em Munique, na Alemanha e, em Boston, nos Estados Unidos.

Diretoria-Executiva

É composta por seis membros – número mínimo previsto no Estatuto Social da empresa, que também determina a obrigatoriedade de um diretor-presidente, um diretor vice-presidente e um diretor de Relações com Investidores. Todos os integrantes são escolhidos pelo Conselho de Administração para mandatos de três anos, admitida a reeleição.

Entre suas atribuições estão: gerir a companhia de acordo com a orientação do Conselho de Administração; dirigir e distribuir os serviços e as tarefas da administração interna; orientar e supervisionar a escrituração contábil; elaborar Relatório de Administração, contas e Demonstrações Financeiras para apreciação pelo Conselho de Administração e posterior deliberação da Assembleia Geral; deliberar sobre a criação ou extinção de filiais, agências, subsidiárias ou sociedades controladas, dependências ou departamentos; deliberar sobre aquisição, alienação, aumento ou redução de participações em sociedades controladas ou coligadas; e deliberar sobre aquisição de controle de outras sociedades, bem como autorizar as associações e celebração de acordos de acionistas.

A Diretoria se reúne mediante convocação do diretor-presidente (em 2009 foram realizadas pelo menos uma reunião mensal). A remuneração dos diretores é definida pela Assembleia Geral.

Conselho Fiscal

Não permanente, quando instalado deve ser composto por três membros efetivos e três suplentes, com poderes e atribuições determinados por lei, que cumprem mandatos de um ano, permitida a reeleição. Em 2009, não houve convocação para composição do Conselho Fiscal.

Relações com Investidores

Para manter a comunicação clara e precisa com o mercado, a área de Relações com Investidores coloca à disposição diversos canais de contato: site dedicado especialmente à divulgação das informações mais importantes da companhia e para sanar dúvidas a respeito dos negócios, telefone e e-mail. Em 2009, foram feitos aproximadamente 83 mil acessos ao site e prestados mais de 2 mil atendimentos via telefone, e-mail e pessoalmente, além de participação em 20 conferências nacionais e internacionais.

A área divulga anualmente um calendário de eventos e participa dos encontros promovidos pela Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec).

nomics from the Universidade do Estado de São Paulo, and a Master's degree in Economics from the Instituto de Pesquisas Econômicas of the Universidade do Estado de São Paulo and Master of Arts and PhD in Economics from the University of California, Berkeley (USA).

Claudio Thomaz Lobo Sonder – Independent Board member since 2005: He has acted as CEO at companies of the chemical and pharmaceutical industry for 40 years and currently sits on the Board of Directors of Suzano de Papel e Celulose S.A. and the RBS Group. He is also Vice-President of the Decision-making Board at the Hospital Israelita Albert Einstein. He holds a degree in Chemical Engineering and Economics from the Universidade Presbiteriana Mackenzie, and took extension courses in Munich, Germany and in Boston, USA.

Board of Executive Officers

It is composed of six members - minimum number set up in the Company's Bylaws, which also requires one mandatory Chief Executive Officer, one Vice-President and one Investor Relations Officer. All members are chosen by the Board of Directors for a three-year term of office, and reelection is allowed.

Their responsibilities include: managing the company according to the guidelines set up by the Board of Directors; to manage and assign the services and tasks of internal administration; to guide and supervise the accounting activities; to prepare the Management's Report, accounts and Financial statements for the Board of Directors' examination and subsequent approval by the Annual Shareholders' Meeting; to approve the opening or discontinuation of branches, agencies, subsidiaries or affiliates, facilities or departments; to approve acquisitions, sales, increase or decrease in stakes held in subsidiaries

É responsável ainda pela coordenação do trabalho de produção e divulgação dos relatórios anuais, trimestrais e dos exigidos legalmente, bem como pelos comunicados ao mercado e pela divulgação de fatos relevantes, de forma tempestiva e simultaneamente à CVM, BM&FBovespa e ao público investidor.

Políticas

A Cyrela mantém as seguintes políticas:

Dividendos – Estabelece que a empresa, respeitando a Lei das Sociedades por Ações e seu Estatuto Social, deve declarar e pagar dividendos e/ou juros sobre o capital próprio de pelo menos 25% do seu lucro líquido ajustado.

A declaração anual de dividendos exige aprovação em Assembleia Geral Ordinária e está atrelada a fatores como desempenho, condições financeiras e perspectivas.

Divulgação – Define regras em relação à divulgação ou à manutenção de sigilo acerca de informações relevantes, e as penalidades a que estão sujeitos aqueles que as violarem. Assina o compromisso de respeitar a política qualquer pessoa que tenha acesso aos dados e as que a empresa julgar necessário.

Privacidade – Versa sobre a segurança e a privacidade de informações coletadas dos usuários de serviços interativos da Cyrela, indicando como ela coleta e trata as informações individuais.

Auditoria Externa

Os serviços de auditoria externa da Cyrela são prestados pela empresa Terco Grant Thornton, cujo contrato foi iniciado em 2006 e estende-se até 2010.

JK 1455 – escritório da Cyrela – São Paulo - SP
JK 1455 – Cyrela's Office – São Paulo -SP



or affiliates; and to approve acquisitions of other companies, as well as to authorize associations and setting up of shareholders' agreements.

The Board of Executive Officers meets upon summoning by the CEO (in 2009, at least one monthly meeting was held). The officers' compensation is established at the Annual General Meeting.

Fiscal Council

The Fiscal Council is non-permanent, and when instated it should be comprised of three sitting members and three alternates, with powers and duties granted by law, with one-year term and reelection is allowed. In 2009, there was no call for instatement of the Fiscal Council.

Investor Relations

Committed to the clear and accurate disclosure of information to the market, the Investor Relations department makes available several communication channels: a website especially aimed at the dissemination of the Company's most relevant information and to clarify any doubts related to its operations, telephone and email. In 2009, there were about 83,000 accesses to the site and more than 2,000 contacts via telephone, email and in person, in addition to participation in 20 national and international conferences.

The area publishes an annual calendar of events and participates in meetings organized by the Security Analysts and Capital Market Professionals Association (APIMEC). The area is also responsible for coordinating the preparation and publication of annual, quarterly and legally required reports, as well as for the release of notices to the market and the disclosure of material facts, in a timely manner, and simultaneously to CVM, BM&FBovespa and the investing community.

Policies

Cyrela keeps the following policies:

Dividends – Cyrela declares and pays dividends and/or interest on equity in amounts equivalent to at least 25% of the adjusted net income, in compliance with the Brazilian Corporate Law and its By-laws. The declaration of annual dividends is subject to approval by the Annual Shareholders' Meeting and relies on many factors such as performance, financial condition and prospects.

Disclosure – It sets up rules concerning the disclosure or confidentiality on material information, and the penalties to the violation of these rules. Anyone who has access to insider information and those who the company deems necessary has to be aware and committed to respecting this policy.

Privacy – It relates to the safety and privacy of information collected from the users of Cyrela Brazil Realty's interactive services, indicating how it collects and handles the personal data.

External Audit

Cyrela's external audit services are provided by Terco Grant Thornton, whose contract was signed in 2006 and extends until 2010.

Ativos Intangíveis

A Cyrela mantém uma série de diferenciais competitivos que, embora não possam ser mensurados, a colocam em evidência no mercado. Entre eles estão:

Inteligência de mercado – Em 2009, a área de Inteligência de Mercado passou a atuar corporativamente – antes, atendia apenas São Paulo. Suas atividades subsidiam a tomada de decisões na empresa, assegurando melhor liquidez dos empreendimentos graças à adequação ao cenário econômico e aos desejos dos consumidores. No período, teve papel fundamental na identificação do produto adequado a ser lançado no período pós-crise e no monitoramento das ações dos competidores mais capitalizados, que ampliaram a concorrência em diferentes regiões.

Gestão flexível e adaptável a novos mercados – De acordo com o produto e a área geográfica, a companhia atua de forma independente ou por meio de *joint ventures* e parcerias estratégicas com empresas locais, o que favorece a penetração e identificação dos perfis e das demandas regionais. Ao mesmo tempo, internamente adota medidas para focar ainda mais suas ações e obter os melhores resultados, o que revela sua flexibilidade de gestão e permite adaptação e resposta rápidas às demandas setoriais. Exemplo dessa forma de atuar foi a independência da Living Construtora em 2009.

Modelo de negócios – Possibilita administrar e controlar todas as etapas da incorporação e construção dos empreendimentos, da identificação, avaliação e compra de terrenos até a prestação de serviços após a entrega. Entre os diferenciais competitivos está a manutenção de equipes próprias de vendas. O modelo vertical de negócios confere à empresa capacidade de execução simultânea de vários projetos; ganhos de eficiência e redução de custos; aumento de poder de negociação com fornecedores; adequação dos cronogramas ao fluxo de caixa; controle de qualidade; e maior conhecimento sobre o consumidor.

Marca, reputação e reconhecimento – Ao longo de 50 anos, a Cyrela desempenha suas atividades com eficiência e responsabilidade e, por isso, tornou-se referência de qualidade. Ao cumprir suas obrigações legais e trabalhar para entregar sempre o prometido, nos prazos e escopos acertados, consolidou-se como uma das marcas mais valiosas do País.

Intangible Assets

Cyrela has countless competitive advantages, which although cannot be measured place the Company in evidence on the market. Among them, the highlights are:

Market intelligence - In 2009, the Market Intelligence department, which was limited to the São Paulo area, began to act on a corporate level. This area supports the Company's decision-making process, ensuring higher liquidity of the developments through the adjustment to the economic scenario and consumers' preferences. In 2009, it played a major role in identifying the appropriate products to be launched during the post-crisis period, and in the monitoring of the higher capitalized competitors' actions, which helped to increase competitiveness in different regions.

Flexible management, easily adapting to new markets - According to the product and geographic area, the Company operates independently or through joint ventures and strategic partnerships with

local companies, which favors penetration and identification of regional profiles and demands. At the same time, it takes internal measures to further focus on its actions and obtain the best results. This demonstrates its management flexibility and allows for easier adjustment and response to industry demands. The independence of Living Construtora in 2009 was an example.

Business model - The Company's business model enables management and control of all stages of development and construction of the projects, which involve identification, evaluation, purchase of land, and post-sale services. Among the competitive advantages are the maintenance of in-house sales teams. The vertical business model enables the Company to simultaneously carry out multiple projects, to gain efficiency, to reduce costs, to increase the bargaining power with suppliers, to match the construction schedule with the cash flow, to keep quality control, and to obtain greater knowledge about the consumer.



Brand, reputation and recognition - Throughout its 50 years of history, Cyrela has performed its activities with efficiency and responsibility and, therefore, has become a benchmark of quality. In fulfilling its legal obligations and working to deliver what was promised, by keeping the agreed deadlines and scope, Cyrela has consolidated as one of the most valuable brands in the country

In a survey released in May 2009 by BrandAnalytics / Millward Brown in partnership with the Isto É Dinheiro magazine, Cyrela was amongst the most valuable brand names in the country, ranking 24th among 160 companies evaluated. At that time, the brand value was estimated at R\$ 461 million - the highest among real estate companies. This fact reinforces the market's recognition of the Company's upsides, which include the offer of quality products, commitment to deliver the units on time, and the good relationship with customers, suppliers, subcontractors, realtors and other developers.

The recognition of its practices is reflected in the awards granted

by major publications and organizations. In 2009, Cyrela stood out in the market by several of them, including:

- **Prêmio Master Imobiliário** – Cyrela was awarded in four categories of the 15th edition of the event, organized by SECOVI (the São Paulo state Housing Syndicate) in partnership with FIABCI (International Real Estate Federation).
- **Euromoney** – The Company was included in the Euromoney's 2009 Real Estate Poll, published in September by the Euromoney magazine, mentioned as the best real estate developer in Latin America.
- **Carta Capital** – For the seventh consecutive year, it ranked first among the most admired companies in Brazil in the Homebuilders and Real Estate Developers category.
- **Info Corporate** – Cyrela was highlighted among the 2009 Top Cases on Information Technology by Editora Abril, with the Partnership Management case.

Em pesquisa divulgada em maio de 2009 pela BrandAnalytics/ Millward Brown em parceria com a revista *Isto É Dinheiro*, a marca Cyrela figura entre as mais valiosas do País, na 24ª posição entre 160 avaliadas. Na ocasião, o valor da marca foi estimado em R\$ 461 milhões – o maior entre as companhias do setor imobiliário. O fato reforça o reconhecimento do mercado sobre a característica de ofertar produtos de qualidade, o compromisso de entrega das unidades no prazo e o bom relacionamento com clientes, fornecedores, subempreiteiras, corretoras e outras incorporadoras.

O reconhecimento às suas práticas se reflete ainda na conquista de distinções conferidas por importantes publicações e organizações. Em 2009, a Cyrela foi evidenciada no mercado com várias delas, entre as quais destacam-se:

- **Prêmio Master Imobiliário** – Foi vencedora em quatro categorias da 15ª edição do evento, promovido pelo Sindicato da Habitação (Secovi) em parceria com a Federação Internacional das Profissões Imobiliárias (FIABCI).
- **Euromoney** – Foi incluída no Euromoney's Real Estate Poll 2009, *ranking* divulgado em setembro pela revista *Euromoney*, como melhor incorporadora da América Latina.
- **Carta Capital** – Pelo sétimo ano seguido, ocupou a primeira posição no *ranking* das empresas mais admiradas do Brasil na categoria Construtoras e Incorporadoras.
- **Info Corporate** – Foi destacada entre os Melhores Cases de Tecnologia da Informação 2009, da Editora Abril, com o Gestão de Parcerias.
- **Econômica** – Posicionou-se como a maior empresa de construção de edifícios residenciais em *ranking* que considera companhias de capital aberto e valores de mercado, na América Latina e nos Estados Unidos.

- **Top Socioambiental ADVB** – Com a Morar, a Cyrela recebeu o prêmio concedido pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing (ADVB) do Espírito Santo, pelo projeto Bem Querer.

- **Prêmio ADEMI (ES)** – Distinção recebida na categoria Campanha Publicitária do empreendimento Aldeia Parque, idealizada pela agência Set.

Além dos reconhecimentos recebidos, no ano a empresa passou por auditoria e foi recertificada pela norma ISO 9001, versão 2008, em Gestão de Qualidade.

Administradores – Tanto os membros do Conselho de Administração como os da Diretoria estatutária são profissionais com mais de 25 anos de experiência no setor imobiliário, o que possibilita a tomada de decisões de forma ágil e segura. Os administradores também possuem experiência em diferentes segmentos, favorecendo a capacidade de identificação de desafios e oportunidades.

Ferramentas de gestão – Em 2009, a Cyrela concluiu a primeira etapa do sistema SAP em suas operações, com o lançamento de 12 módulos sob medida, o que demandou investimento de aproximadamente R\$ 25 milhões e dois anos de trabalho. A ferramenta foi adotada com o intuito de melhorar ainda mais seus controles internos, processos e governança corporativa para suportar o crescimento das operações.

Além disso, a companhia mantém um sistema de Customer Relationship Management (CRM) que permite acompanhar o cliente desde o momento em que visita o estande de vendas até o fim da garantia do imóvel, se for o caso. Os dados abrangem do perfil do interessado às características dos imóveis que ele busca, e indicam o cronograma de ações que devem ser adotadas pelos corretores, alertando-os para os momentos de contato.





- **Econômica** – The Company ranked as the largest residential real estate developer, considering publicly-held companies and their market values in Latin America and in the USA.
- **Top Socioambiental ADVB** – Cyrela Brazil Realty and Morar were awarded by Sales and Marketing Officers Association of the Espírito Santo state (ADVB), for their Bem Querer Project.
- **ADEMI (ES) Award** – award granted in the Advertising Campaign category for their Aldeia Parque Campaign, created by the agency Set.

In addition to the awards received in 2009, the Company was audited and recertified by the ISO 9001 Quality Management standards, 2008 version.

Management – The Company's members of the Board of Directors and the Board of Executive Officers are professionals with over 25 years of experience in the real estate market, which enables the decision-making process to evolve in a nimble and safe

way. The executives also have professional experience in different segments, which leverages management's ability to identify challenges and opportunities.

Management Tools – In 2009, Cyrela completed the first phase of the SAP system in its operations by launching 12 customized modules, which required an investment of approximately R\$ 25 million and two years of work. The tool was adopted to further improve its internal controls, processes and corporate governance to support the business growth.

In addition, the Company maintains a Management Customer Relationship (CRM) system that helps tracking the customers from the moment they visit the sales stand to the end of the real estate guarantee, if applicable. The data cover the prospective client's profile to the real estate features he is interested in, and indicate the schedule of actions to be taken by brokers, warning them about the right moment for contacts.





“Estamos morando no Via Paulista Home Stay há pouco mais de dois meses. O que nos encantou foi a localização e o espaço do imóvel, com uma varanda ampla e os ambientes muito bem aproveitados, o que atende perfeitamente às minhas necessidades. Apaixonei-me pelo projeto e pela proposta. O empreendimento é muito bonito; o acabamento é diferenciado.”

Erica Campos Araújo
Cliente Cyrela

“We have been living in Via Paulista Home Stay for about two months. What fascinated us was the location and the area of the real estate, with a large balcony and the rooms very well projected, which perfectly meets my needs. I fell in love with the design and the proposal. The development is very beautiful, the finishing is distinctive.”

Erica Campos Araújo
Cyrela's client

Desempenho Operacional

Em 2009, apesar dos efeitos da crise financeira internacional, o mercado imobiliário brasileiro registrou bom desempenho. A partir do segundo trimestre, as condições macroeconômicas mais favoráveis proporcionaram a retomada significativa dos lançamentos e levaram a um excelente desempenho de vendas. O mercado de capitais também apresentou resultados expressivos, o que permitiu às companhias dar continuidade aos seus planos de expansão. Os investidores, principalmente estrangeiros, identificaram o mercado imobiliário como um nicho de crescimento em um ambiente com demanda reprimida e abundante oferta de crédito. Com a recuperação da confiança do consumidor observada ao longo do ano, os lançamentos puderam ser intensificados e fecharam em níveis próximos aos de 2008.

Alguns movimentos contribuíram para a recuperação do setor, entre eles a fixação das menores taxas de juros da economia brasileira e o lançamento, pelo governo federal, do programa Minha Casa, Minha Vida, que possibilita o acesso de classes mais baixas ao mercado imobiliário. Outra novidade bem-vinda foi a ampliação do limite de valor para financiamento via Sistema Financeiro de Habitação (SFH) e uso de recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), cujo teto passou a R\$ 500 mil – antes, apenas imóveis até R\$ 350 mil podiam ser financiados. A pronta recuperação dos níveis de emprego e o consistente aumento da renda dos brasileiros também mantiveram estável a demanda das classes média e alta. Como resultado, o ano de 2009 terminou com nível recorde de financiamento imobiliário.

Nesse cenário, que foi da incerteza ao otimismo, a Cyrela registrou resultados bastante favoráveis, com a superação de suas estimativas de lançamentos e vendas contratadas.



Operating Performance

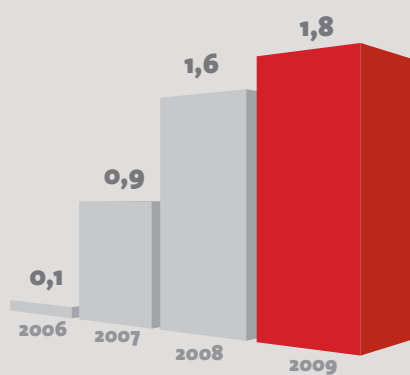
In 2009, the Brazilian real estate market performed very well in spite of the impact from the international financial crisis. As of the second quarter, more favorable macroeconomic conditions led to a significant recovery in the number of launches, and resulted in outstanding sales performance. The capital markets also posted remarkable results, which allowed for companies to continue their expansion plans. Investors, particularly from abroad, have identified the real estate market as a niche for growth within an environment with pent-up demand and abundant credit supply. The recovery in consumer confidence throughout 2009 led to an increase in the number of launches, which closed the year at the same level as in 2008.

Some events contributed to the recovery of the industry, including the declining interest rates and the launch of the Minha Casa, Minha Vida Program by the federal government, which provides access of the lower-income population to the real estate market. Another praised initiative was the expansion of the financing limit for the SFH (Sistema Financeiro da Habitação) and use of resources from the FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço), with a maximum amount of R\$ 500,000 - previously, only properties of up to R\$ 350,000 could be financed. The fast recovery in employment and the consistent increase in income of Brazilians also helped the demand of middle and upper classes to remain stable. As a result, the year 2009 closed at record levels of housing financing.

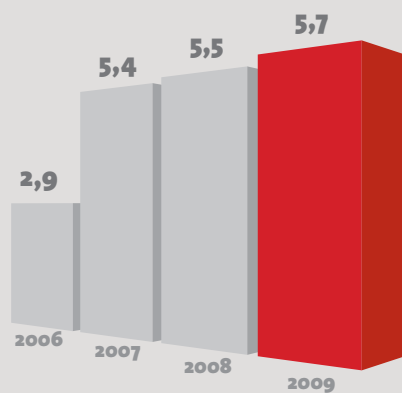
Within this economic environment, which shifted from uncertainty to optimism, Cyrela recorded very positive results that exceeded its estimates of launches and pre-sales.



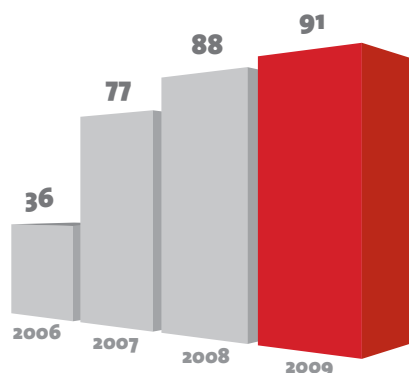
VGv Lançamentos Living (R\$ bilhões)
Living Launches PSV (R\$ billion)



VGv Lançamentos (R\$ bilhões)
Launches PSV (R\$ billion)



Número de Lançamentos Number of Launches



Participação CBR e Living nos Lançamentos em 2009 (%) CBR and Living stakes in Launches in 2009 (%)



Lançamentos

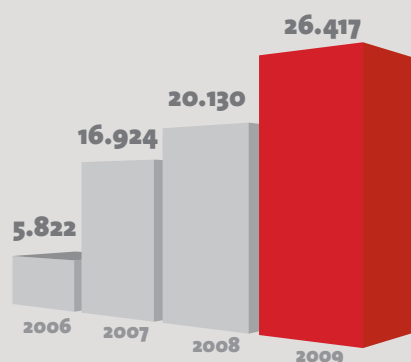
Em 2009 a empresa lançou 26.030 unidades, o que corresponde a um VGV de R\$ 5,7 bilhões (4,1% mais do que o ano anterior) e representa 111,4% do ponto mais alto das projeções divulgadas para o período. A participação da Cyrela no VGV total foi ampliada em 9,2 pontos percentuais em relação ao período anterior e chegou a 78,6% (o restante foi ocupado por parceiros). Foram 91 novos empreendimentos imobiliários (4,1% mais do que em 2008), sendo que São Paulo foi o estado que mais os sediou (37, o que equivale a 47% do valor total), seguido do Rio de Janeiro (11, com participação de 13% no total).

Em continuidade ao seu processo de expansão geográfica, a companhia lançou produtos nos seguintes estados: Amazonas, Maranhão e Pará, na Região Norte; Goiás, na Região Centro-Oeste; Rio Grande do Sul e Paraná, na Região Sul; Rio Grande do Norte, Bahia e Pernambuco, na Região Nordeste; e São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo, na Região Sudeste.

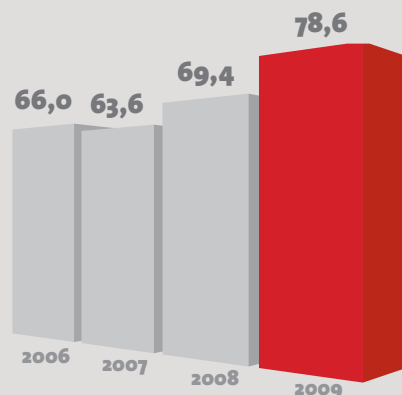
Os lançamentos da Living Construtora representaram 31,8% do total, somando R\$ 1,8 bilhão em 45 lançamentos com um total de 16.062 unidades.

Entre os destaques do ano está o NovAmérica, megaempreendimento em terreno com mais de 70 mil metros quadrados, na cidade de São Paulo, com VGV potencial de R\$ 692 milhões. Até o final do exercício, 84% de suas unidades estavam comercializadas. O projeto foi um divisor de águas para o setor, que até então se mostrava receoso diante da crise. O sucesso de vendas revelou o apetite dos clientes pela aquisição de imóveis e deu a largada ao processo de retomada de lançamentos. O projeto compreende o NovAmérica Residence Park, com cinco condomínios residenciais independentes e um parque privativo comum, e o NovAmérica Office Park, com uma torre comercial e escritórios de vila. Juntos, eles somam mais de 1,7 mil unidades. Além disso, o empreendimento oferece um parque público de 14 mil metros quadrados aberto à comunidade do entorno.

Unidades Lançadas Launches Units



Participações CBR nos Lançamentos (%) CBR's stake in Launches (%)



Os sucessos de venda, porém, são muitos (*Veja relação completa de lançamentos na página 72*). Um deles – 100% comercializado – foi o Ventura Ecoville, em Curitiba, cidade onde a Goldshtein Cyrela abriu seu escritório em 2009. O empreendimento de médio padrão foi lançado em maio e fechou o ano com suas 227 unidades vendidas. Também no Sul do Brasil, no Estado do Rio Grande do Sul, o empreendimento Upper Northway teve 100% de suas 125 unidades comercializadas em apenas dois meses. Esses resultados expressivos vão ao encontro dos objetivos da empresa de se tornar líder de mercado na Região Sul.

No Rio de Janeiro, o destaque foi o Corporate Executive Office (CEO), lançado pela RJZ Cyrela na Barra da Tijuca, região que registrou um dos maiores índices de crescimento e valorização imobiliária da capital fluminense nos últimos anos. O empreendimento ocupa 26 mil metros quadrados, com quatro torres corporativas e ainda *boulevard* comercial, com conveniências de luxo. Lançado em agosto, teve 70% de suas 939 unidades comercializadas até o fim do ano.

No Nordeste, o Le Parc Boa Viagem, localizado em Recife (PE), teve sua primeira fase lançada em dezembro e, em apenas um mês, 50% de 352 unidades foram negociadas.



Stand de Vendas, Andalus – São Paulo - SP
Sales Stand, Andalus – São Paulo - SP

Launches

In 2009, the company launched 26,030 units, representing a PSV of R\$ 5.7 billion (up 4.1% year-over-year), and 111.4% of the high end of the guidance disclosed for the period. The share of Cyrela in the total PSV increased by 9.2 percentage points over 2008 and reached 78.6% (the remainder corresponded to the partners' share). This involved 91 projects (4.1% more than in 2008), mostly located in the state of São Paulo (37, accounting for 47% of the total), followed by the state of Rio de Janeiro (11, representing 13% of the total).

The Company moved forward towards its geographical expansion, and launched units in the following states: Amazonas, Maranhão and Pará, in the northern region; Goiás in the mid-west, Rio Grande do Sul and Paraná in the south, Rio Grande do Norte, Bahia and Pernambuco in the northeast and São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais and Espírito Santo, in the southeast.

Living Construtora launches accounted for 31.8% of the total, amounting to R\$ 1.8 billion involving 45 launches with a total of 16,062 units.

The highlights of the year include NovAmérica, a mega-development located in a land site with over 70,000 square meters in the city of São Paulo, and PSV of R\$ 692 million. By the end of the year, 84% of its units had been sold. The project was a milestone for the industry, which until then had been showing a cautious attitude in face of the crisis. The successful sales revealed the customers' pent-up demand for properties and triggered the resumption in the launching process. The NovAmérica Residence

Park project comprises five independent residential building complexes and a private park of common use, and NovAmérica Office Park, a commercial tower and village offices. Altogether, the project holds more than 1,700 units. Furthermore, the development offers a public park of 14,000 square meters that can be used by the surrounding community.

However, there are many best-sellers (See complete list of launches on page 72). One of them - 100% sold - was Ventura Ecoville in Curitiba, the city where Goldshtein Cyrela opened its office in 2009. That middle-segment development was launched in May and closed the year with its 227 units sold. Also in Rio Grande do Sul state, in the south of Brazil, the Upper Northway project had 100% of its 125 units sold in only two months. These outstanding results meet the Company's goal to become the market leader in the Southern Region.

In Rio de Janeiro, the highlight was the Corporate Executive Officer (CEO), launched by RJZ Cyrela in Barra da Tijuca, a region which recorded the highest growth and real estate appreciation in the city of Rio de Janeiro over the last years. The development covers 26,000 square meters with four commercial towers and a commercial boulevard, and offers high-end amenities. Launched in August, it had 70% of its 939 units sold by the end of the year.

In the Northeast, the project Le Parc Boa Viagem, located in Recife (Pernambuco state), had its first phase launched in December and within only one month, 50% of its 352 units were sold.



Loja Living, Shopping Aricanduva – São Paulo - SP
Living Store, Aricanduva Mall – São Paulo - SP

Vendas

A Cyrela encerrou o ano com R\$ 5,2 bilhões em vendas contratadas, ampliação de 1,9% na comparação com 2008. O indicador representa 102,8% do ponto mais alto das projeções anunciadas ao mercado para o período. A participação da empresa nesse valor cresceu de 67,2% em 2008 para 78,0%, cabendo o restante aos parceiros e *joint ventures*.

Foram comercializadas 24.003 unidades. Do volume total vendido, 73% foram de lançamentos feitos no ano e 27% referentes a vendas de lançamentos feitos em anos anteriores (estoque). A velocidade de vendas dos lançamentos atingiu 76%. O estoque, ao final de 2009, contabilizava R\$ 3,7 bilhões, o equivalente a menos de um ano de vendas.

A Living Construtora teve participação de 33% das vendas, crescimento de 28% em relação ao ano anterior. Elas chegaram a R\$ 1,7 bilhão e envolveram 14.913 unidades.

A maior parte foi realizada na Região Sudeste (68%). A Região Norte respondeu por 13%; a Sul por 12%; e a Nordeste por 8%.

Pre-Sales

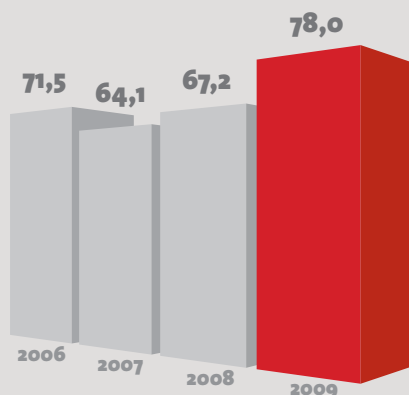
In 2009, Cyrela's pre-sales amounted to R\$ 5.2 billion, a 1.9% increase year-over-year. The indicator represents 102.8% of the high end of the guidance disclosed to the market for the period. The company's share in total amount increased from 67.2% in 2008 to 78.0%, whereas the remainder corresponds to the shares of partners and joint ventures.

24,003 units were sold, and from the total volume sold, 73% corresponded to launches that were made during the year and 27% to sales of launches made in previous years (inventory). The speed of sales of launches reached 76%. The year-end inventory came to R\$ 3.7 billion, equivalent to less than one year of sales.

Living Construtora's sales accounted for 33% of the total, or R\$ 1.7 billion, a 28% increase year-over-year, and involved 14,913 units.

Most sales took place in the Southeastern Region (68%). The Northern Region accounted for 13%, the Southern for 12%, and the Northeastern for 8%.

Participações CBR nas Vendas Totais (%)
CBR Stake on Launches (%)



Participação da CBR e Living nas Vendas em 2009
CBR and Living Stakes on Sales in 2009



Sales Channels

Cyrela's outstanding sales performance are also supported by the maintenance of in-house sales teams, involving 1,265 brokers (789 Seller and 476 Selling) who act in sales stands, on the internet and in stores. Seller's and Selling's sales accounted for 35.9% (R\$ 1.9 billion) of the overall sales.

Seller and Selling maintain agreements with other renowned real estate brokers, as well as regional real estate agencies. Respect for outsourced professionals and above-market average incentive plans are offered to all brokers as part of the strategy to boost sales performance. The Company also holds the Star Club, an advantage club aimed to brokers, which offers several types of discounts and tickets for cultural events, as well as recognition through the granting of prizes such as travel tickets. To ensure high customer services standards, Cyrela offers training programs to both its own and outsourced brokers, which relate to instructions on appropriate behavior, sales techniques, models, products and financing facilities. In 2009, the sales stands recorded an average of 10,000 visits per month. At the end of 2009, Cyrela and Living Construtora held 35 on-site customer services.

The variety of sales channels also contribute to the successful performance.

Internet – *In Cyrela and in Living Construtora, this channel already accounts for approximately 25% of sales. In 2009, São Paulo was the state that showed the highest amount number of accesses, with an average of 374,000 per month, which yielded an average volume of 4,000 contacts/month and 47 sales/month. Rio de Janeiro ranked second, with an average of 201,000 accesses per month, accounting for an average of 2,000 contacts/month and 26 sales/month.*

Overseas – *There are sales channels established in the USA and in Japan to service Brazilians living abroad. In addition, the Company holds agreements with real estate agencies managed by Brazilian residents in those countries and broadcasts advertisements on international television stations such as Bloomberg Television and Globo Internacional.*

Cyrela e Cia. – *Responsible for the partnerships with several small real estate agencies and independent brokers who deal with developments that still have units available after 180 days after launching. In this case, Cyrela provides these agents with all information necessary to promote the sale of the properties.*

Stores – *Living Construtora holds two stores for the resale of their products in the city of São Paulo. They are located in places that show a large movement of people, such as the more popular shopping malls and subway stations.*

Door-to-door – *In 2009, Living Construtora started a pilot project based on door-to-door sales, which is expected to be formally introduced in 2010. Brokers go to the homes of prospective customers to present the products and inform of the opportunities for acquisition and financing, including Minha Casa, Minha Vida.*

Canais de Vendas

Os excelentes resultados de vendas da Cyrela estão amparados também pela manutenção de equipes próprias, que somam 1.265 corretores (789 Seller e 476 Selling) em atuação nos estandes, via internet e em lojas. A Seller e a Selling responderam por 35,9% das vendas totais (ou R\$ 1,9 bilhão).

Ambas mantêm contratos com outras reconhecidas empresas de vendas de imóveis, além de imobiliárias regionais. O respeito aos profissionais terceirizados e planos de incentivos acima da média do mercado a todos os corretores integram a estratégia para aceleração dos negócios. A empresa detém ainda o Star Club, um clube de vantagens para corretores que oferece diversos tipos de descontos e ingressos para eventos culturais e o reconhecimento por meio de prêmios como viagens. Para assegurar alto padrão de atendimento comercial, a Cyrela capacita os corretores próprios e terceirizados com orientações sobre comportamento, técnicas de venda, modelos, produtos e condições de financiamentos. Em 2009, os estandes receberam em média 10 mil visitas mensais. Ao final do ano de 2009, Cyrela e Living Construtora mantinham 35 plantões de atendimento.

Os variados canais de venda também contribuem para o desempenho bem-sucedido.

Internet – Na Cyrela e na Living Construtora, o canal já responde por aproximadamente 25% das vendas. Em 2009, São Paulo foi o estado com maior quantidade de acessos, com média de 374 mil por mês, o que proporcionou volume médio de 4 mil contatos/mês e 47 vendas/mês. O Rio de Janeiro veio em seguida, com média de 201 mil acessos/mês, responsáveis por média de 2 mil contatos/mês e 26 vendas/mês.

Exterior – Há canais de vendas estabelecidos nos Estados Unidos e no Japão para atender brasileiros. Além disso, a companhia mantém contrato com imobiliárias geridas por brasileiros naqueles países e veicula anúncios em emissoras internacionais de televisão, como Bloomberg Television e Globo Internacional.

Cyrela e Cia. – Responsável pelas parcerias com diversas imobiliárias de menor porte e corretores autônomos que trabalham com produtos que ainda possuem unidades disponíveis após 180 dias do lançamento. Nesse caso, a Cyrela abastece esses agentes com todas as informações necessárias para a promoção da venda dos imóveis.

Lojas – A Living Construtora mantém duas lojas para a revenda de seus produtos em São Paulo. Elas estão localizadas em locais onde transita grande número pessoas, como *shoppings* mais populares e estações de metrô.

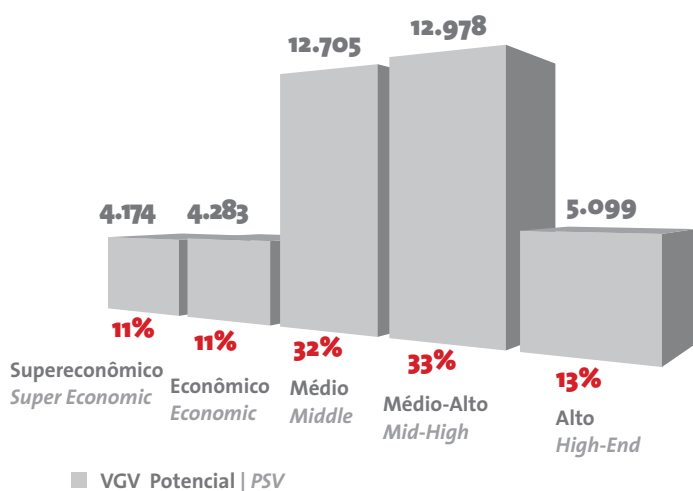
Porta a porta – Em 2009 a Living Construtora deu início a um projeto-piloto de vendas porta a porta, que deve ser introduzido formalmente em 2010. Os corretores vão às casas de potenciais clientes apresentar os produtos e orientar sobre as possibilidades de aquisição e financiamento, o que inclui o Minha Casa, Minha Vida.

Terrenos

O *landbank* da Cyrela, ao final de 2009, totalizava 12,6 milhões de metros quadrados (acréscimo de 13,2% em relação a 2008), com VGV potencial de R\$ 39,2 bilhões com permuta ou R\$ 34,6 bilhões sem permuta (em linha com o exercício anterior). A participação da empresa é de 83,0% (em 2008 foi de 78,0%). Do estoque, 72,6% do valor pago pelos terrenos foi por meio de permuta.

As aquisições também levaram em conta a estratégia de diversificação regional, de maneira que 31,7% do VGV potencial está localizado fora do eixo Rio-São Paulo. Em 2009, o *landbank* da empresa estava distribuído de acordo com os gráficos seguintes.

Estoque de Terreno 100% (4To9 - R\$ milhões)
Landbank 100% (4Qo9 - R\$ million)



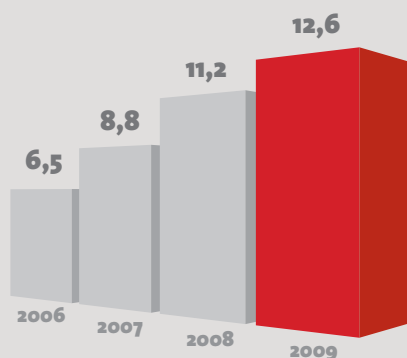
Desenvolvimento Urbano (Loteamentos)

Há quatro anos a Cyrela criou um departamento para desenvolver negócios no segmento de desenvolvimento urbano, ou loteamentos, por acreditar na boa rentabilidade da atividade, na parceria com proprietários de terrenos e nas grandes oportunidades que o País oferece. Sua atuação, inicialmente focada no Estado de São Paulo, está sendo planejada para abranger todo o território nacional.

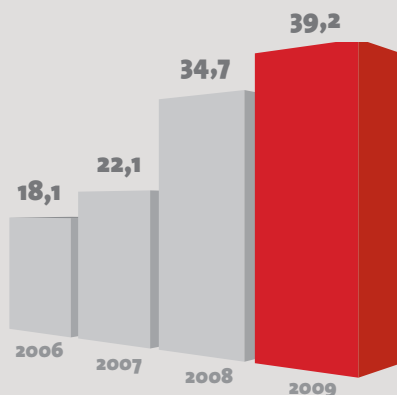
Em razão dos prazos elásticos de aprovação de projetos pelos órgãos competentes, a Cyrela lançou seis empreendimentos desde o início de suas atividades no mercado de loteamentos, sendo dois deles em 2009: no município de Votorantim e em Bragança Paulista, localizados no interior do Estado de São Paulo. Os dois lançamentos foram feitos em parceria com outras empresas do setor e totalizaram um Valor Geral de Vendas de R\$ 32,1 milhões, valor nominal referente à participação de 52% que cabe à Cyrela, com 863 lotes comercializados.

Em 2010, a companhia focará no desenvolvimento de negócios em cidades economicamente fortes em todos os estados do Brasil. A Cyrela acredita que uma boa carteira de terrenos incrementará os negócios no médio prazo.

Banco de Terrenos (em milhões de m²)
Landbank (in million sq.m.)



VGV Banco de Terrenos (R\$ bilhões)
Landbank PSV (R\$ billion)





Landbank

At the end of 2009, Cyrela's landbank stood at 12.6 million square meters (a 13.2% increase year-over-year), with total PSV of R\$ 39.2 billion, including swap contracts, and R\$ 34.6 billion excluding swap contracts (stable when compared with 2008). Cyrela's share in the landbank is 83.0% (78.0% in 2008). Of the total landbank, 72.6% of the value of the plots of land was acquired through swap contracts, with no cash disbursement.

The acquisitions also took into account the geographical diversification strategy. Thus, 31.7% of the PSV is located outside the states of São Paulo and Rio de Janeiro. In 2009, the Company's landbank was allocated as shown in the chart that follows:

Urban Development (Lots)

Four years ago, Cyrela created a department to develop the urban development segment, since it believed in the good business profitability, in the partnership with landowners and in the great opportunities that the country could offer. Its operations initially focused on the state of São Paulo, and it planned to cover the whole country.

Because of the variable time frame taken by the authorities to approve projects, Cyrela has launched six projects since the beginning of its business in the urban development market, being two of them in 2009: in the cities of Votorantim and Bragança Paulista, both located in the interior of São Paulo state. Both launches were carried out in partnership with other companies that operate in this segment and totaled a PSV of R\$ 32.1 million, nominal value of Cyrela's share of 52%, with 863 lots sold.

In 2010, the Company plans to focus on business development in economically solid cities in all states of Brazil. Cyrela believes that a good land portfolio will increase business in the medium term.



Living Construtora

Após mais de um ano de estudos, e impulsionada pelo lançamento do programa Minha Casa, Minha Vida, a Living Construtora passou a atuar de forma independente no grupo Cyrela. A medida resultou do entendimento de que há a necessidade de uma operação exclusivamente direcionada aos segmentos econômico e supereconômico, já que a dinâmica de todas as etapas envolvidas no processo de incorporação e construção são muito diferentes das existentes nos segmentos tradicionais. Assim, a nova subsidiária passou a responder pela incorporação, construção, vendas e pelo relacionamento com esse público.

A exemplo da Cyrela, a Living Construtora atua por meio de parceiras e *joint ventures* ou independentemente. Está presente em 12 estados brasileiros e comercializa três linhas de empreendimentos, que contemplam unidades nas faixas de preço de até R\$ 90 mil, de R\$ 90 mil a R\$ 130 mil (teto para imóveis elegíveis ao programa Minha Casa, Minha Vida) e de R\$ 130 mil a 200 mil, com metragem entre 45 e 75 metros quadrados.

Como diferenciais, tem o apoio da estrutura da Cyrela, que agrega valor pela experiência e solidez financeira, manutenção de equipe comercial própria, sob a marca Selling, e constantes investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Nesse sentido, busca criar produtos, tecnologias e processos ajustados ao seu público-alvo, baseados no conceito de *lean construction*, que prevê a execução da obra como se fosse uma linha de montagem industrial. Em sua sede em São Paulo há um laboratório que permite testar produtos e processos e onde são construídos protótipos de unidades residenciais. Em virtude desse trabalho foram promovidos, com fornecedores, aperfeiçoamentos de materiais para que se adaptem com facilidade e economia aos projetos desenvolvidos. Entre as soluções criadas estão *kits* elétricos e hidráulicos pré-montados, batentes, blocos de concreto, entre outros componentes exclusivos para as obras.

Economia de tempo, padronização de produtos e processos e redução de custos são objetivos atingidos com a simplificação de tarefas, que passam a ser mais precisas e repetitivas e podem ser facilmente documentadas e multiplicadas por meio de treinamentos. Exemplo é o fato de, com a adoção da metodologia desenvolvida, cada trabalhador erguer em média 30 metros quadrados de parede ao dia, enquanto em uma obra convencional essa média fica em torno de 4 metros quadrados.

Living Construtora

After over one year of studies, and driven by the launch of Minha Casa, Minha Vida Program, Living Construtora has become an independent company of the Cyrela Group. This measure resulted from the understanding that there is a need for an operation exclusively directed to economic and super economic segments, since the dynamics of all stages involved in development and construction are very different from those of the traditional segments. Thus, the new subsidiary has become responsible for the development, construction, sales and relationship with this public segment.

Similar to Cyrela's activities, Living Construtora operates through partnerships, joint ventures or independently. It is present in 12 Brazilian states and markets three development lines, which include units with price ranges of up to R\$ 90,000, from R\$ 90,000 to R\$ 130,000 (ceiling on prices for units eligible to the Minha Casa, Minha Vida program), and R\$ 130,000 to R\$ 200,000, with areas between 45 and 75 square meters.

Its competitive advantages include the support of the Cyrela's structure, which adds value due to its experience and financial solidity; the in-house sales team under the Selling brand name; and continuous investments in research and development. In this sense, Living seeks to create products, technologies and processes that meet its target consumers' preferences, based on the concept of lean construction, which handles the construction process like an industrial assembly line. The company holds a laboratory at its headquarters in São Paulo, where products and processes tests are conducted, as well as the building of residential unit prototypes. This initiative, taken along with suppliers, led to the perfecting of materials to easily adapt to the development of projects with cost reduction. Among the solutions created, are pre-assembled electrical and plumbing kits, door frames, concrete blocks, and other exclusive components.

Time saving, standardization of products and processes, and cost reduction have been some of the goals achieved through the streamlining of tasks, which become more accurate and repetitive, and can be easily reported and multiplied by training programs. One example is the fact that by adopting the developed methodology, each worker has become capable of building a 30 square-meter wall per day on average, whereas this average is around 4 square meters in a conventional work.





BRC

Preocupada em oferecer produtos imobiliários diferenciados aos seus clientes, a Cyrela identificou a oportunidade de prestar aos proprietários, locatários e usuários de empreendimentos residenciais e comerciais um atendimento focado na excelência de serviços que englobassem os aspectos operacionais, administrativos e, principalmente, de conservação patrimonial (manutenção preventiva e corretiva). Para isso, em 2000, fundou a BRC Gestão de Propriedades e Serviços.

Inicialmente, a BRC operava nos empreendimentos comerciais de alto padrão, até então parte do portfólio da Cyrela, como o JK Financial Center, estendendo-se a outros, como o Faria Lima Financial Center, Nova São Paulo, Verbo Divino e Faria Lima Square, que contam com gerenciamento especializado em edificações aliado aos serviços de *Concierge* e à tecnologia de ponta. Assim, são assegurados

aos usuários desses condomínios conforto e tranquilidade em sua ocupação, assim como o *glamour* hoteleiro na gestão de serviços.

Sob as marcas Facilities e Classic, a BRC atua em quatro segmentos – Home, Office, Business e Resort – na gestão integral de empreendimentos residenciais, comerciais, corporativos ou hoteleiros, conferindo conceito inovador e pioneiro de servir com qualidade e de forma padronizada. São mais de 82 empresas homologadas para a prestação de serviços sob sua supervisão, envolvendo mais de 1,5 mil funcionários em todo o Brasil. As marcas são sinônimos de prestação de serviços de qualidade, com rapidez e eficiência, mantendo sempre o padrão BRC como um modelo a ser seguido. Esse tipo de serviço é considerado um diferencial do produto na hora da compra. Ao final de 2009, 39 empreendimentos com 18.192 unidades contavam com os diferenciais da Facilities.

BRC

Committed to offering differentiated real estate products to its customers, Cyrela has identified the opportunity to provide owners, tenants and users of residential and commercial developments a customer care focused on service excellence that covers operational, administrative and particularly asset preservation aspects (preventive and corrective maintenance). Thus, in 2000, it founded BRC Gestão de Propriedades e Serviços.

Initially, BRC operated in high-end commercial developments, which composed Cyrela's portfolio, such as JK Financial Center, Faria Lima Financial Center, Nova São Paulo, Verbo Divino and Faria Lima Square, which employ management specialized in buildings as well as Concierge services and state-of-the-art technology. Thus, the users of these properties enjoy comfort and tranquility, as well as the glamorous hotel management services.

Under the Facilities and Classic brand names, BRC operates in four segments - Home, Office, Business and Resort – in the overall management of residential, commercial, corporate or hotel developments, providing the innovative and pioneering concept of quality and standardized services. There are more than 82 companies approved to provide services under their supervision, involving more than 1,500 employees all over the country. The brands are reference in providing nimble, efficient and quality services, keeping the BRC standard as market benchmark. This type of service is considered a competitive edge at the moment of purchase. At the end of 2009, 39 projects involving 18,192 units enjoyed the Facilities' advantages.

Desempenho Econômico-Financeiro

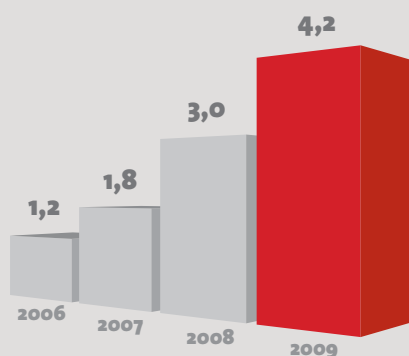
Receita Bruta

Ao final de 2009, a Cyrela registrou receita bruta de R\$ 4,2 bilhões, acréscimo de 42,7% na comparação com 2008. O valor reflete o crescimento de lançamentos e vendas em anos anteriores, cujos empreendimentos estão sendo construídos e entregues. Ao longo do ano, a Cyrela começou a reconhecer receitas relacionadas a 66 empreendimentos lançados, destacando-se entre eles: Prime Family Clube, Varanda NovAmérica, Menara Residencial e Buritis Condomínio Clube. Outro marco foi a evolução dos produtos Living, cuja participação atingiu 20,7% da receita bruta, avanço de 5,8 pontos percentuais na comparação com 2008 (alcançou R\$ 858,8 milhões).

A receita de loteamento avançou 109,3% no ano, passando de R\$ 22,9 milhões em 2008 para R\$ 48,1 milhões, equivalente a 1,1% da receita bruta do ano (0,8% em 2008). Já a receita de prestação de serviços – atividades das controladas Seller (corretagem sobre vendas) e Cyrela Construtora (taxa de administração de obras) – cresceu 13,8% de 2008 para 2009, passando de R\$ 36,6 milhões para R\$ 41,7 milhões, o equivalente a 1,0% da receita bruta total (1,2% em 2008). O avanço está atrelado ao maior volume de vendas contratadas e consequente aumento no volume de comissões da controlada Seller.

Receita Bruta <i>Gross Revenue</i>	2009 R\$ mil <i>R\$ thousand</i>	% Part.	2008 R\$ mil <i>R\$ thousand</i>	% Part.	% Var.
Incorporação Imobiliária Residencial <i>Residential Real Estate Development</i>	4.144.237	97,9%	2.907.848	98,0%	42,5%
Loteamentos / <i>Urban development</i>	48.079	1,1%	22.974	0,8%	109,3%
Prestação de Serviços <i>Services rendering</i>	41.677	1,0%	36.627	1,2%	13,8%
Total	4.233.993	100,0%	2.967.449	100,0%	42,7%

Receita Bruta (R\$ bilhões)
Gross Revenue (R\$ billion)



Economic and Financial Performance

Gross Revenue

In 2009, Cyrela registered gross revenues of \$ 4.2 billion, an increase of 42.7% compared to 2008. This increase reflects the growth in launches and sales of previous years, and whose projects are being built and delivered. Over the year, Cyrela began to recognize the revenues related to 66 projects launched during this period, highlighting: Prime Family Clube, Varanda NovAmérica, Menara Residencial and Buritis Condomínio Clube. Living's products stood out as part of this growth, whose share reached 20.7% of gross revenues, an increase of 5.8 percentage points compared to 2008 (R\$ 858.8 million).



Revenues from urban development projects increased by 109.3% to R\$ 48.1 million in 2009, up from R\$ 22.9 million in 2008, equivalent to 1.1% of 2009's gross revenues (0.8% in 2008).

Revenue from services - the services rendered by the subsidiaries Seller (sales brokerage fees) and Cyrela Construtora (construction project management fee) - went up by 13.8% year-over-year, from R\$ 36.6 million in 2008 to R\$ 41.7 million in 2009, equivalent to 1.0% (1.2% in 2008) of the Company's total gross revenues. The growth was due to the increased volume of pre-sales occurred in 2009 and the consequent rise in the volume of commissions earned by the subsidiary Seller.

Cost of Goods Sold and/or Services Rendered

Total cost rose 51.8% from R\$ 1.8 billion in 2008 to R\$ 2.7 billion in 2009. The change derives from the fast growth of the operations in the real estate market, the high competitiveness and fragmentation that have been impacting the items that make the construction cost, such as labor - the lack of qualified labor demands greater investments in workers' training, materials and equipment. In the last quarter of 2009, the budgets of all construction works of launches from 2006 to 2008 were revised, which resulted in an average increase of 3.1% in the costs recognized in 2009.



Obra da Cyrela
Cyrela Construction site

Custo dos Bens e/ou Serviços Prestados

O custo total passou de R\$ 1,8 bilhão em 2008 para 2,7 bilhões em 2009, acréscimo de 51,8%. A oscilação decorre do rápido crescimento do setor, da alta competitividade e da fragmentação que afeta os principais itens que compõem o custo de construção, como a mão de obra – a escassez de profissionais qualificados no mercado resulta na necessidade de mais investimentos para capacitação dos trabalhadores –, materiais e equipamentos. No último trimestre de 2009, a Cyrela realizou a revisão de orçamentos de todas as obras lançadas no período de 2006 a 2008, o que resultou em aumento médio dos custos a incorrer de 3,1%. Com isso, houve avanço de 0,8% no custo reconhecido para 2009.

Margem Bruta

A margem bruta de incorporação imobiliária residencial em 2009 foi de 34,5%, 3,8 pontos percentuais inferior a do ano anterior (38,3%), o que se explica pelo aumento no custo de construção decorrente de revisão dos custos a incorrer de empreendimentos lançados de 2006 a 2008; aumento de obras construídas por terceiros, o que reduziu a margem bruta; evolução dos preços de materiais e mão de obra, que não são refletidos adequadamente no INCC e acarretam redução das receitas; aumento da participação dos empreendimentos dos segmentos econômico e supereconômico no portfólio; reconhecimento, a partir da alteração do princípio contábil, das permutas físicas na compra de terrenos com unidades a serem construídas pelo valor justo (valor da venda da unidade), o que reduz a margem bruta em comparação a dos exercícios anteriores, porém sem efeito caixa; e amortização dos juros capitalizados (SFH + debêntures), que no ano somou R\$ 39,9 milhões, reduzindo a margem bruta em 1,0 ponto percentual na comparação com 2008. No ano anterior essas amortizações foram parcialmente registradas como despesas financeiras.

A margem bruta do segmento econômico e supereconômico (produtos Living) ficou em 32,8% em 2009, mesmo patamar do ano anterior.

Margem Bruta

Gross Margin

	2009	2008	% Var.
Incorporação Imobiliária Residencial / <i>Residential Real Estate Development</i>	34,5%	38,3%	-3,8 p.p.
Loteamentos / <i>Urban development</i>	38,4%	42,3%	-4,0 p.p.
Prestação de Serviços / <i>Services rendering</i>	27,0%	15,1%	11,9 p.p.
Total	34,5%	38,0%	-3,5 p.p.

Gross Margin

In 2009, the gross real estate development margin reached 34.5%, 3.8 percentage points lower than in the previous year (38.3%), which is explained by the increase in construction costs resulting from the revision in costs to be incurred of projects launched from 2006 to 2008; larger number of outsourced construction works, causing a reduction in the gross margin; mismatch in the evolution of materials and labor prices, which are not properly reflected in the INCC, resulting in the reduction in revenues; larger number of projects of the economic and super economic segments in the portfolio; recognition of physical swaps done with units to be built as payment for land acquisition at their fair value (selling price), which leads to a reduction in the gross margin versus the previous years, but with no cash effect; and the amortization of capitalized interests (SFH + Debentures), which amounted to R\$ 39.9 million in 2009, reducing the

gross margin by 1.0 p.p. over 2008. In the previous year, these amortizations were partially recorded as financial expenses. The gross margin of the economic and super economic segments was 32.8% in 2009, the same level as in 2008.

Selling, General and Administrative Expenses

Selling expenses in their entirety refer to the residential development business, and amounted to R\$ 291.3 million in 2009, down 20.6% over 2008. This is a result of the expenses reduction plan implemented in 2008 after the financial crisis. General and administrative expenses increased by only 1.3% year-over-year, to R\$ 225.0 million, even when the creation of Living as an independent company with its own administrative structure is taken into consideration.

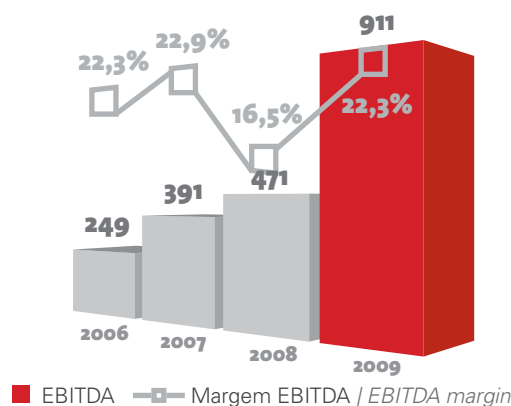
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

As despesas comerciais, que em sua totalidade referem-se à área de incorporação imobiliária residencial, totalizaram R\$ 291,3 milhões em 2009, o que representou decréscimo de 20,6% na comparação com 2008. A queda resulta do plano de redução de despesas introduzido a partir da crise financeira iniciada em 2008. Já as despesas gerais e administrativas cresceram apenas 1,3% de 2008 para 2009, totalizando, no último período, R\$ 225,0 milhões, mesmo com a criação e o desenvolvimento da Living como empresa independente, com estrutura administrativa própria.

EBITDA

O EBITDA da Cyrela em 2009 foi 93,7% maior do que o registrado no final de 2008, e atingiu R\$ 911,3 milhões (R\$ 470,5 milhões em 2008). A margem EBITDA alcançou 22,3% no ano, enquanto em 2008 foi de 16,5% (avanço de 5,8 pontos percentuais). O aumento dos dois indicadores decorre do crescimento da receita reconhecida e da efetiva geração positiva de resultados dos empreendimentos, de menores despesas comerciais e administrativas em relação à receita reconhecida e dos resultados positivos das *joint ventures* e sociedades pontuais.

EBITDA (R\$ milhões) e Margem EBITDA (%) EBTIDA (R\$ million) and EBTIDA Margin (%)



	2009 R\$ mil R\$ thousand	2008 R\$ mil R\$ thousand	Var%
EBITDA			
Lucro antes do IR e Contribuição Social / <i>Profits before income tax and social</i>	971.957	441.996	119.9%
(-) Ganho Agra / <i>(-) Agra</i>	(80.632)	-	-
(+) Resultado Financeiro / <i>(+) Financial</i>	14.533	10.780	34.8%
(+) Depreciação e Amortização / <i>(+) Depreciation and Amortization</i>	6.518	3.890	67.6%
(+) Amortização de Ágios e Outros / <i>(+) Goodwill Amortivation and Others</i>	29.863	17.880	67.0%
(-) Participação dos Administradores / <i>(-) Management Share</i>	(30.932)	(4.055)	662.8%
EBITDA	911.307	470.491	93.7%
Margem EBITDA (%) / <i>EBTIDA margin (%)</i>	22,3%	16,5%	5,8 p.p.

EBTIDA

Cyrela's EBTIDA in 2009 was 93.7% higher than in the same period of 2008, and amounted to R\$ 911.3 million (R\$ 470.5 million in 2008). The EBTIDA margin came to 22.3% in the year, whereas in 2008 it was 16.5% (increase of 5.8 percentage points). The increase of both indicators was a result of the rise in recognized revenue and the effective positive generation of results by the projects, to smaller selling and administrative expenses in relation to the revenues recognized, and the positive results from joint ventures and other partnerships.

Net Income and Net Margin

The net income for the year totaled R\$ 729.3 million, an increase of 162.6% year-on-year. The result includes a non-recurring gain of R\$ 80.6 million from the sale of an interest held at Agra Empreendimentos Imobiliários S.A. for R\$ 304.5 million on September 25, 2009. Adjusted net income excluding this operation would be R\$ 648.7 million, and the adjusted net margin would be 15.9%.

Accounts Receivable

Considering all of the pre-sales contracts signed and including amounts not yet recognized in the balance sheet, Accounts Receivable totaled R\$ 9.7 billion, an increase of 26.2% over 2008, a result of the sales volume recorded in the year. Of this amount, 9.0% refers to delivered units and 91.0% to units under construction. The average turnover of Accounts Receivable is approximately three years. It is worth mentioning the Company has not recorded significant losses in the realization of these assets. Receivables from units under construction guarantee the financing to production that is granted for the construction of the respective projects.



Contemporâneo Campo Belo – São Paulo - SP

Lucro Líquido e Margem Líquida

O lucro líquido do ano totalizou R\$ 729,3 milhões, valor 162,6% superior ao registrado em 2008. O resultado considera o efeito não recorrente do ganho de R\$ 80,6 milhões resultante da venda da participação na Agra Empreendimentos Imobiliários S.A. por R\$ 304,5 milhões em 25 de setembro de 2009. O lucro líquido ajustado, desconsiderando essa operação seria de R\$ 648,7 milhões, com margem líquida ajustada de 15,9%.

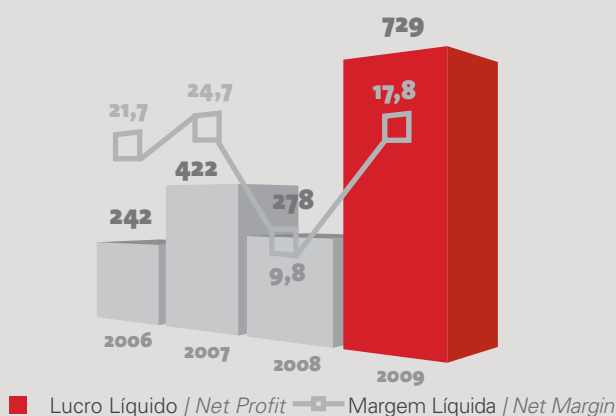
Contas a Receber

Considerando a totalidade dos contratos de venda assinados e incluindo os valores ainda não apropriados no balanço, o Contas a receber totalizou R\$ 9,7 bilhões no ano, valor 26,2% superior a 2008, em razão do volume vendas no ano. Desse total, 9,0% refere-se a unidades entregues e 91,0% a unidades em construção. O prazo médio de realização do Contas a receber é de cerca de três anos. A experiência da companhia não demonstra perdas significativas na realização desse ativo. Os recebíveis de unidades em construção garantem os financiamentos da produção obtidos para construção dos respectivos empreendimentos.

Estoque de Imóveis

O principal item em Estoques são os terrenos destinados à incorporação futura, que representam 67,1% do total (73,6% em 2008). A Cyrela prioriza a aquisição de terrenos por meio de permuta e que não tenham restrições quanto ao prazo de lançamento. No ano, deu continuidade ao processo de revisão do banco de terrenos e rescindiu contratos referentes a quatro terrenos que não mais atendiam às necessidades do mercado pós-crise. Essas rescisões não trouxeram perdas financeiras. Os imóveis construídos e em construção na data base do balanço de 2009 representam VGV potencial de R\$ 3 bilhões (100%) e R\$ 2,7 bilhões (% CBR).

Lucro Líquido (R\$ milhões) e Margem Líquida (%) Net Profit (R\$ million) and Net Margin (%)



Cronograma da Carteira de Recebíveis Accounts Receivable Schedule

	R\$ mil R\$ thousand
2010	3.301.949
2011	1.971.674
2012	1.384.782
2013	740.394
2014	440.888
2015	426.672
2016	386.436
2017	347.231
Até 2028 / Up to 2008	695.922
Total	9.695.948

Endividamento

Em 31 de dezembro de 2009, a dívida bruta da Cyrela somava R\$ 2,6 bilhões, 29,1% mais do que os R\$ 2,0 bilhões registrados em 31 de dezembro de 2008. O saldo de financiamentos em moeda nacional, que se refere integralmente ao financiamento à construção pelo Sistema Financeiro da Habitação (SFH) e representa 45,2% do total da dívida, aumentou 62,9% em razão da maior contratação de financiamento para obras em evolução e iniciadas. O financiamento à construção tomado com o SFH é remunerado, em sua maioria, a taxas entre 8,5% e 12,0% ao ano, acrescidos de TR, com taxa média ponderada de TR + 10,4% e vencimentos entre 2009 e 2018.

Cronograma da Dívida	Valor Total (R\$ mil)
<i>Debt payment</i>	<i>Total Amount (R\$ thousand)</i>
2010	391.855
2011	617.755
2012	590.865
2013	419.110
2014	340.587
2018	270.484

Modalidade de Financiamento (em R\$ mil)	Em 31/12/09	Em 31/12/08	
<i>Financing type (R\$ thousand)</i>	<i>In 12/31/09</i>	<i>In 12/31/08</i>	<i>% Var</i>
Financiamentos - moeda nacional / <i>SFH financing</i>	1.190.338	730.703	62,9%
Empréstimos - moeda nacional / <i>Loans - local currency</i>	1.322.826	1.236.999	6,9%
Empréstimos - moeda estrangeira / <i>Loans - foreign currency</i>	87.060	46.740	86,3%
<i>Subtotal</i>	2.600.224	2.014.442	29,1%
Juros a pagar - moeda nacional / <i>Interest - local currency</i>	29.955	55.529	-46,1%
Juros a pagar - moeda estrangeira / <i>Interest foreign - currency</i>	477	871	-45,2%
<i>Subtotal</i>	30.432	56.400	-46,0%
Total	2.630.656	2.070.842	27,0%

Real Estate Inventory

The main item in Inventory consists of plots of land earmarked for future development, representing 671% of the total (73.6% in 2008). The Company's policy for acquiring new plots sets priority to those that may be acquired through swaps and that have no restrictions regarding launch deadlines. During 2009, Cyrela continued the process of reviewing the landbank and discontinued contracts on four plots of land that no longer met the needs of the post-crisis market. These rescissions did not generate financial losses. The real estate that is already built or under construction at the end of 2009 represented PSV of R\$ 3 billion (100%) and R\$ 2,7 billion (% CBR).

Debt

As at December 31, 2009, Cyrela's gross debt totaled R\$ 2.6 billion, up 29.1% over the R\$ 2.0 billion recorded at year-end 2008. The balance of the local currency-denominated debt, entirely related to financing of construction through the Housing Finance System (SFH) – accounting for 45.2% of the total debt - rose 62.9% due to the increase in the number of financing contracts for projects being developed and that have been initiated. Construction financing through the SFH is mostly paid at interest rates between 8.5% and 12.0% p.a., plus TR (Brazilian reference rate), with an average weighted rate of TR + 10.4%, maturing between 2009 and 2018.





“Eu e meu marido escolhemos o apartamento porque os materiais usados e o acabamento, como o do piso de madeira e das paredes, possuem muita qualidade. Além disso, a Cyrela tem um nome muito bom no Brasil e eu adoro a claridade do imóvel: tenho luz durante o dia nos quartos, no living e na cozinha. Isso para mim é muito importante, já que o sol não se compra!”

Maria Dominutti
Cliente Cyrela

“My husband and I have chosen the apartment because of the high-quality materials and finishing, such as that of the wood floor and the walls. In addition, Cyrela has a very good reputation in Brazil, and I love the sunlight the apartment gets in the bedrooms, in the living room and in the kitchen. I find that really important since you can’t buy sunlight!”

Maria Dominutti
Cyrela’s Client

Mercado de Ações

A Cyrela possui ações ordinárias negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa), sob o código CYRE3, desde setembro de 2005, quando realizou sua primeira oferta de ações no Novo Mercado, segmento que reúne empresas comprometidas com um nível elevado de governança corporativa. Foi a primeira companhia do setor imobiliário listada nesse segmento.

As ações encerraram o ano cotadas a R\$ 24,50, com valorização de 166% em relação aos R\$ 9,20 por ação em 31 de dezembro de 2008. Essa valorização representa o dobro da obtida pelo Ibovespa, indicador que fechou o ano em 83%. Os papéis da companhia foram negociados em todos os pregões do ano, com volume médio diário de R\$ 54 milhões. Ao final do exercício, o valor de mercado da Cyrela era de R\$ 10,3 bilhões, representado por 422.393.466 ações ordinárias. O *free float* do capital social era de 64,5%.

Além de integrar o Ibovespa, as ações passaram a compor também o Índice Imobiliário (Imob), criado pela BM&FBovespa em 2009 com ativos de 12 empresas representativas dos setores de construção civil, intermediação imobiliária e exploração de imóveis. A superação da crise financeira internacional pelo setor resultou na valorização de 205% do indicador. A companhia participa ainda de outros índices, como IBRX-50, IBRX, Índice e Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC), Índice de Ações com Tag Along Diferenciado (Itag), Mid Large Cap (MLCX) e Índice Valor BM&FBovespa - 2ª Linha (IVBX-2).

Em outubro a Cyrela realizou sua terceira oferta pública de ações (CYRE3) com o intuito de assegurar recursos para aquisição de terrenos que farão frente ao seu plano de crescimento. Foram colocadas à disposição 43 milhões de ações ordinárias, a R\$ 22,00 cada uma. O efetivo valor da oferta, considerando a emissão dos lotes adicional e suplementar, foi de R\$ 1,2 bilhão.

Composição Acionária

A seguir são apresentados os dados referentes à posição acionária da empresa em 31 de dezembro de 2009, considerando investidores com mais de 5% das ações.



Stock Market

Cyrela's common shares have been listed at the Securities, Commodities and Futures Exchange (BM&FBOVESPA) under the ticker code CYRE3 since its IPO on September 21, 2005. On the same date, the Company adhered to BM&FBOVESPA's Novo Mercado, which groups the corporations that are committed to the highest level of corporate governance practices. It was the first company of the real estate segment that joined BM&FBOVESPA's Novo Mercado.

Cyrela's shares closed the year priced at R\$ 24.50 versus R\$ 9.20 at year-end 2008, representing a 166% year-over-year appreciation. This valuation was twice as much that obtained by the Ibovespa (BM&FBOVESPA's main index), which grew 83%. The Company's shares were traded at all trading sessions during the year, with average daily trading volume of R\$ 54 million. At the end of 2009, its market capitalization totaled R\$ 10.3 billion, represented

by 422,393,466 common shares. The capital stock free float was 64.5%.

Besides integrating the Ibovespa portfolio, Cyrela stock has also joined the IMOB (Real Estate Index), created by BM&FBOVESPA in 2009, which comprises 12 companies' assets that are representative of the segments of real estate development, , brokerage and prospection . The positive impact from the recovery in the global financial crisis on the industry led to a 205% appreciation of the IMOB index. The Company also participates in other indices, such as IBRX-50, IBRX, IGC (Special Corporate Governance Index), ITAG (Special Tag Along Stock Index), MLCX (Mid Large Cap) and IVBX-2 (Valor BM&FBovespa Index- 2nd tier).

In October, Cyrela concluded its third primary public offer of common shares (CYRE3), whose proceeds are earmarked to fund the acquisition of landsites to fulfill its growth plan. The public



placement comprised 43 million shares at R\$ 22.00 per share. Overall proceeds from the offer, considering the issue of supplementary and additional stock, amounted to R\$ 1.2 billion.

Shareholder Structure

The holding of Cyrela Brazil Realty common stock as at December 31, 2009, by each owner with 5.0% or more of common stock was composed as follows.

Acionistas / Shareholders	%
Grupo Controlador/Controlling Group	35,24
Carmignac Gestion	6,70
BlackRock Inc.	6,16
Administradores/Management	0,28
Ações em Tesouraria/Treasury Shares	0,00
Outros/Others	51,62
Total	100,00
Ações em circulação/Free Float	64,48

Perspectivas

O cenário é otimista para o setor imobiliário nos próximos anos, especialmente em razão da vasta oferta de crédito destinada à habitação. A Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (Abecip) prevê que o volume financiado com recursos da poupança chegue a R\$ 50 bilhões em 2010, sendo R\$ 30 bilhões em financiamentos para aquisições e R\$ 20 bilhões destinados à construção de novos empreendimentos.

Aliam-se ainda outros fatos: as taxas de juros são as mais baixas em décadas; o déficit habitacional no País é de 5,6 milhões de unidades, de acordo com o SindusCon-SP e a Fundação Getúlio Vargas; e há expectativa de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) em torno de 5% já em 2010, acompanhado de queda no índice de desemprego. Além disso, no final de 2009 o programa Minha Casa, Minha Vida já revelava seu sucesso com o registro de propostas para a construção de 567 mil moradias.

Sintonizada a essas expectativas, a Cyrela traçou suas projeções de lançamentos, vendas e margens bruta, EBITDA e receita líquida para os próximos três anos. Também estima crescimento gradativo da participação da Living Construtora nos lançamentos e nas vendas contratadas, de forma que em 2012 possam responder por metade dos seus negócios.

A empresa ainda assegurou terrenos para todos os seus lançamentos em 2010 e alguns dos destinados aos planos que serão executados até 2012. Boa parte de seu estoque de terrenos está localizada no Rio de Janeiro, na Barra da Tijuca, local do futuro Centro de Treinamento Olímpico e da Vila Olímpica, que abrigarão os atletas nos Jogos Olímpicos de 2016, o que resultará em investimentos em infraestrutura e na consequente valorização da área.

Ainda para 2010 deverá realizar lançamento no exterior. A companhia adquiriu um grande terreno no Uruguai, previsto para abrigar o maior empreendimento imobiliário de Montevideu, que deve proporcionar VGV de aproximadamente US\$ 250 milhões. Com lançamento da primeira fase previsto para o segundo semestre, a participação da Cyrela na operação será de 40% a 45%. Além disso, entregará o Horizons em Buenos Aires, primeiro lançado pela *joint venture* Irsa-Cyrela na Argentina em 2008, que teve 90% de suas unidades comercializadas em apenas 30 dias.



Outlook

The outlook seems positive for the real estate industry in the coming years, particularly due to the abundant credit supply available for housing financing. The Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (ABECIP) (the Brazilian Association of Real Estate Credit and Savings Organizations) estimates the amount to be financed with funds from savings to reach R\$ 50 billion in 2010, being R\$ 30 billion to finance acquisitions and R\$ 20 billion to the construction of new developments.

In addition, other facts include: interest rates have been at the lowest levels in decades; the housing deficit in Brazil totals 5.6 million units, according to SINDUSCON-SP and Fundação Getúlio Vargas, and the Gross Domestic Product (GDP) is estimated to grow by 5% in 2010, along with a drop in unemployment rates. Moreover, in late 2009, the Minha Casa, Minha Vida Program already proved to be

successful with the registration of proposals for the construction of 567,000 homes.

Tuned to these expectations, Cyrela has forecasted its launches, sales revenues, gross margins, EBITDA and net income for the next three years. It also expects a gradual growth of Living Construtora's share in the launches and pre-sales, so that in 2012 it may account for 50% of its overall business.

Cyrela has secured the availability of its landbank for all the launches planned for 2010, and for some of the developments to be carried out by 2012. Most of its landbank is located in Rio de Janeiro, in the district of Barra da Tijuca, where the future Olympic Training Center and the Olympic Village will be located, and will house the athletes of the 2016 Olympic Games, involving investments in infrastructure and consequent increase in value of the region.



Also in 2010, the Company plans to undertake the launch of projects abroad. Cyrela acquired a large plot of land in Uruguay, to lodge the largest real estate development in Montevideo, which will provide PSV of about US\$ 250 million. The first phase of this launch is scheduled for the second half of 2010, and Cyrela's share in this project is expected to range between 40% and 45%. The Company will deliver Horizons in Buenos Aires, the first launch concluded in 2008 by the joint venture Irsa-Cyrela in Argentina, with 90% of its units sold in only 30 days.





“Fico muito feliz por trabalhar em uma empresa que me deu a oportunidade de voltar a estudar. Já fiz até a quarta série e, se houver possibilidade de continuar, já avisei que quero uma vaga. Vou até onde for possível. Melhorei em português, melhorei minha caligrafia e me atualizei em temas que eu já tinha esquecido por estar há alguns anos afastado da escola, como os conhecimentos de matemática. E isso tudo está me ajudando no dia a dia.”

Antônio Gomes da Silva

Colaborador da Cyrela, ex-aluno do programa Construindo Pessoas

“I am very happy to work in a company that gave me the opportunity to study again. I studied until the fourth grade and, if there is any chance of continuing, I already told that I wish to apply. I am going as far as possible. I improved my Portuguese skills, I improved my handwriting and I have been updated on issues that I had forgotten due to the fact that I have been away from school for a few years, such as mathematics. And all of this is helping me on my daily life.”

Antônio Gomes da Silva

Cyrela's employee, has participated in the Construindo Pessoas program

Gestão de Pessoas

A Cyrela mantém uma política de gestão de pessoas focada na atração de talentos e na valorização de seus profissionais. Busca manter equipes altamente qualificadas e sintonizadas com seus valores e sua cultura, de forma a assegurar futuras lideranças corporativas. Para orientar esse alinhamento, dedicou-se em 2009 à elaboração de seu Código de Conduta, que será lançado em 2010.

Ao final do exercício, a empresa reunia 946 colaboradores diretos, o que representa avanço de 84% em comparação com o ano anterior. O salto reflete o crescimento do mercado e as mudanças internas, o que exigiu ampliação do número de profissionais para a Living Construtora e a absorção do quadro funcional da Goldshtein, recém-incorporada. Se contabilizados os funcionários das *joint ventures*, o total chega 1.465 funcionários diretos.

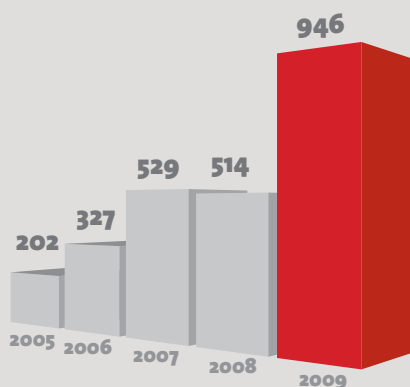
Na abertura de vagas, a Cyrela prioriza a seleção interna, divulgando-as e estimulando seus profissionais a se candidatarem a cargos hierarquicamente superiores.

Nas obras, são 3.465 funcionários. Somando todas as plataformas de construção (*joint ventures* e parceiras de construção), são 7.132 colaboradores diretos nas obras.

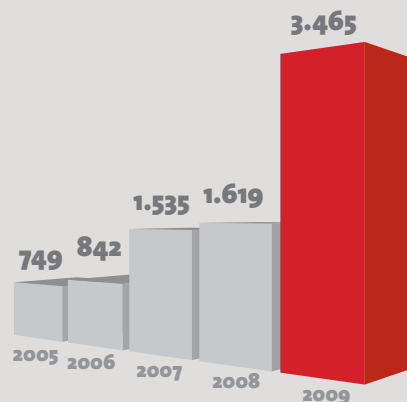
De olho em jovens talentos, mantém programas de estágio e *trainees*. Reformulado em 2009, o programa de estágios, que seleciona estudantes universitários de diferentes cursos, contempla avaliações periódicas de desenvolvimento, *workshops* e palestras focadas em competências e habilidades básicas, cursos, acompanhamento do desempenho por supervisor e avaliação geral a cada três meses. No ano, foram selecionados 17 candidatos e efetivados 30 estagiários. O programa de *trainees*, por sua vez, recrutou sete jovens que durante sete meses terão aulas sobre Gestão de Projetos, Técnicas de Apresentação, Eficácia Pessoal, Liderança e Negociação, entre outros temas. Com duração de um ano, o programa prevê ainda *job rotation* em áreas relacionadas à atividade dos *trainees*, que recebem três *feedbacks* formais sobre seus desempenho e desenvolvimento. Ainda no âmbito da iniciativa, *coachs* são responsáveis pela delegação das tarefas do participante, definição do projeto que ele deve desenvolver e pelas orientações técnica e profissional. Em 2009, 18 *trainees* foram efetivados.



Número de Funcionários Corporativos
Number of Corporate Employees



Número de Funcionários Diretos nas Obras
Number of Direct Employees at Construction Sites





People Management

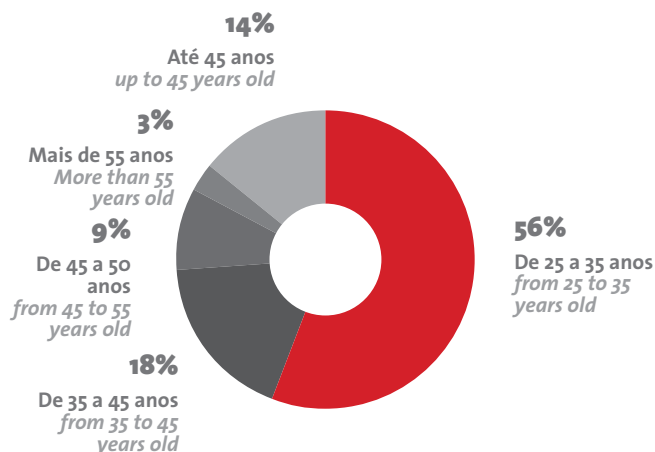
Cyrela's people management policy focuses on attracting professional talent and on the valorization of its professionals. The company seeks to maintain highly skilled teams that are tuned to its values and culture as to ensure future corporate leadership. At the end of the year, the company had 946 direct employees, which represents an increase of 84% compared to the previous year. This increase reflects the market growth and internal changes, which required the expansion in the number of professionals for Living Construtora and the inclusion of personnel from the recently merged Goldshtein. If the employees of the joint ventures are considered, the total number of direct employees goes up to 1,465.

When offering job opportunities, Cyrela prioritizes internal selection, by disseminating the request throughout the Company and motivating its employees to apply for higher job positions.

There are 3,465 employees at the construction sites. If all construction platforms (joint ventures and construction partnerships) are considered, there are 7,132 direct employees.

The Company maintains internship and on-the-job training programs aimed at attracting talented youths. The internship program was reformatted in 2009, and selects university students from diverse fields, and keeps development evaluation on a regular basis, workshops and lectures focused on basic qualifications and skills, courses, performance monitoring by a supervisor and general evaluation every three months. In 2009, 17 candidates were selected and 30 on-the-job-training students were hired. The trainee program, in turn, selected seven youths who will take classes for seven months on Project Management, Presentation Skills, Personal Effectiveness, Leadership and Negotiation, among other subjects. This one-year term program also entails a job rotation scheme in the areas pertaining to the fields of interest of the trainees, who will receive three

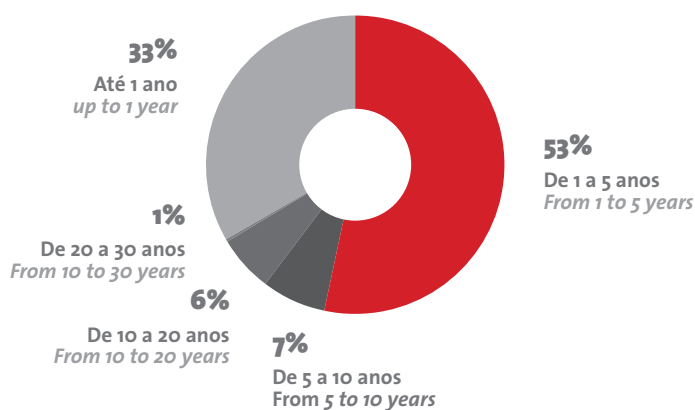
Funcionários por Faixa Etária Employees per Age Group



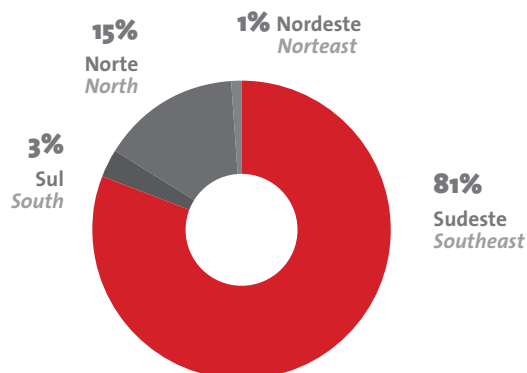
Funcionários por Gêneros Employees per Gender



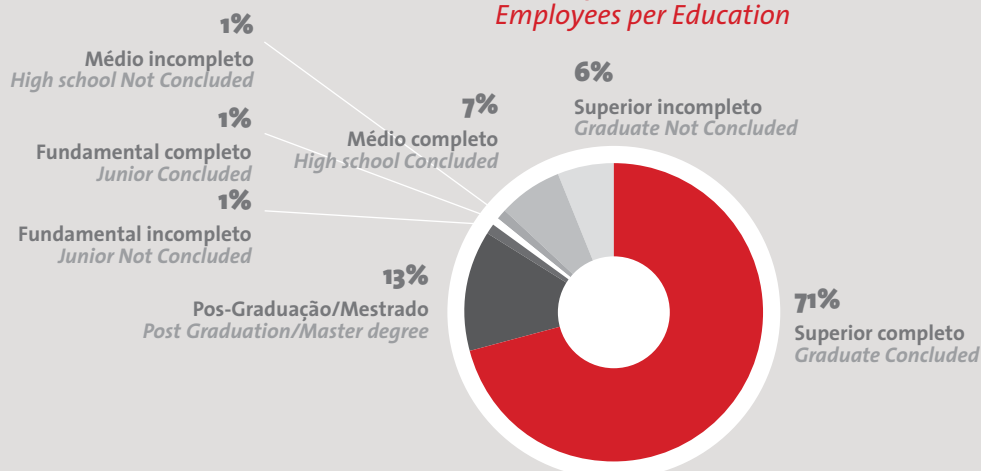
Funcionários por Tempo de Empresa Employees per Length of Service



Funcionários por Região Employees per Region



Funcionários por Grau de Instrução Employees per Education





Humanari – São Paulo - SP

Remuneração e Benefícios

Para garantir remuneração justa e compatível com as práticas de mercado, a Cyrela avalia e discute com outras empresas do setor políticas de contratação e salariais. No ano, sua folha de pagamentos totalizou R\$ 90,2 milhões, o que representou decréscimo de 7,1% em comparação com 2008. Nas regionais Norte e Nordeste, a proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local foi de 2,37 vezes; em São Paulo, de 1,76 vez; no sul do País, de 1,71 vez, e no Rio de Janeiro, de 1,59 vez.

Além dos rendimentos fixos, os profissionais de todos os níveis participam do Programa de Participação nos Lucros (PPL), que, no exercício, distribuiu R\$ 3,7 milhões. Também são elegíveis ao Plano de Opção de Compra de Ações, que está na quinta versão. Eles podem optar por converter parcial ou totalmente os valores do PPL em ações, cujas opções podem ser exercidas em até cinco anos. Em 2009, foram concedidas 552,8 mil opções a 64 executivos, representando 0,14% do capital social.

No cumprimento rigoroso da legislação trabalhista, a empresa mantém aos colaboradores benefícios como vale-transporte e ticket-refeição, que em 2009 demandaram desembolso de R\$ 9,8 milhões. Adicionalmente, oferece bolsas de estudos que cobrem 50% dos cursos – de técnicos a pós-graduações – com base em critérios de meritocracia. Em 2009, 96 profissionais receberam esse benefício.

formal feedbacks on their performance and development. The scope of this initiative also includes the work of coaches who are responsible for the technical and professional instruction, as well as for the assignment of tasks to the participants, in relation to the projects to be developed by them. In 2009, 18 engineer trainees were hired.

Compensation and Benefits

To ensure fair and appropriate compensation in line with market practices, Cyrela evaluate and discuss hiring and remuneration policies with other companies in the industry. In 2009, its payroll amounted to R\$ 90.2 million, down 7.1% over 2008. In the Northern and Northeastern regional offices, the ratio of the lowest compensation over the local minimum wage was 2.37 times; in São Paulo it was 1.76 time; in the south 1.71, and in Rio de Janeiro, 1.59.

In addition to fixed compensation, professionals of all levels are eligible for the Profit Sharing Program (PPL), which in 2009 distributed R\$ 3.7 million. All professionals are also eligible for the Stock Option Plan, for the fifth consecutive year. They can opt to convert part or all PPL values into shares, and the stock options may be exercised within up to five years. In 2009, 552,800 stock options were granted to the main executives, representing 0.14% of the capital stock.

In strict compliance with the Brazilian labor legislation, the Company offers benefits to employees such as public transportation vouchers and meal tickets, which in 2009 represented expenses of R\$ 9.8 million. In addition, it offers 50%-subsidy scholarships – covering technical to post-graduation courses – based on meritocracy criteria. In 2009, this benefit was granted to 96 professionals.

Desenvolvimento e Capacitação

A Cyrela adota sistema de monitoramento de desempenho que abrange todos os funcionários e inclui análises de comportamentos e competências desejadas. Até o nível de coordenador, também aplica a avaliação 360 graus. A partir dos resultados obtidos com as metodologias, elabora Planos de Desenvolvimento Individual (PDI). Sob essa estrutura, em 2009 a companhia investiu R\$ 2 milhões em treinamentos – avanço de 38,9% em comparação com o ano anterior.

Os PDIs são conduzidos pela Academia Cyrela, universidade corporativa da empresa, criada em 2007, que é constantemente aperfeiçoada com o intuito de oferecer recursos que permitem a capacitação de todos os colaboradores, proporcionando formação alinhada aos valores corporativos e às competências que deseja dos funcionários no desempenho de suas atividades. São promovidos desde cursos de alfabetização nos canteiros de obra até a formação acadêmica formal em parceria com consultores e por meio de cursos profissionalizantes e de MBA. Um dos destaques do ano da Academia Cyrela foi o Programa Real Estate Cyrela (REC), que mobilizou a equipe de Recursos Humanos e executivos de diversas áreas no trabalho de levantamento de informações relativas às operações internas, seguido do mapeamento dos processos e detalhamento das atividades. O resultado foi a produção de material didático que será utilizado como apoio nos cursos ministrados aos colaboradores por dirigentes para pulverizar a cultura corporativa. A ideia é promover a integração e o alinhamento dos profissionais que atuam em todo o Brasil.

Comunicação Interna

Também para integrar suas regionais e disseminar entre os profissionais as melhores práticas e as bases de sua cultura, a empresa mantém uma série de canais de comunicação que, em 2009, foram reforçados com o lançamento do jornal mural *Cobertura*, afixado nas áreas administrativas e nos refeitórios dos canteiros de obra. Entre eles estão o Cyliga, intranet com notícias e espaço para o encaminhamento de críticas e sugestões; boletins, enviados aos colaboradores via computador; a Carta do Presidente, com as principais mensagens; e a TV Corporativa, jornal televisivo mantido em todos os escritórios da companhia.

Outra medida que contribui para estreitar o relacionamento com os colaboradores é a presença de representantes da área de Recursos Humanos nos diferentes setores. Eles atuam como consultores internos e executam trabalho de ouvidoria, recebendo queixas, sugestões e denúncias.



Home Cyliga, intranet

Development and Training

Cyrela adopts a performance monitoring system that covers all employees and involves analyses of behaviors and skills. The 360 degree evaluation is applicable up to the level of supervisors. The Individual Development Plans (PDIs) are prepared based on the results collected. In 2009, the Company invested R\$ 2 million in training under this structure - a 38.9% increase over the previous year.

The PDIs are conducted by Academia Cyrela, the Company's corporate university founded in 2007, which is constantly improved with a view to provide resources that enable the training of all employees, and to offer instruction in line with the corporate values and the employees' skills that are expected to be shown in the performance of their activities. Academia Cyrela offers courses that vary from literacy learning at construction sites to formal academic education in partnership with consultants and through professional developing courses and MBA. One of Academia Cyrela's highlights

of the year was the Real Estate Cyrela (REC) Program, which engaged the Human Resources staff and professionals from several areas to map information on internal activities. This initiative resulted in the preparation of an instructional material that will be used as a supporting basis for the courses to be offered to employees by managers to disseminate the corporate culture. The idea is to foster the integration and alignment of professionals acting in all regions of the country.

Internal Communication

The Company keeps several in-house communication channels aimed at integrating all employees of its regional offices and to disseminate the best practices and foundations of its culture. In 2009, another channel was added by the launch of *Cobertura* (Cover), a bulletin board posted in the administrative areas and cafeterias at construction sites. Among them is Cyliga, an intranet news and



Laboratório Living – São Paulo - SP
Living's Lab – São Paulo - SP

forum to post critiques and suggestions; newsletters sent to employees via intranet; the Letter from the CEO, with important messages; and the Corporate TV, a television news broadcast to all offices.

Another measure taken to help strengthening the relationship with employees is the presence of Human Resources representatives in different departments. They act as internal consultants and conduct ombudsmen activities, by listening to complaints, suggestions and accusations.

Diversity

At the end of 2009, Cyrela had 21 employees with physical impairments, representing a lower number than that required by the legislation (5% of the total staff).

In 2008, the Company signed an agreement for the inclusion of people with disabilities with SINDUSCON, SINTRACON and the

Regional Labor Secretariat of the state of Sao Paulo. According to that agreement, the construction companies that voluntarily adhere to that agreement should strive to fulfill at least 50% of the required share of physically impaired people, in a gradual fashion, according to the average of employees hired during the last 24-month period. Those companies that are being inspected by the Ministry of Labor become exempt of fines and penalties. The purpose of this Enforcement is not only to pressure the hiring requirements, but also to offer life quality and to retain those professionals for a longer time period.

To move forward on this matter, SINDUSCON hired Associação Horizontes to provide advice on the preparation of a project directed to the construction industry. The idea is to map the types of activities that can use the work of physically impaired people and create models of integration, indicators and process managing mechanisms.

Diversidade

Ao final de 2009, a Cyrela mantinha em seu quadro funcional 21 portadores de deficiência, número menor do que o previsto na legislação (5% do quadro total).

Por meio do Sinduscon, Sintracon e da Superintendência Regional do Trabalho do Estado de São Paulo, a empresa firmou em 2008 o Pacto Coletivo para Inclusão de Pessoas com Deficiência. De acordo com o documento, as construtoras que aderirem voluntariamente à iniciativa devem se empenhar para preencher pelo menos 50% das cotas de contratação de portadores de deficiência, de forma escalonada, obedecendo a uma média de trabalhadores empregados nos últimos 24 meses seguintes, ficando isentas de multas e sanções aos serem fiscalizadas pelo Ministério do Trabalho. O objetivo do Pacto não é apenas realizar as contratações, mas incluir essas pessoas com qualidade e retê-las por mais tempo.

Para avançar nesse sentido, o Sinduscon contratou a Associação Horizontes para assessorá-lo na elaboração de projeto aplicável ao setor da construção civil. A ideia é mapear os tipos de serviço e obras capazes de absorver essas pessoas e criar modelos de inserção, indicadores e mecanismos de gerenciamento do processo.

Relações Sindicais

A Cyrela se relaciona com os Sindicato da Indústria da Construção Civil (SindusCon), entidade representativa da classe patronal, e com o Sindicato dos Trabalhadores da Construção Civil (Sintracon), que defende os interesses dos colaboradores, com o qual realiza acordos de negociação coletiva que abrangem a totalidade de seu quadro funcional. Do total de profissionais, 389, ou 4,47%, são sindicalizados, nenhum dos quais ocupa funções de liderança nas entidades.



Obra da Cyrela
Cyrela Construction site

Relationship with Unions

Cyrela keeps a good relationship with SINDUSCON (the Civil Construction Industry Union), the representative body of the employees' segment category, and with SINTRACON (the Civil Construction Workers' Union), which protects the interests of the employees, with whom they conduct collective bargaining agreements. Of the total Company's staff, 389 employees (4.47%) are union members, and none of them take leadership positions in these organizations.

Health, Safety and Quality of Life

The low rates of labor accidents registered by Cyrela reflect the adoption of procedures already performed by the industry, besides the fulfillment of the Company's initiatives. Cyrela coordinates training sessions that aim at integrating all employees who work at construction sites, and make them become familiar with the usual tools and

standards. It also shows them the Company's actions related to the environment, personal hygiene, food and equipment maintenance, in compliance with the current legislation.

Occupational Safety technicians conduct daily inspections in São Paulo, and conduct daily inspections and weekly evaluations at the construction sites, to ensure that all equipment operators comply with safety requirements and that the logistics access and movements are being appropriately signaled. They also provide advisory on the introduction of work safety devices, personal protective equipment, and the appropriate use of collective protection devices. If a misconducting attitude is identified, specific training is applied. In addition, every nine months the construction sites are audited for safety issues.



Saúde, Segurança e Qualidade de Vida

Os baixos índices de acidente de trabalho registrados pela Cyrela refletem a adoção de procedimentos já consolidados no segmento e de iniciativas próprias. A empresa promove treinamento de integração de todos os colaboradores que participarão de serviços nos canteiros para familiarizá-los com os instrumentos e padrões aplicados. Também expõe a eles as iniciativas internas relacionadas a meio ambiente, higiene pessoal, alimentação e manutenção de equipamentos, todas em conformidade com a legislação.

Cumprida essa etapa, em São Paulo, os técnicos de Segurança do Trabalho realizam vistorias diárias e avaliações semanais nos canteiros para garantir que todos os operadores de equipamentos cumpram os requisitos de segurança e que a logística de acesso e circulação esteja sinalizada. Eles ainda auxiliam as frentes de serviços na introdução de dispositivos de segurança do trabalho e conferem o uso de Equipamento de Proteção Individual e a aplicação correta dos dispositivos de proteção coletiva. Diante da identificação de desvio de conduta, são realizados treinamentos específicos. Além disso, a cada nove meses as obras são auditadas em relação à segurança.

Já para contribuir com a melhoria da saúde e qualidade de vida dos seus profissionais, a Cyrela mantém o programa Você em Equilíbrio, que envolve questões como ambiente de trabalho, cultura, esporte, saúde e família, e inclui as seguintes atividades:

Quick Massage – Oferecida no ambiente de trabalho, promove

o relaxamento corporal e alivia as tensões.

Parcerias culturais – Estabelecidas com editoras e parques para oferecer e condições especiais aos colaboradores e seus familiares para assinatura de revistas e ingressos para eventos culturais, por meio de plantões de vendas.

Esporte – São firmados convênios com academias de ginástica. A empresa concede um subsídio aos colaboradores que estiverem cadastrados no projeto e se matricularem em uma das empresas parceiras.

Saúde – Os trabalhadores das obras contam com o projeto De Olho em Você, de tratamento oftalmológico, desenvolvido por meio de aliança com o Serviço Social da Construção Civil (Seconci). Realizam exames de vista e recebem subsídio de 90% do valor de óculos. Além disso, em 2009 foi promovida uma campanha de vacinação contra a gripe em São Paulo, no Rio de Janeiro e em Porto Alegre, que atendeu cerca de 2,5 mil colaboradores.

Família – Em datas comemorativas, como Dia das Mães, Dia dos Pais e Dia das Crianças, são desenvolvidas atividades com os colaboradores e suas famílias para proporcionar vivência e integração.

Cyrela keeps the Você em Equilíbrio (You at Balance) Program, to tackle issues such as work environment, culture, sports, health and family, and includes the following activities:

Quick Massage – Offered in the workplace, promoting body relaxation and tension relief.

Cultural partnerships – Agreements with publishers and parks to offer special facilities to employees and their families for magazine subscriptions and tickets for cultural events, through on call sales services.

Sports – The Company sets up agreements with health clubs and grants a subsidy to employees who are registered in the project and enrolled in one of the partner-companies.

Health – The construction sites' workers have access to De Olho em Você (Keeping an Eye on You) Project for optic care, developed through an agreement with Serviço Social da Construção Civil (SECONCI) (the Civil Construction Social Service). The workers can take free eye tests and receive a 90% subsidy to purchase glasses, if necessary. Moreover, in 2009 a vaccination program against influenza was carried out in São Paulo, Rio de Janeiro and Porto Alegre, which attended approximately 2,500 employees.

Family – On celebration dates such as Mother's Day, Father's Day and Children's Day, the Company organizes events with employees and their families to foster greater integration.





“Nossa primeira preocupação ao procurarmos o imóvel foi com a solidez da marca, o que é uma característica da Cyrela. Em segundo lugar, o que nos atraiu foi o fato de os projetos da empresa serem sempre diferenciados e inovadores, como é o caso do nosso prédio, o Contemporânea Moema, que mistura vários estilos arquitetônicos.”

Silvana Perassoli Ayroza Galvão Ribeiro
Cliente Cyrela

“Our first concern when looking for the real estate was on the resilience of the brand, which is a characteristic of Cyrela. Secondly, what attracted us was the fact that the company’s projects are always different and innovative, and such is the case of our building, the Contemporânea Moema, which mixes several architectural styles.”

Silvana Perassolo Ayroza Galvão Ribeiro
Cyrela’s Client

Comunidade

O respeito da Cyrela para com as comunidades com as quais se relaciona está expresso também nas ações sociais focadas em educação e reunidas em dois principais programas: Construindo Pessoas e Construindo Profissionais.

Criado em setembro de 2000, o primeiro transforma os refeitórios dos canteiros de obras em salas de aulas para contribuir com a erradicação do analfabetismo. Professores especializados e contratados pela empresa ensinam os colaboradores por meio de método pedagógico reconhecido por instituições educacionais oficiais, e ao final do curso, os participantes são submetidos a um exame de avaliação em escola pública. Em 2009 – quando foi formada a 59ª turma –, 108 funcionários foram beneficiados pela iniciativa em São Paulo e no Rio de Janeiro. O número chega a 827 desde o início do projeto. Os reflexos do programa vão da elevação da autoestima dos colaboradores e melhoria de suas condições de vida à capacitação para a ascensão profissional e ao aumento da produtividade.

O Construindo Profissionais, desenvolvido em parceria como o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) visa à formação de eletricitistas e encanadores por meio de cursos profissionalizantes a jovens com mais de 18 anos que tenham algum grau de parentesco com os colaboradores que trabalham nas obras da empresa. Assim, além de contribuir para ampliar as oportunidades de emprego dos participantes, ele possibilita à companhia formar mão de obra especializada. Não há garantia de contratação pela Cyrela ao término do curso, mas desde o início da iniciativa, em 2008, 30 jovens já foram capacitados, dos quais 28 foram contratados. Em 2010, a Cyrela aumentará significativamente o programa.

No ano, a empresa também firmou parceria como programa Alfabetização Solidária para a abertura de duas salas de aulas que atenderam 50 pessoas das comunidades. O plano da companhia é ampliar gradualmente a participação e contribuir com o projeto em todos os municípios onde vai instalar empreendimentos.



Community

Cyrela respects the communities with whom it relates and this is also expressed in the social actions focused on education and its two main programs: Construindo Pessoas (Building People) and Construindo Profissionais (Building Professionals).

Created in September 2000, Construindo Pessoas transforms the construction sites' cafeterias into classrooms to help the eradication of illiteracy. Specialized teachers hired by the company teach employees through educational methods recognized by official educational institutions, and at the end of the course participants take a proficiency test in a public school. In 2009 – when the 59th group concluded the course – 108 employees benefited from this initiative in São Paulo and Rio de Janeiro. The total number of benefitted employees have reached 827 since the beginning of the program. The results are reflected in the employees' self esteem, as well as in the improvement of their life

conditions, and in the progress of their professional career, and therefore to increased productivity.

The Construindo Profissionais project, developed in partnership with SENAI aims at training electricians and plumbers through professional training courses to youths aging over 18 who have a family relationship with the construction sites' employees. Thus, besides contributing to increase the employment opportunities of the participants, the program enables the Company to train skilled labor. There is no guarantee that Cyrela will hire them at the end of the course, however since the beginning of the course in 2008, 30 youths have been trained, of which 28 were hired. In 2010, Cyrela plans to expand this program.

In 2009, the Company also established a partnership with the Alfabetização Solidária Program for the inauguration of two classrooms, which were attended by 50 people of the communities. The Company



Acessibilidade

Outro indicativo da preocupação da Cyrela com as comunidades é a introdução cada vez mais frequente de medidas de acessibilidade em seus empreendimentos. Exemplo foi o lançamento do empreendimento NovAmérica, para o qual produziu uma cartilha de acessibilidade. Entre as soluções adotadas no projeto estão: acesso sem degraus; portas de acesso a ambientes internos das áreas comuns com um metro de largura; acesso ao parque privativo por meio de plataforma hidráulica; escada submersa para acesso a piscinas com raia; banco de transferência para acesso ao spa; interruptores e comandos elétricos das áreas comuns em alturas acessíveis; lavabos em áreas comuns dimensionados e equipados para atender portadores de deficiência; elevadores com portas e botões adequados para uso de cadeirantes e identificação em braille; elevador especial em cada torre para atender portadores de deficiência; voz digital e indicadores com gongo em todos os andares; e áreas reservadas para resgate de cadeirantes e nas escadas de emergência das torres.

plans to gradually expand the community participation and to contribute to the project in all municipalities where it intends to carry out new developments.

Access

Cyrela's commitment with the communities extends to the frequent access measures in its developments. An example was the launch of the NovAmérica development, for which it produced a booklet on accessibility. Among the solutions adopted in the project are: stairway-free access; one-meter wide doors to enter intern area; access to the private park by means of hydraulic platform; underwater ladder for access to pools; perching stool to access the SPA; electrical switches and controls of common areas at accessible heights; restrooms in common areas with dimensions and equipment to attend physically

impaired people; elevators with doors and appropriate buttons for wheelchair users and identification in Braille; special elevators in each building to attend physically impaired people; digital voice and buzzing devices at all floors; and areas reserved for rescue of wheelchair users in emergency stairs of the buildings.

Fornecedores

A Cyrela busca manter com seus fornecedores uma relação transparente que resulte na manutenção de parcerias duradouras. A companhia seleciona criteriosamente as empresas com as quais trabalha com base em aspectos como qualidade do produto ou serviço, capacidade de fornecimento e atendimento, comprometimento com a entrega e responsabilidade socioambiental – questão prevista nos contratos em cláusulas relacionadas à proibição de mão de obra infantil, por exemplo. Homologa cada um dos fornecedores e os avalia mensalmente, classificando-os por nota, sendo que um comitê define a continuidade ou não da parceria.

Quando há processos licitatórios, eles são realizados de maneira informatizada, assegurando condições de igualdade de concorrência a todos os participantes. O sistema de seleção passa por auditorias interna (controladoria) e externa (quando das avaliações para a recertificação da ISO 9001).

A empresa prioriza, sempre que possível, a contratação de fornecedores locais. O objetivo vai além dos ganhos logísticos: é uma forma de dar retorno às comunidades do entorno de seus empreendimentos e minimizar o impacto ambiental provocado pelo transporte dos materiais.

Além disso, trabalha em conjunto com fornecedores para ampliar e qualificar as atividades deles. Em 2009, por exemplo, contribuiu para a ampliação de uma indústria fornecedora de blocos de concreto, investindo em máquina para produção e recursos para a instalação de nova unidade. O pagamento desses investimentos será feito com o fornecimento de materiais em volume e períodos preestabelecidos.

Na busca de novos fornecedores, a companhia analisa constantemente empresas nacionais e internacionais e privilegia o critério da qualidade em detrimento dos preços. Nenhum tipo de material é fornecido sem que antes seja exaustivamente testado e, mesmo quando aprovado, é utilizado em uma obra-piloto para comprovar sua eficiência. A exceção se dá somente quando a empresa opta por um fornecedor cuja reputação e produtos já são sólidos no mercado. Na aprovação do produto, são considerados também aspectos ambientais, como o resíduo emitido com a sua adoção.



Suppliers

Cyrela seeks to maintain a transparent relationship with its suppliers aimed at long lasting partnerships. The Company carefully selects the companies with which it relates, based on aspects such as product or service quality, capacity of delivery and service, commitment to delivery and social and environmental responsibility - an issue entailed in contract clauses related to the prohibition of child labor, for example. The Company validates each one of the suppliers and evaluates them on a monthly basis, and rank them at the same time a committee decides whether or not to maintain the partnership.

During bidding processes, the information technology area is involved, to ensure fairness to all participants. The selection system is subject to both internal and external auditing (when assessed for ISO 9001 certification).

The company prioritizes, whenever applicable, the hiring of local suppliers. The Company's objective lies outside the scope of logistics gains: it is a means to compensate the communities located in the neighborhood of their projects and to minimize the environmental impact caused by the transport of materials.



In addition, the Company works along with suppliers to expand and qualify their activities. In 2009, for example, it contributed to the expansion of a manufacturer of concrete blocks, by investing in production machinery and funding to install a new unit. This investment will be paid back through the supply of material at pre-established volumes and periods.

In search of new suppliers, the Company constantly evaluates both national and international companies, and prioritizes the quality criterion in detriment of price. No material is supplied without

a previous thorough testing, and even when approved, it is used in a pilot project to prove its efficiency. Exception occurs only when the Company chooses a supplier whose reputation and products are already consolidated on the market. In approving the product, environmental aspects such as waste generation are also considered.

Clientes

Em busca da satisfação de seus clientes, a Cyrela mantém práticas de aproximação que, em 2009, foram reforçadas com a contratação de empresa especializada em marketing de relacionamento para padronizar as formas de contato a partir do momento da compra do imóvel. Assim, foram definidos 42 itens de contato agrupados em quatro fases: boas-vindas, construção, entrega e garantia.

Por meio da utilização de sistema de Customer Relationship Management (CRM), as áreas responsáveis pelas etapas dos empreendimentos são acionadas para confirmar ou alterar as datas de cada evento do processo. Assim, os clientes são informados sobre a evolução da obra e orientados a respeito dos procedimentos necessários em relação ao imóvel adquirido.

O modelo de relacionamento mantido com os clientes Living Construtora tem os mesmo objetivos, porém segue etapas diferentes. Em razão do perfil de seu público, a empresa privilegia contatos mais didáticos e ricos em orientações para quem está adquirindo seu primeiro imóvel. Por isso, criou uma Central de Serviços específica para eles, que centraliza o andamento das relações a partir do momento em que decide pela compra até o pagamento da última prestação.



Clients

Cyrela seeks to develop approaching practices in pursuit of customer satisfaction, which were reinforced in 2009 by hiring a company specialized in relations marketing aimed at standardizing the contact accesses since the moment purchase of the property. Thus, 42 contact items were grouped into four stages: welcoming, construction, delivery and guarantee.

By using the Customer Relationship Management (CRM) system, the areas responsible for the development stages are activated to confirm or change the dates of each event of the process. Thus, customers are informed on the progress of the work and advised on the procedures required with regard to the property purchased.

The customer relations model followed by Living Construtora keeps the same goals, but entails different stages. Due to its target public profile, the company focuses on more educational and conscious prospective clients who intend to purchase their first property. Therefore, Living created a Service Center specifically for them, which centralizes the progress of relations from the moment they decide to purchase until the payment of the last installment.



Communication

Clients can count on an exclusive free of charge phone number to contact the Company. In addition, Cyrela's website, which in 2009 recorded more than 2.3 million accesses, allows connection to a Customer Relationship Portal through a login name and password. This portal contains information on installment adjustment rates, registration updating, financing, use of FGTS, loan protection insurance, term of liquidation and public deed, among others. After the conclusion of the implementation of the SAP system at Cyrela, the portal is expected to offer a broader range of services as of 2010, such as the issue of invoices.

The Customer care service by telephone is also made available to respond to the requests and to receive complaints and suggestions from consumers. Over 170,000 people used this channel in 2009.

The Company also keeps a series of publications for the customers, such as Cyrela magazine, which in 2009 reformatted its layout and content; Cyrelinha, distributed to the customers' children; PodCyrela, which can be accessed on the Company's website and features interviews and statements on social actions and quality of life, among others; as well as a guide section containing tips and services.

Comunicação

Os clientes dispõem de um telefone exclusivo para manter contato gratuito com a empresa. Além disso, o *website*, que em 2009 recebeu mais de 2,3 milhões de visitas, possibilita conectar-se ao Portal de Relacionamento do Cliente Cyrela e Living Construtora por meio de *login* e senha. Nele estão informações sobre índices de reajuste de parcelas, atualização cadastral, financiamento, utilização do FGTS, seguro prestamista, termo de quitação e escritura pública, entre outros. Com a conclusão da introdução do sistema SAP na Cyrela, a partir de 2010, o portal deve oferecer uma série de novos serviços, como a emissão de boletos para pagamentos.

O Serviço de Atendimento ao Cliente via telefone também é colocado à disposição para atender às demandas e receber críticas e sugestões dos consumidores. Mais de 170 mil pessoas utilizaram o canal em 2009.

A empresa mantém ainda uma série de publicações direcionadas aos clientes, como a *Revista Cyrela*, que em 2009 passou por reformulação de *layout* e conteúdo; a *Cyrelinha*, para o público infantil, distribuída aos filhos dos clientes; o PodCyrela, que pode ser acessado a partir do *website* da empresa e traz entrevistas e depoimentos sobre ações sociais e qualidade de vida, entre outros; além de guias com dicas e serviços.

Campanhas de Vendas

No ano, algumas campanhas promocionais se destacaram pela inovação e pelos resultados. Uma delas, a Escolha Certa, iniciada em março e estendida até dezembro de 2009, premiou com bônus de R\$ 5 mil a R\$ 10 mil quem adquiriu algum imóvel nos empreendimentos envolvidos na promoção. O valor foi distribuído em vales-compras que podiam ser trocados por móveis, eletroeletrônicos ou viagens aéreas, nos parceiros definidos. Ao todo, mais de 200 consumidores foram beneficiados.

Outra iniciativa foi a campanha Eu indico Cyrela, que estimulou clientes selecionados previamente a sugerirem os empreendimentos da empresa a amigos. A campanha foi desenvolvida por meio do *website* www.euindicocyrela.com.br e os nomes fornecidos por seus participantes foram repassados aos consultores de vendas das imobiliárias parceiras para que dessem andamento às negociações. A cada negócio concretizado foi concedido R\$ 1 mil à pessoa que cadastrou o nome e mais R\$ 1 mil ao comprador – recursos que podiam ser revertidos em produtos dos parceiros, como móveis, eletroeletrônicos, utensílios domésticos, artigos de cristais importados ou viagens aéreas. A primeira etapa da campanha, que abrangeu 15 empreendimentos, resultou em 78 indicações e sete novos clientes.

	2006	2007	2008	2009
Número de unidades em atendimento pós-venda (da compra ao fim dos cinco anos de assistência técnica)	14.528	21.568	29.874	42.169
<i>Number of units in after sales service (from the acquisition to the end of five years of technical assistance)</i>				
Total de ligações / Total number of calls	32.895	49.320	68.505	130.925

Sales Campaigns

In 2009, some promotional campaigns stood out as for their innovation and results. One of them, Escolha Certa (Right Choice), which was incepted in March and was extended through December 2009, granted R\$ 5,000 to R\$ 10,000 bonuses to those who acquired any real estate included in the promotion. The amount was distributed in shopping vouchers that could be exchanged for furniture, electric and electronic appliances or airway tickets, with pre-established partners. Overall, more than 200 consumers were prized.

Another initiative was the Eu indico Cyrela campaign, which encouraged previously selected customers to recommend the

Company's developments to friends. The campaign was developed through the website www.euindicocyrela.com.br and the names provided by the participants were transferred to the partner real estate agents to proceed with the negotiations. For every negotiation concluded it was granted R\$ 1,000 to the person who registered the name and R\$ 1,000 to the buyer – whose funds could be exchanged for products of the partners, such as furniture, electric and electronic appliances, household items, imported crystal articles or airway tickets. The first stage of the campaign, which involved 15 developments, resulted in 78 nominations and seven new customers.

SUCESSO NO LANÇAMENTO

menara
by cyrela

TODO CHARME E SOFISTICAÇÃO DE MAISONS E COBERTURAS NO LANÇAMENTO MAIS EXCLUSIVO DO CORAÇÃO DO MORUMBI.

Aproveite esta oportunidade ainda hoje
Maisons de 69 a 140 m² e Coberturas de 100 a 202 m² privativas.
Lazer e serviços exclusivos.

VISITE OS 3 DECORADOS POR CARLOS ROSSI E DEBORA ADRIANI
RUA BUSENS DO AMARAL X AVENIDA PADRE LEBRET

11 3501-3070
WWW.MENARAMORUMBI.COM.BR

LOPES Empreendimentos
VR Empreendimentos
CYRELA BRAZIL REALTY

LANÇAMENTO 22 DE MARÇO

ISTO É **NovAmérica**
Escritórios, apartamentos, lojas e parques.

**A CYRELA E A MAC APRESENTAM
A MAIOR INOVAÇÃO URBANA DE SÃO PAULO.**
1 TORRE COMERCIAL, ESCRITÓRIOS DE VILA, LOJAS, 3 CONDOMÍNIOS RESIDENCIAIS INDEPENDENTES E 2 PARQUES EM MAIS DE 70.000 M² DE TERRENO

6 DECORADOS PRONTOS NO LOCAL
AJUDAS NAÇÕES UNIDAS

100 a 130 m²
TODOS COM TERRAÇO GOURMET

SALAS COMERCIAIS DE 45 A 1420 M²
ESCRITÓRIOS DE VILA DE 85 A 112 M²

5524.9079
WWW.NOVAAMERICA.COM.BR

Abyara Empreendimentos
MAC
CYRELA BRAZIL REALTY

Andalus
By Cyrela

INVISTA NO CORAÇÃO DO MORUMBI. A SOFISTICAÇÃO QUE VOCÊ PROCURA ESTÁ NO ANDALUS BY CYRELA

LAJOS PARA VOCÊ INVESTIR HOJE MESMO NO ANDALUS BY CYRELA

- Localização privilegiada
- Investimento na região para a Copa de 2014
- Ao lado de um dos melhores centros hospitalares do país
- Infraestrutura completa com shopping centers e parques
- Expansão do metrô para a região.

APARTAMENTOS EXCLUSIVOS DE
61 M² PRIVATIVOS
GIARDINOS, MAISONS E COBERTURAS
TERRENO COM MAIS DE 11.400 M²

VISITE APARTAMENTO E COBERTURA DECORADOS
AV. PADRE LEBRET, 737 - JD. LEONOR
NO CORAÇÃO DO MORUMBI

LIGUE 3501-3070
WWW.ANDALUSBYCYRELA.COM.BR

LOPES Empreendimentos
VR Empreendimentos
CYRELA BRAZIL REALTY

BREVE LANÇAMENTO MORUMBI NOBRE

DEPOIS DO SUCESSO MENARA BY CYRELA, UMA NOVA INSPIRAÇÃO ORIENTAL VAI ENCANTAR O CORAÇÃO DO MORUMBI.

Inspiração na Andaluzia, a região espanhola reconhecida por sua arquitetura voltada para o bem-estar.
Andalus By Cyrela: um mundo a parte no coração do Morumbi.

Andalus
By Cyrela

APARTAMENTOS EXCLUSIVOS
MAISONS, GIARDINOS E COBERTURAS

ABERTURA DO STAND E DECORADOS
NESTA QUARTA-FEIRA, 11/11

INFORMAÇÕES: 5061-6090 | WWW.ANDALUSBYCYRELA.COM.BR

LOPES Empreendimentos
VR Empreendimentos
CYRELA BRAZIL REALTY

Art de Vivre

Alto de Santana
PARA VIVER COMO VOCÊ MERECE,
ESCOLHA O ESTILO ART CYRELA.

Art club

EXCLUSIVIDADE
DE 1 TORRE EM MAIS DE
5.600 M² DE TERRENO.

4 dorms. (2 suítes) ou 3 suítes | Terraço Gourmet
163 m² com depósito privativo 3 vagas

Art gourmet

Art diversão

VISITE APARTAMENTO DECORADO
Rua Luis Antônio dos Santos, 84 - Alto de Santana - Morumbi
WWW.CYRELA.COM.BR/ARTDEVIVRE LIGUE 2281-8588

Abyara Empreendimentos
CYRELA BRAZIL REALTY

Sucesso absoluto em Santana:
Rua Alfredo Puyol x Rua Dr Cesar

Investimento

Oportunidade

Salas comerciais de 34 a 100 m²
Residencial e comercial a partir de R\$ 300,00

ELITE
CYRELA BRAZIL REALTY
MAC

Lançamento
NovAmérica
sua vida no negócio integral

Sucesso de vendas no consagrado NovAmérica

Seja qual for o seu perfil, o NovAmérica Office Park é uma oportunidade única para investir ou trabalhar.

Razão ou Emoção

- Solidez e confiança das marcas MAC e Cyrela.
- Uma região com caráter de oferta de valor comercial.
- Potencial de valorização: expansão do Chant Zedon, futuro Porto Santo Ilmar e expansão de shopping e comércio.
- Estação de Linha 9 - Lido do Morumbi.
- Centro de conveniência e lazer.
- Salas comerciais e escritórios decorados de alto padrão.
- Grande potencial de clientes vindos das 5 condomínios residenciais e da população residente de 200.000 pessoas.
- Liberdade de ter um parque no lado.
- De tudo de casa e de família.
- Lazer completo para trabalhar.
- Condições de ter tudo à mão.
- Regras criadas por intelectuais de lazer e cultura.
- Clima de bem-estar em horário comercial.
- Qualidade de vida em cada metro quadrado.

Visite os escritórios e apartamentos decorados.
Av. Dr. Mário Vilas Boas Rodrigues
próximo à Ponte e ao Hotel Transamérica.
LIGUE: 5524.9079
WWW.NOVAAMERICA.COM.BR

Abyara Empreendimentos
MAC
CYRELA BRAZIL REALTY

Meio ambiente

As iniciativas ambientais da Cyrela privilegiam a redução do consumo de recursos naturais durante as obras e após a conclusão. As medidas incluem sempre que possível o uso de madeira certificada nas obras, a adoção de tintas menos agressivas ao meio ambiente, a aplicação de processos construtivos que minimizem a exigência de materiais e promovam o descarte adequado deles, além da coleta seletiva de lixo.

A gestão dos resíduos das obras é vista como ponto fundamental para assegurar a sustentabilidade dos empreendimentos. Por isso, a empresa busca soluções que reduzam o volume produzido, como o processo de instalações sem recortes na parede, que também agiliza as obras. Em suas regionais em todo o País há iniciativas de capacitação dos trabalhadores relacionadas ao tema e o controle estatístico do volume gerado. No Rio de Janeiro, por exemplo, mantém banco de dados com essas informações, para que sirvam de *benchmarking*.

Em 2009, só em São Paulo, foi dado destino correto a 3.200m³ de resíduos recicláveis – plástico e papel – provenientes dos 20 canteiros da Cyrela Construtora. O volume equivale a aproximadamente 800 caçambas cheias. Outras sobras, como as de gesso, metal e concreto, também foram descartadas adequadamente. Os resíduos de madeira – a maioria proveniente da execução da estrutura da torre dos prédios – foram enviados para reaproveitamento.

Para fazer a gestão desses materiais descartados, a Cyrela desenvolveu, em São Paulo, em parceria com a empresa Autodoc, o sistema Autodoc Resíduos, que contém informações de Controle de Transporte de Resíduos e solicitações de retirada nas obras, além de dados sobre quantidade mensal de materiais e por empreendimento.

A área de engenharia da empresa em São Paulo também realizou, ao longo do ano, três grandes projetos para reduzir os resíduos e preservar o meio ambiente. Eles incluem processo de instalações sem recortes na parede, com a utilização do sistema *drywall* para fechamento de *shafts* e enchimentos necessários para tubulações, o que minimiza as sobras de alvenaria. Também foi desenvolvida a argamassa cimentícia de pequena espessura para uso interno, em substituição ao revestimento de gesso – responsável por expressiva quantidade de resíduo em razão da técnica de aplicação.

Para reduzir a emissão de compostos orgânicos voláteis (VOCs) na atmosfera, foi especificada a utilização de tintas de base água para pintura de esquadrias de madeira que, em relação às tintas de base solvente, são menos agressivas ao meio ambiente.



The Environment

Cyrela's environment care initiatives focus on reducing the consumption of natural resources during construction and after completion. The measures include whenever possible the use of certified wood in the works, the adoption of paint that is less harmful to the environment, the development of construction processes that minimize the requirement of materials and promote their appropriate disposal, besides selective garbage collection.

Construction waste management is seen as a key issue to ensure the sustainability of developments. Therefore, the Company searches for solutions to reduce waste generation from its operations, such as the cutout-free wall building, which also speeds up construction. In the regional offices throughout the country, there are training programs to workers related to this issue and statistical control of the volume generated. In Rio de Janeiro, for example, it maintains a database with this information, to serve as a benchmark.

In 2009, in São Paulo alone, 3,200 cubic meters of recyclable waste was given a correct destination - plastic and paper - from 20 construction sites of Cyrela Construtora. This volume is equivalent to approximately 800 full dumpsters. Other residues such as plaster, metal and concrete, were also properly disposed. The wood waste – mostly derived from the construction of the building structures - was sent for reuse.

Cyrela developed in São Paulo the management for discharged materials, in partnership with AutoDoc, the Autodoc Waste system, which contains information on Waste Transport Control and requests of removal from works, as well as data on monthly volume of materials by development.

In 2009, the Company's engineering area in São Paulo also developed three important projects to reduce waste and protect the environment. They include cutout-free wall construction process, through the use of drywall system to the closing of shafts and fillings required for piping, which minimizes



the masonry scraps. It was also developed a thin-layer cement mortar for internal use, replacing the coat of plaster - which resulted in a significant amount of waste due to the former technique.

To reduce the emission of volatile organic compounds (VOCs) to the atmosphere, the use of water based paint for wooden frames was chosen, which compared to solvent-based paints, is less harmful to the environment.

Solutions

Cyrela applies solutions to reduce the environmental impact on most developments, both during its execution and after delivery. In 2010, the Company will deliver *Riserva Schiavon*, launched in Porto Alegre (Rio Grande do Sul state), which was granted the title *Real Obra Sustentável* (Real Sustainable Development) by Banco Real. The work involves projects developed for electric power, water, materials and waste, emissions, noise, accessibility and

environmental education. Among the solutions applied are water solar heating for pools and private units; rain water reuse system for irrigation of gardens and treatment of part of the natural resource from the sewage treatment station; pre-cast of concrete and masonry structures, with waste reduction; and communication of environmental guidelines for future users, which contribute to the awareness about sustainability of the development.

The adoption of these measures has been gradually expanding. In 2009, a growing number of launches involved solutions, which include:

Individual gas and water meters: The installation encourages the conscious use of resources, reduces power consumption due to lower volume of water pumped to the upper water storage reservoir and facilitates the identification of leaks.

Soluções

Em muitos dos empreendimentos a Cyrela aplica soluções que reduzem o impacto ambiental nas obras, durante sua execução e após a entrega. Em 2010, a empresa entregará o empreendimento Reserva Schiavon, lançado em Porto Alegre (RS), que recebeu o título Real Obra Sustentável por parte do Banco Real. A obra abriga projetos desenvolvidos para energia, água, materiais e resíduos, emissões, ruído, acessibilidade e educação ambiental. Entre as soluções empregadas estão o aquecimento solar de água para piscina e unidades privativas; sistema de reuso de águas pluviais para irrigação de jardins, e tratamento de parte do recurso natural na Estação de Tratamento de Esgotos (ETE); modulação de estruturas de concreto e de alvenarias, com redução de resíduos; e comunicação das diretrizes ambientais aos futuros usuários, o que contribui para a conscientização sobre a sustentabilidade do empreendimento.

A adoção destas medidas estende-se cada vez mais. Em 2009, um número crescente de lançamentos contemplam soluções, entre elas as seguintes:

Medidores individuais de gás e água – A instalação estimula o uso consciente dos recursos, reduz o consumo de energia elétrica em razão do menor volume de água bombeado ao reservatório superior e facilita a identificação de vazamentos.

Dispositivos economizadores de água e energia – Instalados em lavabos e vestiários nas áreas comuns, torneiras com temporizadores e bacias sanitárias com caixas acopladas e de duplo acionamento proporcionam redução no consumo de água. O mesmo ocorre em relação à energia elétrica com a adoção de sensores de presença em escadas e halls.

Coleta seletiva – Áreas para depósitos de lixo que permitem a seleção e o armazenamento de materiais recicláveis contribuem para diminuir o volume enviado a aterros, além de favorecer a criação de receita no condomínio e de empregos e ocasionar a redução de gastos públicos com limpeza.

Central de coleta de óleo – A coleta do resíduo de cozinha em recipiente especial, encaminhado a ONGs que dão destinação adequada a ele, reduz a poluição das águas (um litro do material é capaz de contaminar mil litros de água), contribui para criação de renda no condomínio e minimiza a chance de entupimento de caixas de gordura e tubulações, assim como de gastos com o tratamento de água pelo município.

Coleta de pilhas e baterias usadas – Também em parceria com ONGs, responsáveis pelo recolhimento do material, a ação minimiza os riscos de contaminação ambiental pelos metais pesados presentes nos materiais.

Bicicletário – A construção de estacionamentos para bicicletas nos condomínios estimula hábitos saudáveis e a menor utilização de veículos poluentes.

Retenção de água da chuva – Recolhimento de água da chuva por meio de tubulações e armazenamento em reservatório específico, posteriormente utilizada para irrigação.

Cobertura vegetal no térreo (telhado verde) – Esse tipo de cobertura proporciona conforto térmico ao ambiente, contribuindo para a menor utilização de climatizadores artificiais.

Isolamento térmico das coberturas – Isolamento térmico entre as lajes e o telhado do último pavimento das torres possibilita conforto térmico nas unidades privativas.

Uso da madeira reciclada nos móveis e revestimentos (madeira rastreada para formas) – Rastreamento da procedência de madeiras resultantes de reflorestamento.

Automatização da irrigação das áreas verdes (espera) – Sistematização de horários específicos para a rega das áreas verdes, o que contribui para a economia de água.

Energia solar para aquecimento de água da piscina – Recurso natural para aquecimento da piscina, economizando energia elétrica e gás.

Le Parc – Rio de Janeiro - RJ



Water and energy saving devices: Installed in restrooms and changing facilities in public areas, taps with timers and close coupled toilets with dual flushing providing reduction in water consumption. The same occurs regarding electrical energy with the adoption of presence sensors in stairways and halls.

Selective collection: Areas for garbage dumps which allows selection and storage of recyclable materials help to reduce the volume sent to landfills, and encourage the creation of condominium revenues and employment, leading to the reduction of public spending on sanitation.

Oil collection center: The collection of kitchen waste in special containers, delivered to NGOs providing appropriate destination to it reduces water pollution (one liter of the material is capable of infecting one thousand liters of water) contributes to the creation of income in the condominium and minimizes the chance of clogging of grease traps and pipes as well as spending on water treatment by the municipality.



Bosque, Paulistânia – São Paulo - SP
 Bush, Paulistânia – São Paulo - SP

Used batteries collection: Also in partnership with NGOs responsible for collecting the material, this action minimizes the risk of environmental contamination by heavy metals present in the materials.

Bike Rental: The construction of bicycle parking lots in condominiums encourages healthy habits and reduces the use of polluting vehicles.

Rainwater collecting: Collecting rain water through pipelines and storage in specific reservoirs, for later use for irrigation.

Vegetation cover on the ground floor (green roof): This type of coverage provides thermal comfort to the environment, contributing to reduced use of artificial climate control.

Thermal roofs insulation: thermal insulation between the slabs and the roof of the last pavement of the buildings provides thermal comfort in the apartments.

Use of recycled wood for furniture and coatings (traced wood for forms): Tracing the origin of wood resulted from reforestation.

Automation of irrigation of green areas (stand-by): Systematization of specific times for watering green areas, which contributes to water saving.

Solar energy for pool water heating: natural resource for pool heating, saving power and gas.

Lançamentos CYRELA 2009 *CYRELA Launches in 2009*

	Empreendimento <i>Project</i>	Mês <i>Month</i>	Local <i>Region</i>	VGv (R\$ mil) <i>PSV (R\$ 000)</i>	Área Útil (m²) <i>Usable Area (sq. m.)</i>	Unidades <i>Units</i>	Segmento <i>Segment</i>	% CBR
1	Absolutto	Jan-09	RS	30.711	9.405	132	Médio / <i>Middle</i>	100,0%
2	Reserva Verde	Mar-09	ES	59.317	20.189	220	Médio / <i>Middle</i>	90,0%
3	Escritórios Santana	Mar-09	SP	53.375	9.016	224	Alto / <i>High-End</i>	70,0%
4	NovAmérica - Colorado Residence Park	Mar-09	SP	82.579	24.961	216	Médio / <i>Middle</i>	80,0%
5	NovAmérica Office Park	Mar-09	SP	195.133	32.979	548	Alto / <i>High-End</i>	80,0%
6	L Acqua - fase I	Apr-09	RN	84.225	28.357	284	Médio / <i>Middle</i>	71,6%
7	Ventura Ecoville	May-09	PR	38.227	13.738	227	Médio / <i>Middle</i>	100,0%
8	Le Monde Office Life - Nova Iguaçu	May-09	RJ	39.583	9.309	310	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	80,0%
9	L Acqua - fase II	May-09	RN	30.843	10.384	104	Médio / <i>Middle</i>	71,6%
10	NovAmérica - Florida Residence Park	May-09	SP	90.566	24.961	216	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	80,0%
11	Vitrine Umarizal	Jun-09	PA	36.972	9.601	50	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	100,0%
12	Galleria Paissandu	Jun-09	RJ	25.872	3.459	18	Alto / <i>High-End</i>	100,0%
13	Apogeo Chacara Klabin	Jun-09	SP	64.598	11.994	46	Alto / <i>High-End</i>	70,0%
14	Varandas da Serra	Jul-09	MG	46.682	11.385	132	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	80,0%
15	Meridiano Home Club	Jul-09	SP	59.859	12.942	90	Alto / <i>High-End</i>	70,0%
16	Alto do Imbui - Salvador	Aug-09	BA	76.668	27.568	394	Médio / <i>Middle</i>	80,0%
17	Ile St Louis (1ª fase)	Aug-09	MA	57.836	14.459	60	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	100,0%
18	Ceo - Corporate Executive Offices	Aug-09	RJ	308.290	44.330	939	Alto / <i>High-End</i>	58,0%
19	Quinta dos Moinhos (1ª fase)	Aug-09	RS	46.448	18.322	168	Médio / <i>Middle</i>	100,0%
20	Menara Residencial	Aug-09	SP	119.719	21.847	254	Alto / <i>High-End</i>	100,0%
21	Varanda NovAmérica	Aug-09	SP	91.599	23.526	324	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	80,0%
22	Ceo Salvador Shopping (1ª fase)	Sep-09	BA	89.626	15.990	460	Alto / <i>High-End</i>	54,0%
23	136 - Nasa Business Style	Sep-09	GO	61.658	15.250	294	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	63,0%
24	Stillo	Sep-09	RN	63.362	24.334	330	Médio / <i>Middle</i>	89,5%
25	NovAmérica - California Collection	Sep-09	SP	139.141	36.696	224	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	80,0%
26	Auge Home Resort	Sep-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	184.407	56.415	432	Médio / <i>Middle</i>	100,0%
27	Novo Jardim Family Resort	Sep-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	155.665	42.591	256	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	50,0%
28	Upper Northway	Oct-09	RS	29.299	9.438	125	Médio / <i>Middle</i>	100,0%
29	Família Ipiranga	Oct-09	SP	121.363	29.131	204	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	70,0%
30	NovAmérica - Michigan	Oct-09	SP	92.750	24.961	216	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	80,0%
31	Praça Santana	Oct-09	SP	66.260	14.950	108	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	75,0%
32	Apice - Barro Vermelho	Nov-09	ES	31.339	7.634	70	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	50,0%
33	Grand Life Icarai	Nov-09	RJ	104.589	23.607	381	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	100,0%
34	Mais São Cristóvão	Nov-09	RJ	39.687	13.486	240	Médio / <i>Middle</i>	90,0%
35	Splandore (1ª fase)	Nov-09	RJ	45.404	15.343	246	Médio / <i>Middle</i>	90,0%
36	Andalus	Nov-09	SP	118.641	21.167	298	Alto / <i>High-End</i>	100,0%
37	Art de Vivre	Nov-09	SP	76.737	14.422	84	Alto / <i>High-End</i>	100,0%
38	M Manay	Dec-09	AM	123.780	22.376	387	Alto / <i>High-End</i>	69,0%
39	Ile St Louis (2ª fase)	Dec-09	MA	173.508	43.376	180	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	100,0%
40	Peninsula Way (1ª fase salas)	Dec-09	MA	39.437	8.963	60	Alto / <i>High-End</i>	100,0%
41	Grand Lider Olympus (4ª fase)	Dec-09	MG	132.641	24.869	48	Alto / <i>High-End</i>	100,0%
42	Le Parc Boa Viagem (1ª fase)	Dec-09	PE	170.402	46.052	352	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	68,0%
43	Le Grand Miguel Couto	Dec-09	RJ	46.043	10.074	74	Médio-Alto / <i>Mid High</i>	100,0%
44	Infinity	Dec-09	RN	48.766	9.064	30	Alto / <i>High-End</i>	71,6%
45	L Acqua (3ª fase)	Dec-09	RN	22.539	7.589	76	Médio / <i>Middle</i>	71,6%
46	Lindóia Square	Dec-09	RS	56.159	16.908	224	Médio / <i>Middle</i>	100,0%
Total Cyrela			46	3.872.303	937.417	10.355		81,1%

Lançamentos LIVING 2009 *LIVING Launches in 2009*

	Empreendimento Project	Mês Month	Local Region	VGv (R\$ mil) PSV (R\$ 000)	Área Útil (m²) Usable Area (sq. m.)	Unidades Units	Segmento Segment	% CBR
1	Mérito Vila Curuçá	Jan-09	SP	21.807	10.238	197	Supereconômico <i>Super Economic</i>	50,0%
2	Cond Brisas Life (1ª fase)	Mar-09	MA	50.410	19.314	300	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
3	Avanti Guarulhos	Mar-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	37.664	16.737	279	Econômico / <i>Economic</i>	40,0%
4	Cond Brisas Life (2ª fase)	Apr-09	MA	50.410	19.314	300	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
5	Vitoria Pirituba Juriti	May-09	SP	10.918	5.120	116	Supereconômico <i>Super Economic</i>	60,0%
6	Fatto Sport Faria Lima	May-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	35.609	15.537	304	Supereconômico <i>Super Economic</i>	79,0%
7	Buritis Cond Clube (1ª fase)	Jun-09	ES	45.617	20.405	284	Econômico / <i>Economic</i>	60,0%
8	Arboreto Eco Life (2ª fase)	Jun-09	RS	44.314	17.109	286	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
9	Avanti Vida	Jun-09	SP	46.514	20.076	400	Supereconômico <i>Super Economic</i>	50,0%
10	Buritis Cond Clube (2ª fase)	Jul-09	ES	25.057	11.209	156	Econômico / <i>Economic</i>	60,0%
11	Ecoparque - Belem (1ª fase)	Jul-09	PA	41.200	17.325	255	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
12	Alcance Niteroi	Jul-09	RJ	19.781	7.465	114	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
13	Dez Curuca	Jul-09	SP	21.294	11.209	252	Supereconômico <i>Super Economic</i>	50,0%
14	Fatto Mansoes	Jul-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	49.310	18.064	228	Econômico / <i>Economic</i>	91,6%
15	Fatto Sport Faria Lima (2ª fase)	Jul-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	35.609	15.538	304	Supereconômico <i>Super Economic</i>	79,0%
16	Parque dos Sonhos Buritis	Jul-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	16.202	10.188	200	Supereconômico <i>Super Economic</i>	50,0%
17	Ecoparque - Belem (2ª fase)	Aug-09	PA	41.200	17.325	255	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
18	Liber Residencial (2ª fase)	Sep-09	RJ	37.909	19.941	390	Supereconômico <i>Super Economic</i>	100,0%
19	Avanti Clube	Sep-09	SP	50.824	20.492	400	Supereconômico <i>Super Economic</i>	50,0%
20	Fatto Jardim Botânico - Lote 1 - (1ª fase)	Sep-09	SP	52.053	21.660	379	Econômico / <i>Economic</i>	79,0%
21	Vitoria Pirituba Gaivota	Sep-09	SP	24.847	11.654	264	Supereconômico <i>Super Economic</i>	60,0%
22	Fatto Sport Faria Lima - fase 3	Sep-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	35.609	15.537	304	Supereconômico <i>Super Economic</i>	79,0%
23	Recreio da Laranjeiras (1ª fase)	Oct-09	ES	51.502	25.994	512	Supereconômico <i>Super Economic</i>	60,0%
24	Villagio Manguinhos Cond 2 - San Remo	Nov-09	ES	21.784	9.012	145	Econômico / <i>Economic</i>	90,0%
25	Pleno Residencial (1ª fase)	Nov-09	PA	29.829	13.170	216	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
26	Terrabela Zona Sul	Nov-09	RS	50.238	19.246	377	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
27	Ventura Clube de Morar	Nov-09	RS	35.304	14.035	250	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
28	Liber Bosque Clube Pirituba (1ª fase)	Nov-09	SP	43.365	16.872	300	Econômico / <i>Economic</i>	60,0%
29	Fatto Lago dos Patos	Nov-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	37.942	11.542	163	Econômico / <i>Economic</i>	79,0%
30	Unico Guarulhos - (1ª fase)	Nov-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	223.466	106.172	2.380	Supereconômico <i>Super Economic</i>	50,0%
31	Casas do Bosque - (1ª fase)	Dec-09	BA	23.420	11.227	202	Supereconômico <i>Super Economic</i>	68,0%
32	Parque da Águas - Cond 7	Dec-09	BA	24.082	12.814	240	Supereconômico <i>Super Economic</i>	54,0%
33	Parque da Cachoeiras	Dec-09	BA	12.041	6.407	120	Supereconômico <i>Super Economic</i>	54,0%
34	Villagio Manguinhos Cond 5	Dec-09	ES	28.544	11.809	190	Econômico / <i>Economic</i>	90,0%
35	Pleno Residencial - (2ª fase)	Dec-09	PA	29.829	13.170	216	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
36	Plaza Sprada	Dec-09	PR	31.344	12.542	180	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
37	Reserva do Bosque	Dec-09	PR	31.595	11.104	184	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
38	Maraville Mananciais	Dec-09	RJ	35.287	14.272	282	Supereconômico <i>Super Economic</i>	50,0%
39	Parque dos Sonhos (1ª fase)	Dec-09	RJ	25.944	13.069	256	Supereconômico <i>Super Economic</i>	100,0%
40	Otto Clube Residencial	Dec-09	RS	40.547	14.514	231	Econômico / <i>Economic</i>	100,0%
41	Fatto Nova Carrão	Dec-09	SP	30.006	11.563	224	Econômico / <i>Economic</i>	79,0%
42	Jundiapéba I	Dec-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	102.675	86.520	2.060	Supereconômico (0-3) <i>Super Economic</i>	50,0%
43	Parque dos Sonhos Jacarandá	Dec-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	29.667	16.195	355	Supereconômico <i>Super Economic</i>	50,0%
44	Residencial Sao Vicente	Dec-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	25.974	21.000	500	Supereconômico (0-3) <i>Super Economic</i>	50,0%
45	Vitoria Jundiáí	Dec-09	SP outras cidades <i>SP Other cities</i>	48.081	26.368	512	Supereconômico <i>Super Economic</i>	75,0%
Total Living				45	1.806.624	840.072	16.062	73,3%
TOTAL CYRELA + LIVING				91	5.678.927	1.777.490	26.417	78,6%

Demonstrações Financeiras

Balanço Patrimonial

Levantado em 31 de Dezembro de 2009 e 2008
(Em Milhares de Reais)

Ativo	Controladora		Controladora	
	2009	Ajustado 2008	2009	Ajustado 2008
Circulante				
Disponibilidades	9.724	3.256	213.186	91.385
Aplicações financeiras	994.801	240.392	1.348.497	732.397
Títulos e valores mobiliários	221	158	282	220
Contas a receber	13.979	19.095	2.812.154	1.714.066
Imóveis a comercializar	43.334	112.539	2.080.663	2.274.240
Contas-correntes com parceiros nos empreendimentos	5.470	217	104.884	98.161
Impostos e contribuições a compensar	9.390	6.031	52.250	29.288
Despesas com vendas a apropriar	-	-	14.658	37.604
Despesas Antecipadas	8.537	7.918	11.833	8.585
Demais contas a receber	9.877	11.993	109.485	75.597
	1.095.333	401.599	6.747.892	5.061.543
Não Circulante				
Realizável a longo prazo				
Contas a receber	2.361	5.369	1.736.802	946.966
Aplicações Financeiras	82.356	-	103.791	39.631
Contas a receber por desapropriação	-	-	4.812	9.479
Partes relacionadas	394.988	487.025	362.767	352.763
Impostos e contribuições a compensar	27.513	34.853	34.479	38.826
Imposto de renda e contribuição social diferidos	10.038	12.481	17.207	34.720
Adiantamentos por aquisição de imóveis	-	-	-	-
Imóveis a comercializar de longo prazo	86.364	31.439	1.281.092	651.621
Demais contas a receber	3.684	269	8.321	16.620
	607.304	571.436	3.549.271	2.090.626
Investimento				
Investimentos em controladas e coligadas	4.391.396	3.183.383	12.210	222.770
Ágios	65.291	57.170	-	-
	4.456.687	3.240.553	12.210	222.770
Imobilizado	11.306	16.155	133.139	96.452
Intangível	33.774	14.513	108.178	86.112
	4.501.767	3.271.221	253.527	405.334
	5.109.071	3.842.657	3.802.798	2.495.960
Total do ativo	6.204.404	4.244.256	10.550.690	7.557.503

Balço Patrimonial

Levado em 31 de Dezembro de 2009 e 2008
(Em Milhares de Reais)

	Controladora		Consolidado	
	2009	2008	2009	2008
Passivo e patrimônio líquido				
Circulante				
Empréstimos e financiamentos	27.900	93.905	366.629	155.421
Juros sobre debêntures	25.226	50.567	25.226	50.567
Fornecedores	14.781	-	257.277	50.227
Impostos e contribuições a recolher	2.776	2.217	79.171	135.092
Impostos e contribuições diferido	737	-	159.413	4.571
Salários, encargos sociais e participações	30.213	9.373	55.829	23.213
Contas a pagar por aquisição de imóveis	9.583	7.838	203.469	296.220
Dividendos a pagar	198.907	65.956	198.907	65.956
Partes relacionadas	474.897	303.429	124.467	139.397
Contas-correntes com parceiros nos empreendimentos	-	17.544	302.788	255.166
Adiantamentos de clientes	66.287	81.599	1.947.765	1.685.914
Demais contas a pagar	8.402	22.120	101.216	67.496
	859.709	654.548	3.822.157	2.929.240
Não Circulante				
Exigível a longo prazo				
Empréstimos e financiamentos	358.012	441.426	1.129.391	865.355
Debêntures	1.101.889	996.408	1.101.889	996.408
Fornecedores	-	581	35.117	43.412
Impostos e contribuições a recolher	3.739	-	11.927	-
Contas a pagar por aquisição de imóveis	-	-	102.079	126.663
Tributos a pagar e processos trabalhistas	1.147	801	18.739	29.028
Imposto de renda e contribuição social diferidos	27.100	29.543	165.532	135.110
Deságios nos investimentos	-	-	-	-
Demais contas a pagar	4	-	58.476	22.610
	1.491.891	1.468.759	2.623.150	2.218.586
Participação de minoritários	-	-	252.579	288.728
Patrimônio líquido				
Capital social	2.549.139	1.357.355	2.549.139	1.357.355
Ações em tesouraria	(11)	(11)	(11)	(11)
Reservas de Capital:	-	-	-	-
Opções outorgadas reconhecidas	40.362	23.522	40.362	23.522
Reservas de lucros	-	-	-	-
Reserva legal	104.201	67.733	104.201	67.733
Reserva de lucros a realizar	-	102.746	-	102.746
Reserva expansão	1.166.688	569.968	1.166.688	569.968
Ajustes acumulados de conversão	(7.575)	(364)	(7.575)	(364)
Patrimônio líquido	3.852.804	2.120.949	3.852.804	2.120.949
Total do passivo e patrimônio líquido	6.204.404	4.244.256	10.550.690	7.557.503

Demonstração do Resultado do Exercício

Levantado em 31 de Dezembro de 2009 e 2008
(Em Milhares de Reais)

	Controladora		Consolidado	
	2009	2008	2009	2008
Receita bruta operacional				
Incorporação e revenda de imóveis	14.654	15.109	4.144.237	2.907.848
Loteamento	-	-	48.079	22.974
Locação de imóveis	-	-	-	-
Prestação de serviços e outras	237	376	41.677	36.627
	14.891	15.485	4.233.993	2.967.449
Deduções da receita bruta	(175)	(1.892)	(146.168)	(120.008)
Receita líquida operacional	14.716	13.593	4.087.825	2.847.441
Custo das vendas realizadas				
Dos imóveis vendidos	(5.759)	(12.009)	(2.622.089)	(1.723.828)
Loteamento	-	-	(28.626)	(12.725)
Da Prestação de Serviços	(44)	-	(27.856)	(28.308)
	(5.803)	(12.009)	(2.678.571)	(1.764.861)
Lucro bruto operacional	8.913	1.584	1.409.254	1.082.580
Receitas (despesas) operacionais				
Despesas com vendas	(13.953)	(12.397)	(291.291)	(366.684)
Despesas gerais e administrativas	(118.495)	(111.460)	(215.766)	(212.648)
Despesas com honorários da administração	(3.737)	(3.651)	(9.189)	(9.394)
Resultado de participações societárias				
Equivalência patrimonial e valorização de cotas	918.821	516.892	28.715	(542)
Outros resultados nos investimentos	48.028	(20.729)	86.172	(42.213)
Outras receitas operacionais, líquidas	526	1.187	(21.405)	1.676
	840.103	371.426	986.490	452.775
Lucro bruto antes do resultado financeiro	840.103	371.426	986.490	452.775
Resultado Financeiro				
Despesas financeiras	(158.485)	(145.013)	(225.335)	(201.520)
Receitas financeiras	76.405	53.620	210.802	190.740
	Lucro antes do imposto de renda e contribuição social, de participações estatutárias e de acionistas minoritários	758.023	280.033	971.957
Imposto de renda e contribuição social				
Impostos diferidos	-	-	(40.233)	(36.247)
Do exercício	(4.674)	-	(73.894)	(76.152)
	(4.674)	-	(114.127)	(112.399)
Lucro antes de participações estatutárias	753.349	280.033	857.830	329.596
Participação de empregados e administradores	(24.000)	(2.325)	(30.932)	(4.055)
Lucro líquido antes da participação de acionistas minoritários	729.349	277.708	826.898	325.541
Participação de minoritários	-	-	(97.549)	(47.833)
Lucro líquido do período	729.349	277.708	729.349	277.708
Ações em circulação (ex-tesouraria) em milhares	422.387	355.724	422.387	355.724
Lucro líquido por lote de mil ações - R\$	1,72673	0,78068	1,72673	0,78068

Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido

Levantado em 31 de Dezembro de 2009 e 2008
(Em Milhares de Reais)

	Capital social	Ações em tesouraria	Reserva de outorga de opções de ações	Reservas de lucros Legal	Reservas de lucros de lucros	Lucros acumulados	Ajustes acumulados de conversão	Total
Em 31 de dezembro de 2007	1.356.156	(11)	6.157	53.848	474.847	-	(2.032)	1.888.965
Aumento de capital:								
Aumento de capital por outorga de ações	1.199	-	-	-	-	-	-	1.199
Lucro líquido do exercício:								
Originalmente apurado	-	-	-	-	-	366.464	-	366.464
Ajustes da Lei nº 11.638	-	-	-	-	-	(88.756)	-	(88.756)
Lucro líquido do exercício - ajustado:	-	-	-	-	-	277.708	-	277.708
Destinação do lucro								
Reserva legal	-	-	-	13.885	-	(13.885)	-	-
Dividendos propostos	-	-	-	-	-	(65.956)	-	(65.956)
Reserva de retenção de lucros	-	-	-	-	197.867	(197.867)	-	-
Programa de pagamento em ações	-	-	17.365	-	-	-	-	17.365
Ajustes por conversão de investimentos	-	-	-	-	-	-	1.668	1.668
Em 31 de dezembro de 2008	1.357.355	(11)	23.522	67.733	672.714	-	(364)	2.120.949
Aumento de capital:								
Aumento de capital - Subscrição Pública	1.182.500	-	-	-	-	-	-	1.182.500
Aumento de capital por outorga de ações	1.139	-	-	-	-	-	-	1.139
Aumento de capital - Incorporação Goldzstein Participações S.A.	41.039	-	-	-	-	-	-	41.039
Gastos com Emissão Pública de Ações	(32.894)	-	-	-	-	-	-	(32.894)
Lucro líquido do período:								
Lucro do período	-	-	-	-	-	729.349	-	729.349
Destinação do lucro								
Reserva legal	-	-	-	36.468	-	(36.468)	-	-
Dividendos propostos	-	-	-	-	(25.687)	(173.220)	-	(198.907)
Reserva de retenção de lucros	-	-	-	-	519.661	(519.661)	-	-
Programa de pagamento em ações	-	-	16.840	-	-	-	-	16.840
Ajustes por conversão de investimentos	-	-	-	-	-	-	(7.211)	(7.211)
Em 31 de dezembro de 2009	2.549.139	(11)	40.362	104.201	1.166.688	-	(7.575)	3.852.804

Demonstração do Valor Adicionado

Levantado em 31 de Dezembro de 2009 e 2008
(Em Milhares de Reais)

	Controladora		Consolidado	
	2009	2008	2009	2008
1 - Receitas	26.568	16.672	4.242.568	2.965.825
- Venda de mercadorias, produtos e serviços	14.891	15.485	4.233.993	2.964.150
- Outras Receitas	11.677	1.187	8.575	1.675
- Provisão para devedores duvidosos	-	-	-	-
2 - Insumos adquiridos de terceiros (inclui ICMS e IPI)	66.922	62.324	2.996.937	2.213.108
- Custos de produtos, mercadorias e serviços vendidos	5.803	12.009	2.678.571	1.764.854
- Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	61.119	50.315	318.366	448.254
- Perda / Recuperação de valores ativos	-	-	-	-
- Outros	-	-	-	-
3 - Valor adicionado bruto (1 - 2)	(40.354)	(45.652)	1.245.631	752.717
4 - Retenções	(28.266)	(11.996)	(70.828)	(21.777)
- Depreciação, amortização e exaustão	(4.792)	(2.421)	(40.965)	(3.897)
- Amortização de ágio de investimentos	(23.474)	(9.575)	(29.863)	(17.880)
5 - Valor adicionado líquido produzido pela entidade (3 - 4)	(68.620)	(57.648)	1.174.803	730.940
6 - Valor adicionado recebido em transferências	1.028.684	530.175	191.686	51.879
- Resultado de equivalência patrimonial	918.821	516.892	28.715	(542)
- Outros Resultados em Investimentos	60.351	(11.154)	86.055	(24.333)
- Receitas (Despesas) financeiras	49.512	24.437	76.916	76.754
- Despesas financeiras	(13.581)	(6.794)	(43.468)	(15.646)
- Receitas financeiras	63.093	31.231	120.384	92.400
7 - Valor adicionado total a distribuir (5 + 6)	960.064	472.527	1.366.489	782.819
8 - Distribuição do valor adicionado	960.064	472.527	1.366.489	782.819
- Pessoal e encargos	94.274	74.447	187.848	129.837
- Salários e encargos	49.452	68.674	106.454	114.733
- Comissões sobre venda	244	(203)	23.948	1.656
- Honorários de diretoria	3.737	3.651	9.673	9.393
- Participação de empregados nos lucros	40.841	2.325	47.773	4.055
- Planos de aposentadoria e pensão	-	-	-	-
- Impostos, taxas e contribuições	6.664	5.025	264.679	242.817
- Juros e aluguéis	129.777	115.348	87.064	81.764
- Remuneração de capitais próprios	729.349	277.707	826.898	328.401
- Juros sobre o capital próprio	-	-	-	-
- Dividendos	-	-	-	-
- Lucros retidos / Prejuízo dos exercícios	729.349	277.707	729.349	277.707
- Participação dos não-controladores nos lucros retidos	-	-	97.549	50.694

Financial Statements

Balance sheets
of December 31, 2009 and 2008
(In thousands of Reais)

Assets	Parent company		Consolidated	
	2009	Adjusted 2008	2009	Adjusted 2008
Current assets				
Cash and cash equivalents	9,724	3,256	213,186	91,385
Financial investments	994,801	240,392	1,348,497	732,397
Securities	221	158	282	220
Accounts receivable	13,979	19,095	2,812,154	1,714,066
Real estate for sale	43,334	112,539	2,080,663	2,274,240
Current accounts with venture partners	5,470	217	104,884	98,161
Taxes to be offset	9,390	6,031	52,250	29,288
Selling expenses to be appropriated	-	-	14,658	37,604
Prepaid expenses	8,537	7,918	11,833	8,585
Other accounts receivable	9,877	11,993	109,485	75,597
	1.095.333	401.599	6.747.892	5.061.543
Noncurrent assets				
Long-term assets				
Accounts receivable	2,361	5,369	1,736,802	946,966
Financial investments	82,356	-	103,791	39,631
Accounts receivable due to expropriation	-	-	4,812	9,479
Related parties	394,988	487,025	362,767	352,763
Taxes to be offset	27,513	34,853	34,479	38,826
Deferred income tax and social contribution	10,038	12,481	17,207	34,720
Advances due to real estate acquisition	-	-	-	-
Long-term real estate for sale	86,364	31,439	1,281,092	651,621
Other accounts receivable	3,684	269	8,321	16,620
	607,304	571,436	3,549,271	2,090,626
Investments				
Investments in subsidiaries and affiliated companies	4,391,396	3,183,383	12,210	222,770
Goodwill	65,291	57,170	-	-
	4,456,687	3,240,553	12,210	222,770
Fixed assets				
Intangible assets	11,306	16,155	133,139	96,452
	33,774	14,513	108,178	86,112
	4,501,767	3,271,221	253,527	405,334
	5,109,071	3,842,657	3,802,798	2,495,960
Total assets	6,204,404	4,244,256	10,550,690	7,557,503

Balance sheets
of December 31, 2009 and 2008
(In thousands of Reais)

	Parent company		Consolidated	
	2009	2008	2009	2008
Liabilities and shareholder's equity				
Current liabilities				
Loans and financing	27,900	93,905	366,629	155,421
Interest on debentures	25,226	50,567	25,226	50,567
Accounts payable to suppliers	14,781	-	257,277	50,227
Taxes collectible	2,776	2,217	79,171	135,092
Deferred taxes	737	-	159,413	4,571
Salaries, social charges and profit sharing	30,213	9,373	55,829	23,213
Accounts payable due to real estate acquisition	9,583	7,838	203,469	296,220
Dividends payable	198,907	65,956	198,907	65,956
Related parties	474,897	303,429	124,467	139,397
Current accounts with venture partners	-	17,544	302,788	255,166
Advances from clients	66,287	81,599	1,947,765	1,685,914
Other accounts payable	8,402	22,120	101,216	67,496
	859,709	654,548	3,822,157	2,929,240
Noncurrent liabilities				
Long-term liabilities				
Loans and financing	358,012	441,426	1,129,391	865,355
Debentures	1,101,889	996,408	1,101,889	996,408
Accounts payable to suppliers	-	581	35,117	43,412
Taxes payable	3,739	-	11,927	-
Accounts payable due to real estate acquisition	-	-	102,079	126,663
Payable taxes and labor claims	1,147	801	18,739	29,028
Deferred income tax and social contribution	27,100	29,543	165,532	135,110
Goodwill on investments	-	-	-	-
Other accounts payable	4	-	58,476	22,610
	1,491,891	1,468,759	2,623,150	2,218,586
Minority interest	-	-	252,579	288,728
Shareholders' equity				
Capital stock	2,549,139	1,357,355	2,549,139	1,357,355
Treasury shares	(11)	(11)	(11)	(11)
Capital reserves:	-	-	-	-
Recognized granted options	40,362	23,522	40,362	23,522
Profits reserves	-	-	-	-
Legal reserve	104,201	67,733	104,201	67,733
Realizable profits reserve	-	102,746	-	102,746
Expansion reserve	1,166,688	569,968	1,166,688	569,968
Accumulated translation adjustments	(7,575)	(364)	(7,575)	(364)
Patrimonio líquido	3,852,804	2,120,949	3,852,804	2,120,949
Total liabilities and shareholders' equity	6,204,404	4,244,256	10,550,690	7,557,503

Statements of income

for the years ended December 31, 2009 and 2008
(In thousands of Reais)

	Parent company		Consolidated	
	2009	2008	2009	2008
Gross operating revenue				
Real estate development and resale	14,654	15,109	4,144,237	2,907,848
Plots of land	-	-	48,079	22,974
Lease of properties	-	-	-	-
Service rendering and other services	237	376	41,677	36,627
	14,891	15,485	4,233,993	2,967,449
Deductions from gross revenue	(175)	(1,892)	(146,168)	(120,008)
Operating net revenue	14,716	13,593	4,087,825	2,847,441
Costs of sales				
Of real estate sold and resold	(5,759)	(12,009)	(2,622,089)	(1,723,828)
Of ground plot	-	-	(28,626)	(12,725)
Of services provided	(44)	-	(27,856)	(28,308)
	(5,803)	(12,009)	(2,678,571)	(1,764,861)
Gross operating profit	8,913	1,584	1,409,254	1,082,580
Operating income (expenses)				
Selling expenses	(13,953)	(12,397)	(291,291)	(366,684)
General and administrative expenses	(118,495)	(111,460)	(215,766)	(212,648)
Management fees	(3,737)	(3,651)	(9,189)	(9,394)
Result of equity interest				
Equity accounting and quota valuation	918,821	516,892	28,715	(542)
Other results in investments	48,028	(20,729)	86,172	(42,213)
Other operating income, net	526	1,187	(21,405)	1,676
	840,103	371,426	986,490	452,775
Gross profit before financial income/losses				
Financial income/losses				
Financial expenses	(158,485)	(145,013)	(225,335)	(201,520)
Financial revenues	76,405	53,620	210,802	190,740
	Income before income tax and social contribution, statutory interests and minority shareholders	758,023	280,033	971,957
Income tax and social contribution				
Deferred taxes	-	-	(40,233)	(36,247)
Of the year	(4,674)	-	(73,894)	(76,152)
	(4,674)	-	(114,127)	(112,399)
Profit before statutory interest	753,349	280,033	857,830	329,596
Employees and management interest	(24,000)	(2,325)	(30,932)	(4,055)
Net income before minority interest	729,349	277,708	826,898	325,541
Minority interest	(24,000)	(2,325)	(30,932)	(4,055)
Net income for the period	729,349	277,708	826,898	325,541
Minority interest	-	-	(97,549)	(47,833)
Net income for the period	729,349	277,708	729,349	277,708
Outstanding shares (ex-treasury stock) in thousands	422,387	355,724	422,387	355,724
Net income per thousand shares - R\$	1.72673	0.78068	1.72673	0.78068

Statements of changes in shareholders' equity for the years ended December 31, 2009 and 2008 (In thousands of Reais)

	Capital stock	Shares in treasury	Reserve for stock option granting	Profit reserves	Profit retention	Accumulated profits	Accumulated translation adjustments	Total
				Legal				
As of December 31, 2007	1,356,156	(11)	6,157	53,848	474,847	-	(2,032)	1,888,965
Capital increase:								
Capital increase through shares granted	1,199	-	-	-	-	-	-	1,199
Net income for the year:								
Originally calculated	-	-	-	-	-	366,464	-	366,464
Adjustments to Law n. 11.638	-	-	-	-	-	(88,756)	-	(88,756)
Adjusted net income for the year:	-	-	-	-	-	277,708	-	277,708
Profit allocation	-	-	-	-	-	-	-	-
Legal reserve	-	-	-	13,885	-	(13,885)	-	-
Proposed dividends	-	-	-	-	-	(65,956)	-	(65,956)
Profit retention reserve	-	-	-	-	197,867	(197,867)	-	-
Share-based payment program	-	-	17,365	-	-	-	-	17,365
Adjustment by translation of investments	-	-	-	-	-	-	1,668	1,668
As of December 31, 2008	1,357,355	(11)	23,522	67,733	672,714	-	(364)	2,120,949
Capital increase:								
Capital increase - public subscription	1,182,500	-	-	-	-	-	-	1,182,500
Capital increase through shares granted	1,139	-	-	-	-	-	-	1,139
Capital increase - Merger Goldzstein Participações S.A.	41,039	-	-	-	-	-	-	41,039
Expenses with public issue of shares	(32,894)	-	-	-	-	-	-	(32,894)
Net income for the period:								
Income for the period	-	-	-	-	-	729,349	-	729,349
Profit allocation:								
Legal reserve	-	-	-	36,468	-	(36,468)	-	-
Proposed dividends	-	-	-	-	(25,687)	(173,220)	-	(198,907)
Profit retention reserve	-	-	-	-	519,661	(519,661)	-	-
Share-based payment program	-	-	16,840	-	-	-	-	16,840
Adjustment by translation of investments	-	-	-	-	-	-	(7,211)	(7,211)
As of December 31, 2009	2,549,139	(11)	40,362	104,201	1,166,688	-	(7,575)	3,852,804

Statements of value added

for the years ended December 31, 2009 and 2008
(In thousands of Reais)

	Parent company		Consolidated	
	2009	2008	2009	2008
1 - Revenues	26,568	16,672	4,242,568	2,965,825
- Sale of goods, products and services	14,891	15,485	4,233,993	2,964,150
- Other revenues	11,677	1,187	8,575	1,675
- Allowance for doubtful accounts	-	-	-	-
2 - Raw materials acquired from third-parties (include ICMS and IPI)	66,922	62,324	2,996,937	2,213,108
- Cost of products, goods and services sold	5,803	12,009	2,678,571	1,764,854
- Materials, energy, third-party services and other	61,119	50,315	318,366	448,254
- Loss/recovery of asset amounts	-	-	-	-
- Other	-	-	-	-
3 - Gross value added (1 - 2)	(40,354)	(45,652)	1,245,631	752,717
4 - Retentions	(28,266)	(11,996)	(70,828)	(21,777)
- Depreciation, amortization and depletion	(4,792)	(2,421)	(40,965)	(3,897)
- Amortization of investment goodwill	(23,474)	(9,575)	(29,863)	(17,880)
5 - Net value added generated by the Entity (3 - 4)	(68,620)	(57,648)	1,174,803	730,940
6 - Value added received in transfers	1,028,684	530,175	191,686	51,879
- Equity accounting result	918,821	516,892	28,715	(542)
- Other income/loss with investments	60,351	(11,154)	86,055	(24,333)
- Financial revenues (expenses)	49,512	24,437	76,916	76,754
- Financial expenses	(13,581)	(6,794)	(43,468)	(15,646)
- Financial revenues	63,093	31,231	120,384	92,400
7 - Total value added to distribute (5 + 6)	960,064	472,527	1,366,489	782,819
8 - Distribution of value added	960,064	472,527	1,366,489	782,819
- Personnel and charges	94,274	74,447	187,848	129,837
- Salaries and charges	49,452	68,674	106,454	114,733
- Sales commissions	244	(203)	23,948	1,656
- Management fees	3,737	3,651	9,673	9,393
- Employee profit sharing	40,841	2,325	47,773	4,055
- Retirement plan (pension)	-	-	-	-
- Taxes, fees and contributions	6,664	5,025	264,679	242,817
- Interests and rental	129,777	115,348	87,064	81,764
- Remuneration of own capital	729,349	277,707	826,898	328,401
- Interest on own capital	-	-	-	-
- Dividends	-	-	-	-
- Retained earnings/losses for the year	729,349	277,707	729,349	277,707
- Minority interest in retained earnings	-	-	97,549	50,694

Grupo Cyrela Brazil Realty *Cyrela Brazil Realty Group*

Incorporação e Construção / *Development and Construction*



Joint Ventures e Parcerias / *Joint Ventures and Partnerships*



Vendas / *Sales*



Serviços / *Services*



Informações corporativas *Corporate Information*

Cyrela Brazil Realty S.A. Empreendimentos e Participações

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 – 3º andar

São Paulo – SP

CEP 04543-011

PABX: (55 11) 4502-3000

Relacionamento com o Cliente / *Customer Relations*: : 0800 014 56 56

Fax: (55 11) 4502-3140

Site: www.cyrela.com.br

Relações com Investidores *Investor Relations*

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 – 3º andar

São Paulo – SP

CEP 04543-011

Site: www.cyrela.com.br/ri

Telefone / *Phone*: (55 11) 4502-3153

e-mail: ri@cyrela.com.br

Auditores independentes *Independent auditors*

Terco Grant Thornton Auditores Independentes

Av. das Nações Unidas, 12995, 13º, 14º e 15º andares

Brooklin Novo, São Paulo - SP

Brasil - CEP 04578-000

Telefone / *Phone*: (55 11) 3054-0000

Fax: (55 11) 3054-0077

Código negociação das ações na Bovespa *Shares trading code ticker in Bovespa*

CYRE3

Conselho de Administração *Board of Directors*

Elie Horn - Presidente / *Chairman*

Rogério Jonas Zylbersztajn - Vice-presidente / *Deputy Chairman*

George Zausner

Rafael Novellino

Andrea Sandro Calabi - Independente / *Independent*

Claudio Thomaz Lobo Sonder – Independente / *Independent*

Diretoria-Executiva *Board of Executive Officers*

Elie Horn - Diretor-presidente / *CEO*

Rogério Jonas Zylbersztajn - Diretor Vice-presidente / *Director/Vice-President*

Luis Largman - CFO e Diretor de Relações com Investidores / *CFO and Investor Relations Officer*

Saulo de Tarso Alves de Lara - Diretor de Planejamento e Controles Financeiros / *Planning and Financial Control Officer*

Ubirajara Spessotto de Camargo de Freitas - Diretor-geral / *General Executive Officer*

Cassio Mantelmacher - Diretor de Desenvolvimento Imobiliário / *Real Estate Development Officer*

Expediente Coordenação Geral / *Credits General Coordination*

Cyrela Brazil Realty

- Relações com Investidores / *Investor Relations*
- Marketing Institucional / *Corporate Marketing*

Texto / *Text*

Editora Contadino

Projeto Gráfico / *Graphic project*

fmcom

Fotos / *Photos*

Arquivos Cyrela / *Cyrela database*, Egberto Nogueira/Imafotogaleria e Diogo Carneiro/Imafotogaleria



Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455, 3º andar
Itaim Bibi - Cep 04543-011 São Paulo - Brasil