



# UM BRASIL



# DE SONHOS

Em 2007, a Cyrela entrou em 7 novas praças

**UM BRASIL DE SONHOS**

EM 2007, A CYRELA ENTROU EM 7 NOVAS PRAÇAS

## Perfil Corporativo

A Cyrela Brazil Realty (CBR) é a maior incorporadora imobiliária dos mercados residenciais de São Paulo e do Rio de Janeiro - as duas maiores metrópoles brasileiras. Ao final de 2006, a Companhia contava com participação no total de empreendimentos lançados no mercado de 10% em São Paulo e de 20% no Rio, segundo dados da Empresa Brasileira de Estudos de Patrimônio (Embraesp) e da Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário do Rio de Janeiro (Ademi), respectivamente.

O principal foco da Companhia é a incorporação de edifícios residenciais, em regiões metropolitanas, desenvolvidos para clientes de média e alta renda. Sua marca é uma das mais tradicionais e bem conceituadas nesse segmento, em função da alta qualidade de seus empreendimentos.

O leque de atividades da Cyrela Brazil Realty abrange, ainda, a incorporação, locação e comercialização de lajes corporativas e de shopping centers de alto padrão e alta tecnologia, bem como a prestação de serviços de gestão condominial (por meio da BRC), administração de shopping centers (por meio da BRX) e administração de patrimônio.

Outra característica que distingue a Cyrela no mercado é o foco no cliente. A Companhia, por meio da área de Relacionamento com o Cliente, desenvolve ações contínuas de fidelização e atendimento, visando manter os mais de 14 mil clientes satisfeitos e leais à Companhia.

Em 2005, a Cyrela Brazil Realty converteu todas as suas ações em ordinárias e aderiu ao Novo Mercado da Bovespa, comprometendo-se com as melhores práticas de governança corporativa. Ao final de 2006, 41,8% do capital pertencia ao Grupo Controlador, enquanto 55,5% estava no mercado.

A Cyrela Brazil Realty (CBR) é a maior incorporadora imobiliária dos mercados residenciais de São Paulo e do Rio de Janeiro - as duas maiores metrópoles brasileiras. Ao final de 2006, a Companhia contava com participação no total de empreendimentos lançados no mercado de 10% em São Paulo e de 20% no Rio, segundo dados da Empresa Brasileira de Estudos de Patrimônio (Embraesp) e da Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário do Rio de Janeiro (Ademi), respectivamente.

O principal foco da Companhia é a incorporação de edifícios residenciais, em regiões metropolitanas, desenvolvidos para clientes de média e alta renda. Sua marca é uma das mais tradicionais e bem conceituadas nesse segmento, em função da alta qualidade de seus empreendimentos.

O leque de atividades da Cyrela Brazil Realty abrange, ainda, a incorporação, locação e comercialização de lajes corporativas e de shopping centers de alto padrão e alta tecnologia, bem como a prestação de serviços de gestão condominial (por meio da BRC), administração de shopping centers (por meio da BRX) e administração de patrimônio.

Outra característica que distingue a Cyrela no mercado é o foco no cliente. A Companhia, por meio da área de Relacionamento com o Cliente, desenvolve ações contínuas de fidelização e atendimento, visando manter os mais de 14 mil clientes satisfeitos e leais à Companhia.

Em 2005, a Cyrela Brazil Realty converteu todas as suas ações em ordinárias e aderiu ao Novo Mercado da Bovespa, comprometendo-se com as melhores práticas de governança corporativa. Ao final de 2006, 41,8% do capital pertencia ao Grupo Controlador, enquanto 55,5% estava no mercado.

A Cyrela Brazil Realty é a empresa de Construção & Incorporação mais admirada do Brasil, pelo quarto ano consecutivo, segundo pesquisa da Revista Carta Capital/TNS InterScience

A Cyrela Brazil Realty é a empresa de Construção & Incorporação mais admirada do Brasil, pelo quarto ano consecutivo, segundo pesquisa da Revista Carta Capital/TNS InterScience



## PARTICIPAÇÃO NA RECEITA POR ATIVIDADE



## PARTICIPAÇÃO NA RECEITA POR ATIVIDADE

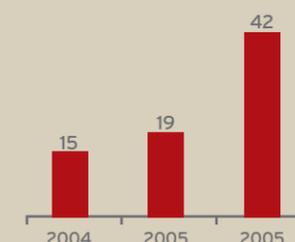


# Destaques 2006

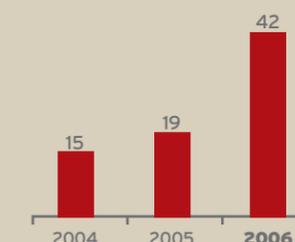
## Destaques 2006

- O número de lançamentos dobrou, e o Valor Potencial, medido pelo VGV, triplicou. Foram 42 empreendimentos no ano, incluindo as joint ventures, representando VGV de R\$ 3,6 bilhões.
  - As vendas consolidadas (pré-vendas) também dobraram, e totalizaram R\$ 2,2 bilhões em 2006.
  - A velocidade de venda dos lançamentos foi recorde: do total de empreendimentos lançados no ano, XX% já estavam 100% vendidos após 1 mês do lançamento. Os destaques foram o Barra Family Resort, no Rio de Janeiro, 100% vendido na noite de lançamento, e o Central Park Mooca, 100% vendido em 11 dias.
  - O estoque de terrenos mais que dobrou, com porcentagem de permuta de 74%.
  - Entrada em sete novas praças, de norte a sul do país, por meio de joint ventures e parcerias com incorporadoras líderes nas áreas de atuação. Já são 12 municípios de 7 estados brasileiros.
  - Lançamento da marca LIVING, criada para representar os empreendimentos voltados ao segmento de renda média-baixa, que tem o maior potencial de crescimento a longo-prazo.
  - A receita líquida aumentou 62,1%, alcançando R\$ 1,1 bilhão no ano.
  - O lucro líquido ajustado somou R\$ 263,1 milhões, valor 89,6% superior ao ano anterior.
  - As ações da Companhia valorizaram 171,9% desde o IPO (setembro de 2005), comparado a 44,2% do Ibovespa no mesmo período.
  - Aprovação do Plano de Opção de Compra de Ações (Stock Options).
- O número de lançamentos dobrou, e o Valor Potencial, medido pelo VGV, triplicou. Foram 42 empreendimentos no ano, incluindo as joint ventures, representando VGV de R\$ 3,6 bilhões.
  - As vendas consolidadas (pré-vendas) também dobraram, e totalizaram R\$ 2,2 bilhões em 2006.
  - A velocidade de venda dos lançamentos foi recorde: do total de empreendimentos lançados no ano, XX% já estavam 100% vendidos após 1 mês do lançamento. Os destaques foram o Barra Family Resort, no Rio de Janeiro, 100% vendido na noite de lançamento, e o Central Park Mooca, 100% vendido em 11 dias.
  - O estoque de terrenos mais que dobrou, com porcentagem de permuta de 74%.
  - Entrada em sete novas praças, de norte a sul do país, por meio de joint ventures e parcerias com incorporadoras líderes nas áreas de atuação. Já são 12 municípios de 7 estados brasileiros.
  - Lançamento da marca LIVING, criada para representar os empreendimentos voltados ao segmento de renda média-baixa, que tem o maior potencial de crescimento a longo-prazo.
  - A receita líquida aumentou 62,1%, alcançando R\$ 1,1 bilhão no ano.
  - O lucro líquido ajustado somou R\$ 263,1 milhões, valor 89,6% superior ao ano anterior.
  - As ações da Companhia valorizaram 171,9% desde o IPO (setembro de 2005), comparado a 44,2% do Ibovespa no mesmo período.
  - Aprovação do Plano de Opção de Compra de Ações (Stock Options).

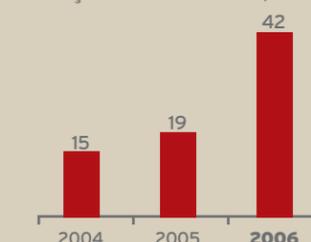
**Número de Lançamentos**  
Número de Lançamentos



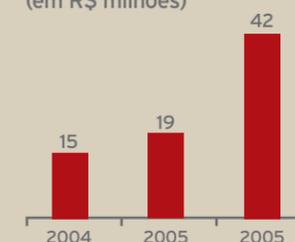
**Área Útil Lançada (em m²)**  
Área Útil Lançada (em m²)



**Preço Médio de Venda (em R\$/m²)**  
Preço Médio de Venda (em R\$/m²)



**Receita Líquida e Lucro Bruto (em R\$ milhões)**  
Receita Líquida e Lucro Bruto (em R\$ milhões)



Receita Líquida  
Lucro Bruto  
Receita Líquida  
Lucro Bruto

**EBITDA e Margem EBITDA Ajustados (\*)**  
EBITDA e Margem EBITDA Ajustados (\*)



EBITDA Ajustado (em R\$ milhões)  
Margem EBITDA Ajustada (%)  
EBITDA Ajustado (em R\$ milhões)  
Margem EBITDA Ajustada (%)

**Lucro Líquido e Margem Líquida Ajustados (\*)**  
Lucro Líquido e Margem Líquida Ajustados (\*)



Lucro Líquido  
Margem Líquida Ajustada (\*)  
Lucro Líquido  
Margem Líquida Ajustada (\*)

(\*) Valores de 2005 e 2006 ajustados pelas despesas das Ofertas Públicas de Ações.  
(\*) Valores de 2005 e 2006 ajustados pelas despesas das Ofertas Públicas de Ações.

## Sumário Contents

### Relatório Anual 2006 Cyrela Brazil Realty Relatório Anual 2006 Cyrela Brazil Realty

Histórico  
Mensagem aos Acionistas  
Os Pilares do Crescimento da Cyrela Brazil Realty  
•Incorporação e Desenvolvimento Imobiliário  
•Expansão Geográfica  
•Novos Segmentos  
•Gestão e Desenvolvimento de Pessoas  
Sustentabilidade  
Governança Corporativa  
Mercado de Capitais  
Desempenho Operacional e Financeiro  
Reconhecimento  
Informações Corporativas

As Demonstrações Financeiras estão disponíveis no CD anexo ou pelo site [www.cyrela.com.br/ri](http://www.cyrela.com.br/ri)

Histórico  
Mensagem aos Acionistas  
Os Pilares do Crescimento da Cyrela Brazil Realty  
•Incorporação e Desenvolvimento Imobiliário  
•Expansão Geográfica  
•Novos Segmentos  
•Gestão e Desenvolvimento de Pessoas  
Sustentabilidade  
Governança Corporativa  
Mercado de Capitais  
Desempenho Operacional e Financeiro  
Reconhecimento  
Informações Corporativas

As Demonstrações Financeiras estão disponíveis no CD anexo ou pelo site [www.cyrela.com.br/ri](http://www.cyrela.com.br/ri)



# Histórico

# Histórico



## 1962

Constituição da Cyrela, dedicada exclusivamente à atividade de incorporação de edifícios residenciais e salsa em edifícios comerciais, terceirizando a construção e a venda dos projetos.

Constituição da Cyrela, dedicada exclusivamente à atividade de incorporação de edifícios residenciais e salsa em edifícios comerciais, terceirizando a construção e a venda dos projetos.

## 1981

Criação de duas subsidiárias: a Cyrela Construtora, voltada para a construção, e a Seller, destinada à venda dos imóveis.

Criação de duas subsidiárias: a Cyrela Construtora, voltada para a construção, e a Seller, destinada à venda dos imóveis.

## 1994

Constituição da Brazil Realty, por meio de joint venture com a IRSA, sociedade argentina, para atuar na construção e locação de lajes corporativas de alto padrão.

Constituição da Brazil Realty, por meio de joint venture com a IRSA, sociedade argentina, para atuar na construção e locação de lajes corporativas de alto padrão.

## 1996

Brazil Realty realiza emissão pública de 35 milhões de ações preferenciais, no valor de US\$ 80,5 milhões no mercado de capitais brasileiro e norte-americano.

Brazil Realty realiza emissão pública de 35 milhões de ações preferenciais, no valor de US\$ 80,5 milhões no mercado de capitais brasileiro e norte-americano.

## 1998

Constituição da BRX, subsidiária voltada à prestação de serviços de administração de edifícios comerciais.

Constituição da BRX, subsidiária voltada à prestação de serviços de administração de edifícios comerciais.

## 2000

Início da parceria com a RJZ Engenharia, uma das maiores construtoras do Rio de Janeiro.

Início da parceria com a RJZ Engenharia, uma das maiores construtoras do Rio de Janeiro.

Constituição da BRC, voltada à prestação de serviços de administração de shopping centers.

Constituição da BRC, voltada à prestação de serviços de administração de shopping centers.

## 2002

Aquisição da participação da IRSA na Brazil Realty. Início do processo de reestruturação societária, com a finalidade de integrar a Cyrela e a Brazil Realty, por meio da unificação da estrutura de capital, com a otimização dos investimentos e redução dos custos.

Aquisição da participação da IRSA na Brazil Realty. Início do processo de reestruturação societária, com a finalidade de integrar a Cyrela e a Brazil Realty, por meio da unificação da estrutura de capital, com a otimização dos investimentos e redução dos custos.

## 2004

Reestruturação interna consolida todas as subsidiárias do Grupo Cyrela em uma única Companhia, Cyrela Vancouver. Reestruturação interna consolida todas as subsidiárias do Grupo Cyrela em uma única Companhia, Cyrela Vancouver.

## Maio | 2005

Cyrela Vancouver é incorporada pela Brazil Realty, que teve sua denominação social alterada para Cyrela Brazil Realty S.A. Empreendimentos e Participações (CBR). AGE aprova conversão da totalidade das ações preferenciais da CBR em ações ordinárias, à razão de uma razão ordinária para cada ação preferencial; e alteração do Estatuto Social de forma a adaptá-lo às regras do Novo Mercado.

Cyrela Vancouver é incorporada pela Brazil Realty, que teve sua denominação social alterada para Cyrela Brazil Realty S.A. Empreendimentos e Participações (CBR). AGE aprova conversão da totalidade das ações preferenciais da CBR em ações ordinárias, à razão de uma razão ordinária para cada ação preferencial; e alteração do Estatuto Social de forma a adaptá-lo às regras do Novo Mercado.

## Julho | 2005

Celebração do contrato com a Bovespa, regulando a listagem das ações ordinárias da CBR no Novo Mercado.

Celebração do contrato com a Bovespa, regulando a listagem das ações ordinárias da CBR no Novo Mercado.

## Setembro | 2005

IPO - Oferta pública primária e secundária de 60.145.000 ações ordinárias, incluindo ações sob a forma de GDSs, ao preço de R\$ 15 por ação, que representavam 40,44% do capital total. Ingresso no Novo Mercado da Bovespa.

IPO - Oferta pública primária e secundária de 60.145.000 ações ordinárias, incluindo ações sob a forma de GDSs, ao preço de R\$ 15 por ação, que representavam 40,44% do capital total. Ingresso no Novo Mercado da Bovespa.

## 2006

Criação da área de Novos Negócios e início da expansão geográfica por meio de Joint Ventures. Ao longo do ano, a CBR concluiu 8 parcerias com incorporadoras imobiliárias de renome, em 6 estados brasileiros.

Criação da área de Novos Negócios e início da expansão geográfica por meio de Joint Ventures. Ao longo do ano, a CBR concluiu 8 parcerias com incorporadoras imobiliárias de renome, em 6 estados brasileiros.

## Julho | 2006

Conclusão de colocação primária e secundária de ações (follow-on), aumentando o capital social da CBR em R\$ 728,7 milhões.

Conclusão de colocação primária e secundária de ações (follow-on), aumentando o capital social da CBR em R\$ 728,7 milhões.

## Dezembro | 2006

Desdobramento de ações, na proporção de 1:2 para as ações ordinárias. Cada GDR passa a ser representado por 20 ações ordinárias.

Desdobramento de ações, na proporção de 1:2 para as ações ordinárias. Cada GDR passa a ser representado por 20 ações ordinárias.

## Último Trimestre | 2006

Lançamento dos primeiros empreendimentos voltados ao segmento econômico, com a marca Living.

Lançamento dos primeiros empreendimentos voltados ao segmento econômico, com a marca Living.

# Mensagem aos Acionistas

## Mensagem aos Acionistas

EM 2006, ESTIVEMOS FOCADOS NA EXPANSÃO CONTÍNUA, ESTRUTURADA E SUSTENTÁVEL DE NOSSOS NEGÓCIOS, REALIZANDO MAIS E MAIS SONHOS DE NOSSOS CLIENTES, FUNCIONÁRIOS E ACIONISTAS.

EM 2006, ESTIVEMOS FOCADOS NA EXPANSÃO CONTÍNUA, ESTRUTURADA E SUSTENTÁVEL DE NOSSOS NEGÓCIOS, REALIZANDO MAIS E MAIS SONHOS DE NOSSOS CLIENTES, FUNCIONÁRIOS E ACIONISTAS.

É com satisfação que apresentamos aos nossos acionistas e ao mercado o desempenho da Cyrela Brazil Realty em 2006, ano em que registramos um crescimento substancial, beneficiados pelo acerto de nossas estratégias e pela conjuntura favorável do mercado imobiliário brasileiro. Graças à queda na taxa de juros e à maior oferta de financiamentos, houve um reflexo bastante positivo na demanda por imóveis no país.

Aproveitar o aquecimento do setor para expandir os negócios foi uma decisão fundamental para impulsionar nosso crescimento no último ano. Neste sentido, destacamos quatro pilares estratégicos que têm alavancado nossas vendas e participação de mercado.

O primeiro ponto se refere à estratégia de manter o foco, principalmente, na incorporação de edifícios residenciais de médio e alto padrão nas principais regiões das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, mercados onde pretendemos fortalecer ainda mais nossa atuação por representarmos a maior participação na economia do país.

O plano de expansão por meio da diversificação geográfica representa a segunda alavanca estratégica, que visa expandir as operações da Cyrela Brazil Realty para fora do eixo São Paulo-Rio, em regiões metropolitanas que apresentem características de incorporação imobiliária compatíveis às nossas metas, bem como incorporadores e construtores capacitados para seguir nossos padrões de qualidade. Para facilitar a entrada em novos mercados, procuramos identificar as principais empresas de cada local e estabelecemos parcerias, visando unir know-how para fomentar negócios em conjunto. Fechamos 2006 com presença em 12 cidades de 7 estados brasileiros. Nas novas localidades, tivemos grande preocupação em levar nossa cultura de inovação, mantendo ao mesmo tempo o incentivo e o respeito às culturas locais. Nossa presença no país tende a aumentar ainda mais até o final do ano corrente.

É com satisfação que apresentamos aos nossos acionistas e ao mercado o desempenho da Cyrela Brazil Realty em 2006, ano em que registramos um crescimento substancial, beneficiados pelo acerto de nossas estratégias e pela conjuntura favorável do mercado imobiliário brasileiro. Graças à queda na taxa de juros e à maior oferta de financiamentos, houve um reflexo bastante positivo na demanda por imóveis no país.

Aproveitar o aquecimento do setor para expandir os negócios foi uma decisão fundamental para impulsionar nosso crescimento no último ano. Neste sentido, destacamos quatro pilares estratégicos que têm alavancado nossas vendas e participação de mercado.

O primeiro ponto se refere à estratégia de manter o foco, principalmente, na incorporação de edifícios residenciais de médio e alto padrão nas principais regiões das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, mercados onde pretendemos fortalecer ainda mais nossa atuação por representarmos a maior participação na economia do país.

O plano de expansão por meio da diversificação geográfica representa a segunda alavanca estratégica, que visa expandir as operações da Cyrela Brazil Realty para fora do eixo São Paulo-Rio, em regiões metropolitanas que apresentem características de incorporação imobiliária compatíveis às nossas metas, bem como incorporadores e construtores capacitados para seguir nossos padrões de qualidade. Para facilitar a entrada em novos mercados, procuramos identificar as principais empresas de cada local e estabelecemos parcerias, visando unir know-how para fomentar negócios em conjunto. Fechamos 2006 com presença em 12 cidades de 7 estados brasileiros. Nas novas localidades, tivemos grande preocupação em levar nossa cultura de inovação, mantendo ao mesmo tempo o incentivo e o respeito às culturas locais. Nossa presença no país tende a aumentar ainda mais até o final do ano corrente.

A terceira importante plataforma para o crescimento foi a entrada da Cyrela no segmento econômico, com o lançamento da marca "Living", por acreditarmos existir demanda em expansão neste mercado. Os empreendimentos da marca "Living" oferecem preços e condições competitivas para a realização de um dos principais sonhos dos brasileiros: a aquisição do primeiro imóvel.

Há ainda um quarto pilar estratégico essencial para o sucesso dos empreendimentos: contamos com um qualificado time de colaboradores - entendedores e comprometidos com a excelência de nossos produtos e serviços. Vale ressaltar que a Cyrela Brazil Realty, por sua vez, estimula o auto-desenvolvimento e aperfeiçoamento de seus profissionais por meio de cursos na empresa ou fora dela, além de bolsas de estudo para graduação ou pós-graduação, ciente da importância do intercâmbio entre o universo educacional e o mercado. Destaco também nosso programa de alfabetização de operários, que objetiva erradicar o analfabetismo nos nossos canteiros de obras, e já beneficiou mais de 400 trabalhadores da construção civil desde o seu lançamento. Deixo registrado aqui meu agradecimento a todos os que têm se empenhado para a sustentabilidade do nosso modelo de negócios, bem como a todos os que buscam, por meio de seu trabalho, concretizar os sonhos dos clientes da Cyrela Brazil Realty.

Para concluir, quero mencionar o que faz da Cyrela Brazil Realty uma das empresas mais admiradas do Brasil e também sonho de consumo para muitos brasileiros. Este reconhecimento só é possível porque prezamos pela qualidade, pela ética, pelo respeito e pelo encantamento de nosso cliente. Em 2007, prosseguiremos focados na evolução contínua dos negócios, sem abrir mão do que garante solidez a tudo o que fazemos: nossos princípios éticos e valores.

Elie Horn, Presidente da Cyrela Brazil Realty

A terceira importante plataforma para o crescimento foi a entrada da Cyrela no segmento econômico, com o lançamento da marca "Living", por acreditarmos existir demanda em expansão neste mercado. Os empreendimentos da marca "Living" oferecem preços e condições competitivas para a realização de um dos principais sonhos dos brasileiros: a aquisição do primeiro imóvel.

Há ainda um quarto pilar estratégico essencial para o sucesso dos empreendimentos: contamos com um qualificado time de colaboradores - entendedores e comprometidos com a excelência de nossos produtos e serviços. Vale ressaltar que a Cyrela Brazil Realty, por sua vez, estimula o auto-desenvolvimento e aperfeiçoamento de seus profissionais por meio de cursos na empresa ou fora dela, além de bolsas de estudo para graduação ou pós-graduação, ciente da importância do intercâmbio entre o universo educacional e o mercado. Destaco também nosso programa de alfabetização de operários, que objetiva erradicar o analfabetismo nos nossos canteiros de obras, e já beneficiou mais de 400 trabalhadores da construção civil desde o seu lançamento. Deixo registrado aqui meu agradecimento a todos os que têm se empenhado para a sustentabilidade do nosso modelo de negócios, bem como a todos os que buscam, por meio de seu trabalho, concretizar os sonhos dos clientes da Cyrela Brazil Realty.

Para concluir, quero mencionar o que faz da Cyrela Brazil Realty uma das empresas mais admiradas do Brasil e também sonho de consumo para muitos brasileiros. Este reconhecimento só é possível porque prezamos pela qualidade, pela ética, pelo respeito e pelo encantamento de nosso cliente. Em 2007, prosseguiremos focados na evolução contínua dos negócios, sem abrir mão do que garante solidez a tudo o que fazemos: nossos princípios éticos e valores.

Elie Horn, Presidente da Cyrela Brazil Realty



# PARA SONHAR

O estoque de terrenos da Cyrela cresceu 272% em um ano, e acena com vendas potenciais de R\$ 16 bilhões

## POTENCIAL PARA SONHAR

O estoque de terrenos da Cyrela cresceu 272% em um ano, e acena com vendas potenciais de R\$ 16 bilhões



## Os Pilares do Crescimento da Cyrela Brazil Realty

### Os Pilares do Crescimento da Cyrela Brazil Realty

#### Incorporação e Desenvolvimento Imobiliário

O principal negócio da Cyrela Brazil Realty é a incorporação de edifícios de alto padrão e alta tecnologia, localizados em áreas urbanas nobres e com acabamento diferenciado. O portfólio da Companhia inclui empreendimentos residenciais e comerciais - lajes corporativas, shopping centers, hotéis e pavilhões de exposições -, além de outros produtos voltados tanto ao consumidor final como a investidores imobiliários.

#### Expansão Geográfica

Para viabilizar seu ingresso em regiões nas quais ainda não esteja atuando, a Cyrela Brazil Realty optou por firmar joint ventures e parcerias com outras construtoras, impulsionando assim o crescimento em escala e avançando negócios em comum, gerando sinergia e troca de experiências. A Companhia encerrou 2006 com operações em 12 cidades espalhadas por 7 estados brasileiros. Com isto, além do eixo Rio-São Paulo, a Cyrela Brazil Realty já está presente nos seguintes mercados: Campinas, Jundiaí, São José dos Campos e Guarulhos (SP); Niterói (RJ); Belo Horizonte (MG); Vitória (ES); Porto Alegre (RS); Salvador (BA); e Recife (PE).

#### Novos Segmentos

A estabilidade econômica do país, com a conseqüente expansão do crédito imobiliário, levou a Cyrela Brazil Realty a investir também nos segmentos de menor renda - os apartamentos de perfil econômico e super-econômico. A marca Living foi criada para designar os empreendimentos voltados a esse segmento, que aliam localização em bairros com boas opções de acesso, preço acessível e padrão de qualidade Cyrela.

#### Incorporação e Desenvolvimento Imobiliário

O principal negócio da Cyrela Brazil Realty é a incorporação de edifícios de alto padrão e alta tecnologia, localizados em áreas urbanas nobres e com acabamento diferenciado. O portfólio da Companhia inclui empreendimentos residenciais e comerciais - lajes corporativas, shopping centers, hotéis e pavilhões de exposições -, além de outros produtos voltados tanto ao consumidor final como a investidores imobiliários.

#### Expansão Geográfica

Para viabilizar seu ingresso em regiões nas quais ainda não esteja atuando, a Cyrela Brazil Realty optou por firmar joint ventures e parcerias com outras construtoras, impulsionando assim o crescimento em escala e avançando negócios em comum, gerando sinergia e troca de experiências. A Companhia encerrou 2006 com operações em 12 cidades espalhadas por 7 estados brasileiros. Com isto, além do eixo Rio-São Paulo, a Cyrela Brazil Realty já está presente nos seguintes mercados: Campinas, Jundiaí, São José dos Campos e Guarulhos (SP); Niterói (RJ); Belo Horizonte (MG); Vitória (ES); Porto Alegre (RS); Salvador (BA); e Recife (PE).

#### Novos Segmentos

A estabilidade econômica do país, com a conseqüente expansão do crédito imobiliário, levou a Cyrela Brazil Realty a investir também nos segmentos de menor renda - os apartamentos de perfil econômico e super-econômico. A marca Living foi criada para designar os empreendimentos voltados a esse segmento, que aliam localização em bairros com boas opções de acesso, preço acessível e padrão de qualidade Cyrela.



Aero elit ing exeraesto eugue dunt ut augait augait alit am zzrit ing estrud exer sequat. Adigna feu feupit ilit nis adion henisis ex erit aciliquat. Mod tatem dip ex euguer susto dui bla consendit v

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisl doloreet iniate diam il ero ex eum zzrit dunt volorerostio el ing endre dolorer si tat dolore ting ea conulla faciliquis erosto exerat, senim veraesequa

#### Desenvolvimento de Pessoas

Uma empresa líder em seu segmento de atuação sabe da importância do capital humano para fomentar o crescimento contínuo de seus próprios negócios. Neste sentido, a Cyrela Brazil Realty procura motivar constantemente sua equipe e estimular o auto-desenvolvimento de seus colaboradores, investindo na formação, no aperfeiçoamento e na reciclagem de conhecimentos dos profissionais de todos os níveis hierárquicos.

#### Desenvolvimento de Pessoas

Uma empresa líder em seu segmento de atuação sabe da importância do capital humano para fomentar o crescimento contínuo de seus próprios negócios. Neste sentido, a Cyrela Brazil Realty procura motivar constantemente sua equipe e estimular o auto-desenvolvimento de seus colaboradores, investindo na formação, no aperfeiçoamento e na reciclagem de conhecimentos dos profissionais de todos os níveis hierárquicos.





Aero elit inq exeraesto eugue dunt ut augai sequat sequat t  
augait allit am zzzit inq estrud exer sequat. Adigna feu feujpit  
ilit nis adion henisis ex erit aciliquat. Mod tatem dip ex e  
sequat uguer susto dui bla consendit v

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisl doloreet iniate diam il  
ero ex eu eugiam m zzzit dunt volorerostio el inq endre dolorer  
si tat dolore ting ea conulla faciliquis erosto exerat, senim  
veraesequa eugiam

## Mensagem aos Acionistas

### Mensagem aos Acionistas

Em 2006, estivemos focados na expansão contínua, estruturada e sustentável de nossos negócios, realizando mais e mais sonhos de nossos clientes, funcionários e acionistas

É com satisfação que apresentamos aos nossos acionistas e ao mercado o desempenho da Cyrela Brazil Realty em 2006, ano em que registramos um crescimento substancial, beneficiados pelo acerto de nossas estratégias e pela conjuntura favorável do mercado imobiliário brasileiro. Graças à queda na taxa de juros e à maior oferta de financiamentos, houve um reflexo bastante positivo na demanda por imóveis no país.

Aproveitar o aquecimento do setor para expandir os negócios foi uma decisão fundamental para impulsionar nosso crescimento no último ano. Neste sentido, destacamos quatro pilares estratégicos que têm alavancado nossas vendas e participação de mercado.

O primeiro ponto se refere à estratégia de manter o foco, principalmente, na incorporação de edifícios residenciais de médio e alto padrão nas principais regiões das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, mercados onde pretendemos fortalecer ainda mais nossa atuação por apresentarem a maior participação na economia do país.

O plano de expansão por meio da diversificação geográfica representa a segunda alavanca estratégica, que visa expandir as operações da Cyrela Brazil Realty para fora do eixo São Paulo-Rio, em regiões metropolitanas que apresentem características de incorporação imobiliária compatíveis às nossas metas, bem como incorporadores e construtores capacitados para seguir nossos padrões de qualidade. Para facilitar a entrada em novos mercados, procuramos identificar as principais empresas de cada local e estabelecemos parcerias, visando unir know-how para fomentar negócios em conjunto.

Em 2006, estivemos focados na expansão contínua, estruturada e sustentável de nossos negócios, realizando mais e mais sonhos de nossos clientes, funcionários e acionistas

É com satisfação que apresentamos aos nossos acionistas e ao mercado o desempenho da Cyrela Brazil Realty em 2006, ano em que registramos um crescimento substancial, beneficiados pelo acerto de nossas estratégias e pela conjuntura favorável do mercado imobiliário brasileiro. Graças à queda na taxa de juros e à maior oferta de financiamentos, houve um reflexo bastante positivo na demanda por imóveis no país.

Aproveitar o aquecimento do setor para expandir os negócios foi uma decisão fundamental para impulsionar nosso crescimento no último ano. Neste sentido, destacamos quatro pilares estratégicos que têm alavancado nossas vendas e participação de mercado.

O primeiro ponto se refere à estratégia de manter o foco, principalmente, na incorporação de edifícios residenciais de médio e alto padrão nas principais regiões das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, mercados onde pretendemos fortalecer ainda mais nossa atuação por apresentarem a maior participação na economia do país.

O plano de expansão por meio da diversificação geográfica representa a segunda alavanca estratégica, que visa expandir as operações da Cyrela Brazil Realty para fora do eixo São Paulo-Rio, em regiões metropolitanas que apresentem características de incorporação imobiliária compatíveis às nossas metas, bem como incorporadores e construtores capacitados para seguir nossos padrões de qualidade. Para facilitar a entrada em novos mercados, procuramos identificar as principais empresas de cada local e estabelecemos parcerias, visando unir know-how para fomentar negócios em conjunto.

Fechamos 2006 com presença em 12 cidades de 7 estados brasileiros. Nas novas localidades, tivemos grande preocupação em levar nossa cultura de inovação, mantendo ao mesmo tempo o incentivo e respeito às culturas locais. Nossa presença no país tende a aumentar ainda mais até o final do ano corrente.

A terceira importante plataforma para o crescimento foi a entrada da Cyrela no segmento econômico, com o lançamento da marca "Living", por acreditarmos existir demanda em expansão neste mercado. Os empreendimentos da marca "Living" oferecem preços e condições competitivas para a realização de um dos principais sonhos dos brasileiros: a aquisição do primeiro imóvel.

Há ainda um quarto pilar estratégico essencial para o sucesso dos empreendimentos: contamos com um qualificado time de colaboradores, entendedores e comprometidos com a excelência de nossos produtos e serviços. Vale ressaltar que a Cyrela Brazil Realty, por sua vez, estimula o auto-desenvolvimento e aperfeiçoamento de seus profissionais por meio de cursos na empresa ou fora dela, além de bolsas de estudo para graduação ou pós-graduação, ciente da importância do intercâmbio entre o universo educacional e o mercado. Destaco também nosso programa de alfabetização de operários, que objetiva erradicar o analfabetismo nos nossos canteiros de obras, e já beneficiou mais de 400 trabalhadores da construção civil desde o seu lançamento. Deixo registrado aqui meu agradecimento a todos os que têm se empenhado para a sustentabilidade do nosso modelo de negócios.

Para concluir, quero mencionar o que faz da Cyrela Brazil Realty uma das empresas mais admiradas do Brasil. Este reconhecimento só é possível porque prezamos pela qualidade, pela ética, pelo respeito e, pelo encantamento de nosso cliente. Em 2007, prosseguiremos focados na evolução contínua dos negócios, sem abrir mão do que garante solidez a tudo o que fazemos: nossos princípios éticos e valores.

Elie Horn, Presidente da Cyrela Brazil Realty

Fechamos 2006 com presença em 12 cidades de 7 estados brasileiros. Nas novas localidades, tivemos grande preocupação em levar nossa cultura de inovação, mantendo ao mesmo tempo o incentivo e respeito às culturas locais. Nossa presença no país tende a aumentar ainda mais até o final do ano corrente.

A terceira importante plataforma para o crescimento foi a entrada da Cyrela no segmento econômico, com o lançamento da marca "Living", por acreditarmos existir demanda em expansão neste mercado. Os empreendimentos da marca "Living" oferecem preços e condições competitivas para a realização de um dos principais sonhos dos brasileiros: a aquisição do primeiro imóvel.

Há ainda um quarto pilar estratégico essencial para o sucesso dos empreendimentos: contamos com um qualificado time de colaboradores, entendedores e comprometidos com a excelência de nossos produtos e serviços. Vale ressaltar que a Cyrela Brazil Realty, por sua vez, estimula o auto-desenvolvimento e aperfeiçoamento de seus profissionais por meio de cursos na empresa ou fora dela, além de bolsas de estudo para graduação ou pós-graduação, ciente da importância do intercâmbio entre o universo educacional e o mercado. Destaco também nosso programa de alfabetização de operários, que objetiva erradicar o analfabetismo nos nossos canteiros de obras, e já beneficiou mais de 400 trabalhadores da construção civil desde o seu lançamento. Deixo registrado aqui meu agradecimento a todos os que têm se empenhado para a sustentabilidade do nosso modelo de negócios.

Para concluir, quero mencionar o que faz da Cyrela Brazil Realty uma das empresas mais admiradas do Brasil. Este reconhecimento só é possível porque prezamos pela qualidade, pela ética, pelo respeito e, pelo encantamento de nosso cliente. Em 2007, prosseguiremos focados na evolução contínua dos negócios, sem abrir mão do que garante solidez a tudo o que fazemos: nossos princípios éticos e valores.

Elie Horn, Presidente da Cyrela Brazil Realty



## Incorporação e Desenvolvimento Imobiliário





Aero elit ing exeraesto eugue dunt ut augai sequat sequat t  
augait alit am zzrit ing estrud exer sequat. Adigna feu feupit  
illit nis adion henisis ex erit aciliquat. Mod tatem dip ex e  
sequat uguer susto dui bla consendit v

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisi doloreet iniate djam il  
ero ex eu eugiam m zzrit dunt volorerostio el ing endre dolorer  
si tat dolore ting ea conulla faciliquis erosto exerat, senim  
veraesequa eugiam

#### **Banco de Terrenos**

*A aquisição de terrenos tem papel fundamental no processo de incorporação imobiliária. A Cyrela Brazil Realty desenvolveu rigorosos procedimentos para determinar a viabilidade dos terrenos, sendo que cada aquisição é discutida e aprovada semanalmente em Comitê que reúne os principais dirigentes da Companhia.*

Na estratégia de incorporação imobiliária, a aquisição de terrenos é o primeiro passo, e seu papel é fundamental e crítico para a rentabilidade não só do empreendimento, mas da Companhia como um todo.

Por essa razão, a Cyrela Brazil Realty desenvolveu rigorosos procedimentos para determinar a conveniência dos terrenos a serem adquiridos, incluindo a revisão de dados técnicos, mercadológicos e financeiros. As aquisições são analisadas e aprovadas por um comitê interno semanal composto pelo Diretor Presidente e pelos Diretores envolvidos no processo - Engenharia, Financeiro, Vendas, Comercial e Incorporação.

Primeiramente, verifica-se se a área do terreno atende às especificações mínimas para os tipos de projeto empreendidos pela Companhia, como a localização, a acessibilidade à infra-estrutura necessária e a topografia adequada à incorporação habitacional.

#### **Banco de Terrenos**

*A aquisição de terrenos tem papel fundamental no processo de incorporação imobiliária. A Cyrela Brazil Realty desenvolveu rigorosos procedimentos para determinar a viabilidade dos terrenos, sendo que cada aquisição é discutida e aprovada semanalmente em Comitê que reúne os principais dirigentes da Companhia.*

Na estratégia de incorporação imobiliária, a aquisição de terrenos é o primeiro passo, e seu papel é fundamental e crítico para a rentabilidade não só do empreendimento, mas da Companhia como um todo.

Por essa razão, a Cyrela Brazil Realty desenvolveu rigorosos procedimentos para determinar a conveniência dos terrenos a serem adquiridos, incluindo a revisão de dados técnicos, mercadológicos e financeiros. As aquisições são analisadas e aprovadas por um comitê interno semanal composto pelo Diretor Presidente e pelos Diretores envolvidos no processo - Engenharia, Financeiro, Vendas, Comercial e Incorporação.

Primeiramente, verifica-se se a área do terreno atende às especificações mínimas para os tipos de projeto empreendidos pela Companhia, como a localização, a acessibilidade à infra-estrutura necessária e a topografia adequada à incorporação habitacional.



Além disso, são realizadas pesquisa de mercado que abrangem as características e perfil da região, como renda média e perfil dos moradores, compradores em potencial, oferta e demanda do mercado, bem como a questão de obtenção de todas as licenças e demais aprovações regulatórias necessárias ao desenvolvimento dos projetos.

Finalmente, cada aquisição está sujeita à análise financeira e à adequação aos critérios de retorno sobre o capital investido. A Cyrela busca minimizar o uso de capital de giro, utilizando preferencialmente a permuta como meio de aquisição de terrenos.

Ao longo do ano, a Cyrela Brazil Realty adquiriu 80 novos terrenos, mais que dobrando a área útil comercializável do banco de terrenos total (que inclui CBR e joint ventures), encerrando 2006 com total de 6,5 milhões de m<sup>2</sup> que serão utilizados para desenvolvimento futuro nos diversos segmentos de atuação, com potencial de vendas da ordem de R\$ 18 bilhões.

Vale destacar que do total de terrenos adquiridos no período, 19 serão destinados ao segmento econômico, com valor potencial de vendas de R\$ 1,0 bilhão, reafirmando o compromisso de entrada da Cyrela nesse nicho de mercado.

Além disso, são realizadas pesquisa de mercado que abrangem as características e perfil da região, como renda média e perfil dos moradores, compradores em potencial, oferta e demanda do mercado, bem como a questão de obtenção de todas as licenças e demais aprovações regulatórias necessárias ao desenvolvimento dos projetos.

Finalmente, cada aquisição está sujeita à análise financeira e à adequação aos critérios de retorno sobre o capital investido. A Cyrela busca minimizar o uso de capital de giro, utilizando preferencialmente a permuta como meio de aquisição de terrenos.

Ao longo do ano, a Cyrela Brazil Realty adquiriu 80 novos terrenos, mais que dobrando a área útil comercializável do banco de terrenos total (que inclui CBR e joint ventures), encerrando 2006 com total de 6,5 milhões de m<sup>2</sup> que serão utilizados para desenvolvimento futuro nos diversos segmentos de atuação, com potencial de vendas da ordem de R\$ 18 bilhões.

Vale destacar que do total de terrenos adquiridos no período, 19 serão destinados ao segmento econômico, com valor potencial de vendas de R\$ 1,0 bilhão, reafirmando o compromisso de entrada da Cyrela nesse nicho de mercado.

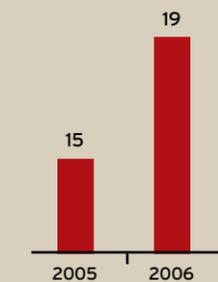


**Aero elit ing exeraesto euque dunt ut augai sequat sequat t augait alit am zzrit ing estrud exer sequat. Adigna feu feupit iilit nis adion henisis ex erit aciliquat. Mod tatem dip ex e sequat uguer susto dui bla consendit v**

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisi doloreet iniate diam il ero ex eu eugiam m zzrit dunt volorerostio el ing endre dolorer si tat dolore ting ea conulla faciliquis erosto exerat, senim veraesequa eugiam

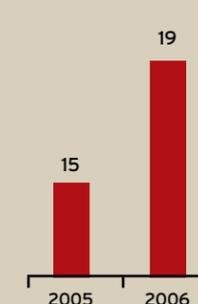
## EVOLUÇÃO DO BANCO DE TERRENOS

Área Útil (milhões de m<sup>2</sup>)



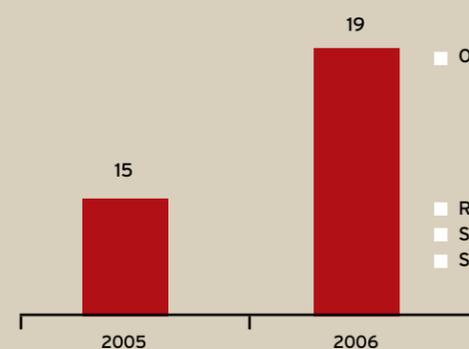
Área Útil % de Permuta

VGV Potencial (R\$ bilhões)

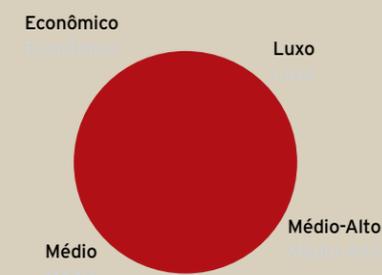


VG % CBR

## ESTOQUES DE TERRENOS POR REGIÃO



- Outros Estados
- 6 Rio Grande do Sul
- 2 Espírito Santo
- 1 Minas Gerais
- 1 Bahia
- Rio de Janeiro
- São Paulo - Interior
- São Paulo





A Cyrela agora atua nos segmentos de classe média e média-baixa, que têm o maior potencial de crescimento.

## TODOS PODEM SONHAR

## TODOS PODEM SONHAR

A Cyrela agora atua nos segmentos de classe média e média-baixa, que têm o maior potencial de crescimento.

## Empreendimentos Residenciais

## Empreendimentos Residenciais

Buscar incessantemente a diferenciação, inovação, criatividade e a maximização dos recursos, prezando sempre pela qualidade e credibilidade, é a meta da Cyrela Brazil Realty em todos os seus empreendimentos.

A Cyrela Brazil Realty imprime a força de sua marca há mais de 40 anos no setor imobiliário brasileiro. A adequação e localização dos terrenos, somadas à qualidade da execução e dos produtos finais, as diferentes opções de planta e as facilidades de pagamento fazem o sucesso de seus empreendimentos. Mantendo-se sempre na vanguarda, a Companhia foi pioneira na criação de tendências e conceitos. Lançou o primeiro residencial resort para todas as gerações - o Le Parc, o primeiro empreendimento comercial com lazer de classe mundial - o Le Monde Office - e ainda o quarto edifício mais alto de São Paulo e o primeiro sem repetição de andares, oferecendo apartamentos de um, dois e três dormitórios com lofts e duplex - o **Mandarim**.

Seguindo algumas das mais claras tendências das incorporações nas grandes metrópoles brasileiras - o clube urbano fechado, a proximidade da natureza e a facilidade de acesso - a Cyrela lançou 42 empreendimentos residenciais em 2006, mais que o dobro de 2005 e representando o triplo em valor potencial de vendas (VGV). Vale ressaltar a diversificação do mix, tanto nos segmentos como nas regiões de atuação, atestando a correta implementação da estratégia de crescimento traçada pela Companhia. Os destaques ficaram para a inovação e criatividade dos projetos, que buscaram inserir toda a comodidade e segurança possível aos moradores de todas as faixas etárias. Para os praticantes de esportes, muito mais que uma sala de ginástica e pista de cooper: piscinas cobertas e climatizadas, sala de spinning, sala de ioga e tai-chi chuan e trilhas com equipamentos foram algumas das novidades apresentadas.

Para os jovens, de ringue de patinação à garage band - espaço próprio para música ao vivo, com palco e tratamento acústico -, passando ainda por saco de box, pista de skate e lan house.

Buscar incessantemente a diferenciação, inovação, criatividade e a maximização dos recursos, prezando sempre pela qualidade e credibilidade, é a meta da Cyrela Brazil Realty em todos os seus empreendimentos.

A Cyrela Brazil Realty imprime a força de sua marca há mais de 40 anos no setor imobiliário brasileiro. A adequação e localização dos terrenos, somadas à qualidade da execução e dos produtos finais, as diferentes opções de planta e as facilidades de pagamento fazem o sucesso de seus empreendimentos. Mantendo-se sempre na vanguarda, a Companhia foi pioneira na criação de tendências e conceitos. Lançou o primeiro residencial resort para todas as gerações - o Le Parc, o primeiro empreendimento comercial com lazer de classe mundial - o Le Monde Office - e ainda o quarto edifício mais alto de São Paulo e o primeiro sem repetição de andares, oferecendo apartamentos de um, dois e três dormitórios com lofts e duplex - o **Mandarim**.

Seguindo algumas das mais claras tendências das incorporações nas grandes metrópoles brasileiras - o clube urbano fechado, a proximidade da natureza e a facilidade de acesso - a Cyrela lançou 42 empreendimentos residenciais em 2006, mais que o dobro de 2005 e representando o triplo em valor potencial de vendas (VGV). Vale ressaltar a diversificação do mix, tanto nos segmentos como nas regiões de atuação, atestando a correta implementação da estratégia de crescimento traçada pela Companhia. Os destaques ficaram para a inovação e criatividade dos projetos, que buscaram inserir toda a comodidade e segurança possível aos moradores de todas as faixas etárias. Para os praticantes de esportes, muito mais que uma sala de ginástica e pista de cooper: piscinas cobertas e climatizadas, sala de spinning, sala de ioga e tai-chi chuan e trilhas com equipamentos foram algumas das novidades apresentadas.

Para os jovens, de ringue de patinação à garage band - espaço próprio para música ao vivo, com palco e tratamento acústico -, passando ainda por saco de box, pista de skate e lan house.



### CENTRAL PARK

#### Moóca

Com um grande parque central privativo implantado em 47 mil m<sup>2</sup> de solo natural, é um empreendimento único em São Paulo, preocupado em recuperar a qualidade de vida da cidade, comprimido com o meio ambiente, com a transformação urbana e com a comodidade dos seus moradores. **100% vendido em 11 dias**

### CENTRAL PARK

#### Moóca

Com um grande parque central privativo implantado em 47 mil m<sup>2</sup> de solo natural, é um empreendimento único em São Paulo, preocupado em recuperar a qualidade de vida da cidade, comprimido com o meio ambiente, com a transformação urbana e com a comodidade dos seus moradores. **100% vendido em 11 dias**

### BARRA FAMILY RESORT

#### Barra da Tijuca

Aliando excelente localização, preço acessível e facilidade de pagamento, e oferecendo ainda um complexo de lazer com 65 itens e segurança diferenciada, recebeu o Top de Marketing da ADVB no ano de 2006.

**95% vendido na noite de lançamento, 100% em uma semana**

### BARRA FAMILY RESORT

#### Barra da Tijuca

Aliando excelente localização, preço acessível e facilidade de pagamento, e oferecendo ainda um complexo de lazer com 65 itens e segurança diferenciada, recebeu o Top de Marketing da ADVB no ano de 2006.

**95% vendido na noite de lançamento, 100% em uma semana**

### VIA PAULISTA HOME STAY

#### Jardins

Idealizado para atender às necessidades de pessoas dinâmicas e contemporâneas, que não abrem mão de praticidade, qualidade de vida e conforto.

**65% vendido no lançamento, 100% já vendido no início das obras**

### VIA PAULISTA HOME STAY

#### Jardins

Idealizado para atender às necessidades de pessoas dinâmicas e contemporâneas, que não abrem mão de praticidade, qualidade de vida e conforto.

**65% vendido no lançamento, 100% já vendido no início das obras**

Para os adeptos à socialização, diversos espaços ao ar livre, com muito verde, além dos já tradicionais lounges gourmet - espaço para cozinhar, assar um pizza junto com os amigos - e terraços com churrasqueira. Alguns empreendimentos têm mirantes, pomar, atelier e sala de cinema. As crianças ganharam áreas temáticas, como Casa de Bonecas, Casa do Tarzan com Trilha Pênsil e Barco Pirata. E até os animais ganharam seu espaço próprio - que ganhou o nome de Espaço Pet.

Em São Paulo, a Cyrela ampliou seu alcance, lançando empreendimentos em bairros em franca expansão comercial e residencial, que têm atraído o público-alvo da Companhia. No Rio, manteve os lançamentos concentrados na Barra da Tijuca - onde todos querem viver. E levou seus conceitos inovadores para Campinas e Santo André, no Estado de São Paulo. Esses lançamentos, com características exclusivas, apresentaram velocidade de venda acima da média da Companhia.

Para os adeptos à socialização, diversos espaços ao ar livre, com muito verde, além dos já tradicionais lounges gourmet - espaço para cozinhar, assar um pizza junto com os amigos - e terraços com churrasqueira. Alguns empreendimentos têm mirantes, pomar, atelier e sala de cinema. As crianças ganharam áreas temáticas, como Casa de Bonecas, Casa do Tarzan com Trilha Pênsil e Barco Pirata. E até os animais ganharam seu espaço próprio - que ganhou o nome de Espaço Pet.

Em São Paulo, a Cyrela ampliou seu alcance, lançando empreendimentos em bairros em franca expansão comercial e residencial, que têm atraído o público-alvo da Companhia. No Rio, manteve os lançamentos concentrados na Barra da Tijuca - onde todos querem viver. E levou seus conceitos inovadores para Campinas e Santo André, no Estado de São Paulo. Esses lançamentos, com características exclusivas, apresentaram velocidade de venda acima da média da Companhia.



## OUTROS LANÇAMENTOS DE DESTAQUE OUTROS LANÇAMENTOS DE DESTAQUE

### São Paulo - Capital

#### FLORAE Aclimação

A concepção do projeto teve como prioridade a qualidade de vida, oferecendo um **clube urbano em um bairro valorizado**, completo, próximo à avenida Paulista, ao metrô e no entorno do Parque da Aclimação, um dos pontos mais bonitos da cidade.

#### ALLORI VILLA ROMANA Vila Romana

Em um dos bairros mais valorizados de São Paulo, quatro espaços diferenciados de **lazer para todas as idades**; Corpo & Mente; Convivência & Esportes; Contemplar, Brincar & Relaxar e Complexo Aquático.

#### NOVA KLABIN Chácara Klabin

**Terreno privilegiado**, de frente para uma praça, próximo à estação Imigrantes do metrô

#### FLORAE Aclimação

A concepção do projeto teve como prioridade a qualidade de vida, oferecendo um **clube urbano em um bairro valorizado**, completo, próximo à avenida Paulista, ao metrô e no entorno do Parque da Aclimação, um dos pontos mais bonitos da cidade.

#### ALLORI VILLA ROMANA Vila Romana

Em um dos bairros mais valorizados de São Paulo, quatro espaços diferenciados de **lazer para todas as idades**; Corpo & Mente; Convivência & Esportes; Contemplar, Brincar & Relaxar e Complexo Aquático.

#### NOVA KLABIN Chácara Klabin

**Terreno privilegiado**, de frente para uma praça, próximo à estação Imigrantes do metrô

#### VITALE Móoca

Privacidade e conforto em apartamentos espaçosos, localizado na parte mais nobre.

#### CONTEMPORÂNEO Campo Belo

Mais um empreendimento com o conceito **one floor / double floor**, localizado em um dos bairros mais silenciosos e tranquilos de São Paulo

#### ESSÊNCIA Alphaville

Primeiro lançamento da Cyrela em Alphaville, ideal para famílias, oferece one, double e ainda o **triple floor**.

#### ÁPICE Santana

No ponto mais alta de Santana, em frente ao Horto Florestal e à Serra da Cantareira, **bem servido em termos de acessos viários** e próximo de quatro estações de metrô.

#### VITALE Móoca

Privacidade e conforto em apartamentos espaçosos, localizado na parte mais nobre.

#### CONTEMPORÂNEO Campo Belo

Mais um empreendimento com o conceito **one floor / double floor**, localizado em um dos bairros mais silenciosos e tranquilos de São Paulo

#### ESSÊNCIA Alphaville

Primeiro lançamento da Cyrela em Alphaville, ideal para famílias, oferece one, double e ainda o **triple floor**.

#### ÁPICE Santana

No ponto mais alta de Santana, em frente ao Horto Florestal e à Serra da Cantareira, **bem servido em termos de acessos viários** e próximo de quatro estações de metrô.

### Grande São Paulo e Interior

#### GALERIA BOULEVARD Campinas

Traz em primeira mão o conceito de "novo urbanismo", com soluções focadas no bem-estar das pessoas, à cidade de Campinas.

#### VENTURA Santo André

Localizado em um dos mais valorizados bairros da cidade, é um verdadeiro "clube de morar" para toda a família, incluindo os animais, que ganham o Espaço Pet.

#### GALERIA BOULEVARD Campinas

Traz em primeira mão o conceito de "novo urbanismo", com soluções focadas no bem-estar das pessoas, à cidade de Campinas.

#### VENTURA Santo André

Localizado em um dos mais valorizados bairros da cidade, é um verdadeiro "clube de morar" para toda a família, incluindo os animais, que ganham o Espaço Pet.

### Rio de Janeiro

#### LÉS RESIDÉNCES DE MÔNACO Barra da Tijuca

No último grande terreno de frente para o mar na Barra da Tijuca, região que une a perfeição da beleza natural com o conforto urbano.

#### ÎLES DE LA PENINSULA Barra da Tijuca

Cria um novo patamar para o conceito de condomínios, que se traduz em uma gama de serviços de alta qualidade, planejados para interagir com as áreas de viver e de lazer.

#### LÉS RESIDÉNCES DE MÔNACO Barra da Tijuca

No último grande terreno de frente para o mar na Barra da Tijuca, região que une a perfeição da beleza natural com o conforto urbano.

#### ÎLES DE LA PENINSULA Barra da Tijuca

Cria um novo patamar para o conceito de condomínios, que se traduz em uma gama de serviços de alta qualidade, planejados para interagir com as áreas de viver e de lazer.

## Lajes Corporativas e Shoppings Centers

BRC e BRX, subsidiárias da Cyrela Brazil Realty, prestam serviços diferenciados de gestão condominial e de administração de shopping centers, adicionando eficiência operacional, tecnologia e atendimento personalizado aos empreendimentos comerciais da Companhia.

Pioneirismo também é característica da Cyrela Brazil Realty em empreendimentos comerciais. Os edifícios incorporados pela Cyrela Brazil Realty voltados ao mercado corporativo foram alguns dos primeiros classificados como Triple A em São Paulo, em função de seu elevado padrão construtivo e de acabamento e da utilização de tecnologia avançada, atraindo assim grandes empresas brasileiras e multinacionais. As taxas de ocupação dos 8 edifícios da Cyrela são superiores a 95%, com contratos de prazo mínimo de cinco anos.

No segmento de shopping centers, a Cyrela Brazil Realty incorporou três empreendimentos na região metropolitana de São Paulo: o Shopping D, o ABC Plaza Shopping e o ITM Expo. Ambos os shoppings são referências de compras e lazer em suas respectivas regiões: o Shopping D localiza-se na zona norte da cidade e oferece um variado mix de lojas, além de um complexo de cinemas tipo "stadium", enquanto que o ABC Plaza Shopping, em Santo André, mantém praticamente todas as suas 305 lojas ocupadas desde a sua inauguração, em 1997, considerando a média superior a 10% de vacância do setor. O ITM Expo, por sua vez, oferece espaços modulares que se adequam a todos os tipos e portes de eventos, além de salas de convenção capazes de atender a 2,5 mil pessoas. As lajes corporativas incorporadas pela Cyrela Brazil Realty contam com os serviços de administração de edifícios comerciais da BRC, que realiza a gestão integral dos condomínios, incluindo os aspectos técnicos, operacionais e administrativos. Já os shopping centers são administrados pela BRX, que gerencia também os estacionamentos e a carteira de locação de lojas. Responsável por uma área locável total de mais de 130 mil m<sup>2</sup>, a BRX atende a mais de 500 lojistas nos shoppings, que concentram uma média de 2 milhões de frequentadores mensais.

BRC e BRX, subsidiárias da Cyrela Brazil Realty, prestam serviços diferenciados de gestão condominial e de administração de shopping centers, adicionando eficiência operacional, tecnologia e atendimento personalizado aos empreendimentos comerciais da Companhia.

Pioneirismo também é característica da Cyrela Brazil Realty em empreendimentos comerciais. Os edifícios incorporados pela Cyrela Brazil Realty voltados ao mercado corporativo foram alguns dos primeiros classificados como Triple A em São Paulo, em função de seu elevado padrão construtivo e de acabamento e da utilização de tecnologia avançada, atraindo assim grandes empresas brasileiras e multinacionais. As taxas de ocupação dos 8 edifícios da Cyrela são superiores a 95%, com contratos de prazo mínimo de cinco anos.

No segmento de shopping centers, a Cyrela Brazil Realty incorporou três empreendimentos na região metropolitana de São Paulo: o Shopping D, o ABC Plaza Shopping e o ITM Expo. Ambos os shoppings são referências de compras e lazer em suas respectivas regiões: o Shopping D localiza-se na zona norte da cidade e oferece um variado mix de lojas, além de um complexo de cinemas tipo "stadium", enquanto que o ABC Plaza Shopping, em Santo André, mantém praticamente todas as suas 305 lojas ocupadas desde a sua inauguração, em 1997, considerando a média superior a 10% de vacância do setor. O ITM Expo, por sua vez, oferece espaços modulares que se adequam a todos os tipos e portes de eventos, além de salas de convenção capazes de atender a 2,5 mil pessoas. As lajes corporativas incorporadas pela Cyrela Brazil Realty contam com os serviços de administração de edifícios comerciais da BRC, que realiza a gestão integral dos condomínios, incluindo os aspectos técnicos, operacionais e administrativos. Já os shopping centers são administrados pela BRX, que gerencia também os estacionamentos e a carteira de locação de lojas. Responsável por uma área locável total de mais de 130 mil m<sup>2</sup>, a BRX atende a mais de 500 lojistas nos shoppings, que concentram uma média de 2 milhões de frequentadores mensais.



**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo



Em 2006	Lajes Comerciais	Shopping Centers
Receita Bruta	R\$ 23,5 mi	R\$ 28,9 mi
Área Locável	50.855 m <sup>2</sup>	133.538 m <sup>2</sup>
% Cyrela	100%	59,5%
<b>RECEITA TOTAL</b>	<b>R\$52,4 milhões</b>	

Em 2006	Lajes Comerciais	Shopping Centers
Receita Bruta	R\$ 23,5 mi	R\$ 28,9 mi
Área Locável	50.855 m <sup>2</sup>	133.538 m <sup>2</sup>
% Cyrela	100%	59,5%
<b>RECEITA TOTAL</b>	<b>R\$52,4 milhões</b>	



# A INTERPRETAÇÃO DOS SONHOS

A equipe da Cyrela é a mais qualificada do setor no país. Por isso, sabe entregar aos clientes exatamente o que eles desejam

# A INTERPRETAÇÃO DOS SONHOS

A equipe da Cyrela é a mais qualificada do setor no país. Por isso, sabe entregar aos clientes exatamente o que eles desejam

## Serviços Agregando Valor

## Serviços Agregando Valor

Os serviços Facilities foram concebidos para agregar valor e oferecer um diferencial aos empreendimentos construídos pela Cyrela Brazil Realty, aliando qualidade de construção com qualidade de administração.

Outro diferencial de destaque da Cyrela Brazil Realty é a prestação de serviços de gestão condominial. Criado pela BRC - empresa do grupo Cyrela especializada em administração de propriedades - e batizado de Facilities by Cyrela, o conceito por trás do serviço é a atuação como catalisador das necessidades dos clientes e viabilizador de serviços junto a terceiros, flexibilizando os custos fixos e maximizando a produtividade. Os fornecedores passam por um rigoroso critério de credenciamento e por treinamento específico, garantindo a prestação de serviços com padrões únicos de qualidade e eficiência.

O conceito Facilities utiliza intensamente os recursos de tecnologia e automação predial, mas baseia-se fundamentalmente no fator humano. Além de disponibilizar um Portal de Serviços Personalizados via Internet, por onde os usuários podem acessar um sistema de ordens de serviço que são monitoradas até a efetiva consecução do pedido, implantou nos edifícios o serviço de conciergerie, para tornar o atendimento ainda mais pessoal e completo. O concierge é um profissional de nível superior, com formação na área de hotelaria, devidamente preparado para atender os moradores e gerenciar o dia-a-dia do condomínio.

Os serviços Facilities foram concebidos para agregar valor e oferecer um diferencial aos empreendimentos construídos pela Cyrela Brazil Realty, aliando qualidade de construção com qualidade de administração.

Outro diferencial de destaque da Cyrela Brazil Realty é a prestação de serviços de gestão condominial. Criado pela BRC - empresa do grupo Cyrela especializada em administração de propriedades - e batizado de Facilities by Cyrela, o conceito por trás do serviço é a atuação como catalisador das necessidades dos clientes e viabilizador de serviços junto a terceiros, flexibilizando os custos fixos e maximizando a produtividade. Os fornecedores passam por um rigoroso critério de credenciamento e por treinamento específico, garantindo a prestação de serviços com padrões únicos de qualidade e eficiência.

O conceito Facilities utiliza intensamente os recursos de tecnologia e automação predial, mas baseia-se fundamentalmente no fator humano. Além de disponibilizar um Portal de Serviços Personalizados via Internet, por onde os usuários podem acessar um sistema de ordens de serviço que são monitoradas até a efetiva consecução do pedido, implantou nos edifícios o serviço de conciergerie, para tornar o atendimento ainda mais pessoal e completo. O concierge é um profissional de nível superior, com formação na área de hotelaria, devidamente preparado para atender os moradores e gerenciar o dia-a-dia do condomínio.



Aero elit inq exeraesto euque dunt ut augai sequat sequat t augait alit am zzzrit inq estrud exer sequat. Adigna feu feupit ilit nis adion henisisi ex

Eit nim nosto enisi euqjam, conulla feuisl doloreet iniäte diam il ero ex eu euqjam m hdha sadh



Dentro dos diversos produtos residenciais com Gestão Facilities by Cyrela, alguns contam com uma concepção diferenciada e já têm dentro dos serviços básicos (inclusos dentro da taxa de condomínio), arrumação de camas, limpeza de banheiros e pequenos reparos, e todos os condomínios Facilities contam também com serviços pay-per-use, como eletricitas, encanadores, sapateiros e baby-sitter, entre muitos outros disponíveis no portal de serviços.

O sucesso do serviço levou a sua segmentação em quatro versões: Facilities Home (residenciais), Facilities Business (lajes corporativas), Facilities Office (escritórios) e Facilities Resort (condomínios temáticos e de lazer). Mais de 2.000 unidades de apartamentos dos edifícios da Cyrela Brazil Realty e 96 mil metros de lajes corporativas utilizavam os serviços Facilities ao final de 2006.

Dentro dos diversos produtos residenciais com Gestão Facilities by Cyrela, alguns contam com uma concepção diferenciada e já têm dentro dos serviços básicos (inclusos dentro da taxa de condomínio), arrumação de camas, limpeza de banheiros e pequenos reparos, e todos os condomínios Facilities contam também com serviços pay-per-use, como eletricitas, encanadores, sapateiros e baby-sitter, entre muitos outros disponíveis no portal de serviços.

O sucesso do serviço levou a sua segmentação em quatro versões: Facilities Home (residenciais), Facilities Business (lajes corporativas), Facilities Office (escritórios) e Facilities Resort (condomínios temáticos e de lazer). Mais de 2.000 unidades de apartamentos dos edifícios da Cyrela Brazil Realty e 96 mil metros de lajes corporativas utilizavam os serviços Facilities ao final de 2006.

## Controle de Qualidade

### Controle de Qualidade

A Cyrela Brazil Realty executa as atividades de construção de forma sustentável, preservando o meio ambiente e respeitando a cidadania. O Sistema de Gestão da Qualidade da Companhia é certificado pela ISO 9001 desde 2000. A Cyrela Brazil Realty mantém uma política de qualidade atestada por normas e padrões internacionais. Seu Sistema de Gestão da Qualidade é certificado pela ISO 9001 desde 2000, e tem passado por auditorias semestrais para a sua manutenção.

O foco é na gestão dos processos de produção, simplificando processos, buscando a industrialização para melhor aproveitamento da mão-de-obra e utilizando métodos de planejamento e controle e técnicas de construção padronizadas, que permitem otimizar a produtividade e minimizar perdas e desperdício de materiais. O sistema de trabalho da Companhia envolve realizar com equipe própria o levantamento da estrutura de concreto das edificações e a parte da obra que exige maior respon-

A Cyrela Brazil Realty executa as atividades de construção de forma sustentável, preservando o meio ambiente e respeitando a cidadania. O Sistema de Gestão da Qualidade da Companhia é certificado pela ISO 9001 desde 2000. A Cyrela Brazil Realty mantém uma política de qualidade atestada por normas e padrões internacionais. Seu Sistema de Gestão da Qualidade é certificado pela ISO 9001 desde 2000, e tem passado por auditorias semestrais para a sua manutenção.

O foco é na gestão dos processos de produção, simplificando processos, buscando a industrialização para melhor aproveitamento da mão-de-obra e utilizando métodos de planejamento e controle e técnicas de construção padronizadas, que permitem otimizar a produtividade e minimizar perdas e desperdício de materiais. O sistema de trabalho da Companhia envolve realizar com equipe própria o levantamento da estrutura de concreto das edificações e a parte da obra que exige maior respon-

sabilidade. Para a execução de outras etapas, são contratadas empreiteiras independentes, que operam sob sua supervisão e seu controle de qualidade. Os resultados, tanto do ponto de vista de qualidade como de produtividade dessa metodologia foram devidamente comprovados.

A busca de novos procedimentos e componentes advindos de desenvolvimentos do setor também são prioridade da Cyrela, sempre tendo em mente as necessidades de seus clientes. A Companhia mantém uma sistemática para conduzir o desenvolvimento tecnológico de materiais, métodos e processos construtivos, assegurando a correta implantação das inovações. Essa sistemática compreende o estabelecimento de procedimentos de execução dos serviços, elaboração de protótipos dos serviços nas obras, apoio de corpo técnico e consultoria especializada.

sabilidade. Para a execução de outras etapas, são contratadas empreiteiras independentes, que operam sob sua supervisão e seu controle de qualidade. Os resultados, tanto do ponto de vista de qualidade como de produtividade dessa metodologia foram devidamente comprovados.

A busca de novos procedimentos e componentes advindos de desenvolvimentos do setor também são prioridade da Cyrela, sempre tendo em mente as necessidades de seus clientes. A Companhia mantém uma sistemática para conduzir o desenvolvimento tecnológico de materiais, métodos e processos construtivos, assegurando a correta implantação das inovações. Essa sistemática compreende o estabelecimento de procedimentos de execução dos serviços, elaboração de protótipos dos serviços nas obras, apoio de corpo técnico e consultoria especializada.



Aero elit inq exeraesto euque dunt ut augai sequat sequat t augait alit am zzzrit inq estrud exer sequat. Adigna feu feupit ilit nis adion henisisi ex erit acilliquat. Mod tatem dip ex e sequat uguer susto dui bla consendit v

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisl doloreet iniate diam il ero ex eu eugiam m hdha sadh adhzzrit dunt volorerostio el ing endre dolorer si tat dolore ting ea conulla faciliquis erosto exerat, senim veraesequa eugiam



# Cyrela na Internet

## Cyrela na Internet

Por meio desse canal já são vendidos 9% dos empreendimentos da Cyrela Brazil Realty. Com a penetração cada vez maior da internet no país, principalmente nas metrópoles brasileiras, que são a sua área de atuação, a Cyrela passou a aprimorar suas ferramentas online.

O grande salto a transformação do website em um portal de vendas: com uma equipe de corretores on-line, especialmente treinados, o site já é responsável por 9% das vendas da Companhia. Foram R\$ 202,7 milhões em vendas ao longo de 2006. Esse resultado posicionou a Cyrela em 8º lugar entre as maiores do comércio eletrônico B2C e a única do mercado de construção civil a se destacar entre as dez maiores em e-commerce, de acordo com ranking da revista Info Exame.

Cada lançamento tem um site próprio, com todas as informações detalhadas, imagens das áreas comuns, plantas dos imóveis, e ainda o guia do bairro, mapas e até mesmo a ferramenta Google Earth, para que o potencial cliente confira a localização do imóvel e conheça a região antes de sair de casa para visitar o stand.

Em 2006, os clientes passaram a visualizar a imagem dos corretores contatados on-line via chat, um movimento inédito no mercado, que atesta mais uma vez o pioneirismo da Cyrela Brazil Realty.

A Companhia disponibilizou ainda um portal de Pod-Cast. O PodCyrela está alimentado com várias programas, como o projeto de alfabetização de operários Construindo Cidadão, além de entrevistas com personalidades de diferentes segmentos. O usuário acessa o site [www.podcyrela.com.br](http://www.podcyrela.com.br) e acessa os podcasts - arquivos de áudio que podem ser ouvidos diretamente do computador ou baixados para equipamentos de mp3 player portáteis. Pelo site, o cliente pode ainda baixar todas as edições da Revista Cyrela, publicação trimestral que traz reportagens sobre temas diversos, como decoração, personalidade, entrevistas, além de assuntos de interesse geral. Os anunciantes sempre trazem promoções especiais para clientes Cyrela.

Por meio desse canal já são vendidos 9% dos empreendimentos da Cyrela Brazil Realty. Com a penetração cada vez maior da internet no país, principalmente nas metrópoles brasileiras, que são a sua área de atuação, a Cyrela passou a aprimorar suas ferramentas online.

O grande salto a transformação do website em um portal de vendas: com uma equipe de corretores on-line, especialmente treinados, o site já é responsável por 9% das vendas da Companhia. Foram R\$ 202,7 milhões em vendas ao longo de 2006. Esse resultado posicionou a Cyrela em 8º lugar entre as maiores do comércio eletrônico B2C e a única do mercado de construção civil a se destacar entre as dez maiores em e-commerce, de acordo com ranking da revista Info Exame.

Cada lançamento tem um site próprio, com todas as informações detalhadas, imagens das áreas comuns, plantas dos imóveis, e ainda o guia do bairro, mapas e até mesmo a ferramenta Google Earth, para que o potencial cliente confira a localização do imóvel e conheça a região antes de sair de casa para visitar o stand.

Em 2006, os clientes passaram a visualizar a imagem dos corretores contatados on-line via chat, um movimento inédito no mercado, que atesta mais uma vez o pioneirismo da Cyrela Brazil Realty.

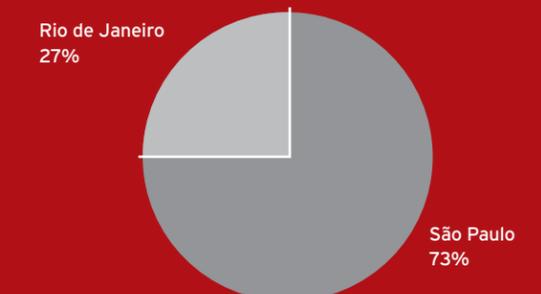
A Companhia disponibilizou ainda um portal de Pod-Cast. O PodCyrela está alimentado com vários programas, como o projeto de alfabetização de operários Construindo Cidadão, além de entrevistas com personalidades de diferentes segmentos. O usuário acessa o site [www.podcyrela.com.br](http://www.podcyrela.com.br) e acessa os podcasts - arquivos de áudio que podem ser ouvidos diretamente do computador ou baixados para equipamentos de mp3 player portáteis. Pelo site, o cliente pode ainda baixar todas as edições da Revista Cyrela, publicação trimestral que traz reportagens sobre temas diversos, como decoração, personalidade, entrevistas, além de assuntos de interesse geral. Os anunciantes sempre trazem promoções especiais para clientes Cyrela.



Aero elit ing exeraesto eugue dunt ut augai sequat sequat t augait alit am zzrit ing estrud exer sequat. Adigna feu feupit ilit nis adion henisis ex erit aciliquat. Mod tatem dip ex e sequat uguer susto dui bla consedit v

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisi doloreet iniate diam il ero ex eu eugiam m hdha sadh adhzzrit dunt volorerostio el ing endre dolorer si tat dolore ting ea conulla faciliquis erosto exerat, senim veraesequa eugiam

VENDAS ONLINE 2006  
VENDAS ONLINE 2006



## Expansão Geográfica

## Expansão Geográfica

A Cyrela Brazil Realty já está presente em 12 cidades de 7 estados brasileiros. A Cyrela Brazil Realty já iniciou seu crescimento por meio da expansão para outras regiões metropolitanas que, após a realização de ampla pesquisa de mercado, apresentem características de incorporação imobiliária compatíveis com suas metas de atuação, com tendência de crescimento populacional e renda sólida, bem como disponibilidade de fornecedores e sub-empresiteiras capacitados para atender aos padrões de execução de obras e de qualidade.

Só em 2006, a Cyrela Brazil Realty ingressou em sete novas praças, de norte a sul do país, por meio de joint ventures e parcerias com incorporadoras líderes nas áreas de atuação. A Companhia encerrou 2006 com operações em 12 cidades espalhadas por sete estados brasileiros. Com isto, além de Rio de Janeiro e São Paulo, a Cyrela Brazil Realty já está presente nos seguintes mercados: Guarulhos, Santo André e São Bernardo (Grande São Paulo) Campinas, Jundiaí e Santos (SP); Niterói (RJ); Belo Horizonte (MG); Vitória (ES); Porto Alegre (RS) e Salvador (BA).

No caso das joint ventures, ocorre a constituição de uma nova empresa na qual ambos os sócios aportam capital, expertise e escala para o crescimento. Nesses casos, os negócios são geridos pelo parceiro escolhido, com parâmetros de resultados padronizados, sob co-gestão da Cyrela. Já nas parcerias, os investimentos são pontuais, por meio de Sociedades de Propósito Específico (SPEs), mantendo a interação da experiência dos parceiros. Para escolher seus parceiros, a Cyrela Brazil Realty utiliza diversos critérios, entre os quais a atuação destacada na cidade ou no segmento, a avaliação da imagem perante os clientes em potencial, a similaridade da filosofia de trabalho, além da análise financeira e de idoneidade.

A Cyrela Brazil Realty já está presente em 12 cidades de 7 estados brasileiros. A Cyrela Brazil Realty já iniciou seu crescimento por meio da expansão para outras regiões metropolitanas que, após a realização de ampla pesquisa de mercado, apresentem características de incorporação imobiliária compatíveis com suas metas de atuação, com tendência de crescimento populacional e renda sólida, bem como disponibilidade de fornecedores e sub-empresiteiras capacitados para atender aos padrões de execução de obras e de qualidade.

Só em 2006, a Cyrela Brazil Realty ingressou em sete novas praças, de norte a sul do país, por meio de joint ventures e parcerias com incorporadoras líderes nas áreas de atuação. A Companhia encerrou 2006 com operações em 12 cidades espalhadas por sete estados brasileiros. Com isto, além de Rio de Janeiro e São Paulo, a Cyrela Brazil Realty já está presente nos seguintes mercados: Guarulhos, Santo André e São Bernardo (Grande São Paulo) Campinas, Jundiaí e Santos (SP); Niterói (RJ); Belo Horizonte (MG); Vitória (ES); Porto Alegre (RS) e Salvador (BA).

No caso das joint ventures, ocorre a constituição de uma nova empresa na qual ambos os sócios aportam capital, expertise e escala para o crescimento. Nesses casos, os negócios são geridos pelo parceiro escolhido, com parâmetros de resultados padronizados, sob co-gestão da Cyrela. Já nas parcerias, os investimentos são pontuais, por meio de Sociedades de Propósito Específico (SPEs), mantendo a interação da experiência dos parceiros. Para escolher seus parceiros, a Cyrela Brazil Realty utiliza diversos critérios, entre os quais a atuação destacada na cidade ou no segmento, a avaliação da imagem perante os clientes em potencial, a similaridade da filosofia de trabalho, além da análise financeira e de idoneidade.



### LANÇAMENTO DE DESTAQUE LANÇAMENTO DE DESTAQUE

#### Minas Gerais

##### GRAND LIDER OLYMPUS Belo Horizonte

O primeiro private condomínio de Minas Gerais, inclui campo de golfe executivo e é também o maior projeto residencial do estado. Primeiro lançamento em parceria com a Líder, a maior construtora e incorporadora mineira.

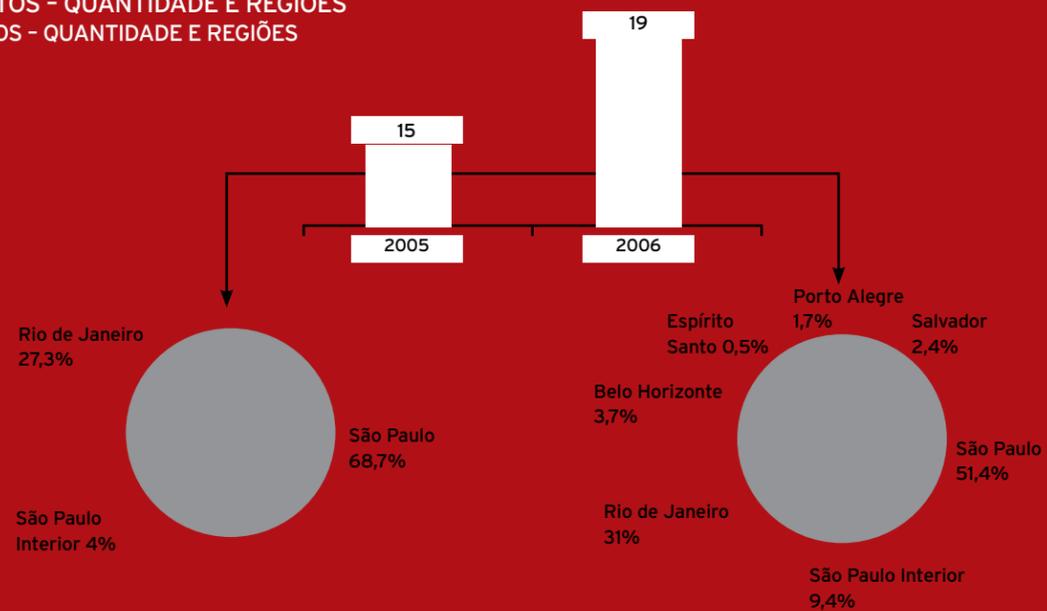
##### GRAND LIDER OLYMPUS Belo Horizonte

O primeiro private condomínio de Minas Gerais, inclui campo de golfe executivo e é também o maior projeto residencial do estado. Primeiro lançamento em parceria com a Líder, a maior construtora e incorporadora mineira.

LANÇAMENTOS 2006 - QUANTIDADE E VGV  
 LANÇAMENTOS 2006 - QUANTIDADE E VGV



LANÇAMENTOS - QUANTIDADE E REGIÕES  
 LANÇAMENTOS - QUANTIDADE E REGIÕES



CIDADES BRASILEIRAS COM PRESENÇA DA CYRELA BRAZIL REALTY  
 CIDADES BRASILEIRAS COM PRESENÇA DA CYRELA BRAZIL REALTY



- Atuação até 2005
- Atuação a partir de 2006
- Atuação a partir de 2007

(\*) Inclui Guarulhos, Santo André e São Bernardo  
 (\*) Inclui Guarulhos, Santo André e São Bernardo

EXPANSÃO GEOGRÁFICA: JOINT VENTURES E PARCERIAS

Parceiro	Área de Atuação	Tipo de Empreendimento	Participação da Cyrela Brazil Realty
Agra Incorporadora	São Paulo (capital e interior) e Salvador	Empreendimentos residenciais com foco nos mercados de médio e médio-alto padrão	Constituição da <b>Agra Empreendimentos</b> , na qual a Cyrela Brazil Realty detém 49% do capital
Mac Investimentos	São Paulo	Incorporação imobiliária de empreendimentos no mercado de médio-alto padrão	Constituição da <b>Mac Empreendimentos</b> , na qual a Cyrela Brazil Realty detém aproximadamente 50% do capital
Plano & Plano Investimentos	São Paulo	Incorporação e construção imobiliária de empreendimentos residenciais no segmento econômico	Constituição da <b>Plano &amp; Plano Participações</b> , sendo 79% de seu capital detido pela Cyrela Brazil Realty
Goldsztein	Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná	Empreendimentos imobiliários com exclusividade nessa regiões	Constituição da <b>Goldsztein Cyrela</b> , com 50% do capital pertencente à Cyrela Brazil Realty
Incortel Incorporações	Vitória (ES), Rio de Janeiro e Macaé (RJ), Florianópolis (SC)	Incorporações de empreendimentos de médio e alto padrão e hotéis da bandeira Accor	A Cyrela Brazil Realty terá exclusividade nos futuros lançamentos e sua participação será <b>entre 50% a 80% em cada novo empreendimento</b>
Morar Construtora e Incorporadora	Vitória, Vila Velha e Serra (ES)	Empreendimentos de médio-alto padrão, com destaque para o segmento de condomínios horizontais onde a empresa detém liderança de mercado	A Cyrela Brazil Realty terá exclusividade nos futuros lançamentos e sua participação será <b>entre 50% a 80% em cada novo empreendimento</b>
Brickell Empreendimentos Imobiliários	Niterói (RJ)	Parceria pontual em um empreendimento em um dos terrenos mais disputados do mercado	A participação da Cyrela Brazil Realty, neste empreendimento será de 75%
Construtora Andrade Mendoza	Salvador (BA) e Recife (PE)	Desenvolvimento de projetos imobiliários	A participação da Cyrela Brazil Realty na parceria é de <b>80%</b>

EXPANSÃO GEOGRÁFICA: JOINT VENTURES E PARCERIAS

Parceiro	Área de Atuação	Tipo de Empreendimento	Participação da Cyrela Brazil Realty
Agra Incorporadora	São Paulo (capital e interior) e Salvador	Empreendimentos residenciais com foco nos mercados de médio e médio-alto padrão	Constituição da <b>Agra Empreendimentos</b> , na qual a Cyrela Brazil Realty detém 49% do capital
Mac Investimentos	São Paulo	Incorporação imobiliária de empreendimentos no mercado de médio-alto padrão	Constituição da <b>Mac Empreendimentos</b> , na qual a Cyrela Brazil Realty detém aproximadamente 50% do capital
Plano & Plano Investimentos	São Paulo	Incorporação e construção imobiliária de empreendimentos residenciais no segmento econômico	Constituição da <b>Plano &amp; Plano Participações</b> , sendo 79% de seu capital detido pela Cyrela Brazil Realty
Goldsztein	Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná	Empreendimentos imobiliários com exclusividade nessa regiões	Constituição da <b>Goldsztein Cyrela</b> , com 50% do capital pertencente à Cyrela Brazil Realty
Incortel Incorporações	Vitória (ES), Rio de Janeiro e Macaé (RJ), Florianópolis (SC)	Incorporações de empreendimentos de médio e alto padrão e hotéis da bandeira Accor	A Cyrela Brazil Realty terá exclusividade nos futuros lançamentos e sua participação será <b>entre 50% a 80% em cada novo empreendimento</b>
Morar Construtora e Incorporadora	Vitória, Vila Velha e Serra (ES)	Empreendimentos de médio-alto padrão, com destaque para o segmento de condomínios horizontais onde a empresa detém liderança de mercado	A Cyrela Brazil Realty terá exclusividade nos futuros lançamentos e sua participação será <b>entre 50% a 80% em cada novo empreendimento</b>
Brickell Empreendimentos Imobiliários	Niterói (RJ)	Parceria pontual em um empreendimento em um dos terrenos mais disputados do mercado	A participação da Cyrela Brazil Realty, neste empreendimento será de 75%
Construtora Andrade Mendoza	Salvador (BA) e Recife (PE)	Desenvolvimento de projetos imobiliários	A participação da Cyrela Brazil Realty na parceria é de <b>80%</b>

## Novos Segmentos Novos Segmentos

O conceito Living já é um grande sucesso: os quatro projetos lançados venderam 96% nos primeiros meses.

O segmento econômico é o que apresenta o maior potencial de crescimento no Brasil a longo prazo. A estabilidade econômica do país, o aumento da renda e a expansão da oferta de financiamentos imobiliários de longo prazo, combinados à demanda reprimida e ao déficit habitacional do país, tornam o segmento viável e atraente.

A Cyrela Brazil Realty criou a marca Living para representar os empreendimentos voltados a esse público, que está conquistando seu primeiro imóvel ou fazendo um ótimo investimento para o futuro.

Planejados para toda a família, com projetos inteligentes e diferenciados em áreas médias de 50 m<sup>2</sup>, versatilidade das plantas, segurança e diversas estruturas de lazer, são localizados em bairros tradicionais e bem estruturados, de fácil acesso, próximos a shopping centers, a estações de metrô e a corredores com ampla oferta de transporte. Quem adquire um imóvel Living tem a garantia de obter qualidade no produto final, sem abrir mão de condições e preços competitivos.

O último trimestre de 2006 marcou a entrada da Cyrela Brazil Realty nesse nicho, com o lançamento de quatro empreendimentos Living, com parceiros distintos em cada um deles, sendo três em diferentes regiões da cidade de São Paulo e um em Jundiaí.

Para 2007 já estão previstos lançamentos da marca Living em novas regiões, como Guarulhos e São Caetano, na Grande São Paulo, e o primeiro empreendimento no Rio de Janeiro, no bairro de Jacarepaguá.

O conceito Living já é um grande sucesso: os quatro projetos lançados venderam 96% nos primeiros meses.

O segmento econômico é o que apresenta o maior potencial de crescimento no Brasil a longo prazo. A estabilidade econômica do país, o aumento da renda e a expansão da oferta de financiamentos imobiliários de longo prazo, combinados à demanda reprimida e ao déficit habitacional do país, tornam o segmento viável e atraente.

A Cyrela Brazil Realty criou a marca Living para representar os empreendimentos voltados a esse público, que está conquistando seu primeiro imóvel ou fazendo um ótimo investimento para o futuro.

Planejados para toda a família, com projetos inteligentes e diferenciados em áreas médias de 50 m<sup>2</sup>, versatilidade das plantas, segurança e diversas estruturas de lazer, são localizados em bairros tradicionais e bem estruturados, de fácil acesso, próximos a shopping centers, a estações de metrô e a corredores com ampla oferta de transporte. Quem adquire um imóvel Living tem a garantia de obter qualidade no produto final, sem abrir mão de condições e preços competitivos.

O último trimestre de 2006 marcou a entrada da Cyrela Brazil Realty nesse nicho, com o lançamento de quatro empreendimentos Living, com parceiros distintos em cada um deles, sendo três em diferentes regiões da cidade de São Paulo e um em Jundiaí.

Para 2007 já estão previstos lançamentos da marca Living em novas regiões, como Guarulhos e São Caetano, na Grande São Paulo, e o primeiro empreendimento no Rio de Janeiro, no bairro de Jacarepaguá.



### LANÇAMENTOS DE DESTAQUE LANÇAMENTOS DE DESTAQUE

#### São Paulo - Capital

##### VERO

###### Novo Campo Belo

Primeiro lançamento em joint venture com a Plano & Plano.  
70% das unidades comercializadas no primeiro final de semana

##### RESIDENCIAL BELA VISTA

###### Freguesia do Ó

Preço e localização foram os diferenciais desse lançamento.  
100% vendido

##### LIBER

###### Vila Matilde

Próximo ao metrô e de fácil acesso aos três principais shoppings da região.  
1/3 das unidades comercializadas no primeiro dia de vendas

##### GARDEN RESORT

###### Jundiaí

Condomínio de casas localizado na cidade que possui o terceiro melhor clima do país e fica a apenas 35 minutos de São Paulo.

##### VERO

###### Novo Campo Belo

Primeiro lançamento em joint venture com a Plano & Plano.  
70% das unidades comercializadas no primeiro final de semana

##### RESIDENCIAL BELA VISTA

###### Freguesia do Ó

Preço e localização foram os diferenciais desse lançamento.  
100% vendido

##### LIBER

###### Vila Matilde

Próximo ao metrô e de fácil acesso aos três principais shoppings da região.  
1/3 das unidades comercializadas no primeiro dia de vendas

##### GARDEN RESORT

###### Jundiaí

Condomínio de casas localizado na cidade que possui o terceiro melhor clima do país e fica a apenas 35 minutos de São Paulo.



TODOS PODEM  
SONHAR

A Cyrela agora atua nos segmentos de classe média e média-baixa, que têm o maior potencial de crescimento.

A Cyrela agora atua nos segmentos de classe média e média-baixa, que têm o maior potencial de crescimento.

TODOS PODEM SONHAR

## Gestão e Desenvolvimento de Pessoas

### Gestão e Desenvolvimento de Pessoas

Por trás de uma empresa líder, há profissionais focados na evolução de suas carreiras. Ciente disto, a Cyrela Brazil Realty investe em seus colaboradores, fomentando ao mesmo tempo seu próprio crescimento.

A gestão estratégica do capital humano é vital para a expansão da Cyrela Brazil Realty. A palavra de ordem na Companhia é reconhecimento, que ocorre por meio de quatro maneiras distintas: remuneração, celebração, exemplo e ética. É uma das únicas incorporadoras imobiliárias que inclui 100% de seus colaboradores no programa de participação nos resultados: o conceito é de que todos ganhem com a riqueza gerada por todos. Tais iniciativas colaboram para um clima organizacional positivo, favorecendo sensivelmente a produtividade individual a cada ano. Como resultado de tal política, o índice de turnover da Companhia encontra-se abaixo das médias de mercado.

#### Atração e Retenção

A Cyrela encerrou 2006 com 327 funcionários diretos, um quadro 50% superior em relação ao ano anterior, crescimento esse diretamente ligado à expansão das atividades da Companhia e incorporação da RJZ Engenharia.

#### Programa de Trainees

O Programa de Trainees é um importante canal de recrutamento da Cyrela Brazil Realty, já que os trainees são preparados para integrar a cadeia sucessória da Companhia. Em 2006, o programa recebeu investimentos da ordem de R\$ 3 milhões, atraindo 6 mil candidatas para

Por trás de uma empresa líder, há profissionais focados na evolução de suas carreiras. Ciente disto, a Cyrela Brazil Realty investe em seus colaboradores, fomentando ao mesmo tempo seu próprio crescimento.

A gestão estratégica do capital humano é vital para a expansão da Cyrela Brazil Realty. A palavra de ordem na Companhia é reconhecimento, que ocorre por meio de quatro maneiras distintas: remuneração, celebração, exemplo e ética. É uma das únicas incorporadoras imobiliárias que inclui 100% de seus colaboradores no programa de participação nos resultados: o conceito é de que todos ganhem com a riqueza gerada por todos. Tais iniciativas colaboram para um clima organizacional positivo, favorecendo sensivelmente a produtividade individual a cada ano. Como resultado de tal política, o índice de turnover da Companhia encontra-se abaixo das médias de mercado.

#### Atração e Retenção

A Cyrela encerrou 2006 com 327 funcionários diretos, um quadro 50% superior em relação ao ano anterior, crescimento esse diretamente ligado à expansão das atividades da Companhia e incorporação da RJZ Engenharia.

#### Programa de Trainees

O Programa de Trainees é um importante canal de recrutamento da Cyrela Brazil Realty, já que os trainees são preparados para integrar a cadeia sucessória da Companhia. Em 2006, o programa recebeu investimentos da ordem de R\$ 3 milhões, atraindo 6 mil candidatas para



Aero elit inq exeraesto euque dunt ut augai sequat sequat t augait alit am zzrit inq estrud exer sequat. Adigna feu feupit ilit nis adion henisisi ex

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisi doloreet iniate diam il ero ex eu eugiam m hdha sadh

23 vagas. Cada trainee intercala atividades nas áreas com treinamentos on the job, durante seis meses, com a orientação de um mentor responsável por avaliar sua evolução. Os mentores também passaram por programa específico de formação, visando buscar o melhor retorno de cada profissional.

#### Programa de Estágio

Em 2006, foi estruturado o Programa de Estágio Cyrela, voltado a universitários de diversas áreas, inclusive aqueles que já atuam na Companhia. Além de promover seminários com os próprios profissionais da Cyrela, o programa monitora as atividades dos estagiários, que têm assim a oportunidade de vivenciar situações reais de trabalho, coerentes com as disciplinas do curso. Os gestores de cada área, em conjunto com a área de RH, acompanham e analisam o desempenho dos participantes, identificando assim oportunidades de efetivação.

23 vagas. Cada trainee intercala atividades nas áreas com treinamentos on the job, durante seis meses, com a orientação de um mentor responsável por avaliar sua evolução. Os mentores também passaram por programa específico de formação, visando buscar o melhor retorno de cada profissional.

#### Programa de Estágio

Em 2006, foi estruturado o Programa de Estágio Cyrela, voltado a universitários de diversas áreas, inclusive aqueles que já atuam na Companhia. Além de promover seminários com os próprios profissionais da Cyrela, o programa monitora as atividades dos estagiários, que têm assim a oportunidade de vivenciar situações reais de trabalho, coerentes com as disciplinas do curso. Os gestores de cada área, em conjunto com a área de RH, acompanham e analisam o desempenho dos participantes, identificando assim oportunidades de efetivação.

Vale ressaltar a contratação de estagiários especificamente para atuação nas obras, dando início à cadeia de formação de engenheiros na Companhia.

#### Recrutamento Interno

Uma das formas que a Cyrela Brazil Realty encontrou para proporcionar oportunidade de crescimento e motivação profissional foi a ação de recrutamento interno, realizada periodicamente. As vagas em aberto são veiculadas por canais de comunicação internos. Ao longo de 2006, cerca de [30%] de todas as vagas disponíveis foram preenchidas por colaboradores já atuantes em outras áreas do Grupo.

#### Treinamento e Desenvolvimento

A Cyrela Brazil Realty estimula o auto-desenvolvimento de seus profissionais, investindo no aperfeiçoamento e na reciclagem de conhecimentos de todos os graus hierárquicos, promovendo cursos dentro e fora da empresa e palestras com personalidades sobre temas diversos da atualidade. Além disso, incentiva a melhoria da formação por meio de bolsas de estudo em graduação ou pós-graduação, de acordo com avaliações individuais.

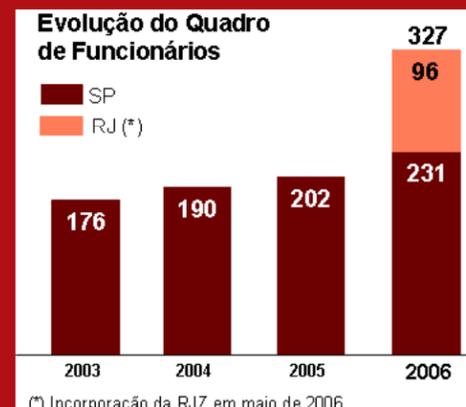
Vale ressaltar a contratação de estagiários especificamente para atuação nas obras, dando início à cadeia de formação de engenheiros na Companhia.

#### Recrutamento Interno

Uma das formas que a Cyrela Brazil Realty encontrou para proporcionar oportunidade de crescimento e motivação profissional foi a ação de recrutamento interno, realizada periodicamente. As vagas em aberto são veiculadas por canais de comunicação internos. Ao longo de 2006, cerca de [30%] de todas as vagas disponíveis foram preenchidas por colaboradores já atuantes em outras áreas do Grupo.

#### Treinamento e Desenvolvimento

A Cyrela Brazil Realty estimula o auto-desenvolvimento de seus profissionais, investindo no aperfeiçoamento e na reciclagem de conhecimentos de todos os graus hierárquicos, promovendo cursos dentro e fora da empresa e palestras com personalidades sobre temas diversos da atualidade. Além disso, incentiva a melhoria da formação por meio de bolsas de estudo em graduação ou pós-graduação, de acordo com avaliações individuais.



Em 2006, os investimentos foram focados em treinamentos voltados às equipes comerciais e ao desenvolvimento das habilidades gerenciais da equipe, com destaque para dois programas:

#### Programa Cyrela de Gestão e Aperfeiçoamento (Procyga)

O Programa Cyrela de Gestão e Aperfeiçoamento (Procyga) foi uma das mais significativas ações da área Comercial da Companhia em 2006. Com foco no aprimoramento da qualidade de atendimento e no aumento das vendas, os cerca de 200 participantes tiveram cursos sobre Técnicas de Vendas, Relacionamento com o Cliente, Matemática Financeira, Negociação, Redação Empresarial, Conceitos de Arquitetura e Técnicas de Apresentação, entre outros. O resultado foi imediatamente sentido no sucesso de vendas dos lançamentos da Cyrela em 2006.

Em 2006, os investimentos foram focados em treinamentos voltados às equipes comerciais e ao desenvolvimento das habilidades gerenciais da equipe, com destaque para dois programas:

#### Programa Cyrela de Gestão e Aperfeiçoamento (Procyga)

O Programa Cyrela de Gestão e Aperfeiçoamento (Procyga) foi uma das mais significativas ações da área Comercial da Companhia em 2006. Com foco no aprimoramento da qualidade de atendimento e no aumento das vendas, os cerca de 200 participantes tiveram cursos sobre Técnicas de Vendas, Relacionamento com o Cliente, Matemática Financeira, Negociação, Redação Empresarial, Conceitos de Arquitetura e Técnicas de Apresentação, entre outros. O resultado foi imediatamente sentido no sucesso de vendas dos lançamentos da Cyrela em 2006.



#### **Programa de Desenvolvimento de Gestores (Prodege)**

Em setembro de 2006, a Cyrela Brazil Realty deu início à primeira fase do Programa de Desenvolvimento de Gestores (Prodege), cujo objetivo é desenvolver competências que a Companhia considera determinantes para suas lideranças. O programa foca habilidades comportamentais e é dirigido a todos os coordenadores, gerentes e diretores para alinhar a formação em todos os níveis. A iniciativa foi implantada após um cuidadoso planejamento, que inclui análise dos resultados da pesquisa de clima, e formatado de acordo com as necessidades da Cyrela Brazil Realty.

#### **Encontro de Líderes**

Compartilhar objetivos, discutir metas, alinhar visões e esclarecer questões estratégicas fundamentais para a expansão futura da Companhia. Com essa proposta, 80 colaboradores da Cyrela Brazil Realty participaram do 1º Encontro de Líderes. Todos foram envolvidos na gestão estratégica do negócio, o que aumenta o comprometimento de cada um. [Em função do sucesso, a iniciativa será repetida anualmente.]

#### **Avaliação de Desempenho**

O gerenciamento do desempenho é realizado aliando os objetivos individuais às metas da Organização e utilizando diversas ferramentas, entre elas a Avaliação 360º, que envolve os funcionários, os superiores e os pares de cada gestor em sua avaliação.

#### **Preocupação com Saúde e Qualidade de Vida**

Baseando-se no resultado da pesquisa de clima, que identificou a qualidade de vida como um importante fator para o funcionário, a Cyrela criou o programa "Você em Equilíbrio", por meio do qual realizou, em parceria com a empresa de assistência médica com a qual mantém convênio, um mapeamento para traçar o perfil da saúde de seus colaboradores, identificando os principais problemas e, dessa forma, direcionando as ações a serem tomadas. O programa proporciona informações e atividades periódicas relacionadas à qualidade de vida, como saúde, lazer, bem-estar, entre outros.

Ainda com a saúde em mente, a Cyrela Brazil Realty promoveu, também em conjunto com a empresa de assistência odontológica com a qual mantém convênio, avaliações odontológicas gratuitas em todos os canteiros de obras. Na ocasião, [XX] colaboradores foram atendidos em uma ambulância devidamente equipada para a ação.

#### **Programa de Desenvolvimento de Gestores (Prodege)**

Em setembro de 2006, a Cyrela Brazil Realty deu início à primeira fase do Programa de Desenvolvimento de Gestores (Prodege), cujo objetivo é desenvolver competências que a Companhia considera determinantes para suas lideranças. O programa foca habilidades comportamentais e é dirigido a todos os coordenadores, gerentes e diretores para alinhar a formação em todos os níveis. A iniciativa foi implantada após um cuidadoso planejamento, que inclui análise dos resultados da pesquisa de clima, e formatado de acordo com as necessidades da Cyrela Brazil Realty.

#### **Encontro de Líderes**

Compartilhar objetivos, discutir metas, alinhar visões e esclarecer questões estratégicas fundamentais para a expansão futura da Companhia. Com essa proposta, 80 colaboradores da Cyrela Brazil Realty participaram do 1º Encontro de Líderes. Todos foram envolvidos na gestão estratégica do negócio, o que aumenta o comprometimento de cada um. [Em função do sucesso, a iniciativa será repetida anualmente.]

#### **Avaliação de Desempenho**

O gerenciamento do desempenho é realizado aliando os objetivos individuais às metas da Organização e utilizando diversas ferramentas, entre elas a Avaliação 360º, que envolve os funcionários, os superiores e os pares de cada gestor em sua avaliação.

#### **Preocupação com Saúde e Qualidade de Vida**

Baseando-se no resultado da pesquisa de clima, que identificou a qualidade de vida como um importante fator para o funcionário, a Cyrela criou o programa "Você em Equilíbrio", por meio do qual realizou, em parceria com a empresa de assistência médica com a qual mantém convênio, um mapeamento para traçar o perfil da saúde de seus colaboradores, identificando os principais problemas e, dessa forma, direcionando as ações a serem tomadas. O programa proporciona informações e atividades periódicas relacionadas à qualidade de vida, como saúde, lazer, bem-estar, entre outros.

Ainda com a saúde em mente, a Cyrela Brazil Realty promoveu, também em conjunto com a empresa de assistência odontológica com a qual mantém convênio, avaliações odontológicas gratuitas em todos os canteiros de obras. Na ocasião, [XX] colaboradores foram atendidos em uma ambulância devidamente equipada para a ação.

## Sustentabilidade Sustentabilidade

A Cyrela Brazil Realty acredita que a cidadania corporativa começa de dentro para fora. Suas ações são focadas na gestão dos processos de produção em suas obras - integrados ao Sistema de Gestão de Qualidade -, bem como no desenvolvimento dos próprios operários

### Educação e Cidadania

A Cyrela Brazil Realty assume uma importante postura de inclusão social com um programa direcionado aos seus colaboradores. Trata-se do projeto Construindo Pessoas, implantado em 2000 para promover a erradicação completa do analfabetismo entre os operários das obras.

As aulas acontecem nos refeitórios dos próprios canteiros de obras após o expediente de trabalho, sob a coordenação de professores especializados e contratados pela Companhia, que aplicam método pedagógico reconhecido pelas instituições oficiais de ensino. Ao final do curso, os operários ainda passam por um exame de avaliação em escola pública.

Desde a implantação do programa, cerca de [400] operários em aproximadamente [25] empreendimentos já foram beneficiados e obtiveram o certificado de conclusão do ensino fundamental, equivalente à atual quinta série, devidamente validado pelo Ministério da Educação (MEC).

Os benefícios do programa vão além do apoio social, e refletem na própria postura profissional dos operários. Os formados tornam-se mais competitivos, pois se habilitam a usar novos equipamentos e a assumir novas tarefas, passando a apresentar índices superiores de produtividade.

A Cyrela Brazil Realty acredita que a cidadania corporativa começa de dentro para fora. Suas ações são focadas na gestão dos processos de produção em suas obras - integrados ao Sistema de Gestão de Qualidade -, bem como no desenvolvimento dos próprios operários

### Educação e Cidadania

A Cyrela Brazil Realty assume uma importante postura de inclusão social com um programa direcionado aos seus colaboradores. Trata-se do projeto Construindo Pessoas, implantado em 2000 para promover a erradicação completa do analfabetismo entre os operários das obras.

As aulas acontecem nos refeitórios dos próprios canteiros de obras após o expediente de trabalho, sob a coordenação de professores especializados e contratados pela Companhia, que aplicam método pedagógico reconhecido pelas instituições oficiais de ensino. Ao final do curso, os operários ainda passam por um exame de avaliação em escola pública.

Desde a implantação do programa, cerca de [400] operários em aproximadamente [25] empreendimentos já foram beneficiados e obtiveram o certificado de conclusão do ensino fundamental, equivalente à atual quinta série, devidamente validado pelo Ministério da Educação (MEC).

Os benefícios do programa vão além do apoio social, e refletem na própria postura profissional dos operários. Os formados tornam-se mais competitivos, pois se habilitam a usar novos equipamentos e a assumir novas tarefas, passando a apresentar índices superiores de produtividade.





Para obter informações adicionais sobre as práticas de governança corporativa da Cyrela Brazil Realty, bem como maiores detalhes sobre o perfil de seus administradores, visite nos

Para obter informações adicionais sobre as práticas de governança corporativa da Cyrela Brazil Realty, bem como maiores detalhes sobre o perfil de seus administradores, visite nos



A Companhia patrocina ainda a cerimônia de formatura dos estudantes. Em 2006, foi realizada a formatura do sexto grupo, unindo operários de cinco obras da Cyrela em um momento de celebração e de conquista.

Está em andamento um programa-piloto de segundo nível para os formados pelas primeiras turmas do Construindo Pessoas, prevendo a continuidade da formação até a nona série do ensino fundamental.

#### MEIO AMBIENTE Práticas Sustentáveis

Comprometida com a gestão de seus processos, a Cyrela Brazil Realty preza pela otimização do uso dos recursos naturais, minimização dos desperdícios, gestão de resíduos da construção e aquisição de materiais sustentáveis que não degradem o meio ambiente, a exemplo da madeira certificada utilizada nas obras. Outros pontos notáveis são as práticas de reuso de água, além da contribuição no plantio e manutenção de praças públicas.

#### Gestão de Resíduos

A Cyrela Brazil Realty preocupa-se com os impactos de suas atividades no meio ambiente tanto nas construções como nas áreas administrativas, aplicando metodologia integrada ao Sistema de Gestão de Qualidade. Nos canteiros de obras, os resíduos que não podem ser evitados devem estar em condições de reutilização ou reciclagem. Ao final do processo, o que realmente precisa ser descartado tem destinação adequada.

A Companhia patrocina ainda a cerimônia de formatura dos estudantes. Em 2006, foi realizada a formatura do sexto grupo, unindo operários de cinco obras da Cyrela em um momento de celebração e de conquista.

Está em andamento um programa-piloto de segundo nível para os formados pelas primeiras turmas do Construindo Pessoas, prevendo a continuidade da formação até a nona série do ensino fundamental.

#### MEIO AMBIENTE Práticas Sustentáveis

Comprometida com a gestão de seus processos, a Cyrela Brazil Realty preza pela otimização do uso dos recursos naturais, minimização dos desperdícios, gestão de resíduos da construção e aquisição de materiais sustentáveis que não degradem o meio ambiente, a exemplo da madeira certificada utilizada nas obras. Outros pontos notáveis são as práticas de reuso de água, além da contribuição no plantio e manutenção de praças públicas.

#### Gestão de Resíduos

A Cyrela Brazil Realty preocupa-se com os impactos de suas atividades no meio ambiente tanto nas construções como nas áreas administrativas, aplicando metodologia integrada ao Sistema de Gestão de Qualidade. Nos canteiros de obras, os resíduos que não podem ser evitados devem estar em condições de reutilização ou reciclagem. Ao final do processo, o que realmente precisa ser descartado tem destinação adequada.

Visando evitar o desperdício, muitos deles, tais como concreto, bloco e gesso, entram novamente no ciclo da indústria do cimento. Em outros casos, resíduos como plástico, metal e papel são doados para cooperativas de lixo que retiram o material no local da obra. Com a medida, a Cyrela Brazil Realty ajuda a cooperativa e, ao mesmo tempo, reduz seus custos com transporte.

#### CULTURA Revista Cyrelinha

Única no mercado imobiliário, a revista infantil Cyrelinha é uma publicação trimestral da Cyrela, que mescla educação e divertimento, transmitindo noções da atividade da construção civil e também meio ambiente, civilidade e cultura. Com tiragem de 25 mil exemplares, é distribuída gratuitamente a cada 3 meses em escolas e a filhos dos funcionários e clientes. Também está disponível em versão online no site da empresa.

#### Incentivo Cultural e Patrocínios

Em 2006, a Cyrela concretizou sua primeira ação de incentivo cultural. Em parceria com o Museu de Arte Moderna de São Paulo, o MAM, a Companhia apoiou a mostra "Volpi: a música da cor", que apresentou 135 obras de Alfredo Volpi, um dos maiores artistas do Brasil.

Também em 2006, patrocinou o Prêmio Victor Civita - Educador Nota 10, a maior premiação da educação brasileira, que destaca professores de todo Brasil que realizaram projetos inovadores nas suas escolas.

Visando evitar o desperdício, muitos deles, tais como concreto, bloco e gesso, entram novamente no ciclo da indústria do cimento. Em outros casos, resíduos como plástico, metal e papel são doados para cooperativas de lixo que retiram o material no local da obra. Com a medida, a Cyrela Brazil Realty ajuda a cooperativa e, ao mesmo tempo, reduz seus custos com transporte.

#### CULTURA Revista Cyrelinha

Única no mercado imobiliário, a revista infantil Cyrelinha é uma publicação trimestral da Cyrela, que mescla educação e divertimento, transmitindo noções da atividade da construção civil e também meio ambiente, civilidade e cultura. Com tiragem de 25 mil exemplares, é distribuída gratuitamente a cada 3 meses em escolas e a filhos dos funcionários e clientes. Também está disponível em versão online no site da empresa.

#### Incentivo Cultural e Patrocínios

Em 2006, a Cyrela concretizou sua primeira ação de incentivo cultural. Em parceria com o Museu de Arte Moderna de São Paulo, o MAM, a Companhia apoiou a mostra "Volpi: a música da cor", que apresentou 135 obras de Alfredo Volpi, um dos maiores artistas do Brasil.

Também em 2006, patrocinou o Prêmio Victor Civita - Educador Nota 10, a maior premiação da educação brasileira, que destaca professores de todo Brasil que realizaram projetos inovadores nas suas escolas.

## A INTERPRETAÇÃO DOS SONHOS

A equipe da Cyrela é a mais qualificada do setor no país. Por isso, sabe entregar aos clientes exatamente o que eles desejam

# A INTERPRETAÇÃO DOS SONHOS

A equipe da Cyrela é a mais qualificada do setor no país. Por isso, sabe entregar aos clientes exatamente o que eles desejam





## Governança Corporativa

### Governança Corporativa

Desde setembro de 2005, quando aderiu ao Novo Mercado da Bovespa, a Cyrela Brazil Realty se comprometeu com as mais avançadas práticas de governança corporativa.

A Companhia conta com o Conselho de Administração e com a Diretoria Executiva, e prevê ainda um Conselho Fiscal de funcionamento não permanente. Os membros do Conselho de Administração e os principais executivos da Cyrela Brazil Realty têm, em média, mais de 25 anos de experiência em diferentes segmentos do setor imobiliário, tendo construído excelente reputação no mercado brasileiro, graças à sua capacidade de identificar boas oportunidades e de antecipar tendências. Sua remuneração é mensal, fixada anualmente pela Assembleia Geral Ordinária.

O atual Conselho de Administração, cujo mandato de um ano se encerra em abril de 2007, podendo ser renovado, é composto por sete membros, dos quais 2 são independentes. Já o mandato da atual Diretoria Executiva, de três anos, vence em abril de 2008, podendo também ser renovado.

Desde setembro de 2005, quando aderiu ao Novo Mercado da Bovespa, a Cyrela Brazil Realty se comprometeu com as mais avançadas práticas de governança corporativa.

A Companhia conta com o Conselho de Administração e com a Diretoria Executiva, e prevê ainda um Conselho Fiscal de funcionamento não permanente. Os membros do Conselho de Administração e os principais executivos da Cyrela Brazil Realty têm, em média, mais de 25 anos de experiência em diferentes segmentos do setor imobiliário, tendo construído excelente reputação no mercado brasileiro, graças à sua capacidade de identificar boas oportunidades e de antecipar tendências. Sua remuneração é mensal, fixada anualmente pela Assembleia Geral Ordinária.

O atual Conselho de Administração, cujo mandato de um ano se encerra em abril de 2007, podendo ser renovado, é composto por sete membros, dos quais 2 são independentes. Já o mandato da atual Diretoria Executiva, de três anos, vence em abril de 2008, podendo também ser renovado.



354.464.878 ações ordinárias

**Conselho de Administração**

Nome	Cargo
Elie Hom	Presidente do Conselho
Rafael Novellino	Vice-Presidente do Conselho
George Zausner	Conselheiro
Luís Alves Paes de Barros	Conselheiro
Rogério Jonas Zylberszajm	Conselheiro
Cláudio Sonder	Conselheiros Independentes
Andréa Sandro Calabi	Conselheiros Independentes

**Conselho de Administração**

Nome	Cargo
Elie Hom	Diretor Presidente
Rogério Jonas Zylberszajm	Diretor Vice-Presidente
Nessim Daniel Sarfati	Diretor
Ariel Shammah	Diretor
Luís Largman	Diretor de Relações com Investidores

**Conselho de Administração**

Nome	Cargo
Elie Hom	Presidente do Conselho
Rafael Novellino	Vice-Presidente do Conselho
George Zausner	Conselheiro
Luís Alves Paes de Barros	Conselheiro
Rogério Jonas Zylberszajm	Conselheiro
Cláudio Sonder	Conselheiros Independentes
Andréa Sandro Calabi	Conselheiros Independentes

**Conselho de Administração**

Nome	Cargo
Elie Hom	Diretor Presidente
Rogério Jonas Zylberszajm	Diretor Vice-Presidente
Nessim Daniel Sarfati	Diretor
Ariel Shammah	Diretor
Luís Largman	Diretor de Relações com Investidores

#### **Reestruturação Societária, Follow-on e Aumento do Capital Social**

No primeiro semestre de 2006, a Cyrela Brazil Realty incorporou a RJZ Participações, empresa com atuação na participação em sociedades do segmento de construção, incorporação e venda de empreendimentos imobiliários no Rio de Janeiro, bem como na administração de bens imóveis próprios. Após a incorporação, Rogério Jonas Zylbersztajn passou a compor o Conselho de Administração da Companhia.

Em julho de 2006, a Cyrela Brazil Realty concluiu sua segunda oferta de ações, por meio de colocação primária e secundária (follow-on), aumentando em R\$ 728,7 milhões seu capital social, o qual totalizava, ao final de 2006, o montante de R\$1.581,5 milhão.

Em 31 de agosto de 2006, buscando segregar as atividades do segmento de lajes corporativas e de shopping centers, de forma a dar-lhes maior visibilidade, a Cyrela Brazil Realty transferiu a totalidade dos ativos mantidos nestes segmentos para a controlada integral Cyrela Commercial Properties Investimentos Imobiliários Ltda. (CCP), por meio de aumento de capital nesta controlada.

#### **Evento Subseqüente**

Em março de 2007, estava em análise no Conselho de Administração proposta da Diretoria Executiva de cisão parcial da Cyrela Brazil Realty, mediante 11,71% da parcela de seu patrimônio líquido correspondente à sua participação detida na CCP para uma nova Companhia a ser constituída em decorrência da cisão parcial, com seqüente obtenção de registro de capital aberto junto a CVM, bem como da admissão da negociação de ações de emissão da CCP no segmento do Novo Mercado da Bovespa

Esta proposta está inserida no contexto de reestruturação societária, que visa manter o foco da Cyrela Brazil Realty nas atividades relativas à incorporação imobiliária e da CCP nas atividades de incorporação para locação de lajes corporativas e shoppings centers e de administração destes ativos, tornando-se mais eficiente para competir com os seus concorrentes no mercado específico de renda.

#### **Reestruturação Societária, Follow-on e Aumento do Capital Social**

No primeiro semestre de 2006, a Cyrela Brazil Realty incorporou a RJZ Participações, empresa com atuação na participação em sociedades do segmento de construção, incorporação e venda de empreendimentos imobiliários no Rio de Janeiro, bem como na administração de bens imóveis próprios. Após a incorporação, Rogério Jonas Zylbersztajn passou a compor o Conselho de Administração da Companhia.

Em julho de 2006, a Cyrela Brazil Realty concluiu sua segunda oferta de ações, por meio de colocação primária e secundária (follow-on), aumentando em R\$ 728,7 milhões seu capital social, o qual totalizava, ao final de 2006, o montante de R\$1.581,5 milhão.

Em 31 de agosto de 2006, buscando segregar as atividades do segmento de lajes corporativas e de shopping centers, de forma a dar-lhes maior visibilidade, a Cyrela Brazil Realty transferiu a totalidade dos ativos mantidos nestes segmentos para a controlada integral Cyrela Commercial Properties Investimentos Imobiliários Ltda. (CCP), por meio de aumento de capital nesta controlada.

#### **Evento Subseqüente**

Em março de 2007, estava em análise no Conselho de Administração proposta da Diretoria Executiva de cisão parcial da Cyrela Brazil Realty, mediante 11,71% da parcela de seu patrimônio líquido correspondente à sua participação detida na CCP para uma nova Companhia a ser constituída em decorrência da cisão parcial, com seqüente obtenção de registro de capital aberto junto a CVM, bem como da admissão da negociação de ações de emissão da CCP no segmento do Novo Mercado da Bovespa

Esta proposta está inserida no contexto de reestruturação societária, que visa manter o foco da Cyrela Brazil Realty nas atividades relativas à incorporação imobiliária e da CCP nas atividades de incorporação para locação de lajes corporativas e shoppings centers e de administração destes ativos, tornando-se mais eficiente para competir com os seus concorrentes no mercado específico de renda.



Aero elit ing exeraesto euque dunt ut augai sequat sequat t augait alit am zzrit ing estrud exer sequat. Adigna feu feupit ilit nis adion henisis ex erit aciliquat. Mod tatem dip ex e sequat uguer susto dui bla consendit v

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisl doloreet iniate diam il ero ex eu eugiam m hdha sadh adhzzrit dunt volorerostio el ing endre dolorer si tat dolore ting ea conulla facilliquis erosto exerat, senim veraesequa eugiam

#### **Gestão de Riscos**

Além dos riscos que afetam de modo geral o mercado imobiliário, tais como conjuntura econômica, interrupções de suprimentos e volatilidade do preço dos materiais e equipamentos de construção, mudanças na oferta e procura de empreendimentos em certas regiões, greves e regulamentos ambientais e de zoneamento, as atividades da Cyrela Brazil Realty são especificamente afetadas por diversos riscos operacionais e financeiros. Para informações mais detalhadas sobre os fatores de risco da Companhia, acesse [www.cyrela.com.br/ri](http://www.cyrela.com.br/ri).

#### **Gestão de Riscos**

Além dos riscos que afetam de modo geral o mercado imobiliário, tais como conjuntura econômica, interrupções de suprimentos e volatilidade do preço dos materiais e equipamentos de construção, mudanças na oferta e procura de empreendimentos em certas regiões, greves e regulamentos ambientais e de zoneamento, as atividades da Cyrela Brazil Realty são especificamente afetadas por diversos riscos operacionais e financeiros. Para informações mais detalhadas sobre os fatores de risco da Companhia, acesse [www.cyrela.com.br/ri](http://www.cyrela.com.br/ri).

## Mercado de Capitais Mercado de Capitais

Mais de 170% de valorização desde o IPO, em setembro de 2005 As ações ordinárias da Cyrela Brazil Realty S.A. são negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo, sob o código CYRE3, bem como na Bolsa de Valores de Nova York, por meio de um programa de Global Depositary Receipts (GDR) Nível I, em mercado de balcão, sob o código "CYRBY".

Com o objetivo de facilitar a compra de ações da Cyrela Brazil Realty pelo pequeno investidor no mercado brasileiro, e consequentemente ampliar sua base de acionistas,

a Companhia realizou, em dezembro de 2006, o desdobramento da totalidade de suas ações ordinárias, na proporção de 1:2 ações ordinárias. Com isso, cada GDR passou a representar 20 ações ordinárias.

Nos doze meses de 2006, a ação da Cyrela Brazil Realty (CYRE3) subiu 27,4%, vs. 32,9% do Ibovespa. Desde a realização do IPO em setembro de 2005 até o dia 31 de dezembro de 2006, os ativos registraram valorização de 171,9% comparado a 44,2% do Ibovespa no mesmo período.

O volume médio diário negociado no ano de 2006 foi de R\$16,6 milhões, sendo que neste período a ação passou a integrar o índice IBX-50 da Bovespa e já no início de 2007 a carteira do Índice Bovespa, atingindo um volume médio de R\$35 milhões.

Aero elit ing exeraesto eugue dunt ut augai sequat sequat t augait alit am zzrit ing estrud exer sequat. Adigna feu feupit ilit nis adion henisisi ex erit aciliquat. Mod tatem dip ex e sequat uguer susto dui bla consendit v

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisl doloreet iniате diam il ero ex eu eugiam m hdha sadh adhzzrit dunt volorerostio el ing endre dolorer si tat dolore ting ea conulla faciliquis erosto exerat, senim veraesequa eugiam

Mais de 170% de valorização desde o IPO, em setembro de 2005 As ações ordinárias da Cyrela Brazil Realty S.A. são negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo, sob o código CYRE3, bem como na Bolsa de Valores de Nova York, por meio de um programa de Global Depositary Receipts (GDR) Nível I, em mercado de balcão, sob o código "CYRBY".

Com o objetivo de facilitar a compra de ações da Cyrela Brazil Realty pelo pequeno investidor no mercado brasileiro, e consequentemente ampliar sua base de acionistas,

a Companhia realizou, em dezembro de 2006, o desdobramento da totalidade de suas ações ordinárias, na proporção de 1:2 ações ordinárias. Com isso, cada GDR passou a representar 20 ações ordinárias.

Nos doze meses de 2006, a ação da Cyrela Brazil Realty (CYRE3) subiu 27,4%, vs. 32,9% do Ibovespa. Desde a realização do IPO em setembro de 2005 até o dia 31 de dezembro de 2006, os ativos registraram valorização de 171,9% comparado a 44,2% do Ibovespa no mesmo período.

O volume médio diário negociado no ano de 2006 foi de R\$16,6 milhões, sendo que neste período a ação passou a integrar o índice IBX-50 da Bovespa e já no início de 2007 a carteira do Índice Bovespa, atingindo um volume médio de R\$35 milhões.



Aero elit ing exeraesto euque dunt ut augai sequat sequat t  
augait alit am zzrit ing estrud exer sequat. Adigna feu feupit  
ilit nis adion henisis ex erit aciliquat. Mod tatem dip ex e  
sequat uguer susto dui bla consendit v

Eit nim nosto enisi eugiam, conulla feuisi doloreet iniate diam  
il ero ex eu eugiam m hdha sadh adhzzrit dunt volorerostio el  
ing endre dolerer si tat dolore ting ea conulla faciliquis erosto  
exerat, senim veraesequa eugiam



Informações sobre a ação CYRE3		2006
Cotação de abertura em 02/01/06		
Cotação mínima		
Cotação média		
Cotação máxima		
Cotação de fechamento em 30/12/2006		
Variação do período		27,4%
Variação Ibovespa		32,9%
Variação IGC		41,3%
Variação Itag		45,2%
Volume financeiro médio diário		R\$ 16,6 milhões
Média diária de negócios realizados		
Número total de ações 177.232.439		
Valor de mercado		
Número de acionistas (média ano)		

Informações sobre a ação CYRE3		2006
Cotação de abertura em 02/01/06		
Cotação mínima		
Cotação média		
Cotação máxima		
Cotação de fechamento em 30/12/2006		
Variação do período		27,4%
Variação Ibovespa		32,9%
Variação IGC		41,3%
Variação Itag		45,2%
Volume financeiro médio diário		R\$ 16,6 milhões
Média diária de negócios realizados		
Número total de ações 177.232.439		
Valor de mercado		
Número de acionistas (média ano)		

# Desempenho Operacional e Financeiro

## Desempenho Operacional e Financeiro

Indicadores Operacionais	2006	2005	Var%
<b>Lançamentos</b>			
Nº Lançamentos	42	19	121,1%
VGv Lançado (100%)	3.617.970	1.211.302	198,7%
VGv Lançado (%CBR)	2.098.471	1.004.399	108,9%
Participação Cyrela	58,0%	82,9%	-24,9p.p
Preço Médio por M2 (R\$/m2)	3.243	3.138	3,3%
Área útil lançada (m2) (1)	1.115.744	385.947	189,1%
<b>Vendas</b>			
Vendas Totais Contratadas (100%)	2.246.591	1.023.187	119,6%
Vendas Totais Contratadas (%CBR)	1.451.261	755.450	92,1%
Vendas de Lançamentos Contratadas (100%)	1.755.454	645.591	171,9%
Vendas de Lançamentos Contratadas (%CBR) (2)	1.040.121	493.945	110,6%
Participação Cyrela	64,6%	73,8%	-9,2p.p
Preço Médio por M2 (R\$/m2)	3,124	3,207	-2,6%
<b>Banco de Terrenos</b>			
Estoque de Terreno (M2)	6.501.998	3.000.589	116,7%
% Permuta	74,0%	71,0%	3,0 p.p
% CBR	77,0%	92,0%	-15,0p.p

(1) Não estão incluídas as unidades permutadas

(2) Líquido de Rescisões

Indicadores Financeiros	2006	2005	Var%
Receita Líquida	1.116.681	688.848	62,1%
Lucro Bruto	471.507	318.600	48,0%
Margem Bruta	42,2%	46,3%	-4,0p.p
Ebitda	248.476	157.765	57,5%
Margem Ebitda	22,3%	22,9%	-0,7p.p
Ebitda Ajustado	269.303	183.491	46,8%
Margem Ebitda Ajustada	24,1%	26,6%	-2,5p.p
Lucro Líquido	242.283	127.801	89,6%
Margem Líquida	21,7%	18,6%	3,1p.p
Lucro Líquido Ajustado	263.110	153.527	71,4%
Margem Líquida Ajustada	23,6%	22,3%	1,3p.p
Lucro por Ação	0,68355	0,36057	89,6%
Receitas a Apropriar	1.597.155	1.019.955	56,6%
Resultado a Apropriar	634.638	452.824	40,2%
Margem a Apropriar	42,1%	46,5%	-4,4p.p

Indicadores Operacionais	2006	2005	Var%
<b>Lançamentos</b>			
Nº Lançamentos	42	19	121,1%
VGv Lançado (100%)	3.617.970	1.211.302	198,7%
VGv Lançado (%CBR)	2.098.471	1.004.399	108,9%
Participação Cyrela	58,0%	82,9%	-24,9p.p
Preço Médio por M2 (R\$/m2)	3.243	3.138	3,3%
Área útil lançada (m2) (1)	1.115.744	385.947	189,1%
<b>Vendas</b>			
Vendas Totais Contratadas (100%)	2.246.591	1.023.187	119,6%
Vendas Totais Contratadas (%CBR)	1.451.261	755.450	92,1%
Vendas de Lançamentos Contratadas (100%)	1.755.454	645.591	171,9%
Vendas de Lançamentos Contratadas (%CBR) (2)	1.040.121	493.945	110,6%
Participação Cyrela	64,6%	73,8%	-9,2p.p
Preço Médio por M2 (R\$/m2)	3,124	3,207	-2,6%
<b>Banco de Terrenos</b>			
Estoque de Terreno (M2)	6.501.998	3.000.589	116,7%
% Permuta	74,0%	71,0%	3,0 p.p
% CBR	77,0%	92,0%	-15,0p.p

(1) Não estão incluídas as unidades permutadas

(2) Líquido de Rescisões

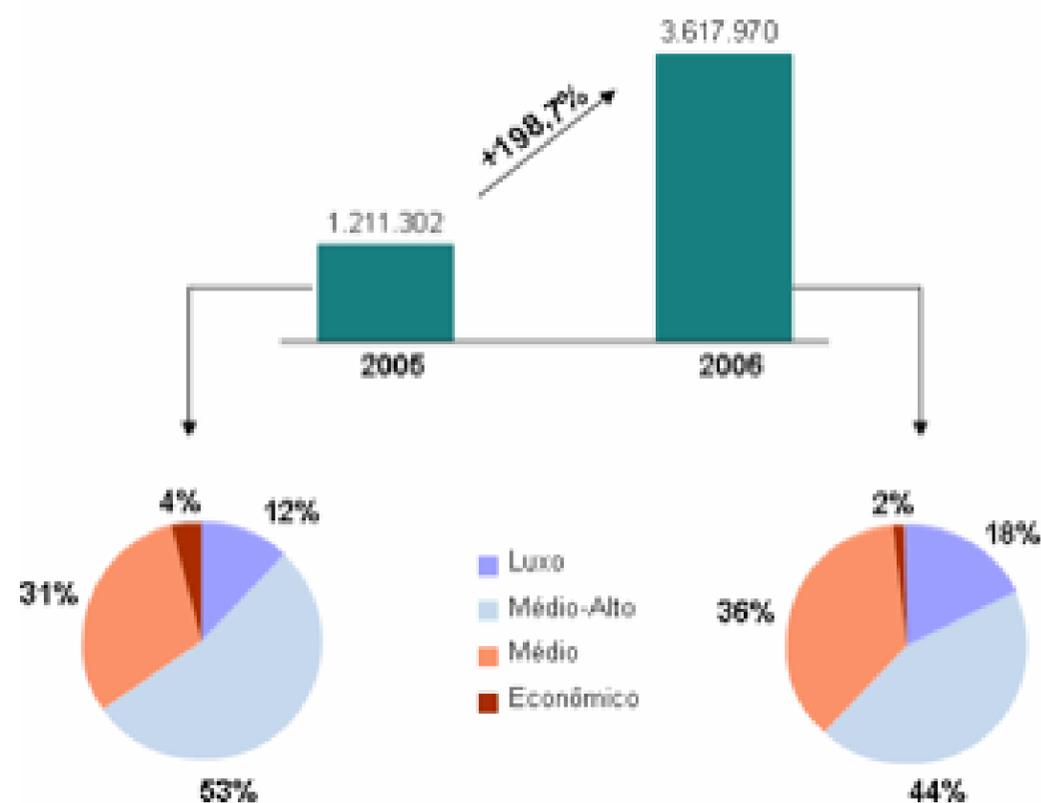
Indicadores Financeiros	2006	2005	Var%
Receita Líquida	1.116.681	688.848	62,1%
Lucro Bruto	471.507	318.600	48,0%
Margem Bruta	42,2%	46,3%	-4,0p.p
Ebitda	248.476	157.765	57,5%
Margem Ebitda	22,3%	22,9%	-0,7p.p
Ebitda Ajustado	269.303	183.491	46,8%
Margem Ebitda Ajustada	24,1%	26,6%	-2,5p.p
Lucro Líquido	242.283	127.801	89,6%
Margem Líquida	21,7%	18,6%	3,1p.p
Lucro Líquido Ajustado	263.110	153.527	71,4%
Margem Líquida Ajustada	23,6%	22,3%	1,3p.p
Lucro por Ação	0,68355	0,36057	89,6%
Receitas a Apropriar	1.597.155	1.019.955	56,6%
Resultado a Apropriar	634.638	452.824	40,2%
Margem a Apropriar	42,1%	46,5%	-4,4p.p

## Lançamentos

A área útil lançada da Cyrela Brazil Realty cresceu 189,1% quando comparada com 2005, sendo que o valor potencial de venda alcançou R\$ 3.618,0 milhões, 198,7% superior ao 2005.

A área útil lançada da Cyrela Brazil Realty cresceu 189,1% quando comparada com 2005, sendo que o valor potencial de venda alcançou R\$ 3.618,0 milhões, 198,7% superior ao 2005.

Lançamentos – VGV e Segmentos



## Mercado

O mercado alvo continuou a mostrar expansão em 2006, com concorrência ativa e dinâmica. O crescimento da comercialização de imóveis se intensificou, permitindo vender mais de 50% das unidades dos 42 dos lançamentos do ano. Além disso, observou-se a tendência dos consumidores de também adquirirem imóveis ofertados há alguns meses, o que proporcionou o crescimento da comercialização de imóveis com mais de seis meses de lançamento (estoques), que representaram 21,9% do total das vendas contratadas.

O segmento econômico continua aquecido, impulsionado principalmente pela crescente disponibilidade do financiamento de longo prazo (20 anos) e a contínua queda dos juros, fomentando a base para o atendimento da demanda reprimida nas últimas décadas.

A Cyrela acelerou sua entrada nesse segmento, realizando quatro lançamentos no ano, dos quais três em São Paulo, com volume potencial de vendas de [R\$ 70,5 milhões] e vendas contratadas de [R\$ 34,4 milhões], sendo a participação da Cyrela Brazil Realty nas vendas de [75,6]%.

A empresa manteve sua liderança em seus principais mercados, segundo ranking da Embraesp em São Paulo, e da Ademi no Rio de Janeiro, o que exerceu papel fundamental na sustentação das suas margens de rentabilidade.

### Vendas

A Cyrela Brazil Realty vendeu em 2006 o montante de R\$ 2.246,6 milhões, representando um aumento de 119,6% em relação ao mesmo período de 2005. Já em termos de metragem o aumento foi de 125,4%, 719,2 mil m<sup>2</sup> em 2006 comparados a 319,0 mil m<sup>2</sup> em 2005. Do total das vendas do ano, R\$ 1.755,5 milhão foi derivado de lançamentos e os R\$ 491,1 milhões restantes foram referentes a venda de estoques.

A tabela na seqüência demonstra a divisão das vendas por segmento, bem como a participação dos lançamentos e dos estoques nas vendas totais:

O mercado alvo continuou a mostrar expansão em 2006, com concorrência ativa e dinâmica. O crescimento da comercialização de imóveis se intensificou, permitindo vender mais de 50% das unidades dos 42 dos lançamentos do ano. Além disso, observou-se a tendência dos consumidores de também adquirirem imóveis ofertados há alguns meses, o que proporcionou o crescimento da comercialização de imóveis com mais de seis meses de lançamento (estoques), que representaram 21,9% do total das vendas contratadas.

O segmento econômico continua aquecido, impulsionado principalmente pela crescente disponibilidade do financiamento de longo prazo (20 anos) e a contínua queda dos juros, fomentando a base para o atendimento da demanda reprimida nas últimas décadas.

A Cyrela acelerou sua entrada nesse segmento, realizando quatro lançamentos no ano, dos quais três em São Paulo, com volume potencial de vendas de [R\$ 70,5 milhões] e vendas contratadas de [R\$ 34,4 milhões], sendo a participação da Cyrela Brazil Realty nas vendas de [75,6]%.

A empresa manteve sua liderança em seus principais mercados, segundo ranking da Embraesp em São Paulo, e da Ademi no Rio de Janeiro, o que exerceu papel fundamental na sustentação das suas margens de rentabilidade.

### Vendas

A Cyrela Brazil Realty vendeu em 2006 o montante de R\$ 2.246,6 milhões, representando um aumento de 119,6% em relação ao mesmo período de 2005. Já em termos de metragem o aumento foi de 125,4%, 719,2 mil m<sup>2</sup> em 2006 comparados a 319,0 mil m<sup>2</sup> em 2005. Do total das vendas do ano, R\$ 1.755,5 milhão foi derivado de lançamentos e os R\$ 491,1 milhões restantes foram referentes a venda de estoques.

A tabela na seqüência demonstra a divisão das vendas por segmento, bem como a participação dos lançamentos e dos estoques nas vendas totais:

# Mercado Mercado

Por Região	Vendas Contratadas (R\$ mil)			m <sup>2</sup> Vendido			Preço Médio m <sup>2</sup>			% CBR		
	2006	2005	Var %	2006	2005	Var %	2006	2005	Var %	2006	2005	Var %
São Paulo	1.393.826	785.845	77,4%	474.098	255.171	85,8%	2.940	3.080	-4,5%	67,6%	72,2%	-4,6
São Paulo - Interior	212.539	26.390	705,4%	80.788	10.875	642,9%	2.631	2.427	8,4%	48,0%	75,4%	-27,4
Rio de Janeiro	519.990	210.953	146,5%	124.650	52.954	135,4%	4.172	3.984	4,7%	68,6%	79,9%	-11,2
Belo Horizonte	55.249	-	-	15.244	-	-	3.624	-	-	50,0%	-	-
Espírito Santo	5.986	-	-	2.663	-	-	2.248	-	-	50,0%	-	-
Porto Alegre	25.566	-	-	10.206	-	-	2.505	-	-	43,7%	-	-
Salvador	33.434	-	-	11.532	-	-	2.899	-	-	25,5%	-	-
<b>Total</b>	<b>2.246.591</b>	<b>1.023.187</b>	<b>119,6%</b>	<b>719.183</b>	<b>319.000</b>	<b>125,4%</b>	<b>3.124</b>	<b>3.207</b>	<b>-2,6%</b>	<b>64,6%</b>	<b>73,8%</b>	<b>-9,2</b>

Por Região	Vendas Contratadas (R\$ mil)			m <sup>2</sup> Vendido			Preço Médio m <sup>2</sup>			% CBR		
	2006	2005	Var %	2006	2005	Var %	2006	2005	Var %	2006	2005	Var %
São Paulo	1.393.826	785.845	77,4%	474.098	255.171	85,8%	2.940	3.080	-4,5%	67,6%	72,2%	-4,6
São Paulo - Interior	212.539	26.390	705,4%	80.788	10.875	642,9%	2.631	2.427	8,4%	48,0%	75,4%	-27,4
Rio de Janeiro	519.990	210.953	146,5%	124.650	52.954	135,4%	4.172	3.984	4,7%	68,6%	79,9%	-11,2
Belo Horizonte	55.249	-	-	15.244	-	-	3.624	-	-	50,0%	-	-
Espírito Santo	5.986	-	-	2.663	-	-	2.248	-	-	50,0%	-	-
Porto Alegre	25.566	-	-	10.206	-	-	2.505	-	-	43,7%	-	-
Salvador	33.434	-	-	11.532	-	-	2.899	-	-	25,5%	-	-
<b>Total</b>	<b>2.246.591</b>	<b>1.023.187</b>	<b>119,6%</b>	<b>719.183</b>	<b>319.000</b>	<b>125,4%</b>	<b>3.124</b>	<b>3.207</b>	<b>-2,6%</b>	<b>64,6%</b>	<b>73,8%</b>	<b>-9,2</b>

Por Segmento	Vendas Contratadas (R\$ mil)			m <sup>2</sup> Vendido			Preço Médio m <sup>2</sup>			% CBR		
	2006	2005	Var%	2006	2005	Var%	2006	2005	Var%	2006	2005	Var%
Luxo	234.627	134.110	75,0%	34.465	24.053	43,3%	6.808	5.576	22,1%	57,3%	74,6%	-17,3
Médio-Alto	1.201.824	470.353	155,5%	367.685	135.935	170,5%	3.269	3.460	-5,5%	72,9%	71,7%	1,2
Médio	775.730	384.121	101,9%	298.493	142.178	109,9%	2.599	2.702	-3,8%	53,4%	74,1%	-20,7
Econômico	34.409	34.604	-0,6%	18.540	16.835	10,1%	1.856	2.056	-9,7%	75,6%	96,7%	-21,1
<b>Total</b>	<b>2.246.591</b>	<b>1.023.187</b>	<b>119,6%</b>	<b>719.183</b>	<b>319.000</b>	<b>125,4%</b>	<b>3.124</b>	<b>3.207</b>	<b>-2,6%</b>	<b>64,6%</b>	<b>73,8%</b>	<b>-9,2</b>

Por Segmento	Vendas Contratadas (R\$ mil)			m <sup>2</sup> Vendido			Preço Médio m <sup>2</sup>			% CBR		
	2006	2005	Var%	2006	2005	Var%	2006	2005	Var%	2006	2005	Var%
Luxo	234.627	134.110	75,0%	34.465	24.053	43,3%	6.808	5.576	22,1%	57,3%	74,6%	-17,3
Médio-Alto	1.201.824	470.353	155,5%	367.685	135.935	170,5%	3.269	3.460	-5,5%	72,9%	71,7%	1,2
Médio	775.730	384.121	101,9%	298.493	142.178	109,9%	2.599	2.702	-3,8%	53,4%	74,1%	-20,7
Econômico	34.409	34.604	-0,6%	18.540	16.835	10,1%	1.856	2.056	-9,7%	75,6%	96,7%	-21,1
<b>Total</b>	<b>2.246.591</b>	<b>1.023.187</b>	<b>119,6%</b>	<b>719.183</b>	<b>319.000</b>	<b>125,4%</b>	<b>3.124</b>	<b>3.207</b>	<b>-2,6%</b>	<b>64,6%</b>	<b>73,8%</b>	<b>-9,2</b>

No exercício findo em 31 de dezembro de 2006, o mercado do estado de São Paulo representou 71,5% (79,4% em 2005) da totalidade das vendas contratadas, decréscimo de 7,9% p.p. em relação ao exercício anterior, em linha com o plano de diversificação geográfica para novos mercados.

O Rio de Janeiro respondeu por 23,1% da totalidade das vendas contratadas no exercício de 2006 (20,6% em 2005) crescimento de 2,5 p.p. em relação a 2005 e o restante 5,4% foram comercializadas nos estados de Minas Gerais, Espírito Santo, Bahia e Rio Grande do Sul, novos mercados para a Cyrela Brazil Realty, iniciados em 2006.

O principal Mercado continua sendo o médio e médio-alto padrão, respondendo por 88,0% das vendas contratadas em 2006 (83,5% em 2005) com crescimento de 4,5 % p.p. em relação a 2005.

O preço médio por m<sup>2</sup> em 2006 foi de R\$ 3.124 contra R\$ 3.207 por m<sup>2</sup> em 2005. Vale ressaltar que nos segmentos de médio-alto padrão e luxo os preços dos produtos têm uma elasticidade muito grande e podem variar dependendo do tipo de produto, localização e valor agregado.

A tabela a seguir apresenta a evolução da receita de vendas a apropriar (excluindo receitas com lajes corporativas) nos exercícios de 2006 e 2005, bem como o custo das unidades vendidas e despesas comerciais a apropriar, incluindo comissões, stands de vendas e decoração destes e lucro bruto a apropriar.

No exercício findo em 31 de dezembro de 2006, o mercado do estado de São Paulo representou 71,5% (79,4% em 2005) da totalidade das vendas contratadas, decréscimo de 7,9% p.p. em relação ao exercício anterior, em linha com o plano de diversificação geográfica para novos mercados.

O Rio de Janeiro respondeu por 23,1% da totalidade das vendas contratadas no exercício de 2006 (20,6% em 2005) crescimento de 2,5 p.p. em relação a 2005 e o restante 5,4% foram comercializadas nos estados de Minas Gerais, Espírito Santo, Bahia e Rio Grande do Sul, novos mercados para a Cyrela Brazil Realty, iniciados em 2006.

O principal Mercado continua sendo o médio e médio-alto padrão, respondendo por 88,0% das vendas contratadas em 2006 (83,5% em 2005) com crescimento de 4,5 % p.p. em relação a 2005.

O preço médio por m<sup>2</sup> em 2006 foi de R\$ 3.124 contra R\$ 3.207 por m<sup>2</sup> em 2005. Vale ressaltar que nos segmentos de médio-alto padrão e luxo os preços dos produtos têm uma elasticidade muito grande e podem variar dependendo do tipo de produto, localização e valor agregado.

A tabela a seguir apresenta a evolução da receita de vendas a apropriar (excluindo receitas com lajes corporativas) nos exercícios de 2006 e 2005, bem como o custo das unidades vendidas e despesas comerciais a apropriar, incluindo comissões, stands de vendas e decoração destes e lucro bruto a apropriar.

<b>Vendas a Reconhecer</b>			
	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Var%</b>
Receita de Vendas a Apropriar no Início do Período	678.686	1.019.955	50,3%
Vendas reconhecidas no período	1.063.970	1.660.087	56,0%
Cancelamento de contratos no período	(51.528)	(379)	-99,3%
Receitas apropriadas no período	(671.173)	(1.082.508)	61,3%
Receitas de Vendas a Apropriar no Final do Período	1.019.955	1.597.155	56,6%
Custo das Unidades Vendidas a Apropriar	(546.088)	(925.539)	69,5%
Lucro Bruto a Apropriar	473.867	671.616	41,7%
Despesas Comerciais a Apropriar	(21.043)	(36.978)	75,7%
<b>Lucro a Apropriar</b>	<b>452.824</b>	<b>634.638</b>	<b>40,2%</b>
<b>Percentual de Margem Bruta</b>	<b>46,5%</b>	<b>42,1%</b>	<b>-4,4p.p</b>

<b>Vendas a Reconhecer</b>			
	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Var%</b>
Receita de Vendas a Apropriar no Início do Período	678.686	1.019.955	50,3%
Vendas reconhecidas no período	1.063.970	1.660.087	56,0%
Cancelamento de contratos no período	(51.528)	(379)	-99,3%
Receitas apropriadas no período	(671.173)	(1.082.508)	61,3%
Receitas de Vendas a Apropriar no Final do Período	1.019.955	1.597.155	56,6%
Custo das Unidades Vendidas a Apropriar	(546.088)	(925.539)	69,5%
Lucro Bruto a Apropriar	473.867	671.616	41,7%
Despesas Comerciais a Apropriar	(21.043)	(36.978)	75,7%
<b>Lucro a Apropriar</b>	<b>452.824</b>	<b>634.638</b>	<b>40,2%</b>
<b>Percentual de Margem Bruta</b>	<b>46,5%</b>	<b>42,1%</b>	<b>-4,4p.p</b>

**JK FINANCIAL CENTER**  
corporativo em São Paulo Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios Tri corporativo em São Paulo ple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo



O resultado a apropriar alcançou R\$ 634,6 milhões, 40,2% superior ao exercício de 2005. A margem bruta do resultado a apropriar caiu 4,4 p.p. quando comparada entre os exercícios, 42,1% em 2006 e 46,5% em 2005, decorrente principalmente da crescente participação dos produtos de médio-alto e médio padrão em seu mix de produtos.

#### Terrenos

A Cyrela Brazil Realty adquiriu, no exercício de 2006, [4.003,9] milhões de m<sup>2</sup> em 80 terrenos novos, sendo 46 em São Paulo, 12 no interior de São Paulo, 12 no Rio Janeiro, 1 em Minas Gerais, 2 no Espírito Santo, 6 em Porto Alegre e 1 em Salvador, sendo que estes quatro últimos representam sua primeira participação neste mercado.

A Companhia finalizou 2006 com 101 terrenos na Cyrela Brazil Realty, totalizando 6,5 milhões de m<sup>2</sup> de área útil comercializável, sendo que 74,0% deles foram adquiridos por meio de sistema de permutas com seus proprietários, sem a necessidade de desembolso de caixa. Este banco de terrenos não é linear, sendo alguns terrenos destinados a lançamento no curto prazo e outros para lançamentos em um prazo mais longo.

A tabela abaixo fornece a distribuição do estoques de terrenos da Cyrela Brazil Realty, bem como de suas joint ventures, por segmento e localização:

O resultado a apropriar alcançou R\$ 634,6 milhões, 40,2% superior ao exercício de 2005. A margem bruta do resultado a apropriar caiu 4,4 p.p. quando comparada entre os exercícios, 42,1% em 2006 e 46,5% em 2005, decorrente principalmente da crescente participação dos produtos de médio-alto e médio padrão em seu mix de produtos.

#### Terrenos

A Cyrela Brazil Realty adquiriu, no exercício de 2006, [4.003,9] milhões de m<sup>2</sup> em 80 terrenos novos, sendo 46 em São Paulo, 12 no interior de São Paulo, 12 no Rio Janeiro, 1 em Minas Gerais, 2 no Espírito Santo, 6 em Porto Alegre e 1 em Salvador, sendo que estes quatro últimos representam sua primeira participação neste mercado.

A Companhia finalizou 2006 com 101 terrenos na Cyrela Brazil Realty, totalizando 6,5 milhões de m<sup>2</sup> de área útil comercializável, sendo que 74,0% deles foram adquiridos por meio de sistema de permutas com seus proprietários, sem a necessidade de desembolso de caixa. Este banco de terrenos não é linear, sendo alguns terrenos destinados a lançamento no curto prazo e outros para lançamentos em um prazo mais longo.

A tabela abaixo fornece a distribuição do estoques de terrenos da Cyrela Brazil Realty, bem como de suas joint ventures, por segmento e localização:

Por Região	Área Útil (m <sup>2</sup> )	VGW Potencial (R\$ mil)	Terrenos	Permuta	% CBR
São Paulo	2.653.481	7.683.026	58	45%	59%
São Paulo - Interior	280.783	632.392	15	14%	47%
Rio de Janeiro	3.277.419	8.845.563	18	98%	97%
Belo Horizonte	68.529	242.167	1	30%	50%
Espírito Santo	86.258	211.007	2	71%	62%
Porto Alegre	123.158	427.769	6	29%	46%
Salvador	12.369	43.162	1	45%	72%
<b>Total</b>	<b>6.501.998</b>	<b>18.085.086</b>	<b>101</b>	<b>74%</b>	<b>77%</b>

Por Região	Área Útil (m <sup>2</sup> )	VGW Potencial (R\$ mil)	Terrenos	Permuta	% CBR
São Paulo	2.653.481	7.683.026	58	45%	59%
São Paulo - Interior	280.783	632.392	15	14%	47%
Rio de Janeiro	3.277.419	8.845.563	18	98%	97%
Belo Horizonte	68.529	242.167	1	30%	50%
Espírito Santo	86.258	211.007	2	71%	62%
Porto Alegre	123.158	427.769	6	29%	46%
Salvador	12.369	43.162	1	45%	72%
<b>Total</b>	<b>6.501.998</b>	<b>18.085.086</b>	<b>101</b>	<b>74%</b>	<b>77%</b>

Por Região	Área Útil (m <sup>2</sup> )	VGW Potencial (R\$ mil)	Terrenos	Permuta	% CBR
Luxo	153.746	981.285	9	42%	56%
Médio-Alto	2.140.836	7.357.818	35	69%	79%
Médio	3.511.298	8.395.584	35	90%	82%
Econômico	696.118	1.350.397	22	61%	49%
<b>Total</b>	<b>6.501.998</b>	<b>18.085.086</b>	<b>101</b>	<b>74%</b>	<b>77%</b>



**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

Por Região	Área Útil (m²)	VGW Potencial (R\$ mil)	Terrenos	Permuta	% CBR
Luxo	153.746	981.285	9	42%	56%
Médio-Alto	2.140.836	7.357.818	35	69%	79%
Médio	3.511.298	8.395.584	35	90%	82%
Econômico	696.118	1.350.397	22	61%	49%
<b>Total</b>	<b>6.501.998</b>	<b>18.085.086</b>	<b>101</b>	<b>74%</b>	<b>77%</b>

O preço por m² do terreno subiu nos últimos meses do ano, como resultado do crescimento da demanda, principalmente nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, onde os principais competidores por esta matéria prima estão fortemente capitalizados.

#### Loteamentos

Nos últimos anos, a Cyrela Brazil Realty analisou e adquiriu algumas áreas destinadas ao mercado de loteamentos, mas como o processo de aprovação pelas autoridades federais, estaduais e municipais é muito mais lenta do que o de incorporação imobiliária, a Companhia ainda não efetuou nenhum lançamento de produtos nestes segmentos de mercado.

O banco de terrenos neste segmento está assim resumido:

O preço por m² do terreno subiu nos últimos meses do ano, como resultado do crescimento da demanda, principalmente nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, onde os principais competidores por esta matéria prima estão fortemente capitalizados.

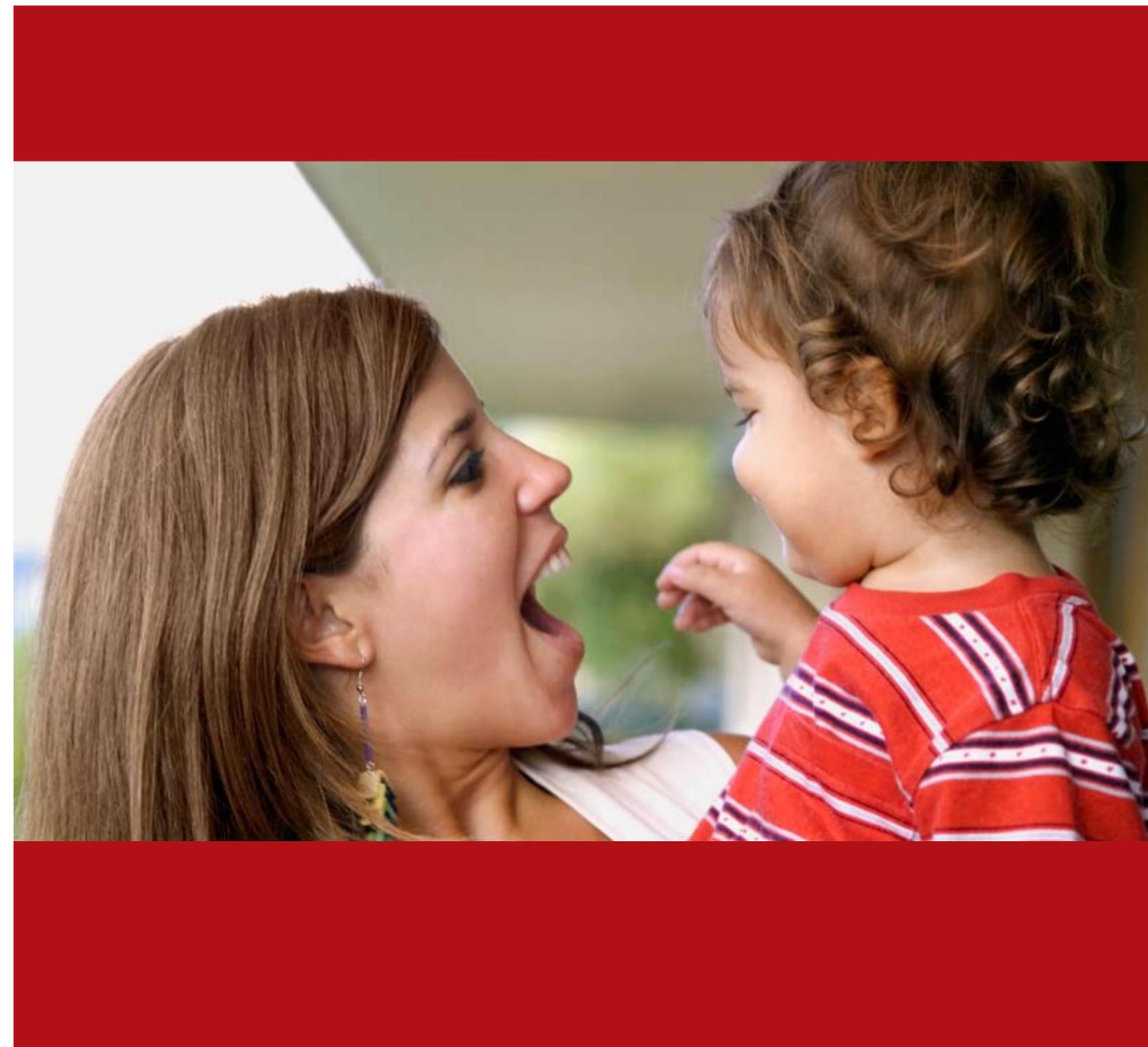
#### Loteamentos

Nos últimos anos, a Cyrela Brazil Realty analisou e adquiriu algumas áreas destinadas ao mercado de loteamentos, mas como o processo de aprovação pelas autoridades federais, estaduais e municipais é muito mais lenta do que o de incorporação imobiliária, a Companhia ainda não efetuou nenhum lançamento de produtos nestes segmentos de mercado.

O banco de terrenos neste segmento está assim resumido:

Portfólio Atual	Área útil	VGW 100%*	% Permuta	% CBR
<b>Cyrela Brazil Realty</b>				
Santa Petrolina	158.693	15.235	100%	40%
Carmela	396.010	43.482	100%	15%
Jundiaí	304.914	40.127	100%	50%
Santa Helena	198.643	18.722	100%	40%
Subtotal	1.058.260	117.565	100%	34%
<b>Joint Ventures</b>				
Campo do Meio	227.670	61.471	100%	21%
Subtotal	227.670	61.471	100%	21%
<b>Total CBR + JV</b>	<b>1.285.930</b>	<b>179.036</b>	<b>100%</b>	<b>31%</b>

\* excluída a parte em permuta



Portfólio Atual	Área útil	VCV 100%*	% Permuta	% CBR
<b>Cyrela Brazil Realty</b>				
Santa Petrolina	158.693	15.235	100%	40%
Carmela	396.010	43.482	100%	15%
Jundiá	304.914	40.127	100%	50%
Santa Helena	198.643	18.722	100%	40%
Subtotal	1.058.260	117.565	100%	34%
Joint Ventures				
Campo do Meio	227.670	61.471	100%	21%
Subtotal	227.670	61.471	100%	21%
<b>Total CBR + JV</b>	<b>1.285.930</b>	<b>179.036</b>	<b>100%</b>	<b>31%</b>

\* excluída a parte em permuta

#### Receita Bruta

A composição da receita operacional bruta nos exercícios de 2006 e 2005 foi a seguinte:

Por Atividade	2006 R\$	% Part.	2005 R\$	% Part.
Incorporação Imobiliária Residencial	1.071.968	92,7%	662.985	91,4%
Incorporação e Venda de Lajes Corporativas	10.540	0,9%	8.188	1,1%
Locação de Lajes Corporativas	23.496	2,0%	20.324	2,8%
Locação de Shopping Centers	28.927	2,5%	15.869	2,2%
Prestação de Serviços	21.837	1,9%	17.833	2,5%
<b>Total</b>	<b>1.156.768</b>	<b>100,0%</b>	<b>725.199</b>	<b>100,0%</b>

Por Atividade	2006 R\$	% Part.	2005 R\$	% Part.
Incorporação Imobiliária Residencial	1.071.968	92,7%	662.985	91,4%
Incorporação e Venda de Lajes Corporativas	10.540	0,9%	8.188	1,1%
Locação de Lajes Corporativas	23.496	2,0%	20.324	2,8%
Locação de Shopping Centers	28.927	2,5%	15.869	2,2%
Prestação de Serviços	21.837	1,9%	17.833	2,5%
<b>Total</b>	<b>1.156.768</b>	<b>100,0%</b>	<b>725.199</b>	<b>100,0%</b>

#### Receita Bruta

A composição da receita operacional bruta nos exercícios de 2006 e 2005 foi a seguinte:



#### Incorporação Imobiliária

Em 2006, a receita bruta do segmento residencial alcançou R\$ 1.072,0 milhões, crescimento de 61,7% em relação aos R\$ 663,0 milhões registrados no exercício de 2005, refletindo a construção e entrega de unidades lançadas e vendidas nos períodos anteriores. A Cyrela Brazil Realty também iniciou o reconhecimento das receitas relacionadas com 36 novas obras, lançadas em 2006, destacando entre elas: Vereda Ipiranga, Walk Vila Nova, Lê Residence de Monaco, Central Park, Barra Family Resort, Paulistânia Bosque Residencial e Allori Vila Romana. Estas novas obras proporcionaram uma apropriação de R\$ 319,0 milhões de receitas em 2006.

Para obter detalhes do reconhecimento da receita nos exercícios de 2006 e 2005, acesse [www.cyrela.com.br/ri](http://www.cyrela.com.br/ri).

#### Revenda de Imóveis

Durante o exercício de 2006, a Cyrela Brazil Realty não realizou nenhuma venda de lajes corporativas, sendo as receitas deste segmento provenientes basicamente da evolução física das obras do empreendimento Faria Lima Square (R\$ 3,0 milhões) e da revenda do terreno do Jacu Pêssego (R\$ 6,8 milhões).

#### Incorporação Imobiliária

Em 2006, a receita bruta do segmento residencial alcançou R\$ 1.072,0 milhões, crescimento de 61,7% em relação aos R\$ 663,0 milhões registrados no exercício de 2005, refletindo a construção e entrega de unidades lançadas e vendidas nos períodos anteriores. A Cyrela Brazil Realty também iniciou o reconhecimento das receitas relacionadas com 36 novas obras, lançadas em 2006, destacando entre elas: Vereda Ipiranga, Walk Vila Nova, Lê Residence de Monaco, Central Park, Barra Family Resort, Paulistânia Bosque Residencial e Allori Vila Romana. Estas novas obras proporcionaram uma apropriação de R\$ 319,0 milhões de receitas em 2006.

Para obter detalhes do reconhecimento da receita nos exercícios de 2006 e 2005, acesse [www.cyrela.com.br/ri](http://www.cyrela.com.br/ri).

#### Revenda de Imóveis

Durante o exercício de 2006, a Cyrela Brazil Realty não realizou nenhuma venda de lajes corporativas, sendo as receitas deste segmento provenientes basicamente da evolução física das obras do empreendimento Faria Lima Square (R\$ 3,0 milhões) e da revenda do terreno do Jacu Pêssego (R\$ 6,8 milhões).

#### Custos das Vendas

Os custos da Companhia tiveram a seguinte composição em 2006 e 2005:

Por Atividade	2006 R\$	2005 R\$	% Var.
Incorporação Imobiliária Residencial	621.238	359.521	72,8%
Incorporação e Venda de Lajes Corporativas	8.139	1.287	532,4%
Locação de Lajes Corporativas	1.392	1.170	19,0%
Locação de Shopping Centers	1.978	1.008	96,2%
Prestação de Serviços	12.427	7.262	71,1%
<b>Total</b>	<b>645.174</b>	<b>370.248</b>	<b>74,3%</b>

Por Atividade	2006 R\$	2005 R\$	% Var.
Incorporação Imobiliária Residencial	621.238	359.521	72,8%
Incorporação e Venda de Lajes Corporativas	8.139	1.287	532,4%
Locação de Lajes Corporativas	1.392	1.170	19,0%
Locação de Shopping Centers	1.978	1.008	96,2%
Prestação de Serviços	12.427	7.262	71,1%
<b>Total</b>	<b>645.174</b>	<b>370.248</b>	<b>74,3%</b>

#### Custos das Vendas

Os custos da Companhia tiveram a seguinte composição em 2006 e 2005:

O custo de vendas e serviços aumentou 74,3%, passando de R\$ 370,2 milhões em 2005 para R\$ 645,2 milhões no 2006, principalmente em função do crescimento do custo de incorporação imobiliária residencial, que representou 96,3% do custo total. O crescimento de 72,8% deste custo, R\$ 261,7 milhões maior que o montante registrado em 2005, é justificado pelo aumento do número de empreendimentos em construção.

Em maio de 2006, os salários da mão-de-obra do setor de construção foram reajustados em 6,0%, a título de dissídio, porém o impacto de tal reajuste nos custos foi mínimo.

#### Margem Bruta

Por Atividade	2006 R\$	2005 R\$	% Var.
Incorporação Imobiliária Residencial	42,0%	45,8%	-3,7p.p
Incorporação e Venda de Lajes Corporativas	22,8%	84,3%	-61,5p.p
Locação de Lajes Corporativas	94,1%	94,2%	-0,2p.p
Locação de Shopping Centers	93,2%	93,6%	-0,5p.p
Prestação de Serviços	43,1%	59,3%	-16,2p.p
<b>Total</b>			

O custo de vendas e serviços aumentou 74,3%, passando de R\$ 370,2 milhões em 2005 para R\$ 645,2 milhões no 2006, principalmente em função do crescimento do custo de incorporação imobiliária residencial, que representou 96,3% do custo total. O crescimento de 72,8% deste custo, R\$ 261,7 milhões maior que o montante registrado em 2005, é justificado pelo aumento do número de empreendimentos em construção.

Em maio de 2006, os salários da mão-de-obra do setor de construção foram reajustados em 6,0%, a título de dissídio, porém o impacto de tal reajuste nos custos foi mínimo.

#### Margem Bruta

Por Atividade	2006 R\$	2005 R\$	% Var.
Incorporação Imobiliária Residencial	42,0%	45,8%	-3,7p.p
Incorporação e Venda de Lajes Corporativas	22,8%	84,3%	-61,5p.p
Locação de Lajes Corporativas	94,1%	94,2%	-0,2p.p
Locação de Shopping Centers	93,2%	93,6%	-0,5p.p
Prestação de Serviços	43,1%	59,3%	-16,2p.p
<b>Total</b>			



JK FINANCIAL CENTER  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

JK FINANCIAL CENTER  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo



A margem bruta de incorporação residencial foi de 42,0% em 2006, comparada a 45,8% em 2005. A queda percentual da margem bruta deveu-se principalmente à variação do perfil de produtos construídos no período, conforme acima demonstrado, bem como ao aumento de volume.

#### **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas**

As despesas comerciais de R\$ 131,2 milhões em 2006 - que, em quase sua totalidade, se referem à área de incorporação imobiliária residencial - cresceram 39,1% quando comparadas aos R\$ 94,3 milhões do mesmo período de 2005. Como percentual da receita bruta do segmento, estas despesas reduziram 2,0 p.p na comparação ano-a-

A margem bruta de incorporação residencial foi de 42,0% em 2006, comparada a 45,8% em 2005. A queda percentual da margem bruta deveu-se principalmente à variação do perfil de produtos construídos no período, conforme acima demonstrado, bem como ao aumento de volume.

#### **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas**

As despesas comerciais de R\$ 131,2 milhões em 2006 - que, em quase sua totalidade, se referem à área de incorporação imobiliária residencial - cresceram 39,1% quando comparadas aos R\$ 94,3 milhões do mesmo período de 2005. Como percentual da receita bruta do segmento, estas despesas reduziram 2,0 p.p na comparação ano-a-

ano: 12,2% em 2006 versus 14,2% em 2005, decorrente da maior velocidade de vendas dos lançamentos de 2006 comparado a 2005, exigindo custos menores de mídia.

As despesas comerciais referem-se basicamente às pré-vendas realizadas durante os períodos. Tais despesas representaram 5,8% e 9,2% das pré-vendas em 2006 e 2005, respectivamente, uma redução de 3,4 p.p., decorrentes principalmente da velocidade de vendas dos principais lançamentos de 2006, entre eles Central Park Mooca, Nova Klabin, e Barra Family Resort, que foram 100% vendidos somente em 9, 3, e 13 dias, respectivamente, demandando, portanto, menor custo de publicidade e propaganda.

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 74,7 milhões no 2006, crescimento de 66,7% em relação ao montante registrado em 2005 (R\$ 44,8 milhões), representando 6,7% da receita líquida de vendas do período (6,5% no 2005). As principais variações derivam basicamente dos seguintes fatores:

- Crescimento de R\$ 10,9 milhões em 2006 em comparação a 2005, decorrentes de salários e encargos sociais decorrentes;
- Criação da estrutura de pessoal focada no crescimento geográfico da Companhia e que resultou nas parcerias e joint ventures nas praças de Porto Alegre, Belo Horizonte, Vitória, Salvador;
- Criação de estrutura de pessoal focada no segmento econômico, cujos resultados já se fizeram notar pelo lançamento de 4 empreendimentos;
- Criação de estrutura de pessoal focada no segmento de loteamentos também com abrangência nacional;
- Absorção do quadro de pessoal operacional da RJZ Engenharia, face à incorporação realizada em maio de 2006. Quando os resultados desta atividade ocorrerem, as despesas gerais da Companhia devem ser diluídas percentualmente; e

ano: 12,2% em 2006 versus 14,2% em 2005, decorrente da maior velocidade de vendas dos lançamentos de 2006 comparado a 2005, exigindo custos menores de mídia.

As despesas comerciais referem-se basicamente às pré-vendas realizadas durante os períodos. Tais despesas representaram 5,8% e 9,2% das pré-vendas em 2006 e 2005, respectivamente, uma redução de 3,4 p.p., decorrentes principalmente da velocidade de vendas dos principais lançamentos de 2006, entre eles Central Park Mooca, Nova Klabin, e Barra Family Resort, que foram 100% vendidos somente em 9, 3, e 13 dias, respectivamente, demandando, portanto, menor custo de publicidade e propaganda.

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 74,7 milhões no 2006, crescimento de 66,7% em relação ao montante registrado em 2005 (R\$ 44,8 milhões), representando 6,7% da receita líquida de vendas do período (6,5% no 2005). As principais variações derivam basicamente dos seguintes fatores:

- Crescimento de R\$ 10,9 milhões em 2006 em comparação a 2005, decorrentes de salários e encargos sociais decorrentes;
- Criação da estrutura de pessoal focada no crescimento geográfico da Companhia e que resultou nas parcerias e joint ventures nas praças de Porto Alegre, Belo Horizonte, Vitória, Salvador;
- Criação de estrutura de pessoal focada no segmento econômico, cujos resultados já se fizeram notar pelo lançamento de 4 empreendimentos;
- Criação de estrutura de pessoal focada no segmento de loteamentos também com abrangência nacional;
- Absorção do quadro de pessoal operacional da RJZ Engenharia, face à incorporação realizada em maio de 2006. Quando os resultados desta atividade ocorrerem, as despesas gerais da Companhia devem ser diluídas percentualmente; e

• Despesas com consultoria (legal e de gestão) derivadas, principalmente, da avaliação, auditoria e assessoria jurídica, necessárias para implantar as joint ventures, sendo superiores em R\$ 9,9 milhões na comparação com 2005.

A tabela abaixo apresenta a reconciliação do lucro antes do imposto de renda e contribuição social para o EBITDA nos exercícios de 2006 e 2005:

EBITDA (R\$ milhares)	2006 R\$	2005 R\$	Var%
Lucro antes do IR e Contribuição Social	296.864	161.666	83,6%
(+) Resultado Financeiro (48.843)	(6.988)	599,0%	
(+) Depreciação e Amortização	3.564	2.560	39,2%
(+) Amortização de Ágios e Outros	1.494	527	183,5%
(-) Participação de Empregados	(4.603)	-	-
<b>EBITDA</b>	<b>248.476</b>	<b>157.765</b>	<b>57,5%</b>
<b>Margem Ebitda (%)</b>	<b>22,3%</b>	<b>22,9%</b>	<b>-0,7p.p</b>
(+) Despesas com Oferta Pública de Ações	20.827	25.726	-19,0%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>269.303</b>	<b>183.491</b>	<b>46,8%</b>
<b>Margem Ebitda Ajustado (%)</b>	<b>24,1%</b>	<b>26,6%</b>	<b>-2,5p.p</b>

• Despesas com consultoria (legal e de gestão) derivadas, principalmente, da avaliação, auditoria e assessoria jurídica, necessárias para implantar as joint ventures, sendo superiores em R\$ 9,9 milhões na comparação com 2005.

A tabela abaixo apresenta a reconciliação do lucro antes do imposto de renda e contribuição social para o EBITDA nos exercícios de 2006 e 2005:

EBITDA (R\$ milhares)	2006 R\$	2005 R\$	Var%
Lucro antes do IR e Contribuição Social	296.864	161.666	83,6%
(+) Resultado Financeiro (48.843)	(6.988)	599,0%	
(+) Depreciação e Amortização	3.564	2.560	39,2%
(+) Amortização de Ágios e Outros	1.494	527	183,5%
(-) Participação de Empregados	(4.603)	-	-
<b>EBITDA</b>	<b>248.476</b>	<b>157.765</b>	<b>57,5%</b>
<b>Margem Ebitda (%)</b>	<b>22,3%</b>	<b>22,9%</b>	<b>-0,7p.p</b>
(+) Despesas com Oferta Pública de Ações	20.827	25.726	-19,0%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>269.303</b>	<b>183.491</b>	<b>46,8%</b>
<b>Margem Ebitda Ajustado (%)</b>	<b>24,1%</b>	<b>26,6%</b>	<b>-2,5p.p</b>

JK FINANCIAL CENTER  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

JK FINANCIAL CENTER  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo



O EBITDA ajustado no exercício de 2006 foi de R\$ 269,3 milhões, 46,8% maior na comparação com o mesmo período de 2005, representando 24,1% da receita líquida do período versus 26,6% em 2005.

A redução da margem Ebitda decorreu da redução do lucro bruto, em função do mix de produtos, que mostrou uma maior participação dos projetos destinados aos segmentos de médio-alto e médio padrão. Também influenciaram na redução do Ebitda os investimentos em estrutura de pessoal, conforme mencionado nos comentários das despesas gerais e administrativas. Na realidade, parte do crescimento absoluto das despesas gerais não teve nenhuma contrapartida de receitas, o que evidentemente onerou os resultados societários do balanço.

#### **Despesas não recorrentes**

Durante 2006 e 2005, a Cyrela Brazil Realty incorreu em despesas não recorrentes no montante de R\$ 20,8 milhões e R\$ 25,7 milhões respectivamente, em vista da colocação de ações no mercado (follow-on) e da Oferta Pública Inicial de Ações (IPO).

#### **Resultado Financeiro**

O resultado financeiro passou de R\$ 7,0 milhões de receitas financeiras no exercício de 2005 para R\$ 48,8 milhões de receita financeira no mesmo período de 2006, principalmente em função do crescimento das receitas no montante de R\$ 75,5 milhões, decorrente da aplicação temporária dos recursos obtidos com a colocação de ações no mercado. Foi registrado crescimento nas despesas financeiras devido ao pagamento de juros sobre o capital próprio no montante de R\$ 32,0 milhões no final de 2006, sendo que não houve este pagamento no exercício de 2005.

#### **Imposto de Renda e Contribuição Social**

O imposto de renda e contribuição social, corrente e diferido, cresceu 226,3%, passando de R\$ 17,8 milhões em 2005 para R\$ 58,0 milhões no mesmo período de 2006. O acréscimo do imposto de renda e contribuição social diferido decorre principalmente do crescimento das próprias operações e da maior base tributável sobre as re-

O EBITDA ajustado no exercício de 2006 foi de R\$ 269,3 milhões, 46,8% maior na comparação com o mesmo período de 2005, representando 24,1% da receita líquida do período versus 26,6% em 2005.

A redução da margem Ebitda decorreu da redução do lucro bruto, em função do mix de produtos, que mostrou uma maior participação dos projetos destinados aos segmentos de médio-alto e médio padrão. Também influenciaram na redução do Ebitda os investimentos em estrutura de pessoal, conforme mencionado nos comentários das despesas gerais e administrativas. Na realidade, parte do crescimento absoluto das despesas gerais não teve nenhuma contrapartida de receitas, o que evidentemente onerou os resultados societários do balanço.

#### **Despesas não recorrentes**

Durante 2006 e 2005, a Cyrela Brazil Realty incorreu em despesas não recorrentes no montante de R\$ 20,8 milhões e R\$ 25,7 milhões respectivamente, em vista da colocação de ações no mercado (follow-on) e da Oferta Pública Inicial de Ações (IPO).

#### **Resultado Financeiro**

O resultado financeiro passou de R\$ 7,0 milhões de receitas financeiras no exercício de 2005 para R\$ 48,8 milhões de receita financeira no mesmo período de 2006, principalmente em função do crescimento das receitas no montante de R\$ 75,5 milhões, decorrente da aplicação temporária dos recursos obtidos com a colocação de ações no mercado. Foi registrado crescimento nas despesas financeiras devido ao pagamento de juros sobre o capital próprio no montante de R\$ 32,0 milhões no final de 2006, sendo que não houve este pagamento no exercício de 2005.

#### **Imposto de Renda e Contribuição Social**

O imposto de renda e contribuição social, corrente e diferido, cresceu 226,3%, passando de R\$ 17,8 milhões em 2005 para R\$ 58,0 milhões no mesmo período de 2006. O acréscimo do imposto de renda e contribuição social diferido decorre principalmente do crescimento das próprias operações e da maior base tributável sobre as re-



ceitas financeiras ocorrida no semestre, principalmente nas empresas com tributação baseada na sistemática de lucro presumido, que seguem critérios específicos da legislação vigente. Estes impostos representaram 5,2% da receita líquida de vendas de 2006 e 2,6% das receitas líquidas do mesmo período de 2005.

#### **Lucro Líquido**

O lucro líquido da Cyrela Brazil Realty no exercício de 2006 foi de R\$ 242,3 milhões, 89,6% superior ao alcançado no mesmo período de 2005. A margem líquida foi de 21,7%, 3,1 p.p. acima da margem líquida apurada no mesmo período do ano anterior. Foi incluída a provisão de pagamento da participação dos empregados (bônus) no montante de R\$ 4,6 milhões, com o intuito de reduzir a volatilidade nos resultados futuros.

## **CONTAS DE BALANÇO**

#### **Contas a Receber**

Considerando a totalidade dos contratos assinados com os clientes e incluindo os valores ainda não apropriados no balanço, o contas a receber atingiu R\$ 2,4 bilhões, 72,7% maior que o montante de R\$ 1,4 bilhão registrado em 2005, sendo que 10,9% deste valor refere-se a unidades acabadas e 89,1% representam unidades em construção. O prazo médio de realização do contas a receber está em torno de 3,1 anos. Vale lembrar que a experiência da empresa não demonstra perdas significativas na realização deste ativo.

ceitas financeiras ocorrida no semestre, principalmente nas empresas com tributação baseada na sistemática de lucro presumido, que seguem critérios específicos da legislação vigente. Estes impostos representaram 5,2% da receita líquida de vendas de 2006 e 2,6% das receitas líquidas do mesmo período de 2005.

#### **Lucro Líquido**

O lucro líquido da Cyrela Brazil Realty no exercício de 2006 foi de R\$ 242,3 milhões, 89,6% superior ao alcançado no mesmo período de 2005. A margem líquida foi de 21,7%, 3,1 p.p. acima da margem líquida apurada no mesmo período do ano anterior. Foi incluída a provisão de pagamento da participação dos empregados (bônus) no montante de R\$ 4,6 milhões, com o intuito de reduzir a volatilidade nos resultados futuros.

## **CONTAS DE BALANÇO**

#### **Contas a Receber**

Considerando a totalidade dos contratos assinados com os clientes e incluindo os valores ainda não apropriados no balanço, o contas a receber atingiu R\$ 2,4 bilhões, 72,7% maior que o montante de R\$ 1,4 bilhão registrado em 2005, sendo que 10,9% deste valor refere-se a unidades acabadas e 89,1% representam unidades em construção. O prazo médio de realização do contas a receber está em torno de 3,1 anos. Vale lembrar que a experiência da empresa não demonstra perdas significativas na realização deste ativo.

	2006 R\$	2005 R\$	% Var
Unidades em construção	2.119.563	1.184.638	78,9%
Unidades construídas	260.115	193.491	34,4%
<b>Total dos Recebíveis</b>	<b>2.379.678</b>	<b>1.378.129</b>	<b>72,7%</b>
Custo de Construção a Incorrer	(973.799)	(532.232)	83,0%
<b>Contas a Receber Líquido</b>	<b>1.405.879</b>	<b>845.897</b>	<b>66,2%</b>

	2006 R\$	2005 R\$	% Var
Unidades em construção	2.119.563	1.184.638	78,9%
Unidades construídas	260.115	193.491	34,4%
<b>Total dos Recebíveis</b>	<b>2.379.678</b>	<b>1.378.129</b>	<b>72,7%</b>
Custo de Construção a Incorrer	(973.799)	(532.232)	83,0%
<b>Contas a Receber Líquido</b>	<b>1.405.879</b>	<b>845.897</b>	<b>66,2%</b>

Cronograma da Carteira de Recebíveis	R\$
2007	658.206
2008	443.346
2009	457.021
2010	227.341
2011	161.634
<b>Demais Anos</b>	<b>432.131</b>

Cronograma da Carteira de Recebíveis	R\$
2007	658.206
2008	443.346
2009	457.021
2010	227.341
2011	161.634
<b>Demais Anos</b>	<b>432.131</b>

#### Endividamento

Em 31 de dezembro de 2006, o saldo de empréstimos e financiamentos era de R\$ 124,7 milhões, um decréscimo de 38,8% em comparação aos R\$ 203,8 milhões em 30 de dezembro de 2005. Tal decréscimo da dívida bruta decorre da política adotada de resgate dos empréstimos e financiamentos onerosos com os recursos obtidos na colocação de ações.

#### Endividamento

Em 31 de dezembro de 2006, o saldo de empréstimos e financiamentos era de R\$ 124,7 milhões, um decréscimo de 38,8% em comparação aos R\$ 203,8 milhões em 30 de dezembro de 2005. Tal decréscimo da dívida bruta decorre da política adotada de resgate dos empréstimos e financiamentos onerosos com os recursos obtidos na colocação de ações.



**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios **Triple A** do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios **Triple A** do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

Modalidade	2006	2005	% Variação
Empréstimos - moeda estrangeira	17.104	50.213	-65,9%
Financiamentos - moeda nacional (SFH)	94.225	147.972	-36,3%
Empréstimos - moeda nacional	12.752	3.887	228,1%
Juros a pagar	648	1.762	-63,2%
<b>Total</b>	<b>124.729</b>	<b>203.834</b>	<b>-38,8%</b>

Modalidade	2006	2005	% Variação
Empréstimos - moeda estrangeira	17.104	50.213	-65,9%
Financiamentos - moeda nacional (SFH)	94.225	147.972	-36,3%
Empréstimos - moeda nacional	12.752	3.887	228,1%
Juros a pagar	648	1.762	-63,2%
<b>Total</b>	<b>124.729</b>	<b>203.834</b>	<b>-38,8%</b>

A tabela abaixo apresenta o cronograma para pagamento da dívida em 31 de dezembro de 2006:

Cronograma da Dívida	Valor Total (R\$ milhões)
2007	57.236
2008	55.531
2009	11.423
2010	384
2011	155
<b>Demais Anos</b>	<b>124.729</b>

Cronograma da Dívida	Valor Total (R\$ milhões)
2007	57.236
2008	55.531
2009	11.423
2010	384
2011	155
<b>Demais Anos</b>	<b>124.729</b>

**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo



## Reconhecimento

A força e a tradição da marca Cyrela Brazil Realty são consagradas pelo mercado

### Prêmios

Prêmio Carta Capital - As Empresas Mais Admiradas do Brasil 2006: Pelo quarto ano consecutivo, a Cyrela Brazil Realty aparece em primeiro lugar no ranking das empresas mais admiradas do Brasil, na categoria Construtoras & Incorporadoras, na 9ª edição da pesquisa Carta Capital/TNS InterScience.

Prêmio Master Imobiliário 2006: A RJZ/Cyrela foi a grande vencedora da sétima edição do Destaque Ademi - Prêmio Master Imobiliário 2006, um dos eventos mais importantes do setor. O Prêmio reconhece e estimula a excelência profissional no mercado de construção civil e o julgamento e a escolha das empresas e projetos premiados são feitos pela comissão executiva da Ademi - Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário. Eleita a Empresa do ano, a RJZ/Cyrela também recebeu quatro estatuetas pelos empreendimentos Cosmopolitan Work Style, Paço Real, Saint Barth e Saint Martin e Reserva Uno.

A força e a tradição da marca Cyrela Brazil Realty são consagradas pelo mercado

### Prêmios

Prêmio Carta Capital - As Empresas Mais Admiradas do Brasil 2006: Pelo quarto ano consecutivo, a Cyrela Brazil Realty aparece em primeiro lugar no ranking das empresas mais admiradas do Brasil, na categoria Construtoras & Incorporadoras, na 9ª edição da pesquisa Carta Capital/TNS InterScience.

Prêmio Master Imobiliário 2006: A RJZ/Cyrela foi a grande vencedora da sétima edição do Destaque Ademi - Prêmio Master Imobiliário 2006, um dos eventos mais importantes do setor. O Prêmio reconhece e estimula a excelência profissional no mercado de construção civil e o julgamento e a escolha das empresas e projetos premiados são feitos pela comissão executiva da Ademi - Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário. Eleita a Empresa do ano, a RJZ/Cyrela também recebeu quatro estatuetas pelos empreendimentos Cosmopolitan Work Style, Paço Real, Saint Barth e Saint Martin e Reserva Uno.

Top de Marketing 2006: Pelo terceiro ano consecutivo, a RJZ/Cyrela ganha o Prêmio Top de Marketing da ADVB - Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil. O case premiado foi o Barra Family Resort, empreendimento residencial lançado no Rio de Janeiro em parceria com o Banco Pactual, que teve todas as suas unidades vendidas na noite do lançamento. Esse é o prêmio mais concorrido do setor, destinado às organizações que primam pela melhor sustentabilidade de seu produto, serviço ou marca por meio de táticas inovadoras e consistentes.

Prêmio Revista Marketing: A Cyrela Brazil Realty conquistou o 2º lugar no prêmio concedido pela Revista Marketing para as empresas que desenvolveram os melhores planos de comunicação durante o ano de 2006. A escolha foi feita em uma votação on-line com os leitores da revista.

Prêmio Pini - Construtora Parceira da Indústria: A Cyrela Brazil Realty foi eleita Construtora Parceira da Indústria em premiação realizada pela Editora Pini, especializada em publicações no setor de construção civil. O prêmio destaca anualmente os melhores da construção civil e arquitetura, na opinião dos assinantes das revistas publicadas. A pesquisa é realizada com os dez melhores fornecedores de cada segmento de produto, que elegem a construtora parceira que mais tenha contribuído para o desenvolvimento tecnológico de produtos.

Info Exame - As 100 Maiores Empresas de E-Commerce do Brasil 2006: Pela primeira vez, a Cyrela Brazil Realty foi classificada no ranking das 100 maiores empresas de e-commerce do país publicado pela Revista Info Exame. O levantamento lista os 100 maiores nomes das transações online do país, compondo um ranking com 50 empresas líderes em operações B2C (vendas diretas ao consumidor), e 50 em negócio B2B (de empresa para empresa). A empresa ficou em 8º lugar entre as maiores do B2C e foi a única do

Top de Marketing 2006: Pelo terceiro ano consecutivo, a RJZ/Cyrela ganha o Prêmio Top de Marketing da ADVB - Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil. O case premiado foi o Barra Family Resort, empreendimento residencial lançado no Rio de Janeiro em parceria com o Banco Pactual, que teve todas as suas unidades vendidas na noite do lançamento. Esse é o prêmio mais concorrido do setor, destinado às organizações que primam pela melhor sustentabilidade de seu produto, serviço ou marca por meio de táticas inovadoras e consistentes.

Prêmio Revista Marketing: A Cyrela Brazil Realty conquistou o 2º lugar no prêmio concedido pela Revista Marketing para as empresas que desenvolveram os melhores planos de comunicação durante o ano de 2006. A escolha foi feita em uma votação on-line com os leitores da revista.

Prêmio Pini - Construtora Parceira da Indústria: A Cyrela Brazil Realty foi eleita Construtora Parceira da Indústria em premiação realizada pela Editora Pini, especializada em publicações no setor de construção civil. O prêmio destaca anualmente os melhores da construção civil e arquitetura, na opinião dos assinantes das revistas publicadas. A pesquisa é realizada com os dez melhores fornecedores de cada segmento de produto, que elegem a construtora parceira que mais tenha contribuído para o desenvolvimento tecnológico de produtos.

Info Exame - As 100 Maiores Empresas de E-Commerce do Brasil 2006: Pela primeira vez, a Cyrela Brazil Realty foi classificada no ranking das 100 maiores empresas de e-commerce do país publicado pela Revista Info Exame. O levantamento lista os 100 maiores nomes das transações online do país, compondo um ranking com 50 empresas líderes em operações B2C (vendas diretas ao consumidor), e 50 em negócio B2B (de empresa para empresa). A empresa ficou em 8º lugar entre as maiores do B2C e foi a única do



**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

**JK FINANCIAL CENTER**  
Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

mercado de construção civil a se destacar entre as dez maiores. A classificação foi baseada no volume de transações realizado pela internet e a Cyrela ficou próxima dos maiores sites de varejo do país, como Submarino e Magazine Luiza. A conquista da Cyrela Brazil Realty é resultado de um trabalho iniciado há quase dois anos para fortalecer a marca na internet e aumentar o volume de vendas realizado via web.

mercado de construção civil a se destacar entre as dez maiores. A classificação foi baseada no volume de transações realizado pela internet e a Cyrela ficou próxima dos maiores sites de varejo do país, como Submarino e Magazine Luiza. A conquista da Cyrela Brazil Realty é resultado de um trabalho iniciado há quase dois anos para fortalecer a marca na internet e aumentar o volume de vendas realizado via web.

## INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

### Cyrela Brazil Realty S.A. Empreendimentos e Participações

Avenida Brigadeiro Faria Lima, 3.400, 10º andar  
04538-132 - São Paulo - Brasil  
www.cyrela.com.br

### Diretoria de Relações com Investidores

Luís Largman  
Tel: (55 11) 4502-3153  
Fax: (55 11) 4502-3140  
ri@cyrela.com.br

### Auditores Independentes

PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes até 31 de dezembro de 2005 e Terco Grant Thornton Auditores Independentes SS a partir de 1º de janeiro de 2006.

### Publicações e Informações

As publicações realizadas pela Companhia em decorrência da Lei das Sociedades por Ações são divulgadas no Diário Oficial do Estado de São Paulo e no jornal Folha de São Paulo, bem como no site na Internet www.cyrela.com.br/ri.

### Atendimento aos Acionistas

Banco Itaú S.A.  
Avenida Engenheiro Armando de Arruda Pereira, 707, 9º andar - São Paulo - SP  
Tel: (55 11) 5029-1911  
Fax: (55 11) 5029-1917  
O atendimento aos acionistas da Companhia é efetuado em qualquer agência do Banco Itaú S.A. em todo o território nacional.

## INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

### Cyrela Brazil Realty S.A. Empreendimentos e Participações

Avenida Brigadeiro Faria Lima, 3.400, 10º andar  
04538-132 - São Paulo - Brasil  
www.cyrela.com.br

### Diretoria de Relações com Investidores

Luís Largman  
Tel: (55 11) 4502-3153  
Fax: (55 11) 4502-3140  
ri@cyrela.com.br

### Auditores Independentes

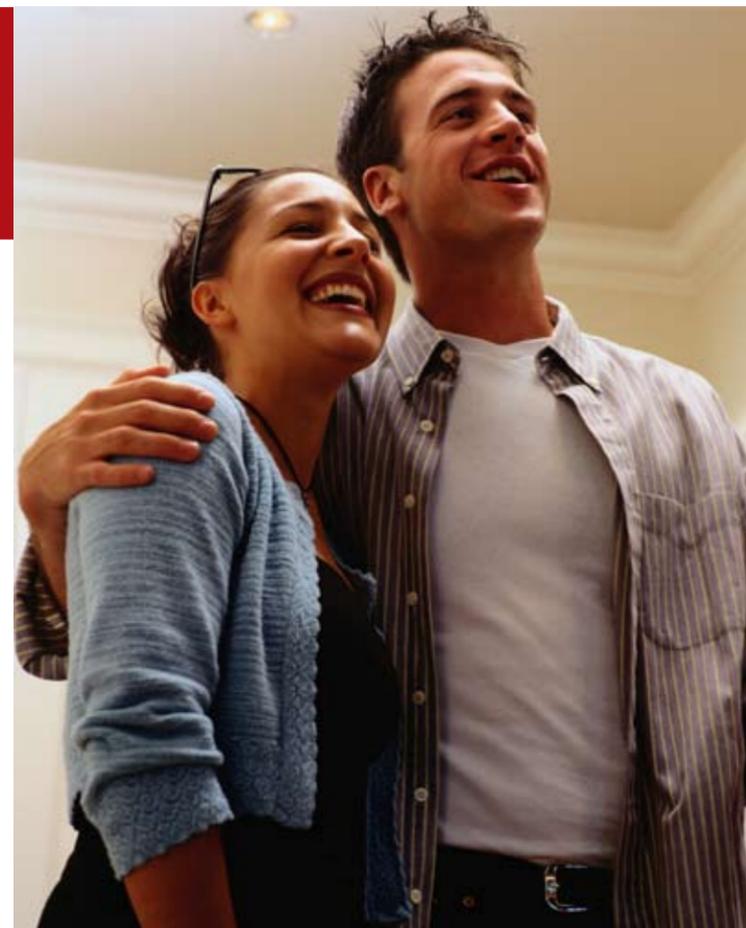
PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes até 31 de dezembro de 2005 e Terco Grant Thornton Auditores Independentes SS a partir de 1º de janeiro de 2006.

### Publicações e Informações

As publicações realizadas pela Companhia em decorrência da Lei das Sociedades por Ações são divulgadas no Diário Oficial do Estado de São Paulo e no jornal Folha de São Paulo, bem como no site na Internet www.cyrela.com.br/ri.

### Atendimento aos Acionistas

Banco Itaú S.A.  
Avenida Engenheiro Armando de Arruda Pereira, 707, 9º andar - São Paulo - SP  
Tel: (55 11) 5029-1911  
Fax: (55 11) 5029-1917  
O atendimento aos acionistas da Companhia é efetuado em qualquer agência do Banco Itaú S.A. em todo o território nacional.



### JK FINANCIAL CENTER

Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

### JK FINANCIAL CENTER

Um dos primeiros edifícios Triple A do mercado imobiliário corporativo em São Paulo

Este relatório contém considerações futuras referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Cyrela Brazil Realty. Estas são apenas projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Cyrela Brazil Realty em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia. Tais considerações futuras dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, além dos riscos apresentados nos documentos de divulgação arquivados pela Cyrela Brazil Realty e estão, portanto, sujeitas a mudança sem aviso prévio.

Este relatório contém considerações futuras referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Cyrela Brazil Realty. Estas são apenas projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Cyrela Brazil Realty em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia. Tais considerações futuras dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, além dos riscos apresentados nos documentos de divulgação arquivados pela Cyrela Brazil Realty e estão, portanto, sujeitas a mudança sem aviso prévio.