

ROSSI

Relatório Anual 2007

“A maneira de nos relacionarmos
com todos os nossos públicos é a
nossa marca registrada.”

João Rossi

Identidade Visual

A Rossi passa a adotar uma nova logomarca a partir de 2008. Essa é mais uma etapa do Projeto Identidade Rossi, iniciado em 2006 para fortalecer a identidade corporativa. Relacionamentos de longo prazo, inovação, valorização do ser humano, satisfação dos clientes e alta qualidade são alguns dos atributos desejados para a marca.

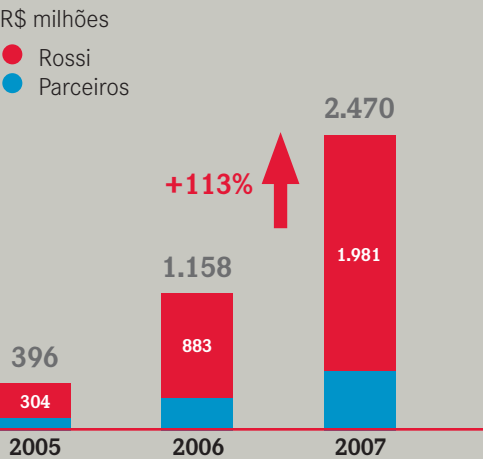
Mais do que uma ferramenta de marketing, a marca Rossi representa um patrimônio estratégico, lastreado na filosofia e na cultura da organização. O Projeto Identidade Rossi resultou, entre outras coisas, em uma política de relacionamento com os *stakeholders*, visando aumentar o valor da marca e sua capacidade de gerar negócios.

O Projeto Identidade Rossi foi desenvolvido com apoio da consultoria Thymus Branding, que também participou da criação da nova logomarca e do novo padrão de comunicação visual, em parceria com o estúdio Beta Interactive Design.

Principais Indicadores

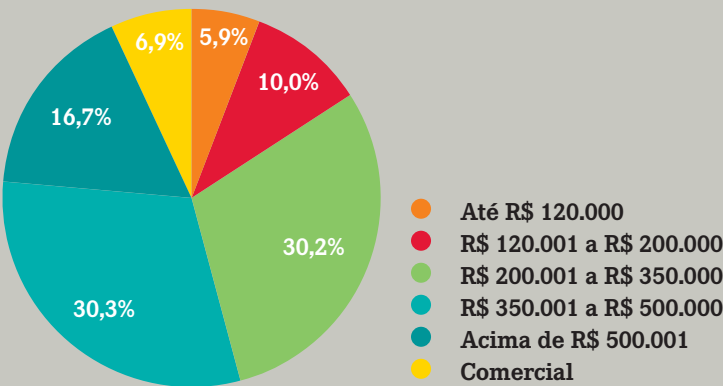
Os 52 empreendimentos lançados pela Rossi em 2007 representaram o valor geral de vendas de R\$ 2,47 bilhões. Desse total, R\$ 1,981 bilhão correspondem à parte da Rossi (80,2%). O resultado foi 113% superior ao VGV de 2006 (R\$ 1,158 bilhão). Os gráficos mostram esses e outros indicadores importantes do ano.

Lançamentos em 2007



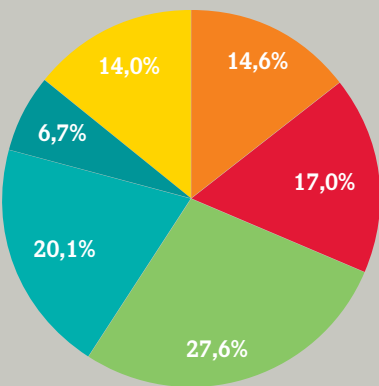
Lançamentos em 2007

Em R\$ – por segmento de preço



Lançamentos em 2007

Em unidades – por segmento de preço



Volume Geral Lançado em 2007

Projetos	52
Torres	174
Condomínios Verticais	42
Condomínios Horizontais	9
Unidades	9.648
Área Total em m ²	921.890

Projetos em Obra em dezembro de 2007

Canteiros	75
Projetos	106
Unidades	15.878
Área Total em m ²	2.105.912

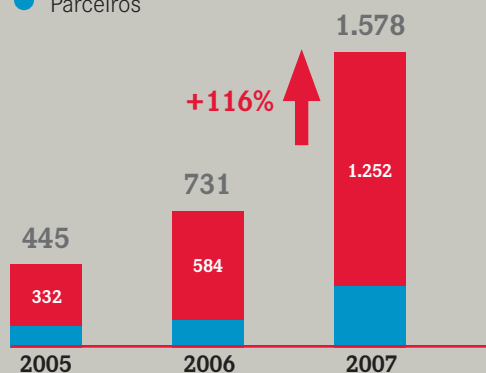
Empreendimentos Entregues em 2007

Unidades	1.981
Área Total em m ²	310.704

Vendas Contratadas em 2007

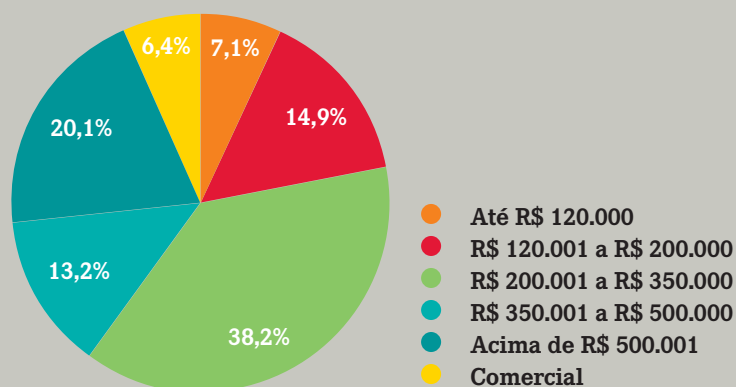
R\$ milhões

- Rossi
- Parceiros



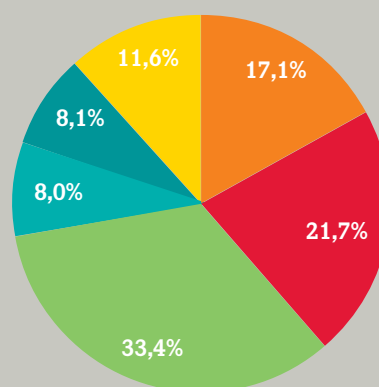
Vendas Contratadas em 2007

Em R\$ – por segmento de preço



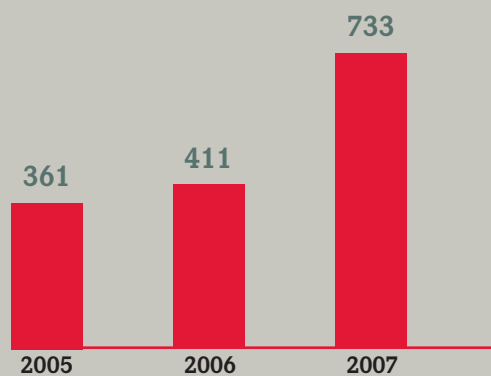
Vendas Contratadas em 2007

Em unidades – por segmento de preço



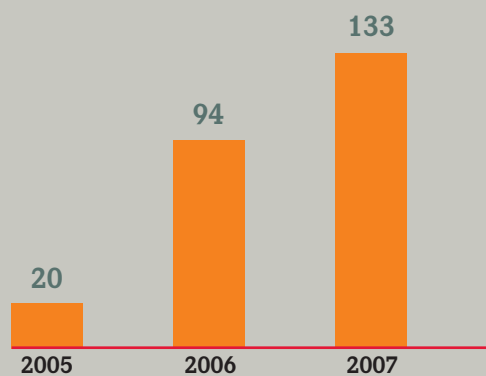
Receita Líquida

R\$ milhões



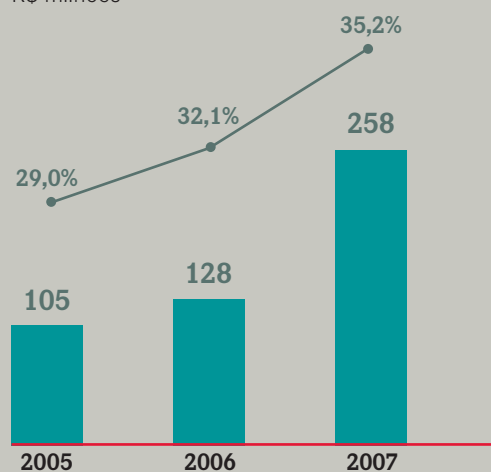
Lucro Líquido (ajustado)

R\$ milhões



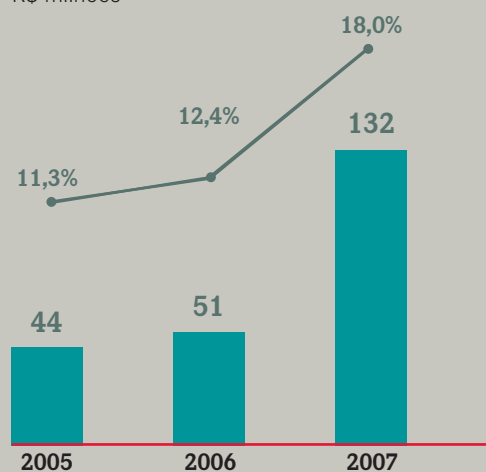
Lucro Bruto x Margem Bruta

R\$ milhões



EBITDA x Margem EBITDA

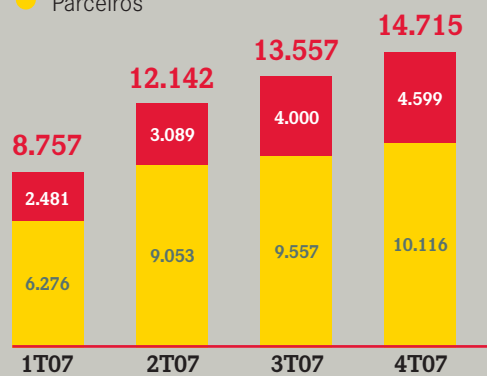
R\$ milhões



Banco de Terrenos

R\$ milhões

- Rossi
- Parceiros





Índice

4	Essência Rossi
8	Mensagem do Presidente do Conselho de Administração
10	Mensagem do CEO
12	Apresentação
20	O Mercado
24	Diferenciais Competitivos
40	Empreendimentos de 2007
46	Desempenho Financeiro 2007
52	Governança Corporativa
56	Gestão de Riscos
60	Colaboradores Rossi
68	Desempenho Socioambiental
72	Reconhecimentos
74	Perspectivas 2008
76	Informações Corporativas

Essência Rossi

Visão

Acreditamos que as pessoas, em busca de felicidade e qualidade de vida, sempre evoluem em suas aspirações de moradia, lazer e trabalho.

Missão

Empreender soluções imobiliárias inovadoras, de qualidade reconhecida, tendo como referência as pessoas, a comunidade e o meio ambiente, gerando valor aos acionistas e buscando a perenidade da Empresa.

Posicionamento

A Rossi incorpora e desenvolve em todo o Brasil soluções imobiliárias sintonizadas com as particularidades regionais, buscando satisfazer pessoas que aspiram a produtos e serviços inovadores, de alta qualidade e que valorizam uma empresa que cultiva relacionamentos de longo prazo.





Valores

Conhecimento

São as pessoas que transformam informação em conhecimento. E o conhecimento é vital para entender as dinâmicas da vida, da sociedade, do mercado e para tomar decisões acertadas com relação à nossa atuação no mundo. Devemos cultivar a captura, o processamento e o compartilhamento de informações em todos os nossos relacionamentos.

Humildade

Humildade é sabedoria. Ao nos reconhecer como seres imperfeitos que erram, temos oportunidade de aprender e nos desenvolver como pessoas, profissionais e empreendedores. Devemos apontar mérito naquele que admite seus erros e os compartilha para evitar que os mesmos se repitam.

Inovação

Inovação é o resultado de nosso entendimento da evolução da sociedade e de uma visão crítica sobre a realidade. É a capacidade de propor novas e melhores soluções para os desafios que enfrentamos.



Integridade

Integridade é ter valores e agir com consciência, inspirado e orientado segundo esses valores. Pessoas íntegras têm credibilidade em seus relacionamentos.

Valorização das Pessoas

Acreditamos nas pessoas que trabalham conosco e incentivamos o desenvolvimento pessoal e profissional de todos que contribuem, com talento e esforço, na construção da nossa marca e do círculo de relações que a sustenta.

Sustentabilidade

Reconhecemos que as soluções para o nosso estilo de vida em sociedade devem considerar a interdependência entre os recursos humanos, financeiros e naturais. Nosso futuro depende de grandes e pequenas inovações que respeitem e sejam inspiradas por esse equilíbrio.

Entusiasmo

Pessoas são entusiasmadas quando têm propósito e vêem sentido no que fazem. São pessoas que superam os obstáculos mais facilmente e vivem com mais alegria, prazer e senso de humor. Entusiasmo vem do grego *en teos*, que quer dizer “cheio de Deus”.

Mensagem do Presidente



João Rossi
Presidente do Conselho
de Administração



As empresas vivem de resultados. Elas precisam apresentar ao mercado números que atestem sua saúde financeira e a capacidade de realizar a missão a que se propõem. A Rossi tem bons números a comunicar, como se comprova na seqüência deste Relatório Anual. São cifras que traduzem o empenho de uma grande equipe de profissionais que diariamente executa a estratégia definida pela direção e que credenciam a Empresa a continuar merecendo a confiança de seus clientes, parceiros, acionistas e fornecedores.

Se os números são importantes, em sua frieza eles dificilmente captam a essência de uma organização, aquilo que a faz diferente das demais. É por essa razão que este Relatório começa destacando a Visão, a Missão e os Valores da Rossi. Nossa Visão simboliza tudo em que acreditamos e nossa Missão resume o que buscamos, sempre norteados pelo conhecimento, humildade, inovação, integridade, valorização das pessoas, sustentabilidade e entusiasmo. Na Rossi, os Valores é que determinam os resultados.

Os Valores também servem de base para os nossos relacionamentos. Primeiramente com os colaboradores, cujo compromisso com os objetivos da Empresa se transforma em estímulo para que continuem a concretizar projetos e a prestar um bom atendimento. Da mesma forma, os fornecedores e parceiros compartilham nossos Valores e os acionistas oferecem seu apoio para que possamos praticá-los. Estamos todos envolvidos no esforço de tornar o melhor possível, em todos os sentidos, o nosso relacionamento com os clientes.

Ao escolher a Rossi, os clientes estabelecem um relacionamento de longo prazo conosco. Isso porque a natureza da atividade imobiliária implica um intervalo de tempo entre a decisão de compra e a entrega do produto. Como o cliente pode esperar anos para tomar posse do imóvel que escolheu, ele tem de acreditar no nome, na marca que avaliza o negócio. Por essa razão, iniciamos, em 2006, um trabalho para reposicionar a marca Rossi e fortalecer nossa identidade corporativa. Esse processo continuará em 2008 com o Plano de Implementação do Projeto Identidade Rossi e com a mensuração da atratividade da marca para nossos *stakeholders*.

A evolução da marca Rossi demonstra a vitalidade de uma empresa com uma longa tradição de realizações, mas que não pára de se reinventar. Que inova ao planejar o urbanismo de seus empreendimentos e a pesquisar novos materiais e técnicas construtivas. Que adota práticas para preservar o meio ambiente e garantir a qualidade de vida. E que, acima de tudo, desenvolve soluções criativas para converter o sonho de seus clientes em mais do que tijolo e argamassa: um espaço para morar, trabalhar e viver.

Valores abstratos levam a resultados concretos. A marca, ativo intangível, conduz a relacionamentos consistentes, ao contato entre pessoas de carne e osso. E assim se completa o ciclo que faz do sonho realidade, transformando o investimento emocional e financeiro das famílias na realidade da casa própria.

É assim que a Rossi contribui, com muito orgulho, para a evolução das pessoas em suas aspirações de moradia, trabalho e lazer.



Mensagem do CEO



Heitor Cantergiani
CEO



O ano de 2007 foi extraordinário para a Rossi, superando o que havia prometido ao mercado. Inclui-se nesse caso o Valor Geral de Vendas (VGV) total de lançamentos, que fechou o ano com a marca de R\$ 2,47 bilhões. Esse número cresceu mais de seis vezes em dois anos, tendo partido de R\$ 396 milhões em 2005 e alcançado R\$ 1,15 bilhão em 2006. As vendas contratadas aumentaram 116% na comparação com o ano anterior, passando de R\$ 731 milhões em 2006 para R\$ 1,57 bilhão em 2007.

Esse crescimento se deve a uma conjunção de fatores internos e externos à Empresa. O mercado imobiliário foi beneficiado como um todo pela queda da taxa de juros e pelo aumento do poder de compra da população. A maior oferta de crédito, com financiamentos mais longos, elevou a demanda por imóveis e o volume de negócios.

Como sempre ocorre nesses casos, as oportunidades foram mais bem aproveitadas por quem se preparou melhor para o cenário favorável. Foi o caso da Rossi, uma das primeiras empresas do setor a emitir ações no mercado de capitais.

Com sucessivas captações via Bolsa de Valores, a Empresa pôde diversificar seus produtos e abrir novas frentes em diversas regiões do País por meio da aliança com empreendedores locais.

Em 2007, comemoramos a abertura de novos escritórios regionais em Fortaleza e São José do Rio Preto e criamos uma equipe própria de vendas. Os investimentos realizados ao longo do ano serviram para reforçar o quadro de colaboradores, intensificar as alianças com fornecedores e parceiros e aumentar o estoque de terrenos. Também foram concentrados esforços no desenvolvimento do sistema de gestão integrado SAP e na redução dos custos construtivos. Tudo para garantir que o crescimento viesse com segurança e confiabilidade.

Foi o que ocorreu, com o auxílio de uma equipe de profissionais de alto nível, cuja capacidade e engajamento foram multiplicados por uma gestão competente e mobilizadora. Graças, ainda, ao voto de confiança que nos foi transmitido pelos investidores, a Rossi logrou alcançar os excelentes resultados que estão descritos a seguir neste Relatório.





01

Apresentação

Perfil

Uma das principais incorporadoras e construtoras do País, a Rossi desenvolve produtos e serviços imobiliários de alta qualidade para todas as classes sociais. Está presente em mais de 50 cidades brasileiras, a partir de escritórios localizados em São Paulo, Campinas, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São José do Rio Preto e Fortaleza.

A Rossi participa de todas as fases de um empreendimento imobiliário. Da prospecção do terreno ao projeto, da construção à venda, até a entrega de produtos bem-acabados e com preço competitivo. Reconhecida no mercado por sua competência e criatividade, a Rossi se destaca pela criação de produtos inovadores, como é o caso do Plano 100 e do Villa Flora.

Histórico

Herdeira da tradição do Grupo Rossi, fundado em 1913, a Empresa acelerou suas atividades no mercado imobiliário em 1980, com a criação da Rossi Residencial S.A. De lá para cá, expandiu-se por meio de ofertas de ações na Bolsa de Valores e de parcerias em várias regiões do Brasil, transformando em realidade projetos comerciais, residenciais e urbanísticos.

A Rossi integra o grupo das maiores empresas do setor, com um extenso portfólio de empreendimentos de sucesso, que contribuem para o desenvolvimento da sociedade.

Linha do Tempo

- 1980** | Fundação da Rossi Residencial
- 1992** | Lançamento do Plano 100 (17 mil unidades entregues)
- 1996** | Inauguração da Regional Campinas | Lançamento do Vida Nova (6 mil unidades entregues)
- 1997** | Abertura de capital nas Bolsas de São Paulo e Nova York (captação de US\$ 100 milhões)
Pioneirismo na securitização de recebíveis imobiliários
- 1999** | Lançamento da comunidade planejada Villa Flora | Inauguração da Regional Porto Alegre
- 2000** | Ampliação de portfólio com lançamento de produtos de alto padrão
- 2001** | Inauguração da Regional Rio de Janeiro
- 2002** | Aquisição da America Properties, empresa voltada para os segmentos comercial e residencial de alto padrão
- 2003** | Captação de R\$ 80 milhões via emissão de ações | Adesão ao Nível 1 de Governança Corporativa da Bovespa
- 2006** | Ingresso no Novo Mercado da Bovespa | Nova emissão de ações, com captação de R\$ 1,012 bilhão | Inauguração da Regional Belo Horizonte | Estabelecimento de *joint ventures* com outros incorporadores | Ingresso no segmento de Projetos Urbanísticos
- 2007** | Inauguração da Regional Nordeste e da Regional Oeste Paulista | Criação da equipe própria de vendas

Modelo de Negócios

A Rossi desenvolve empreendimentos verticais e horizontais para todos os segmentos sociais. Seu modelo de negócios inclui identificação, avaliação e compra de terrenos; planejamento e elaboração do projeto imobiliário; obtenção de licenças e aprovações governamentais; construção, incorporação e comercialização dos imóveis; e prestação de serviços antes, durante e após a venda aos clientes.

A Empresa está organizada em sete regionais, com delimitação geográfica da área de atuação: Regional São Paulo (região metropolitana da capital, Vale do Paraíba e litoral paulista), Regional Rio de Janeiro (Estados do Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia e a cidade de Juiz de Fora), Regional Sul (Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná), Regional Campinas (região metropolitana de Campinas e Sorocaba), Regional Oeste Paulista (baseada em São José do Rio Preto, abrangendo diversas cidades do Oeste do Estado de São Paulo), Regional Belo Horizonte (Minas Gerais, Distrito Federal e Goiás) e Regional Nordeste (Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará).

Cada regional tem uma equipe local, treinada e preparada para as atividades de prospecção e aquisição de terrenos, desenvolvimento de produtos, comercialização e construção.

Na matriz, existem três áreas corporativas, cada uma com um diretor e respectiva equipe, que auxiliam as regionais no desenvolvimento e *expertise* no segmento econômico, em empreendimentos comerciais, loteamentos e projetos urbanísticos. A matriz também concentra as áreas: Gestão de Pessoas, Administrativa, Jurídica, Controladoria, Financeira, Suprimentos, Relação com Sócios, Relação com Investidores, Relacionamento com Clientes, Engenharia e Marketing Institucional.



Mônica Vranjac e Crislei Costa,
colaboradoras Rossi

A maioria dos terrenos é obtida por intermédio de permuta com os proprietários. Como isso, a Empresa adquire expressiva melhora da taxa interna de retorno e diminui a necessidade de desembolsos de caixa.

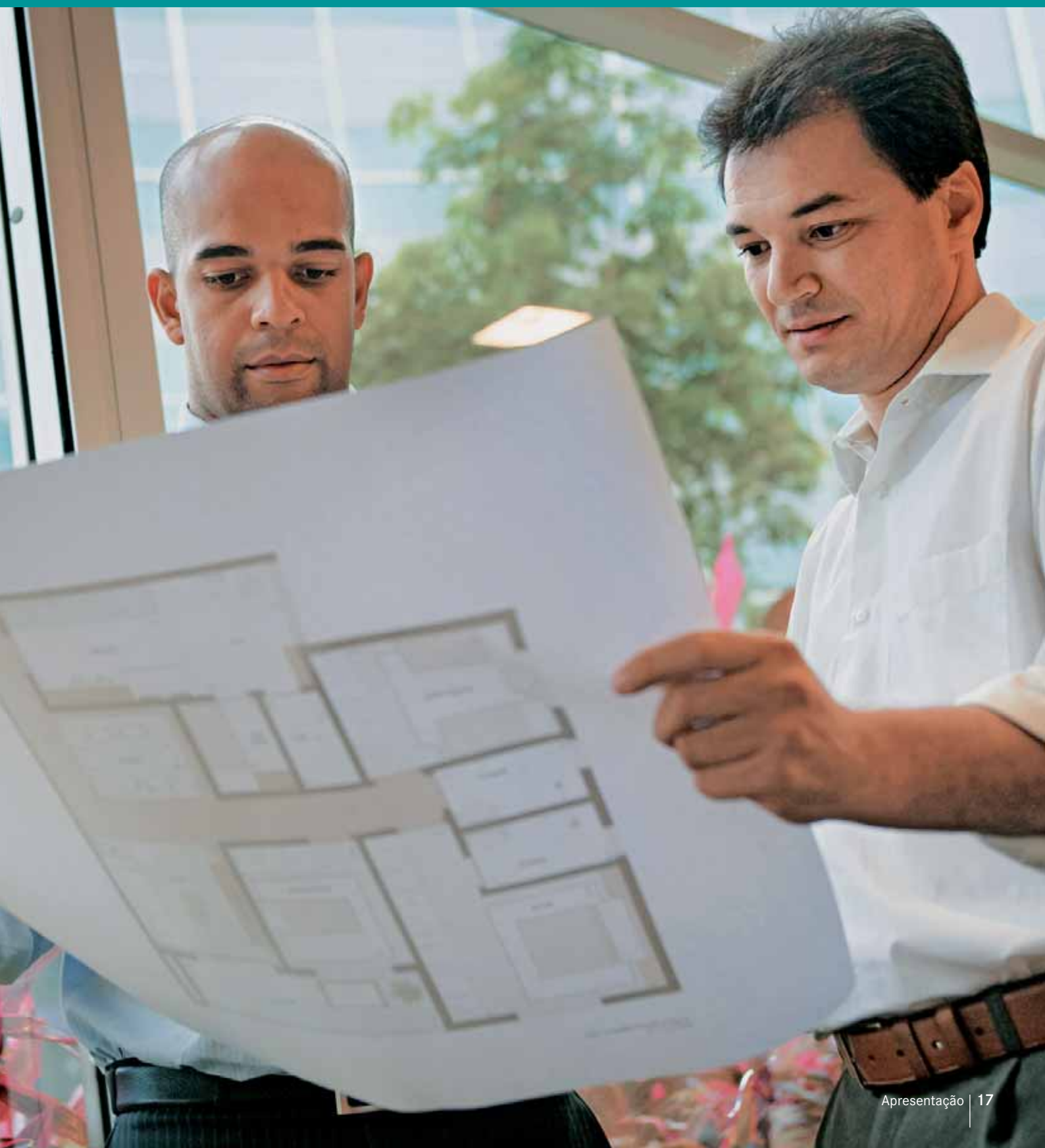
Como a maior parte das unidades de cada empreendimento é vendida antes do início das obras, a construção é parcialmente financiada pelos próprios clientes. Os contratos de venda das unidades são corrigidos mensalmente pela variação do Índice Nacional de Custos da Construção, evitando, assim, um descasamento de índices entre a receita e o principal custo do negócio, que é o de construção.

Nossos empreendimentos em geral são financiados por empréstimos habitacionais providos pelos bancos comerciais e pela Caixa Econômica Federal. O pagamento desses financiamentos é feito por meio do repasse dos recebíveis gerados pelo projeto financiado. As vendas têm caráter definitivo, sem direito de regresso, e o fluxo de caixa livre é reinvestido em novos projetos.

Walmir Cunha,
colaborador Rossi e
Fabrício Marques Moura,
corretor Lopes



Com o modelo de **Regionais**, a Rossi é capaz
de desenvolver produtos adequados às características
locais e ao **gosto dos clientes** de cada parte do País.





Mapa de Atuação

Em dezembro de 2007, a Rossi contava com sete Escritórios Regionais. Sua atuação se estendia por 52 municípios de 12 Estados brasileiros, mais o Distrito Federal.

Atuação em 52 Cidades – 7 Escritórios Regionais

Regional São Paulo (RSP)

São Paulo

Cotia
Guarujá
Guarulhos
Jacareí
Mogi das Cruzes
Osasco
Praia Grande
Santana de Parnaíba
Santo André
Santos
São Bernardo do Campo
São Caetano do Sul
São José dos Campos
São Paulo

Regional Campinas (RCPS)

São Paulo

Campinas
Indaiatuba
Jaguariúna
Paulínia
Piracicaba
Sorocaba
Sumaré
Valinhos
Votorantim

Regional Sul (RSUL)

Paraná

Curitiba

Santa Catarina

Florianópolis
São José

Rio Grande do Sul

Canoas
Novo Hamburgo
Porto Alegre
São Leopoldo

Regional Rio de Janeiro (RRJ)

Rio de Janeiro

Búzios
Niterói
Nova Iguaçu
Rio de Janeiro
Volta Redonda

Espírito Santo

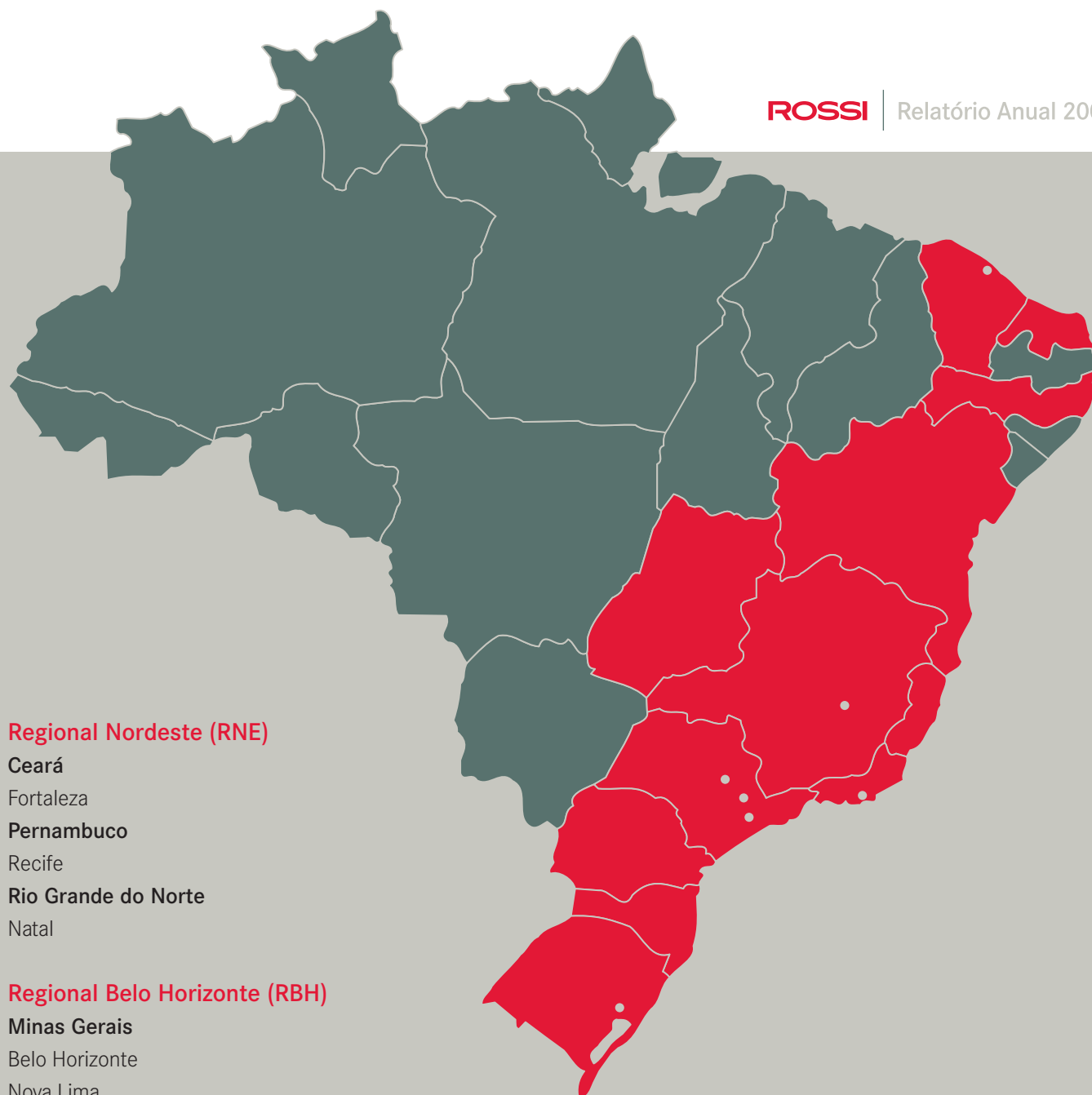
Serra
Vila Velha
Vitória

Minas Gerais

Juiz de Fora

Bahia

Lauro de Freitas
Salvador



Regional Nordeste (RNE)

Ceará

Fortaleza

Pernambuco

Recife

Rio Grande do Norte

Natal

Regional Belo Horizonte (RBH)

Minas Gerais

Belo Horizonte

Nova Lima

Distrito Federal

Brasília

Goiás

Goiânia

Regional Oeste Paulista (ROP)

São Paulo

Marília

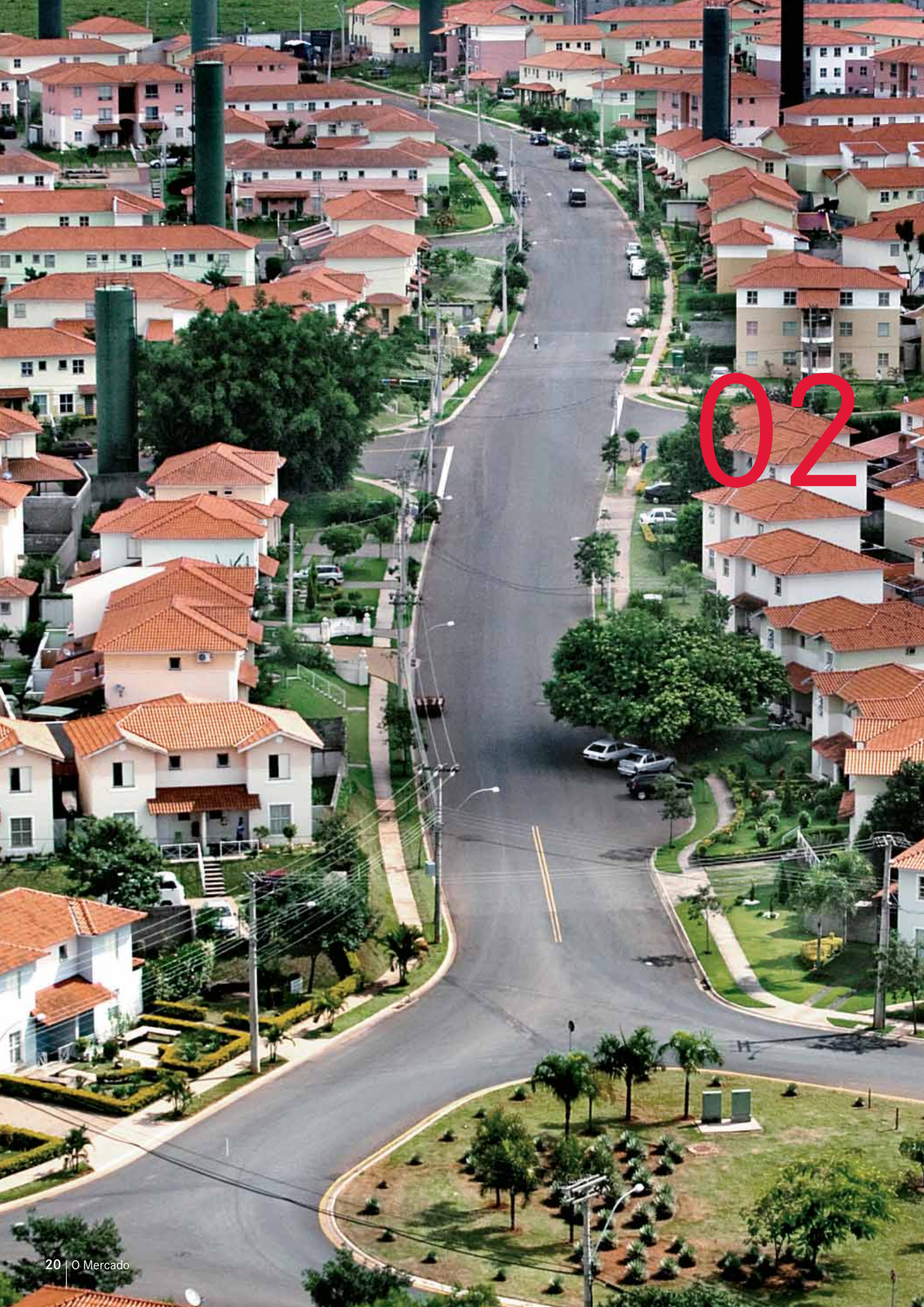
Ribeirão Preto

São Carlos

São José do Rio Preto

Empreendimento Pantai Enseada, Guarujá, SP





02

O Mercado

Visão Geral

O setor imobiliário brasileiro experimentou um grande crescimento em 2007. Contribuíram para esse cenário favorável diversas medidas, entre elas o aumento da oferta de crédito e o alongamento dos prazos de financiamento, estimuladas pela política de metas de inflação e pela redução da taxa de juros.

Perspectivas Macroeconômicas

A demanda por imóveis residenciais no Brasil continuará aumentando nas próximas décadas, principalmente no segmento econômico.

Entre os fatores que justificam essa afirmação, destacam-se os financiamentos mais acessíveis e a estabilidade econômica, que devem se manter pelos próximos anos. Com isso, uma grande parcela da população terá mais condições de assumir dívidas de longo prazo para a compra de imóveis. O crescimento populacional, a grande parcela de jovens em relação ao total da população, a diminuição no número de habitantes por domicílio, o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho e a preferência sociocultural pela casa própria são outros fatores que devem influenciar a concretização desse cenário.

Crédito Imobiliário

Segundo dados da Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (Abecip) e do Banco Central, o volume de crédito imobiliário no sistema financeiro brasileiro subiu 55% em 2007, chegando a R\$ 25,3 bilhões no fim do ano.

Em relação ao financiamento da casa própria com recursos da poupança, a Abecip contabilizou, no ano de 2007, o volume de R\$ 18,302 bilhões e 195.981 unidades. Esses números são 96% e 72% superiores aos registrados no ano anterior.

As informações resumidas acima confirmam a retomada do crédito imobiliário, que teve início em 2003. As condições para esse processo foram dadas pela queda na taxa de juros, estabilidade econômica e recuperação da renda dos trabalhadores. Com a Lei do Sistema de Financiamento Imobiliário (SFI), de 1997, as instituições financeiras passaram a adotar o regime de alienação fiduciária como garantia aos financiamentos concedidos. Com isso, houve uma sensível melhora na avaliação de risco dos financiamentos imobiliários, propiciando o alongamento dos prazos e um aumento no percentual financiado.



A **expansão** do mercado imobiliário deve se manter nos alavancada nos próximos anos, principalmente devido à **alta demanda** de imóveis residenciais para o **segmento econômico**.

Ambiente Competitivo

Os fatores que, combinados, contribuíram para o atual *boom* do setor foram:

- Com a queda das taxas de juros e o crescimento econômico do País, além de uma maior segurança jurídica no setor, os bancos se motivaram a aumentar significativamente o volume de recursos destinados ao crédito imobiliário. Esse maior volume, com taxas menores e maior prazo, criou condições para que grande parte da população, antes impossibilitada de adquirir um imóvel, pudesse ser inserida no mercado, contribuindo para um maior volume de lançamentos e maior velocidade de comercialização.
- Com essa mudança de cenário, as grandes empresas do setor fizeram um movimento inédito de abertura de capital, captando um volume de recursos imenso para aumentar suas operações. Como resultado, o setor ficou mais competitivo.
- O mercado consumidor está crescendo, por conta da estabilidade da moeda e da maior oferta de financiamento. As faixas de renda mais baixas passaram a ter condições para comprar a casa própria.
- Como o déficit habitacional brasileiro está concentrado fortemente nas classes de renda mais baixas, esse segmento certamente é o que tem o maior potencial de crescimento, fazendo com que muitas empresas, antes atuando no alto padrão, se voltassem para o segmento.



03

Diferenciais Competitivos

Estratégia

O ano de 2007 foi marcado pela consolidação do processo de crescimento que havia se iniciado com a abertura do capital da Empresa, dez anos antes. Com os recursos obtidos via emissão de ações na Bovespa, foi possível dar prosseguimento à expansão, com a contratação de colaboradores e a abertura de Escritórios Regionais. A preparação da Rossi para esse salto incluiu a adoção do gerenciamento informatizado dos procedimentos, com a utilização do sistema SAP de gestão da Empresa.

Como resultado, a Rossi cresceu aproximadamente seis vezes desde 2005, de forma planejada e coerente com o comportamento do mercado imobiliário brasileiro.

Em 2007, a estratégia de lançamentos e aquisição de terrenos foi calcada na diversificação, tanto em termos de produtos quanto de regionalização.

A Rossi desenvolve empreendimentos para diversas faixas de renda e tem uma estratégia de forte crescimento para o segmento econômico, setor no qual tem vasta experiência.

Até 2020, o Brasil terá de construir 27,7 milhões de moradias para atender ao crescimento das famílias, eliminar o déficit habitacional e acabar com cortiços e favelas. A estimativa consta em um estudo da FGV Projetos, elaborado em parceria com o Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo (Sinduscon), que informa, ainda, que de 70% a 75% dessas moradias se destinariam a famílias com renda de até dez salários mínimos.



Empreendimento Santa Felicidade, Campinas, SP

Nesse segmento, a Empresa tem um grande *know-how*, tendo sido a criadora de conceitos inéditos, como o Plano 100 e o Villa Flora. O segmento econômico deve representar, para a Rossi, em 2009, 40% do volume de seus lançamentos. Para isso, foram desenvolvidas três linhas de produtos: o Villa Flora, as Praças Residenciais e os Verticais. São produtos padronizados, em grande escala e com parcerias desenvolvidas em toda a cadeia de fornecimento para racionalização de custos e garantia de entrega de volumes. Os primeiros projetos lançados se mostraram um grande sucesso, encorajando a Rossi a seguir em frente com a certeza de ter uma estratégia vencedora.

A Rossi é uma empresa de origem paulista que objetiva uma rápida expansão nacional. Ao abrir Regionais e firmar parcerias em diversas cidades do País, a Empresa multiplica as oportunidades de negócios.

O Brasil conta, hoje, com diversos pólos de desenvolvimento distribuídos pelos Estados. Atender a esses mercados ávidos por lançamentos de qualidade e preço competitivo concretiza uma estratégia que compensa eventuais desaquecimentos temporários nas principais cidades do País, onde a concorrência é cada vez mais acirrada.

Empreendimento Oceano, Guarujá, SP



A Rossi atende a **clientes** de diversas **faixas de renda**, por meio de uma estratégia de **diversificação** de lançamentos e de aquisição de terrenos.

Diversificação Geográfica

A Rossi vem diversificando regionalmente suas atividades desde 1992. Em 2007, essa estratégia aprofundou-se ainda mais, com a inauguração da Regional Nordeste, em Fortaleza, e da Regional Oeste Paulista, em São José do Rio Preto, além da celebração de dez novas parcerias com incorporadoras locais. Atualmente, a Empresa conta com sete escritórios regionais, que coordenam a atuação em 52 cidades de 12 Estados brasileiros, mais o Distrito Federal.

Oportunidades pelo País

O Brasil conta hoje com cidades médias (com população entre 100 mil e 500 mil habitantes) que apresentam imenso potencial de crescimento. São pólos de atração econômica em suas regiões, mas que ainda não experimentaram o *boom* imobiliário que se vê nas capitais e grandes cidades. Nesses lugares, é possível encontrar bons terrenos com preços atraentes e uma significativa demanda por boas oportunidades para morar ou investir.

Conhecimento regional

A estratégia de regionalização praticada pela Rossi se baseia na parceria com empreendedores locais. Os parceiros são selecionados devido ao conhecimento dos costumes e gostos dos clientes da região e ao acesso a um banco de terrenos de qualidade e a fornecedores locais, além de experiência com a legislação municipal. Essa atitude demonstra a preocupação da Empresa em oferecer produtos de qualidade adequados ao estilo, à cultura, ao clima, enfim, ao conjunto de características de cada cidade.

Rede de parceiros

Quando decide atuar em uma nova cidade, a Rossi estuda a região e convida os parceiros locais cujos perfis se encaixam na forma de trabalhar da Empresa. Sejam construtoras, incorporadoras, escritórios de arquitetura, agências de publicidade ou consultorias legislativas, o importante é que acreditem nos mesmos valores da Rossi e os pratiquem cotidianamente.

Sócio	Regional	Primeiro Lançamento
Acre	São Paulo	junho/07
AEL	Belo Horizonte	maio/08
AEM	São Paulo	maio/02
Alicerce	Belo Horizonte	setembro/08
Ambience	Campinas	dezembro/07
Antonio Andrade	Campinas	fevereiro/08
Cadiz	Sul	abril/08
CCalç/Newseerrat	Rio de Janeiro	julho/08
Cittá	Rio de Janeiro	julho/08
Cosil	São Paulo	junho/07
Costa Andrade	Rio de Janeiro	julho/08
Cristais Prado	Campinas	abril/08
Cristais Prado/Direcional	Campinas	outubro/07
Cyrela	Campinas	maio/02
Cyrela Goldstein	Sul	dezembro/07
Cyrela/Magick	São Paulo	outubro/06
Decta	Rio de Janeiro	março/08
Diagonal	Nordeste	fevereiro/08
Direcional	Campinas	dezembro/07
Even	São Paulo	abril/08
Faber Castell	Campinas	maio/07
Fal2	Campinas	setembro/05
Fator	Rio de Janeiro	outubro/08
Fundo Euro	Sul	outubro/04
Fundo Manhattan	Sul	outubro/04
Gabriel Penteado	Campinas	julho/08
Gabriel Bacelar	Nordeste	maio/08
Gafisa	Rio de Janeiro	junho/03

Parcerias de longo prazo

O relacionamento da Rossi com seus parceiros locais vai muito além da construção do imóvel. Começa na escolha do terreno, passa pelo estudo da legislação do município e permanece no lançamento e na fase de pós-venda. Tudo é tratado com transparência e vontade de obter sinergia entre a *expertise* da Rossi em desenvolver empreendimentos com eficiência e o conhecimento acumulado pelos parceiros locais. O resultado final é um aprendizado mútuo, que aumenta a produtividade do empreendimento e a satisfação dos clientes.

Sócio	Regional	Primeiro Lançamento
GNO	Campinas	outubro/07
GNO/Forn	Campinas	novembro/07
Gulf	Rio de Janeiro	maio/06
J.Bianchi	São Paulo	abril/08
JL Construtora	Sul	novembro/05
Kallas Eng.	São Paulo	setembro/07
Klabin Segall	São Paulo	dezembro/06
Klabin Segall/Cymbal	Rio de Janeiro	novembro/07
Lindercorp	São Paulo	dezembro/06
MB Engenharia	Campinas	abril/08
Melnick	Sul	maio/06
Metron	Rio de Janeiro	fevereiro/08
Montante	São Paulo	outubro/04
MZM	São Paulo	agosto/08
Nilo/Melnick	Sul	dezembro/06
Paiquerê/Madia	Campinas	junho/07
Panico	Oeste Paulista	junho/08
Paulo Mauro	São Paulo	fevereiro/04
Paulo Mauro/Splice	São Paulo	abril/08
PDG	São Paulo	outubro/04
PDG/Cymbal	Rio de Janeiro	novembro/06
Scon	Rio de Janeiro	julho/04
Splice	Campinas	agosto/07
Tarraf	Oeste Paulista	maio/08
Tedesco	Porto Alegre	fevereiro/06
Thá	Porto Alegre	agosto/07
Tropical/Toctal-Mauá	Belo Horizonte	agosto/08

Banco de Terrenos

No encerramento de 2007, a Rossi contabilizava 129 terrenos em estoque para futuros empreendimentos. Essa carteira tem potencial de vendas de R\$ 14,7 bilhões, sendo que a parte da Rossi corresponde a aproximadamente 69% desse valor (R\$ 10,1 bilhões).

A Empresa vem investindo na formação de um banco de terrenos de alta qualidade, capaz de comportar os lançamentos planejados para os próximos cinco anos. Em 2007, essa política levou em consideração a estratégia de diversificação regional e de produto por segmento de renda. A maior parte dos terrenos, cerca de 66%, foi adquirida por meio de permuta.

Investimento ao longo do tempo

O ciclo de um empreendimento imobiliário consome cinco anos em média, da decisão de adquirir o terreno até o imóvel pronto, passando pelas fases de projeto, aprovação da obra, lançamento, venda, construção e entrega. Por isso, a Empresa investe em sua capacidade de planejamento para a formação de um banco de terrenos consistente.

Parcerias

Sociedades de Propósito Específico

Para cada empreendimento lançado, a Rossi utiliza a estrutura jurídica no formato de Sociedade de Propósito Específico (SPE). Como pessoas jurídicas distintas das empresas parceiras, as SPEs são criadas para a realização de um empreendimento determinado e operam durante um período de tempo restrito. Atualmente, a Rossi conta com cerca de 370 SPEs.

Acordos de suprimentos

Em 2007, a Rossi aumentou a quantidade de acordos de fornecimento e alianças estratégicas. Em nível regional ou nacional, conta atualmente com 33 acordos com fabricantes de materiais de construção como aço, cerâmicas, elevadores, equipamentos, instalações, fundações, esquadrias, concreto e metais, entre outros. A concentração das compras aumenta o poder de negociação, com ganhos de escala que contribuem para diminuir o custo global das obras.

A relação de **aprendizado mútuo** estabelecida entre a Rossi e seus parceiros resulta em maior **produtividade** para o negócio e mais **satisfação** dos clientes.





Juliana Bordin e Andrea Maron,
colaboradoras Rossi

Relação sólida com fornecedores

A Rossi tem como princípio prezar o relacionamento com seus fornecedores de maneira sólida, em longo prazo, com transparência e ética. Para tanto, as equipes de Suprimentos das Regionais adotam um manual que detalha os processos de qualificação de fornecedores de materiais e serviços. A Empresa mantém acordos de fornecimento e alianças estratégicas para os principais insumos e serviços com fornecedores-chave e monitora regularmente os principais indicadores da construção civil. Além de ampliar os acordos de fornecimento e alianças estratégicas, a Rossi continuará atuando em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e serviços, nacionais e internacionais, em busca de melhores processos construtivos, com qualidade e melhoria de competitividade.

Tecnologia

A Rossi é certificada pela norma ISO 9001:2000 e pertence ao Nível A do Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade do Habitat (PBQP-H), do governo federal, um dos principais certificados de qualidade do setor construtivo do País.

A utilização de ferramentas de tecnologia de informação tem sido fundamental para amparar o crescimento que a Rossi vem experimentando nos últimos anos. A Empresa adquiriu, em 2000, o sistema de ERP (Enterprise Resourcing Planing) da SAP, sendo pioneira entre as empresas do setor. Com a integração e automação dos processos, tem sido possível manter o controle das obras simultâneas espalhadas pelo território nacional.

Integração total

Todas as obras estão interligadas por um sistema de transmissão de dados de alta velocidade. As informações ficam armazenadas com segurança em um *datacenter* externo. Um sistema de videoconferência já está sendo utilizado pelas Regionais São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Campinas e será ampliado brevemente para Natal e Salvador, visando otimizar a comunicação interna. Além disso, um comunicador instantâneo corporativo se encontra em fase de testes.

“Nossos **fornecedores** têm as mesmas **oportunidades** de negócio, sempre a partir de critérios **claros e transparentes**. É por isso que alguns fornecedores **estão conosco** há muitos anos.”

Equipe de Vendas

Em 2007, a equipe de vendas exclusiva da Rossi se expandiu de forma expressiva. Em dezembro, estavam atuando 120 consultores imobiliários próprios nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre.

Rossi Vendas estreita laços com o cliente

Criada em 2006 para aumentar a proximidade entre a Empresa e os clientes, a Rossi Vendas atua principalmente na comercialização das unidades remanescentes ao lançamento. Esse contato é muito importante para o entendimento das necessidades dos compradores e eventuais ajustes na estratégia de vendas para os lançamentos seguintes. O cliente atendido pela Rossi Vendas recebe informações de qualidade, uma vez que o consultor é especializado nos produtos da Empresa. Com isso, o cliente passa a contar com um profissional que pode lhe dar suporte na fase de pós-venda.

Corretores especializados

Além das equipes próprias, a Rossi mantém parcerias com corretoras de renome no mercado imobiliário, principalmente na época de lançamento comercial. Os profissionais são treinados para apresentar os imóveis da Empresa e receber o cliente com o padrão Rossi de atendimento, tanto por meio das centrais telefônicas como pessoalmente, nos estandes de vendas.

Inovação

Primeira incorporadora a participar de uma operação de securitização imobiliária, primeira a implementar o sistema de gestão integrada via SAP, primeira a lançar conceitos como o de Condomínio Parque Clube e uma das primeiras a fazer captações no mercado de capitais. São vários os exemplos em que Rossi tomou a dianteira na busca de soluções que expandiram as fronteiras do segmento da indústria da construção no Brasil.





Leondardo Lobo, Camila Pavlovsky,
Milena Soares e Alex Barbalho,
colaboradores Rossi

Equipes multidisciplinares

Os projetos da Rossi são fruto do trabalho de equipes que combinam os conhecimentos e habilidades de profissionais das mais diversas formações. Arquitetos, engenheiros, urbanistas, paisagistas e decoradores somam suas competências aos mais renomados especialistas em cálculos estruturais e instalações prediais para desenvolver produtos inovadores. Foi assim que surgiu o conceito de Praças Residenciais, um dos maiores sucessos da Rossi atualmente.

Parceria com universidades

Convênios para desenvolvimento e transferência de tecnologia foram estabelecidos com as principais universidades do País, entre as quais a Universidade Federal do Rio Grande do Sul e a Unicamp. Estudantes de mestrado dessas instituições recebem uma bolsa de pesquisa e em troca contribuem para encontrar novas soluções para questões construtivas, planejamento, controle da produção e controle da própria mão-de-obra. Um exemplo é a criação do programa de capacitação em gestão de produção, que já está funcionando como um fórum para intercâmbio de experiências entre professores, mestrandos e o “chão da fábrica” (canteiros de obras).

Quebra de paradigmas

Produtos como o Plano 100, Vida Nova e as Praças Residenciais, voltados para o segmento econômico, são sinônimo de qualidade, pois neles são empregadas as melhores técnicas construtivas, além de serem utilizados materiais de acabamento das melhores marcas. Com todas essas garantias, o imóvel apresenta uma durabilidade que é percebida pelo cliente ao longo da vida útil.

Criatividade em benefício do cliente

A Rossi se empenha em antecipar tendências e desvendar os desejos do seu público-alvo. Para tanto, desenvolve soluções inéditas, extrapolando as convenções do mercado. O conceito Villa Flora é somente um dos exemplos de como a criatividade é empregada para aumentar a satisfação do cliente e o retorno para o acionista. Eventos como o “Dia da Visita à Obra” e o “Dia da Medida” surgiram para atender ao cliente e agilizar os processos internos.

Tijolo, argamassa e sonho

A Rossi está convencida de que um imóvel é muito mais do que o material que o mantém de pé. Mais do que um local para morar ou trabalhar, as pessoas querem se sentir bem naquele lugar e se orgulhar dele. Com conhecimento técnico e espírito inovador, a Empresa cria soluções para que as pessoas sejam felizes no imóvel que escolheram.

Técnicas Construtivas

Empenhada em tornar seus empreendimentos cada vez mais eficientes e bem-acabados, a Rossi pesquisa constantemente as técnicas e os materiais mais modernos lançados no mercado. A tecnologia de ponta que emprega nos seus canteiros de obra se reverte em maior produtividade e economia.

Ganho de escala

Com o sistema SAP, é possível consolidar as demandas de materiais e mão-de-obra em nível regional e nacional, fazendo com que as aquisições e contratações sejam feitas em grandes volumes, aumentando, assim, a competitividade e a eficiência operacional dos empreendimentos. Com esses elementos, a Rossi consegue proporcionar aos seus clientes produtos competitivos nos segmentos em que atua.

Novos materiais e sistemas construtivos

A Rossi vem realizando testes com a tecnologia Glass Fiber Reinforced Concrete (GFRC), aplicada no Canadá e em países da Europa. Essa técnica, que mistura concreto e fibra de vidro em paredes estruturais, pode proporcionar ganhos de tempo e dinheiro no futuro próximo. Também estão sendo pesquisadas outras soluções inovadoras, como as tubulações de polipropileno espoliado. Além disso, estão sendo realizados estudos para que as atuais paredes convencionais de alvenaria sejam pré-fabricadas, aproveitando, assim, a escala industrial e racionalizando a mão-de-obra e os equipamentos. Outro exemplo é o compromisso da Rossi em utilizar produtos que não degradem a natureza, como telhas ecológicas, madeiras de reflorestamento com procedência comprovada, reuso de água, etc.

Empreendimento Oceano,
Guarujá, SP





Pesquisas com parceiros

A indústria como um todo, especificamente a automobilística, serve de modelo para um novo tipo de relacionamento com os fornecedores. A Rossi proporciona alianças estratégicas e acordos de fornecimento de itens, sejam materiais ou serviços, a longo prazo, com o desenvolvimento de produtos e serviços específicos para atender às necessidades e novas demandas do mercado. Um exemplo disso é o desenvolvimento, juntamente com a Atlas Schindler, de elevadores de custo reduzido para torres de quatro pavimentos.

Relacionamento com clientes

A Rossi investe no relacionamento com os clientes. Como fornecedora de um bem que implica grande envolvimento financeiro e emocional, a Empresa quer que seus clientes sintam prazer e orgulho de morar ou trabalhar em um imóvel com sua marca. Por isso, procura se aproximar dos clientes, de forma a identificar suas necessidades e aumentar seu grau de satisfação.

A área de Relacionamento com Clientes é hoje o “termômetro” da Empresa, por estreitar os laços com os clientes por meio de ações e programas contínuos. Dessa forma, a Rossi demonstra que credibilidade e confiança se conquistam com ações transparentes e soluções que atendam, e até surpreendam, às expectativas do cliente. Conhecendo o grau de satisfação do cliente, é possível estabelecer uma relação inteligente e duradoura, alinhada a uma sólida estratégia de crescimento.

Revisão na entrega do imóvel

Além de conferir minuciosamente todos os itens durante a construção, a Rossi se preocupa em testá-los à vista do cliente, no momento da entrega da unidade. Essa é uma atitude que reflete o respeito da Empresa com o bem-estar do cliente. Para esse acompanhamento, foi criado o “Dia da Vistoria”, quando o cliente é convidado a vistoriar o imóvel acompanhado de uma equipe técnica da construtora.



Contatos durante e depois da obra

Entre os programas de relacionamento, algumas ações são realizadas durante o período da construção, como pesquisa pós-venda, e-marketing avisando sobre o início da obra e eventos diversos, como o “Dia da Visita à Obra”, o “Dia da Medida” e o “Dia da Vistoria”. No mês em que fazem aniversário, os clientes são felicitados por meio de carta e, a cada dois meses, recebem a edição da Revista Rossi, que, além de reportagens variadas, traz informações sobre o cronograma das obras. Após o evento de instalação do condomínio, no período de seis meses a um ano, a Empresa efetua uma pesquisa pós-entrega, que busca avaliar a satisfação do cliente com o processo de compra e com os produtos e serviços da Rossi. Todos os contatos durante e após a obra são concentrados na Central de Atendimento ao Cliente, que mantém o histórico dos contatos para acompanhamento contínuo dos processos, visando à satisfação total do cliente.

Central de Atendimento

É um canal de comunicação rápido e eficiente entre o cliente e a Rossi. Os operadores estão preparados para realizar diversas ações por telefone, buscando resolver a necessidade do cliente no primeiro contato. Além disso, o cliente pode avaliar o atendimento recebido, no encerramento de sua chamada. Nas situações em que é necessária a intervenção de alguma área da Empresa, o cliente anota um número de protocolo e recebe a resposta no prazo de 48 horas.





04

PARIGI

Empreendimentos de 2007

As medidas de incentivo ao setor imobiliário, a política de controle inflacionário, a redução da taxa de juros, o aumento da oferta de crédito e o alongamento dos prazos de financiamento possibilitaram um ambiente muito favorável para o setor imobiliário em 2007.

Dentro desse cenário, a Rossi implementou um plano de crescimento sustentado na diversificação geográfica e de produtos por segmento de renda. Com isso, a Companhia conquistou, em 2007, um aumento significativo em seus lançamentos, vendas contratadas, banco de terrenos, receita e lucro líquido.

Em 2007, a Rossi continuou atuando de forma séria, transparente e inovadora e é assim que pretende estabelecer relações sólidas e duradouras com todos os seus públicos.

A seguir apresentamos os principais resultados desse trabalho:



Pátio das Alamedas, Campinas, SP

Empreendimentos Lançados em 2007

LANÇAMENTO	REGIONAL	CIDADE	EMPREENHIMENTO	UNIDADES	VGv 100% (R\$ 000)
Janeiro	Rio de Janeiro	Vitória	Victoria Bay	269	89.249
Fevereiro	Campinas	Campinas	Ruas da Villa – Res. Original	52	12.299
Fevereiro	São Paulo	São Paulo	Brooklin to Live	112	55.328
Fevereiro	São Paulo	São Paulo	Mont Serrat	220	151.867
Março	Campinas	Campinas	Avalon I	118	14.107
Março	Sul	Porto Alegre	Autentique	224	82.556
Março	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Liberty Green	270	54.317
Abril	Campinas	Campinas	Avalon II	136	16.594
Abril	Campinas	Campinas	Avalon III	110	14.771
Maio	São Paulo	São Carlos	Orizzonte di San Carlo	150	20.817
Junho	Campinas	Campinas	Cond. dos Papiros	66	5.544
Junho	São Paulo	Guarujá	Pantai Península	86	62.455
Junho	Oeste Paulista	Ribeirão Preto	Vila Trópicos	64	23.756
Junho	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Aquagreen	372	96.150
Junho	São Paulo	Santos	Passeio Embaré	96	49.510
Junho	São Paulo	São Paulo	Massimo Alto da Mooca	212	67.592
Junho	Campinas	Valinhos	Vértice I	94	9.509
Junho	Campinas	Valinhos	Vértice II	73	7.519
Junho	Campinas	Valinhos	Vértice III	99	9.781
Junho	Rio de Janeiro	Vitória	Privilege	192	108.957
Agosto	Sul	Curitiba	Boulevard Rebouças	280	63.634
Agosto	Campinas	Sorocaba	Reserva Campolim	102	35.543
Setembro	Sul	Porto Alegre	Verdi I	339	38.921
Setembro	Sul	Porto Alegre	Flora	379	42.865
Setembro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Vila Imperial	304	48.930
Setembro	São Paulo	São Caetano do Sul	Pateo Catalunya	700	255.784
Setembro	São Paulo	São Paulo	Jardim Leopoldina	396	141.078

LANÇAMENTO	REGIONAL	CIDADE	EMPREENDIMENTO	UNIDADES	VGv 100% (R\$ 000)
Outubro	Campinas	Campinas	Avalon Parque das Praças	137	18.289
Outubro	Campinas	Campinas	Avalon Praças Residenciais	116	14.717
Outubro	Campinas	Campinas	Cond. Jaboticabeiras	102	6.653
Outubro	Campinas	Campinas	Cond. dos Alecrins	150	12.404
Outubro	Campinas	Campinas	Cond. dos Alamandas	150	13.653
Outubro	Campinas	Campinas	Residencial Caapuã	132	32.796
Novembro	Campinas	Campinas	Praça Maior	263	24.621
Novembro	Campinas	Campinas	Residencial Pasárgada	52	16.769
Novembro	Campinas	Campinas	Shine	96	20.090
Novembro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Villaggio Praças Residenciais	360	55.643
Novembro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Ventanas Resort	286	105.154
Dezembro	Campinas	Campinas	Spot Galleria	198	30.597
Dezembro	Campinas	Campinas	L'Office Cond. de Escritórios	152	22.179
Dezembro	Campinas	Campinas	My Home Prime	55	38.739
Dezembro	Campinas	Campinas	Tríade I	81	10.966
Dezembro	Campinas	Campinas	Tríade II	90	12.200
Dezembro	Campinas	Campinas	Tríade III	99	12.926
Dezembro	Nordeste	Recife	The Plaza	199	29.613
Dezembro	Sul	Porto Alegre	Vintage	146	71.614
Dezembro	Sul	Porto Alegre	Vivenda do Ecoville	316	87.828
Dezembro	Sul	Porto Alegre	Jardim do Lago	164	27.698
Dezembro	Sul	Porto Alegre	Vivendas do Lago	167	29.973
Dezembro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Celebrity Enseada	294	117.474
Dezembro	São Paulo	São Paulo	Brisa Neo Residence	220	65.322
Dezembro	São Paulo	São Paulo	Allegra	108	12.580
Total				9.648	2.469.931

Empreendimentos Entregues em 2007

ENTREGA	REGIONAL	CIDADE	EMPREENDIMENTO	UNIDADES	VGv 100% (R\$ 000)
Fevereiro	São Paulo	Guarujá	Pantaí Enseada	113	22.779
Fevereiro	São Paulo	São Paulo	Eternity	26	33.946
Março	São Paulo	São Paulo	California Gardens Torre 06	64	14.254
Maio	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Residencial Gaia	82	14.582
Maio	São Paulo	S. José dos Campos	Athmosphere	152	31.372
Maio	Campinas	Sumaré	Villa Flora – Cond. das Gardênia	78	5.827
Julho	São Paulo	São Paulo	Image	56	27.967
Agosto	São Paulo	São Paulo	Club Tuiuti	312	106.094
Agosto	São Paulo	São Paulo	Landscape	86	35.528
Agosto	Campinas	Sumaré	Villa Flora – Cond. dos Sândalos	82	5.128
Setembro	Sul	Porto Alegre	Bosque do Rio Branco	112	39.230
Setembro	Campinas	Sumaré	Villa Flora – Cond. das Laranjeiras	38	4.548
Setembro	Campinas	Sumaré	Villa Flora – Cond. das Violetas	58	3.708
Outubro	São Paulo	Jacareí	Cond. das Palmeiras	118	16.343
Dezembro	Campinas	Campinas	Parnaso Eco Residenza	60	14.678
Dezembro	Sul	Curitiba	North York	32	10.428
Dezembro	Rio de Janeiro	Niterói	Porto Central	88	9.041
Dezembro	Sul	Porto Alegre	Reserva Petrópolis	144	21.979
Dezembro	São Paulo	São Paulo	Vivanti Ipiranga	112	32.864
Dezembro	Campinas	Sumaré	Villa Flora – Cond. das Amendoeiras	70	5.858
Dezembro	Campinas	Sumaré	Villa Flora – Cond. dos Jatobás	98	6.170
Total				1.981	462.323



Terra Brasilis, Campinas, SP



Jardins de Londres, Rio de Janeiro, RJ



05

Desempenho Financeiro 2007

Desempenho Econômico-financeiro

Em 2007, a Rossi conquistou um crescimento significativo em lançamentos, vendas contratadas, banco de terrenos, receita e lucro líquido. Alguns destaques operacionais e financeiros do ano:

- 52 empreendimentos lançados, totalizando um VGV de R\$ 2,47 bilhões, sendo R\$ 1,98 bilhão da parte Rossi e R\$ 489 milhões de parceiros.
- R\$ 1,58 bilhão em vendas contratadas, sendo 79,3% de participação da parte Rossi, no total de R\$ 1,25 bilhão, e R\$ 732,9 milhões de receita líquida (78,2% acima da receita de 2006).
- R\$ 132,1 milhões de (159,2% acima de 2006), com margem Ebitda de 18,0%, 5,6 pontos percentuais acima da margem de 2006.
- R\$ 131,3 milhões de lucro líquido, 200,5% acima do lucro líquido de 2006. O lucro líquido ajustado no ano foi de R\$ 133,2 milhões.
- R\$ 14,7 bilhões de VGV potencial do banco de terrenos, sendo 68,7% da parte Rossi, abrangendo 129 terrenos no final de 2007.

Receita operacional bruta

A receita operacional bruta apresentou crescimento de 81,1% no ano, passando de R\$ 425,0 milhões em 2006 para R\$ 769,7 milhões em 2007. No setor de incorporação imobiliária, as receitas de vendas são apropriadas aos resultados, utilizando-se o método do percentual de conclusão de cada empreendimento. O crescimento da receita decorreu principalmente da evolução das obras dos empreendimentos em construção e da venda dos estoques.



Empreendimento Oceano,
Guarujá, SP

Receita operacional líquida

A receita operacional líquida apresentou um crescimento de 78,2%, passando de R\$ 411,3 milhões em 2006 para R\$ 732,9 milhões em 2007.

Custo dos imóveis e serviços vendidos

O custo dos imóveis e serviços vendidos apresentou crescimento de 67,8%, passando de R\$ 282,9 milhões em 2006 para R\$ 474,6 milhões em 2007.

Lucro bruto

O lucro bruto apresentou um crescimento de 101,3%, passando de R\$ 128,3 milhões em 2006 para R\$ 258,3 milhões em 2007. A margem bruta de 2007 foi de 35,2%, representando um crescimento de 4,0 p.p. em relação à margem de 31,2% obtida em 2006.

Despesas administrativas

As despesas administrativas aumentaram 58,3% em termos nominais, passando de R\$ 38,6 milhões em 2006 para R\$ 61,2 milhões em 2007. Relativamente à receita operacional líquida, as despesas administrativas apresentaram redução, passando de 9,4% em 2006 para 8,3% em 2007.

Despesas comerciais

As despesas comerciais aumentaram 33,1% em termos nominais, passando de R\$ 45,7 milhões em 2006 para R\$ 60,8 milhões em 2007. As despesas comerciais representaram 11,1% das receitas líquidas em 2006 e 8,3% em 2007, com uma redução de 2,8 p.p.

Ebitda

O Ebitda totalizou R\$ 132,1 milhões, apresentando um acréscimo de 159,2% sobre 2006. A margem de Ebitda em 2007 foi de 18,0%, um aumento de 5,6 p.p. sobre 2006. Esse aumento é decorrente da combinação do aumento de receita apropriada com o aumento da margem bruta e diluição das despesas operacionais.



Depreciação e amortização

A despesa de depreciação e amortização apresentou um aumento anual de 53,1%, passando de R\$ 0,9 milhão em 2006 para R\$ 1,3 milhão em 2007. Esse aumento decorreu principalmente de bens adquiridos para a expansão geográfica da Empresa e da amortização de investimentos na melhoria dos sistemas de informação.

Receitas (despesas) financeiras líquidas

As receitas financeiras líquidas diminuíram 33,7%, de R\$ 47,4 milhões em 2006 para R\$ 31,5 milhões em 2007. Esse decréscimo ocorreu em função da redução das aplicações financeiras em decorrência da utilização de caixa nas atividades operacionais, bem como do aumento das despesas financeiras oriundas da emissão de debêntures.

Receitas de financiamentos a clientes

As receitas de financiamentos a clientes se mantiveram estáveis, atingindo R\$ 7,4 milhões, um valor pouco representativo devido à estratégia da Empresa de não financiar o cliente após a entrega das chaves.

Outras receitas (despesas) operacionais

Conservadoramente, no 4º trimestre de 2007 houve um complemento da provisão para contingências cíveis e trabalhistas no valor de R\$ 1,5 milhão e a constituição de provisão para devedores duvidosos no valor de R\$ 0,8 milhão, totalizando R\$ 2,3 milhões no ano.

Imposto de renda e contribuição social

A provisão para imposto de renda e contribuição social passou de R\$ 2,1 milhões em 2006 (sendo R\$ 3,7 milhões de despesas do ano corrente e receita de R\$ 1,6 milhão de realização dos impostos diferidos) para R\$ 25,9 milhões em 2007, representados pela provisão de R\$ 4,8 milhões de despesas do ano corrente e R\$ 21,1 milhões da provisão de impostos diferidos decorrentes de diferenças temporárias. A provisão para imposto de renda e contribuição social segue a legislação societária, tanto para as empresas tributadas pelo lucro real quanto pelo lucro presumido, e difere da legislação fiscal.



Empreendimento Oceano,
Guarujá, SP

Lucro líquido

O lucro líquido passou de R\$ 43,7 milhões em 2006 para R\$ 131,3 milhões em 2007. A margem líquida aumentou de 10,6% em 2006 para 17,9%, um aumento de 7,3 p.p.

Lucro líquido ajustado

O lucro líquido ajustado apresentou um aumento de 42,4%, passando de R\$ 93,6 milhões em 2006 para R\$ 133,2 milhões em 2007. A margem líquida ajustada apresentou uma redução de 22,8% em 2006 para 18,2% em 2007, decorrente do provisionamento de impostos diferidos e da provisão da participação dos colaboradores nos resultados.

Mercado de Capitais

A entrada nas Bolsas de Valores de São Paulo e Nova York representou uma decisão importante para o crescimento da Empresa.

Os acionistas têm acesso a todas as informações de seu interesse por meio do site de Relacionamento com Investidores (www.rossiresidencial.com.br/ri). Relatórios com resultados periódicos, apresentações, teleconferências, calendário de eventos, cotações e análises são alguns dos itens disponíveis. Proporcionar a divulgação dos dados relevantes com toda transparência é uma demonstração do respeito da Rossi para com os investidores.

Ações e Investimentos Realizados

Nos últimos anos, a Rossi realizou investimentos que prepararam a Empresa para o aumento da demanda do mercado imobiliário, como a adoção de um sistema informatizado de gestão e a formação de uma equipe de colaboradores competente e motivada. Essa estratégia de crescimento sustentado revelou-se acertada, tendo em vista os resultados obtidos a partir de 2006.

Um dos **valores** mais importantes na Rossi é a total **transparência** para o mercado, a quem prestamos todas as **informações** relevantes. Isso significa tratar os investidores com **respeito**.

(entrevista de João Ricardo Ferreira)

ROSSI | Relatório Anual 2007

Novas regionais

Dando continuidade à política de diversificação geográfica, a Rossi inaugurou duas regionais em 2007: a Nordeste, sediada em Fortaleza, e a Oeste Paulista, em São José do Rio Preto. Com as novas estruturas, a Empresa melhora suas condições de atendimento a essas regiões, aproximando-se ainda mais dos clientes e dos parceiros locais.

Novas parcerias

Ao longo do ano, dez novas parcerias foram estabelecidas com incorporadoras de diferentes pontos do Brasil para apoiar os empreendimentos futuros nas cidades em que a Rossi atua.

Mais terrenos

Nove cidades foram adicionadas ao banco de terrenos em 2007, aumentando o estoque disponível para novos projetos. Ao encerrar o ano, a Empresa dispunha de 129 terrenos em carteira para futuros empreendimentos. Esse estoque de terrenos equivale a um VGV potencial de R\$ 14,71 bilhões, cuja parte da Rossi corresponde a R\$ 10,1 bilhões (69%). A Empresa tem investido consistentemente na constituição de um banco de terrenos de qualidade, que possa oferecer um horizonte de lançamentos futuros de até cinco anos.

Gestão de pessoas

A área de Gestão de Pessoas foi reformulada e ampliada para se adequar às necessidades atuais da Empresa. Entre outras iniciativas, a Empresa investiu na realização de treinamentos e na ampliação dos benefícios aos colaboradores. A consultoria Hay Group foi contratada para mapear os cargos e salários e adequá-los ao mercado. Para 2008, está previsto um programa de desenvolvimento gerencial e outro para capacitação de *trainees*.



Jason Franca, colaborador Rossi.



Ivan Piffer, colaborador Rossi.



Governança Corporativa

A Rossi está empenhada em aprimorar seu modelo de governança corporativa, fazendo com que acionistas, família e executivos se harmonizem perfeitamente, atendendo aos requisitos de transparência na prestação de contas, equidade no tratamento de seus acionistas e profissionalização contínua da gestão. As decisões mais importantes são tomadas coletivamente, com base em estudos técnicos detalhados. Em 2007, várias ações importantes foram adotadas no sentido de aperfeiçoar as boas práticas de governança.

Reformulação do Conselho

Está em curso um trabalho de reformulação do Conselho de Administração, que atualmente conta com dois conselheiros independentes. Esse trabalho inclui a implementação do Regimento Interno do Conselho, a definição dos novos conselheiros internos e independentes, o acompanhamento das reuniões com a definição dos temas críticos para discussão e a criação de um sistema de monitoração de performance e risco para os acionistas. O processo está sendo conduzido pela MESA Corporate Governance Consultoria, de Herbert Steinberg.

Sucessão familiar

A sucessão familiar vem sendo planejada desde 2004 pela empresa Renê Werner e Associados. Esse projeto, atualmente na fase final, tem como objetivo criar uma estrutura societária que assegure regras estáveis de transição familiar, observando o princípio de perpetuidade nos negócios.

Os **comitês internos** examinam atentamente todos os aspectos relevantes dos empreendimentos, fornecendo subsídios às **decisões estratégicas**, que são sempre coletivas.

Plano de sucessão e avaliação do *management*

Como também previsto no trabalho da MESA Consultoria, será detalhado um sistema de *backup* para diretores e gestores em posições-chave por meio da definição das competências necessárias para cada função da alta administração. Um sistema de avaliação diferenciado também será desenhado para que o Conselho possa avaliar a adequação de cada executivo à sua função e com isso propor planos de desenvolvimento individuais.

Comitê Executivo de Negócios

Formado para aprovar a compra de terrenos. Analisa informações estratégicas, como o estudo de viabilidade do empreendimento, a rentabilidade esperada e os riscos envolvidos. É composto pelos membros da Diretoria Corporativa, alguns membros do Conselho de Administração e por integrantes das Diretorias Regionais, que propõem as aquisições.

Comitê Executivo Financeiro

O Comitê Financeiro tem a tarefa de gerenciar o fluxo de caixa da Empresa, analisando o impacto de novos investimentos em terrenos aprovados pelo Comitê de Negócios e avaliando as alternativas de *funding* disponíveis. Participam membros da Diretoria Corporativa, do Conselho de Administração, o Diretor Financeiro, o Gerente Financeiro e o *Controller*. Suas reuniões ocorrem mensalmente.

Comitê Executivo Jurídico

Formado semanalmente por representantes da área jurídica, pelo Diretor Comercial e por um membro do Conselho de Administração, sua função é examinar as propostas de compra de terrenos, verificar as condições legais e patrimoniais dos imóveis e analisar os riscos envolvidos. Como resultado, pode referendar ou vetar a aquisição de um terreno por critérios jurídicos.

Comitê Executivo de Lançamento de Empreendimentos

Com a utilização do estudo da viabilidade de lançamento de cada empreendimento, do orçamento de marketing, do orçamento da construção e da tabela de vendas proposta, revisa as premissas utilizadas no Comitê de Negócios para assegurar a expectativa de lucratividade do empreendimento. As reuniões desse comitê são semanais.



Reuniões de acompanhamento de empreendimentos

A Diretoria Corporativa realiza reuniões mensais com cada Diretoria Regional para avaliar o cumprimento das metas de vendas, lançamentos e resultado. Também é analisado o desempenho de cada empreendimento, comparando resultados previstos e realizados, estoques de unidades prontas, inadimplência e desempenho das obras, entre outros indicadores. Os encontros fornecem subsídios para a reunião geral, para a qual são convocados também os membros do Conselho, quando são analisados os indicadores consolidados da Empresa.

Padrões contábeis

Como uma das primeiras empresas do setor imobiliário a abrir seu capital, a Rossi acumula grande experiência em relação à adoção de práticas contábeis em consonância com as normas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). A Rossi foi uma das primeiras empresas do setor imobiliário a disponibilizar seus balanços conforme os padrões internacionais (USGAAP), em atendimento ao regulamento do Novo Mercado, mais alto nível de governança corporativa da Bolsa de Valores do Estado de São Paulo (Bovespa).

Plano de *Stock Options*

A estratégia de remuneração dos executivos da Rossi inclui um programa de incentivos de longo prazo, desenhado visando à retenção dos profissionais, ao compromisso com resultados futuros e à recompensa pelo desempenho corporativo de longo prazo.

Foi contratada uma consultoria especializada, a Hay Group, que pesquisou as práticas do mercado e propôs alternativas de desenho de incentivos de longo prazo.

Programa de Participação nos Resultados

O Programa de Participação nos Resultados está relacionado com o desempenho de cada área no alcance de metas e resultados estabelecidos para o ano.

A Empresa distribui um percentual do seu lucro líquido contábil para todos os colaboradores, com exceção dos estagiários, temporários, empregados contratados por prazo determinado, autônomos e empregados de terceiros.

07



Gestão de Riscos

A Rossi conta com uma série de instrumentos para avaliação e minimização de riscos, com o objetivo de preservar sua capacidade de cumprir os compromissos firmados com seus clientes e fornecedores, bem como de criar valor para os acionistas.

Gestão do fluxo de caixa

Caracterizada pelo uso de capital intensivo, a atividade imobiliária depende de uma boa gestão da entrada e saída de recursos para cada fase dos empreendimentos em carteira. A Rossi utiliza o sistema de gestão desenvolvido pela empresa SAP para calcular o fluxo de caixa de forma precisa e confiável a qualquer momento. Dessa forma, é possível avaliar de forma muito rápida e dinâmica a situação do caixa futuro da Empresa, usar modelos de sensibilidade e determinar estratégias de longo prazo que minimizem o risco financeiro da Empresa. Mais do que uma atribuição do Conselho de Administração e da Diretoria, a preocupação com a fluidez dos recursos é repartida por todos os gestores e colaboradores, fazendo parte da cultura da Empresa.

Riscos de engenharia

O orçamento de cada obra, incluindo todos os custos diretos e indiretos de construção, é dimensionado e aprovado antes do início das obras. A área de Engenharia trabalha munida de relatórios de orçamento e projetos detalhados para prevenir eventuais inconsistências durante a construção.

Segurança do trabalho

O modelo de negócio adotado pela Rossi baseia-se na terceirização da mão-de-obra na construção. Quase todas as equipes são contratadas, o que reforça a necessidade de um rígido controle da segurança da mão-de-obra. A Empresa reforça constantemente o treinamento, por meio de material impresso e audiovisual. Essa e outras medidas, visando diminuir o número de acidentes de trabalho, fizeram com que os índices de perda de horas trabalhadas caíssem de 3,26% em 2005 para apenas 0,04% em 2007.

Riscos jurídicos

O Departamento Jurídico é centralizado, o que facilita a tomada de decisão sobre a aquisição de terrenos. Previnem-se, assim, problemas de propriedade e de aprovação dos projetos nos órgãos competentes, aumentando a segurança e o controle das questões legais relativas aos investimentos para a formação do banco de terrenos.



Empreendimento Giardino Paraíso,
São Paulo, SP



08

Colaboradores Rossi

As pessoas que trabalham na Rossi estão comprometidas com o futuro da Empresa. Apesar do mercado de trabalho bastante aquecido em 2007, os colaboradores valorizam a solidez da instituição e as oportunidades de crescimento profissional que ela oferece.

Remuneração total acima da média

Em maio de 2007, a consultoria especializada em remuneração Hay Group foi contratada para estabelecer o equilíbrio interno dos cargos da Empresa, de acordo com o porte da Rossi, complexidade do cargo, liberdade de ação, desafios e impacto no resultado final do negócio. A Hay verificou que a remuneração total (salário-base, benefícios e bônus) – praticada na Rossi era 84% maior do que a média do mercado. A Rossi adotou uma política de remuneração que mantém critérios eqüitativos de valorização, visando ao equilíbrio competitivo interno e externo das estruturas de cargos e salários, bem como do plano de benefícios. Periodicamente, são realizadas pesquisas de mercado que permitem manter a estrutura salarial competitiva, além de diagnosticar e corrigir eventuais distorções.

Retenção de Talentos

O Programa de Retenção de Talentos teve início em 2007, com o aprimoramento da grade de treinamentos e desenvolvimento profissional, assim como com a melhora dos benefícios oferecidos a todos os colaboradores, como forma de aumentar o grau de satisfação e de motivação. Entre os benefícios, destacam-se: seguro-saúde, com 100% de cobertura pela Empresa, incluindo dependentes; seguro de vida, com a co-participação em 30% e a cobertura do cônjuge; assistência odontológica, com co-participação em 50% do valor do plano; estacionamento de veículos; fornecimento de aparelho Nextel; e desconto na aquisição de imóvel. O benefício apoio educacional consiste no pagamento, por parte da Empresa, de até 50% dos valores relacionados a cursos de graduação e pós-graduação para os colaboradores com mais de seis meses de casa.



Formação de mão-de-obra

Em parceria com o Senai, a Rossi mantém escolas, batizadas de Bom Pedreiro, para formação de profissionais especializados na área de construção civil, como pedreiros e carpinteiros. Já há escolas desse tipo nas Regionais Campinas e Sul. Outras serão criadas no futuro.

Desenvolvimento profissional

Os colaboradores têm acesso à grade de treinamentos oferecidos em cada Regional, tanto para cursos técnicos como comportamentais. Os cursos são ministrados por instituições selecionadas pela área de Gestão de Pessoas. As inscrições podem ser feitas pelo próprio colaborador na Intranet. O objetivo é que o profissional se identifique com o curso. Assim, além de aprender, terá a oportunidade de avaliar suas necessidades e administrar seu tempo. Em 2007, foram treinados 2.043 colaboradores.

Contratação de profissionais

Em 2007, foram contratados 240 novos profissionais de diversos segmentos, sustentando o crescimento da Empresa, com a expansão das áreas de atuação das Regionais. O processo de recrutamento e seleção visa atrair candidatos internos ou externos potencialmente qualificados para ocupar os cargos na Rossi. A seleção abrange entrevistas e testes em busca do candidato que melhor se aproxime do perfil do cargo. O objetivo é aproveitar os talentos da Rossi, encorajando o desenvolvimento profissional, bem como trazer para a Empresa habilidades e conhecimentos testados com sucesso em outras organizações e que possam ser somados à *expertise* da Rossi.



Rosemeire Araujo e Keilla Lima,
colaboradoras Rossi



Mônica Vranjac e Juliana Bordin,
colaboradoras Rossi

Integração de novos colaboradores

Os contratados passam por um programa de integração de dois dias, que inclui a apresentação da história da Empresa e sua Visão, Missão e Valores, bem como as principais responsabilidades de cada área. Visitas aos Escritórios Regionais, obras e estandes de vendas complementam a integração.

Estagiários e *trainees*

Futuros profissionais selecionados em universidades tiveram a oportunidade de estagiar na Rossi, cumprindo um programa de iniciação às diversas atividades. O objetivo do programa de estágio de engenharia é investir na formação de profissionais que estejam cursando Engenharia Civil nas principais universidades do País. O desafio é formar esses profissionais em gestão e planejamento da construção dos empreendimentos, permitindo a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos na universidade. São 3.114 horas de estágio distribuídas nas áreas de Engenharia, Incorporação, Arquitetura, Marketing, Relacionamento com Clientes e Gestão de Pessoas. Em 2008 será a vez dos *trainees*, que cumprirão um treinamento de dois anos em vários departamentos para conhecer em detalhes o negócio da Empresa.

Stock Options

A Rossi desenvolveu uma estratégia de remuneração dos executivos, desenhando um programa de incentivos de longo prazo como elemento de retenção, compromisso com resultados futuros e recompensa por desempenho corporativo de longo prazo. Foi contratada a consultoria Hay Group, que pesquisou alternativas de desenho de incentivos de longo prazo e as práticas de mercado.

Felipe P. A. Joseph e
Elizabeth Hironka,
colaboradores Rossi





Programa de Participação nos Resultados (PPR)

O Programa de Participação nos Resultados investiu R\$ 9 milhões no pagamento de participações referentes a 2007. O montante pago em março de 2008 foi destinado a remunerar todos os colaboradores da Rossi. Todas as áreas foram avaliadas de acordo com critérios individuais e tiveram o percentual de bonificação atrelado ao seu desempenho.

Endomarketing

Diversos instrumentos para aprimorar a comunicação interna foram desenvolvidos e implementados em 2007. Entre eles:

- Comitê de comunicação

Tem o objetivo de facilitar o fluxo de comunicação e captar notícias para os veículos de comunicação interna: um jornal, dois murais (corporativo e obras) e a Intranet. É formado por colaboradores de diversas áreas da matriz e Regionais. Reúne-se mensalmente para definição das pautas. Partindo da premissa de que a comunicação tem de ser de duas vias, o objetivo é informar os acontecimentos e ouvir o que os colaboradores esperam e querem ver na ferramenta.

- E-mail de apresentação de recém-contratados

Canal que divulga a entrada dos novos colaboradores. Está sendo utilizado para apoiar a velocidade acelerada de novas contratações. É enviado quinzenalmente a todos os colaboradores da matriz e Regionais.

- Evento de bate-papo com a gerência

Tem como finalidade levar informação sobre as áreas para todos os colaboradores. É uma oportunidade para cada um adquirir melhor visibilidade do negócio e saber o que o outro departamento faz, qual a estrutura, as metas e os resultados, entre outros aspectos. Trata-se de um bate-papo informal, focado na disseminação do conhecimento interno.



Empreendimento Oceano,
Guarujá, SP

- **Visitas monitoradas de colaboradores aos estandes de vendas**
Têm o objetivo de incentivar o colaborador a conhecer o negócio da Rossi. Evento em que um ônibus da Rossi leva os colaboradores e as respectivas famílias interessadas para conhecer os estandes de vendas da Rossi.
- **Patrocínio esportivo**
A Rossi apóia a prática de esportes entre os colaboradores, por intermédio do patrocínio da inscrição dos interessados em corridas e caminhadas de rua, além da locação de quadras para jogos de futebol masculino e feminino. Essa ação visa incentivar a qualidade de vida e o equilíbrio entre a vida pessoal e a profissional.
- **Programa da qualidade de vida**
Foi desenvolvido em todas as regionais um programa de qualidade de vida chamado “Rossi Bem-estar”, com foco no estímulo às atividades físicas. O objetivo é cuidar da mente, com atenção à saúde, durante os momentos de lazer e eventos comemorativos. O programa traz como benefício a integração entre os colaboradores, buscando o equilíbrio entre um estilo de vida saudável e o trabalho e criando maior disposição, satisfação e motivação.



Antonio César
Santos e Aline Silva,
colaboradores Rossi



09

Desempenho Socioambiental

A Rossi tem consciência de sua responsabilidade social. Mais do que satisfazer os clientes e investidores, seus produtos são planejados para contribuir com o desenvolvimento do conjunto da sociedade e com a preservação do meio ambiente.

Preservação do meio ambiente

A Empresa emprega madeira de reflorestamento na construção, e as lajes são preferencialmente moldadas em ferro e fibra, procedimento que reduz a utilização de madeira nas obras.

Urbanismo e convivência

O Villa Flora também é um exemplo de empreendimento que vai além de sua função básica. Além da qualidade construtiva, contém soluções urbanísticas que favorecem a qualidade de vida, valorizando o contato e o respeito à natureza. A ONG Gira Sonhos foi contratada para integrar os moradores por meio de atividades artísticas e culturais, como oficinas de dança, música e informática.

Economia de água e cuidado com o lixo

Soluções que proporcionam o reúso da água e a conseqüente diminuição do desperdício estão presentes em diversos empreendimentos da Rossi. Nos canteiros de obra, o cuidado da Empresa envolve desde o manejo adequado dos resíduos até a limpeza do entorno e a minimização de ruídos que possam incomodar a vizinhança.

Novas tecnologias

Uma equipe de técnicos e engenheiros se dedica a encontrar soluções que minimizam o impacto ambiental. Aquecimento de água e geração de energia com o emprego de painéis solares, novos materiais lançados no mercado e técnicas construtivas inovadoras são alguns dos assuntos examinados pelo grupo, que realiza pesquisas tanto no Brasil como no exterior.

Consciente de sua **responsabilidade** com o **desenvolvimento** da sociedade, a Rossi desenvolve empreendimentos que **respeitam** o **meio ambiente** e promovem a convivência entre os moradores.

Sustentabilidade

A Rossi é membro fundador *platinum* do Green Building Council, entidade ligada à mais difundida organização internacional para critérios e avaliação de construções sustentáveis, o World Green Building Council. Um dos objetivos da Empresa é adequar-se às normas internacionais de responsabilidade socioambiental com práticas de construções sustentáveis de acordo com a realidade brasileira.

Durabilidade

Os projetos da Rossi prevêem formas de facilitar a manutenção dos imóveis pelos moradores, garantindo a funcionalidade da construção por muitos anos. Após a entrega do imóvel, a Empresa põe à disposição do proprietário uma equipe de manutenção qualificada para efetuar eventuais reparos.

Redução de papel e *outsourcing* de impressão

Por meio de um projeto de *outsourcing* de impressão, foram implantadas nos escritórios máquinas corporativas com capacidade de até 42 páginas por minuto em preto-e-branco, com separadores por departamento e impressão frente e verso. Também foram instalados equipamentos multifuncionais com capacidade de imprimir até 44 páginas por minuto, digitalizar documentos, receber e enviar fax diretamente do computador e efetuar cópias. O ambiente passou a ser gerenciado e controlado. Foi elaborada uma campanha para utilização racional e impressão consciente e implantado um programa de destinação para materiais descartados (papéis e insumos) com a ONG Reciclar, que recolhe o material e realiza benfeitorias e programas sociais. Esse projeto gerou uma economia de 39% sobre o modelo anterior.



Reconhecimentos

As diversas premiações que a Rossi conquistou ao longo de sua história demonstram que a qualidade dos projetos tem sido destacada pelas entidades representativas do setor imobiliário e pelos veículos de comunicação especializados. Alguns dos reconhecimentos obtidos em 2007:

Top de Marketing

Prêmio mais concorrido do setor, concedido pela ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil), destinado às organizações que primam pela melhor sustentação de seu produto, serviço ou marca, por meio de táticas inovadoras e consistentes.

- A ADVB-SP premiou o empreendimento **Galleria Boulevard** (Campinas, SP).
- A ADVB-PR premiou o *case* “Primeiro *resort* urbano de Curitiba – O marketing em ação” na categoria mercado imobiliário sobre o empreendimento **Boulevard Rebouças** (Curitiba, PR).

Top Imobiliário

Homenagem promovida pelo jornal *O Estado de S. Paulo* que tem como base o levantamento da Empresa Brasileira de Estudos de Patrimônio (Embraesp), que seleciona as dez melhores empresas nas áreas de vendas, construção e incorporação imobiliária. O *ranking* da Embraesp é específico para os empreendimentos (residenciais e comerciais) lançados no ano na Grande São Paulo.

- A Associação dos Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi-RJ) premiou o empreendimento **Orizzonte Self Living** (Niterói, RJ), na categoria Meio de Hospedagem.

Planeta Casa

O Prêmio Planeta Casa 2007, concedido pela revista *Casa Claudia*, busca valorizar empresas, profissionais e estudantes das áreas de arquitetura, construção e decoração engajados com o desenvolvimento sustentável, destacando ações, produtos, empreendimentos imobiliários, projetos arquitetônicos e de interiores que promovam a conservação do meio ambiente.

- A revista *Casa Claudia*, da Editora Abril, concedeu menção honrosa para a comunidade planejada **Villa Flora** (Sumaré, SP) na categoria Empreendimentos Imobiliários.

Master Imobiliário

Prêmio conferido anualmente pelo Secovi-SP (Sindicato de Empresas de Compra, Venda e Locação de Imóveis de São Paulo) nas categorias Profissional, Empreendimento e Hors-Concours. A premiação identifica os melhores profissionais e as obras de maior destaque e velocidade de vendas nos 12 meses que antecedem a entrega.

- A Associação dos Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi-RJ) premiou o empreendimento **Liberty Garden** (Rio de Janeiro, RJ), na categoria Marketing/Comercialização de Empreendimento de Médio Porte.
- A Federação Internacional das Profissões Imobiliárias (Fiabci-Brasil) e o Secovi-SP premiou o empreendimento **Victoria Bay** (Vitória, ES) na categoria Profissionais e Comercialização.





Perspectivas 2008

Um amplo conjunto de ações está em andamento com o objetivo de garantir a permanência da Rossi como uma das maiores e melhores companhias do ramo imobiliário no País. A meta é continuar na rota de crescimento que a Empresa vem trilhando nos anos recentes.

Lançamentos no segmento econômico

Até o fim de 2008, a Rossi lançará 9 mil unidades residenciais voltadas ao segmento econômico. A Empresa avalia que haverá um aumento considerável na demanda de imóveis nessa faixa por conta de uma combinação de fatores macroeconômicos favoráveis. E acredita que a experiência que acumulou em mais de uma década de atuação com o segmento a situa em posição privilegiada para explorar tal oportunidade.

Aumento do estoque de terrenos

A Empresa continuará a investir consistentemente na constituição de um banco de terrenos de alta qualidade, que possa oferecer um horizonte de lançamentos no período de quatro a cinco anos.

Consolidação nas regiões

As Regionais recentemente abertas estão mais estruturadas, com o foco de atuação em suas respectivas regiões, com visão de longo prazo, com qualidade e com crescimento sustentado por resultados. O sucesso dos primeiros lançamentos em cidades como Fortaleza, Natal e Recife comprova o acerto da estratégia adotada.



Empreendimento Oceano,
Guarujá, SP

Comunidades planejadas

No primeiro semestre de 2008 será lançado um novo condomínio Villa Flora. O primeiro empreendimento foi construído há oito anos na cidade de Sumaré-SP, com o conceito de bairro planejado, integrando o urbanismo, a arquitetura e o paisagismo. Mesmo contando com diferenciais como áreas verdes, comércio e serviços comunitários, as residências do Villa Flora têm preços acessíveis aos clientes do segmento econômico.

Gestão de pessoas

Desenvolvimento de gerentes, revisão da avaliação de desempenho dos colaboradores, investimento em eventos esportivos internos e em programas sociais e realização de pesquisa de clima são alguns dos focos da área de Gestão de Pessoas para 2008. A Empresa também pretende investir R\$ 315 mil em treinamentos, como Matemática Financeira, Negociação, Trabalho em Equipe, Administração de Tempo e Atendimento ao Cliente, entre outros.

Marca Rossi

Após a divulgação da nova logomarca, prosseguirá o trabalho de fortalecimento da identidade corporativa da Rossi. Oficinas de capacitação para fornecedores, parceiros e colaboradores já estão agendadas para garantir a aplicação correta da nova linguagem.

Informações Corporativas

Regional São Paulo e Matriz Av. Major Sylvio de Magalhães Padilha, 5.200 – Ed. Miami – 3º e 4º andar | Morumbi – São Paulo – SP | CEP: 05693-000 | Tel./Fax (11) 3759-8500

Regional Campinas Rua Guilherme da Silva, 324 | Cambuí – Campinas – SP | CEP: 13025-070 | Tel. (19) 3794-3300 | Fax (19) 3794-3316

Regional Sul Av. Nilo Peçanha, 2.825 – cj.1001 | Chácara das Pedras – Porto Alegre – RS | CEP: 91330-001 | Tel. (51) 3321-7700 | Fax (51) 3321-7799

Escritório Curitiba Al. Dr. Carlos de Carvalho, 555 – cj. 55 | Centro – Curitiba – PR | CEP: 80430-180 | Tel./Fax (41) 3079-2674/3024-5559

Regional Rio de Janeiro Av. das Américas, 500 – bloco 18 – loja 105 – Shopping Downtown | Barra da Tijuca – Rio de Janeiro – RJ | CEP: 22640-100 | Tel. (21) 3214-3000 | Fax (21) 3214-3073

Escritório Vitória Av. Nossa Senhora da Penha, 699 – Sala 601 a 604 – Torre A | Santa Lúcia – Vitória – ES | CEP: 29056-250 | Tel./Fax (27) 3315-1212

Escritório Recife Rua Buenos Aires, 69 – Espinheiro – Recife – PE | CEP: 52020-180 | Tel./Fax (81) 3366-3021

Regional Belo Horizonte Av. Afonso Pena, 2.522 – 14º andar – Sala 1.402 | Bairro Funcionários – Belo Horizonte – MG | CEP: 30130-007 | Tel. (31) 3324-8260 | Fax (31) 3261-0707

Escritório Goiânia Av. Jamel Cecílio, 3.310 – 10º andar – Sala 1.004 | Jardim Goiás – Goiânia – GO | CEP: 74810-100 | Tel./Fax (62) 3609-1881

Regional Nordeste Rua Frei Mansueto, 550 | Varjota – Fortaleza – CE | CEP: 60175-070 | Tel. (85) 4006-1441 | Fax (85) 4006-1411

Escritório Natal Rua Missionário Joel Carlson, 1.800 – Capim Macio – Natal – RN | CEP: 59082-130 | Tel./Fax (84) 3642-4080

Escritório Salvador Rua Coronel Almerindo Rehem, 126 – Salas 903 e 904 | Caminho das Árvores – Salvador – BA | CEP: 41820-768 | Tel. (71) 3114-5700 | Fax (71) 3114-5707

Regional Oeste Paulista Rua Saldanha Marinho, 2.815 – Sala 32 | Centro – São José do Rio Preto – SP | CEP: 15010-100 | Tel. (17) 3234-2515 | Fax (17) 3222-2974

Para mais informações, acesse: www.rossiresidencial.com.br.

