

# Segundo Trimestre de 2006

Divulgação dos Resultados e Informações Financeiras Complementares

Lançamentos do 2º Trimestre de 2006



Contato em Relações com Investidores:  
Gustavo Felizzola  
[ri@gafisa.com.br](mailto:ri@gafisa.com.br)

Conference Call dos Resultados do 2T06\*  
São Paulo 8 de Agosto de 2006  
10:00AM (Brasília), 9:00AM (US-ET)  
+55 (11) 2101-4848  
Código Gafisa : GAFISA  
Webcast: <http://www.gafisa.com.br/ri>

\* Apresentação estará disponível no site [www.gafisa.com.br/ri](http://www.gafisa.com.br/ri)



Construindo para você  
o melhor lugar do mundo.

**Gafisa**

## **Gafisa Encerra Segundo Trimestre de 2006 com Aumento de 151% em Lançamentos e 168% em Vendas Contratadas**

**São Paulo, 07 de agosto de 2006** – A Gafisa S.A. (Bovespa: GFSA3), uma das empresas líderes no mercado de construção e incorporação no Brasil, com foco no mercado residencial, anunciou hoje seus resultados financeiros para o segundo trimestre de 2006 (2T06). As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado em contrário, são apresentadas em Reais (R\$) de acordo com as práticas contábeis brasileiras (BR GAAP), e as comparações referem-se ao segundo trimestre de 2005 (2T05). Adicionalmente, os demonstrativos financeiros e operacionais referem-se às participações da Gafisa em seus empreendimentos.

### **Contato de RI**

Email: [ri@gafisa.com.br](mailto:ri@gafisa.com.br)  
Tel: +55 (11) 3025-9242

**Website de RI:**  
[www.gafisa.com.br/ir](http://www.gafisa.com.br/ir)

**Teleconferência**  
**Resultados 2T06**

Data:  
Terça-feira, 8 de agosto de 2006.

#### **> Em Português:**

10:00h (Horário de Brasília)  
9:00h (US ET)  
Tel.: +55 (11) 2101-4848  
Replay: +55 (11) 2101-4848  
Código: Gafisa

#### **> Em Inglês:**

12:00h (Horário de Brasília)  
11:00h (US ET)  
Tel.: +1 (973) 582-2734  
Replay: +1 (973) 341-3080  
Código: 7617321

### **Highlights Operacionais e Financeiros**

▲ Os Lançamentos do segundo trimestre totalizaram R\$ 274,2 milhões, representando um crescimento de 151,3% em comparação ao mesmo período de 2005. As vendas contratadas no 2T06 aumentaram em R\$143,5 milhões, ou 168,2%, de R\$ 85,3 milhões no segundo trimestre de 2005 para R\$228,9 milhões.

▲ Para os três meses findos em 30 de Junho de 2006, a receita operacional líquida consolidada, reconhecida em função do Andamento de Obra ("PoC"), aumentou em R\$ 49,1 milhões (47,5%), de R\$103,4 para R\$152,5 milhões.

▲ O saldo de receitas a apropriar, reconhecidas pelo método PoC, alcançou R\$560,7 milhões no 2T06, representando um aumento de 46,3% em relação ao 2T05.

▲ Os Resultados a apropriar alcançaram R\$242,9 milhões, ou 91,4% em comparação ao mesmo período de 2005. A margem dos resultados a apropriar ao final de 2T06 é de 43,3% das receitas a serem apropriadas, 10,2pp maior, quando comparado ao 2T05.

▲ O EBITDA (excluindo-se despesas não-recorrentes de R\$1,8 milhões) no 2T06 foi de R\$19,1 milhões (12,5% da receita líquida), um aumento de 25,2% comparado aos R\$15,3 milhões no 2T05 (14,8% da receitas líquida).

▲ O Lucro Líquido (excluindo-se despesas não-recorrentes de R\$1,8 milhões) no 2T06 foi de R\$21,1 milhões (equivalente a 13,8% das receitas líquidas), um aumento de 660,9%, em relação aos R\$2,8 milhões observados no 2T05 (2,7% da receita líquida). O lucro por ação ajustado no 2T06 foi de R\$ 0,21, um aumento de 600,0% comparado aos R\$ 0,03 do 2T05.

▲ Em abril, a Standard & Poor's elevou o *rating* de crédito corporativo da Gafisa de BBB para BBB+. A agencia de classificação também alterou a perspectiva da companhia de estável para positiva.

▲ Em meados de abril, nos associamos com a OAS, empresa nacionalmente conhecida, para operar no estado da Bahia, um dos mercados mais importantes do Nordeste. As companhias estão analisando oportunidades de negócios em conjunto e podem lançar projetos ainda neste ano.

▲ No final de abril, nos associamos com a incorporadora gaúcha Ivo Rizzo, para participarmos de uma série de empreendimentos no mercado do Rio Grande do Sul, sendo que dois deles já foram lançados neste último trimestre.



▲ Em maio de 2006, a Gafisa fechou uma associação com a Cipesa, uma das mais tradicionais incorporadoras do Nordeste, para operar no estado do Alagoas. A parceria 50%-50% visa participações conjuntas em novos projetos a serem lançados ainda neste ano.

▲ No 2T06, lançamos nossos dois primeiros projetos oferecendo financiamento bancário pré-aprovado durante a fase de lançamento, um grande passo para transferir a atividade de financiamento dos clientes aos bancos e manter nosso foco em construção e incorporação de imóveis, atividades que trazem retornos maiores aos nossos acionistas.

<b>Destaques financeiros e operacionais (BR GAAP)</b>	<b>2T06</b>	<b>2T05</b>	<b>Var. (%)</b>	<b>1S06</b>	<b>1S05</b>	<b>Var. (%)</b>
Lançamentos (R\$000) (% Gafisa)	274.215	109.109	151,3%	436.239	179.922	142,5%
Lançamentos (R\$000) (incluindo part. de sócios minoritários)	372.196	109.109	241,1%	534.220	179.922	196,9%
Lançamentos (Unidades)	1254	531	136,2%	1736	677	156,4%
Preço Médio dos Lançamentos (R\$/m <sup>2</sup> ) (100%)	2.853	2.593	10,0%	3.062	2.532	20,9%
Vendas Contratadas (R\$000) (% Gafisa)	228.870	85.345	168,2%	381.206	167.694	127,3%
Vendas de Lançamentos do período (R\$000) (% Gafisa)	143.699	42.395	239,0%	186.163	70.589	163,7%
Vendas de Lançamentos de anos anteriores (R\$000) (% Gafisa)	85.171	42.950	98,3%	195.043	97.105	100,9%
Vendas Contratadas (R\$000) (incluindo participação de sócios minoritários)	272.458	110.716	146,1%	436.176	217.592	100,5%
Vendas Contratadas (Unidades)	766	369	107,6%	1432	659	117,3%
Preço Médio dos Lançamentos (R\$/m <sup>2</sup> ) (sem loteamentos)	2.805	2.888	-2,9%	2.838	2.990	-5,1%
<hr/>						
Receita Líquida (R\$ 000)	152.548	103.420	47,5%	284.771	212.296	34,1%
Lucro Bruto	39.521	33.189	19,1%	74.844	68.275	9,6%
<i>Margem Bruta</i>	25,90%	32,10%	-6,2pp	26,30%	32,20%	-5,9%
EBITDA	17.287	15.283	13,1%	9.301	35.656	-73,9%
Despesas não-recorrentes	-1.840	-	-	-29.176	-	-
EBITDA Ajustado (excluídas Despesas não-recorrentes)	19.127	15.283	25,2%	38.478	35.656	7,9%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	12,50%	14,80%	-2,2pp	13,50%	16,80%	-3,3pp
Lucro Líquido	19,283	2.776	594,6%	4.504	8.896	-62,7%
Lucro Líquido Ajustado (R\$ 000)	21,123	2.776	660,9%	33.681	8.896	265,2%
<i>Margem Líquida</i>	13,85%	2,70%	11,1pp	11,83%	4,20%	7,2pp
Lucro por Ação Ajustado (R\$)	0,21	0,03	600,0%			
Média Ponderada do número de ações, (000)	102.493.942	83.912.457				
<hr/>						
Receitas a Apropriar	560.681	383.208	46,3%	560.681	383.208	46,3%
Resultados a Apropriar	242.850	126.889	91,4%	242.850	126.889	91,4%
Margem dos Resultados a Apropriar	43,3%	33,1%	10,2pp	43,3%	33,1%	10,2pp



## Comentários da Administração sobre os Resultados do 2T06

De acordo com Wilson Amaral, diretor presidente da Gafisa: “Estamos muito satisfeitos em informar nossos resultados para o segundo trimestre, no qual tivemos um crescimento de 151% em lançamentos e de 168% em vendas contratadas, comparando-se ao mesmo período do ano passado. A força de todos os nossos continua a alimentar um crescimento recorde em lançamentos e, como consequência, das vendas contratadas.”

“Nossas vendas contratadas no 2T06 mostraram nossa força operacional e impulsionaram nossas receitas a apropriar a um valor aproximado de R\$ 560 milhões ao final do trimestre, um aumento anual de 46,3%. Nossa margem a reconhecer atingiu um nível recorde de 43,3% das receitas a apropriar, 10,2pp maior do que no 2T05. Com estes resultados, continuamos com uma trajetória positiva, agora que entramos no segundo semestre de 2006.”

“Apesar do forte crescimento observado neste trimestre, nossa participação estimada no mercado foi de 6% em São Paulo<sup>1</sup> e 17% no Rio de Janeiro<sup>2</sup>. Nossas estimativas dizem-nos que 70% do mercado estão nas mãos de pequenos incorporadores, mas como escala torna-se cada vez mais importante nessa indústria, pequenos e médios incorporadores poderão ter dificuldades em competir em igualdade. Dada esta situação, esperamos que as grandes incorporadoras venham a ter mais vantagem do que nunca, sendo que a nossa influência na indústria deve continuar a se expandir, juntamente com nossos negócios.”

“Olhando para frente, vemos um forte crescimento orgânico contribuindo para o aumento dos lançamentos e das vendas contratadas. Além disso, continuaremos a fortalecer nosso alcance nacional por meio de parcerias estratégicas. Recentemente nos associamos com a Cipesa em Alagoas, consistente com a nossa estratégia de adicionar o conhecimento local à forte marca da Gafisa fora dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. Hoje, estamos presentes em 18 cidades e 11 estados, o que faz da Gafisa uma das incorporadoras mais geograficamente diversificadas do Brasil. Nossos investimentos estratégicos em mercados por todo o país nos últimos anos estão abrindo o caminho necessário para alcançarmos nossos objetivos de crescimento de longo prazo.”

“O mercado de São Paulo, que representa 36% de nossos lançamentos, continua a oferecer excelentes oportunidades. A razão pelas quais nossas vendas continuam sólidas é a nossa procura constante pelo produto certo, com preço certo e no local certo. Além disso, os bancos comerciais estão oferecendo diversos produtos diferenciados de crédito imobiliário que estão gerando uma demanda maior por nossos produtos. Com foco nos segmentos de classe média e médio-alta, a Gafisa está bem posicionada para se beneficiar deste ambiente.”

“O Mercado do Rio de Janeiro, que representa cerca de 32% de nossos lançamentos, encontra-se bastante concentrado na Barra da Tijuca, região de crescimento mais rápido na cidade em décadas. Esperamos manter a posição de liderança nesta região, mas nossa estratégia de diversificação para outras regiões menos exploradas e muito atrativas do Rio de Janeiro, deve continuar gerando excelentes oportunidades de crescimentos.

“Estamos muito otimistas com relação aos novos mercados nos quais estamos entrando por causa de seus mais diversos *drivers*. Nossos parceiros nos 11 estados em que operamos, nos ajudam a compreender melhor quais são os produtos certos e o que nossos clientes procuram. Já lançamos dois projetos através da recente associação com a Ivo Rizzo no Rio Grande do Sul e estamos para lançar projetos com nossos parceiros da Cipesa, em Alagoas, e OAS, em Salvador. Para ilustrarmos isso, os novos mercados – aqueles fora de São Paulo e Rio de Janeiro – já são responsáveis por cerca de 32% de nossos lançamentos.”

“Quanto ao crédito imobiliário, o expressivo crescimento anual de 103,6%<sup>3</sup> mostra que os bancos comerciais estão firmes em sua posição de canalizar recursos para o setor, apesar da exigibilidade do Banco Central. Os bancos começaram a oferecer diversos produtos de financiamento que estão impactando positivamente a demanda de aquisição de imóveis, especialmente nos nossos segmentos principais, os segmentos de renda média e média-alta.”

<sup>1</sup> Source: Embraesp

<sup>2</sup> Source: Ademi-RJ

<sup>3</sup> Fonte Banco Central ([www.bcb.gov.br](http://www.bcb.gov.br)) e Abecip ([www.abecip.org.br](http://www.abecip.org.br))



Construindo para você  
o melhor lugar do mundo.

**Gafisa**

“Dado o esperado ciclo de crescimento, pretendemos focar consistentemente em uma estratégia de *“balance-sheet-first”* para administrar nossas operações. Durante o segundo trimestre, desenvolvemos duas parcerias com dois grandes bancos comerciais, com a finalidade de reduzir a porcentagem de clientes financiados diretamente pela Gafisa, pois acreditamos que o desenvolvimento de projetos e a construção geram retornos muito maiores.”

Wilson Amaral concluiu: “O aumento na formação de novas famílias e atividade de financiamento, bem como o potencial de crescimento econômico sustentável e a confiança do consumidor, resultaram em uma forte demanda por moradias. Acreditamos que a Gafisa esteja extremamente bem posicionada para se beneficiar destas condições e para construir um histórico de crescimento dos lucros de longa duração.”

### Lançamentos e Vendas Contratadas

Os lançamentos da Gafisa cresceram 151,3%, ou R\$165,1 milhões, de R\$109,1 no 2T05, para R\$274,2 milhões, no 2T06. Seguindo nossas estimativas, os lançamentos não foram particularmente impactados pelos quatro feriados prolongados e pelos vinte e um dias de Copa do Mundo no 2T06. Ao contrário, os projetos lançados em Junho, particularmente no Rio de Janeiro e em Fortaleza, impulsionaram-nos a um bom início de vendas contratadas para o 3T06 e fortalecem nosso otimismo para o restante do exercício de 2006.

As tabelas abaixo fornecem detalhes sobre os lançamentos do 2T06 e primeiro semestre de 2006:

**Tabela 1 – Lançamentos 2T06**

Segmentos	Lançamentos (R\$000) (% Gafisa)			Preço de Lançamento (R\$/m <sup>2</sup> ) (100%)			Lançamento (Área Útil – m <sup>2</sup> ) (100%)		
	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05
ALTO	36.244	-	na	3.638	NA	na	9.963	-	na
MÉDIO-ALTO	95.955	16.641	476,6%	3.296	2.863	15,1%	51.763	5.812	790,6%
MÉDIO	99.712	27.625	260,9%	2.213	2.453	-9,8%	48.104	11.261	327,2%
BAIXA RENDA	-	-	na	NA	NA	na	-	-	na
LOTEAMENTOS	42.303	64.843	-34,8%	278	518	-46,4%	212.000	125.064	69,5%
COMERCIAL	-	-	na	NA	NA	na	-	-	na
<b>TOTAL</b>	<b>274.215</b>	<b>109.109</b>	<b>151,3%</b>	<b>2.853</b>	<b>2.593</b>	<b>10,0%</b>	<b>321.830</b>	<b>142.137</b>	<b>126,4%</b>
Região	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05
São Paulo	73.266	44.266	65,5%	3.481	2.593	34,3%	34.043	17.073	99,4%
Rio de Janeiro	58.933	53.537	10,1%	3.191	na	na	27.683	62.022	-55,4%
Novos Mercados	142.016	11.306	1156,1%	2.213	na	na	260.104	63.041	312,6%
<b>TOTAL</b>	<b>274.215</b>	<b>109.109</b>	<b>151,3%</b>	<b>2.853</b>	<b>2.593</b>	<b>10,0%</b>	<b>321.830</b>	<b>142.137</b>	<b>126,4%</b>

**Tabela 2 – Lançamentos Acumulados para os 6 meses de 2006<sup>4</sup>:**

Segmentos	Lançamentos (R\$000) (% Gafisa)			Preço de Lançamento (R\$/m <sup>2</sup> ) (100%)			Lançamento (Área Útil – m <sup>2</sup> ) (100%)		
	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	1S05	1S06 x 1S05
ALTO	82.397	-	na	3.778	NA	na	21.808	-	na
MÉDIO-ALTO	172.134	16.641	934,4%	3.285	2.863	14,7%	75.118	5.812	1192,4%
MÉDIO	99.712	98.438	1,3%	2.213	2.483	-10,9%	48.104	39.642	21,3%
BAIXA RENDA	6.983	-	na	1.808	NA	na	3.862	-	na
LOTEAMENTOS	42.303	64.843	-34,8%	278	518	-46,4%	212.000	125.064	69,5%

<sup>4</sup> Para mais informações sobre segmentação, referir para glossário no final desse relatório.



Segmentos	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	1S05	1S06 x 1S05
COMERCIAL	32.709	-	na	5.169	NA	na	6.328	-	na
<b>TOTAL</b>	<b>436.239</b>	<b>179.922</b>	<b>142,5%</b>	<b>3.062</b>	<b>2.532</b>	<b>21,0%</b>	<b>367.219</b>	<b>170.518</b>	<b>115,4%</b>
São Paulo	156.428	62.075	152,0%	3.292	2.558	28,7%	61.260	24.266	152,5%
Rio de Janeiro	137.795	106.541	29,3%	3.646	2.502	45,8%	45.855	83.211	-44,9%
Novos Mercados	142.016	11.306	1156,1%	2.213	NA	na	260.104	63.041	312,6%
<b>TOTAL</b>	<b>436.239</b>	<b>179.922</b>	<b>142,5%</b>	<b>3.062</b>	<b>2.532</b>	<b>21,0%</b>	<b>367.219</b>	<b>170.518</b>	<b>115,4%</b>

As vendas contratadas no período de três meses findo em 30 de Junho de 2006 somaram R\$228,9 milhões, um aumento de 168,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. As vendas contratadas de lançamentos efetuados em 2006 representaram 62,8% do total de vendas contratadas (comparados a 49,7% em 2005), principalmente em função da ótima performance de lançamentos no primeiro semestre de 2006. As vendas de lançamentos feitos em anos anteriores a 2006 alcançaram 37,2% (comparados a 50,3% em 2005).

Nosso mix de vendas no trimestre foi de 69,6% nos nossos segmentos principais, médio e médio-alto padrão; contra 30,4% nos segmentos de alto-padrão, loteamentos, baixa renda e comercial. Os segmentos médio e médio-alto beneficiaram-se do fluxo de financiamentos bancários e continuaram sendo a base fundamental de nossos negócios. Apesar do ambiente mais competitivo, as vendas contratadas no setor de alto padrão responderam muito bem ao lançamento do projeto "Vista Ibirapuera" em São Paulo, de R\$ 36,2 milhões, o qual foi vendido em menos de duas horas. Esta extraordinária velocidade de vendas indica o retorno do investidor de imóveis ao mercado aliado à excelente localização do empreendimento. Futuramente, acreditamos que o segmento de alto-padrão representará aproximadamente 15% de nossas vendas contratadas, já que a demanda e a oferta de terrenos para o setor são limitadas. O segmento de mais baixa renda representou aproximadamente 5% de nossas vendas. Manteremos, estrategicamente, uma pequena participação nesse segmento, pois este pode-se tornar significativo no futuro.

A tabela abaixo apresenta uma descrição detalhada de nossas vendas contratadas do 2T06, comparadas ao 2T05:

**Tabela 3 – Vendas Contratadas (2º Trimestre)**

Segmentos	Vendas Contratadas (R\$000) (%Gafisa)			Preço de Venda (R\$/m <sup>2</sup> ) (100%) <sup>5</sup>			Vendas Contratadas - (Área Útil – m <sup>2</sup> ) (100%)		
	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05
ALTO	49.451	4.334	1041,1%	4.018	4.243	-5,3%	12.308	1.455	746,1%
MÉDIO-ALTO	108.688	21.164	413,6%	3.189	3.367	-5,3%	45.627	9.736	368,6%
MÉDIO	50.549	32.715	54,5%	2.089	2.569	-18,7%	25.004	15.070	65,9%
BAIXA RENDA	11.628	2.960	292,8%	1.239	1.611	-23,1%	9.410	1.899	395,5%
LOTEAMENTOS	6.976	22.559	-69,1%	738	570	29,3%	16.010	49.908	-67,9%
COMERCIAL	1.578	1.614	-2,2%	3.151	4.728	-33,4%	573	322	77,8%
<b>TOTAL</b>	<b>228.870</b>	<b>85.345</b>	<b>168,2%</b>	<b>2.805</b>	<b>2.888</b>	<b>-2,9%</b>	<b>108.932</b>	<b>78.390</b>	<b>39,0%</b>
Região	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05
São Paulo	129.908	39.149	231,8%	3.069	2.666	15,1%	48.647	17.958	170,9%
Rio de Janeiro	58.270	34.531	68,7%	2.660	3.332	-20,2%	29.787	27.936	6,6%
Novos Mercados	40.693	11.665	248,8%	2.271	2.944	-22,9%	30.497	32.496	-6,2%

<sup>5</sup> Cálculos de preços/m<sup>2</sup> não incluem loteamentos



TOTAL	228.870	85.345	168,2%	2.805	2.888	-2,9%	108.932	78.390	39%
Ano de Lançamento	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05	2T06	2T05	2T06 x 2T05
Lançamentos de 2006	143.699	-	na	3.320	NA	na	53.626	-	na
Lançamentos em 2005	48.347	42.395	14,0%	2.509	2.911	-13,8%	25.594	38.452	-33,4%
Lançamentos em 2004	16.557	16.301	1,6%	2.988	2.722	9,8%	13.108	25.214	-48,0%
Lançamentos em 2003	13.832	10.357	33,6%	1.568	2.922	-46,3%	10.058	4.442	126,4%
Lançamentos em 2002	6.436	16.293	-60,5%	1.439	2.931	-50,9%	6.546	10.282	-36,3%
<b>TOTAL</b>	<b>228.870</b>	<b>85.345</b>	<b>168,2%</b>	<b>2.805</b>	<b>2.888</b>	<b>-2,9%</b>	<b>108.932</b>	<b>78.390</b>	<b>39,0%</b>

**Tabela 4 – Vendas Contratadas Acumuladas para o período de 6 meses findo em 31 de Junho**

Segmentos	Pre-Sales (R\$000) (%Gafisa)			Sales price (R\$/sq.m) (100%)			Pre-Sales - usable area (sq.m) (100%)			
	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	Segmentos	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	
ALTO	65.028	11.219	479,6%	3.854	4.065	-5,2%		16.871	3.587	370,3%
MÉDIO-ALTO	159.761	46.633	242,6%	3.252	3.467	-6,2%		61.974	22.130	180,0%
MÉDIO	98.209	74.085	32,6%	2.207	2.727	-19,1%		46.990	30.313	55,0%
BAIXA RENDA	24.642	6.956	254,3%	1.452	1.521	-4,5%		17.058	4.886	249,1%
LOTEAMENTOS	8.978	25.652	-65,0%	691	529	30,6%		22.257	63.156	-64,8%
COMERCIAL	24.588	3.149	680,8%	4.791	4.135	15,8%		5.374	672	700,1%
<b>TOTAL</b>	<b>381.206</b>	<b>167.694</b>	<b>127,3%</b>	<b>2.838</b>	<b>2.990</b>	<b>-5,1%</b>		<b>170.524</b>	<b>124.744</b>	<b>36,7%</b>

  

Região	Pre-Sales (R\$000) (%Gafisa)			Sales price (R\$/sq.m) (100%)			Pre-Sales - usable area (sq.m) (100%)			
	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	1S05	1S06 x 1S05	
São Paulo	226.338	73.810	206,6%	2.881	2.762	4,3%		86.453	35.100	146,3%
Rio de Janeiro	95.366	74.542	27,9%	3.129	3.455	-9,4%		39.511	41.442	-4,7%
Novos Mercados	59.502	19.342	207,6%	2.258	2.560	-11,8%		44.560	48.202	-7,6%
<b>TOTAL</b>	<b>381.206</b>	<b>167.694</b>	<b>127,3%</b>	<b>2.838</b>	<b>2.990</b>	<b>-5,1%</b>		<b>170.524</b>	<b>124.744</b>	<b>36,7%</b>

  

Ano de Lançamento	Pre-Sales (R\$000) (%Gafisa)			Sales price (R\$/sq.m) (100%)			Pre-Sales - usable area (sq.m) (100%)			
	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	1S05	1S06 x 1S05	1S06	1S05	1S06 x 1S05	
Lançamentos de 2006	186.163	-	na	3.442	NA	na		64.162	-	na
Lançamentos em 2005	128.594	70.589	82,2%	2.540	3.167	-19,8%		58.167	46.054	26,3%
Lançamentos em 2004	28.006	33.748	-17,0%	2.903	2.831	2,5%		22.959	44.817	-48,8%
Lançamentos em 2003	23.849	22.722	5,0%	1.862	2.877	-35,3%		15.670	9.956	57,4%
Lançamentos em 2002	14.594	40.635	-64,1%	2.110	2.989	-29,4%		9.566	23.918	-60,0%
<b>TOTAL</b>	<b>381.206</b>	<b>167.694</b>	<b>127,3%</b>	<b>2.838</b>	<b>2.990</b>	<b>-5,1%</b>		<b>170.524</b>	<b>124.744</b>	<b>36,7%</b>

### Serviços de Construção

No segundo trimestre de 2006, fomos contratados para prestação de serviços de construção que totalizaram R\$64,0 milhões, sendo que não houve contratação destes serviços no mesmo período do ano anterior.

### Land Bank

O Land Bank atual da Gafisa, incluindo terrenos opionados, totalizou 1,0 milhões de m<sup>2</sup>, equivalentes a 7.821 unidades, das quais 5.313 de segmento médio e médio-alto. A competição por terrenos em áreas premium, na região



Construindo para você o melhor lugar do mundo.



metropolitana de São Paulo, está mais acirrada, em função do aumento do número de players em busca de maiores margens. Contudo, não esperamos aumento nos preços no médio prazo pois acreditamos que a disponibilidade de terrenos em nossos segmentos mais importantes (Médio e Médio-alto) se manterá estável.

Em 30 de Junho de 2006, 84% de nosso *Land Bank* atual foram adquiridos em permutas, contra 67% comparativamente a 31 de Março de 2006. Em São Paulo, os donos de terreno estão pedindo uma parcela maior de pagamento em dinheiro e menor em "Permuta", onde nós trocamos unidades como parte do pagamento do terreno. Isso pode nos levar a diminuir o percentual de permutas em compras futuras nessa região. Em São Paulo 65% do nosso *Land Bank* foi adquirido por meio de permuta. Por outro lado, o percentual de Permuta no Rio de Janeiro e Novos Mercados foi de 90% e 92%, respectivamente.

O *Land Bank* atual da Gafisa vale aproximadamente R\$2,1 bilhões em vendas futuras, o que é consistente com a política da companhia em manter reservas suficientes para dois a três anos de construção e vendas nos níveis existentes.

A tabela abaixo fornece uma descrição detalhada do *Land Bank* atual:

**Tabela 5- Land Bank**

	Unidades Potenciais				Vendas Futuras (R\$000)	% adquirido em permuta
	Alto	Médio e Médio-Alto	Baixa Renda	Comercial e Loteamentos		
São Paulo	336	2.118	-	8	846.063	65%
Rio de Janeiro	1.032	1.080	-	418	604.944	90%
Novos Mercados	444	2.115	-	270	638.515	92%
Total	1.812	5.313	-	696	2.089.522	84%
% do Total	23%	68%	0%	9%		

## Receitas

A receita operacional líquida total para o período de três meses findo em 30 de Junho de 2006 aumentou em R\$40,1 milhões, ou 47,5%, de R\$103,4 milhões no 2T05 para R\$152,5 milhões. Este crescimento decorre, principalmente, de maiores receitas de incorporação de períodos anteriores, que estão sendo apropriadas.

Como as receitas para nossa indústria são apropriadas com base no custo incorrido em relação ao total de custos orçados (*Percentage of Completion Method* ou *PoC*), o portfólio de vendas contratadas é contabilizado em exercícios futuros, mesmo já tendo sido determinados empreendimentos completamente vendidos.

A tabela abaixo apresenta informação detalhada sobre as vendas contratadas e as receitas a serem apropriadas por ano de lançamento no segundo trimestre de 2006 e de 2005:

**Tabela 6 - Vendas Contratadas x Receitas apropriadas**

Ano de Lançamento	2T06				2T05			
	Vendas Contratadas	% do Total Vendas Contratadas	Receitas	% da Receita	Vendas Contratadas	% do Total Vendas Contratadas	Receitas	% de Receitas
Empreendimentos								
Lançados 2006	143.699	63%	16.042	11%	na	na	-	0%
Lançados 2005	48.347	21%	43.144	28%	42.395	50%	1.455	1%
Lançados 2004	16.557	7%	36.173	24%	16.301	19%	10.061	10%
Lançados 2003	13.832	6%	36.921	24%	10.357	12%	35.975	36%
Lançados 2002	6.436	3%	9.998	7%	16.293	19%	49.052	45%
Outros	na	na	10.268	7%	na	na	6.877	7%
Total	228.870	100%	152.548	100%	85.345	100%	103.420	100%



### Lucro Bruto

O lucro bruto no 2T06 totalizou R\$39,5 milhões, um aumento de 19,1% em relação ao 2T05. A margem bruta para o 2T06 foi de 25,9%, 618bps menor que o mesmo período de 2005, pois, de acordo com o método PoC, ainda estamos contabilizando as unidades vendidas em 2004 com descontos significativos.

As vendas dos lançamentos de 2003 e 2004 ainda impactam negativamente nossas margens. Em 2004, devido à restrição de caixa relacionada a um de nossos ex-acionistas, que prejudicou a nossa capacidade de acesso a recursos no mercado financeiro, a Gafisa teve que realizar vendas com descontos significativos, objetivando gerar um fluxo de caixa operacional e garantir nossa posição financeira. Como as receitas e custos de nossas vendas são contabilizados de acordo com o andamento de obra, grande parte dos lançamentos vendidos com descontos em 2004 ainda é contabilizada neste exercício.

É importante notar que de acordo com o BR GAAP e padrões internacionais de contabilidade, a Gafisa capitaliza seus custos de financiamento a produção (SFH) e financiamento para compra de terrenos ao invés de contabilizá-los diretamente como despesas financeiras. Para fins de comparação, a margem bruta, excluindo-se este efeito, no 2T06 seria de 27,5% em comparação a 33,7% do 2T05.

### Receitas e Resultados a apropriar

O saldo de receitas a apropriar, pelo método PoC, atingiu R\$560,7 milhões no 2T06, o que representa um crescimento de 46,3% em relação ao 2T05, enquanto os resultados a apropriar foram de R\$ 242,9 milhões, ou 91,4% acima do mesmo período de 2005. A margem dos resultados a apropriar no 2T06 foi de 43,3% das receitas a apropriar, 10,2 pontos percentuais acima do 2T05.

Esperamos uma melhoria das margens a apropriar à medida que entregarmos os lançamentos remanescentes que foram vendidos com desconto em 2003 e 2004, e também por causa dos bons resultados de vendas contratadas em 2005 e 2006. A tabela abaixo apresenta o crescimento de nossas receitas a serem apropriadas em exercícios futuros, assim como seus respectivos custos e margens esperados:

**Tabela 7 – Receitas e resultados a apropriar (R\$ milhões)**

(final do período)	2Q06	2Q05	1Q06	2Q06 x 2Q05	2Q06 x 1Q06
<b>Receita a apropriar – início do período</b>	<b>473.413</b>	<b>365.686</b>	<b>436.115</b>	<b>29,5%</b>	<b>8,6%</b>
Vendas líquidas apropriadas no período	217.584	94.652	152.517	129,9%	42,7%
Vendas apropriadas no período	(130.316)	(77.130)	(115.219)	69,0%	13,1%
<b>Receitas a apropriar – final do período</b>	<b>560.681</b>	<b>383.208</b>	<b>473.413</b>	<b>46,3%</b>	<b>18,4%</b>
Custo das Unidades vendidas a apropriar – final do período	(317.831)	(256.319)	(278.925)	24,0%	13,9%
<b>Resultado a apropriar</b>	<b>242.850</b>	<b>126.889</b>	<b>194.488</b>	<b>91,4%</b>	<b>24,9%</b>
<i>Margem a apropriar</i>	43,3%	33,1%	41,1%	10,2pp	2,2pp

### Despesas com Vendas

As despesas com vendas totalizaram R\$9,8 milhões no 2T06, 24,3% maior se comparadas as do mesmo período do ano anterior e 3,3% maior que as do 1T06. Como percentual da receita líquida, as despesas com vendas foram de 6,4% no 2T06, comparado com 7,6% no 2T05 e 7,2% no 1T06. As despesas de vendas efetivamente incorridas no 2T06 somaram R\$11,8 milhões, o que representa 4,3% das vendas contratadas, que no mesmo período do ano passado totalizaram R\$6.6 milhões em custos, ou 6.0% das vendas contratadas no período correspondente.



Despesas com vendas incluem propaganda, promoção e outras atividades similares. Despesas diretamente relacionadas com cada empreendimento, são diferidas e apropriadas nos resultados de acordo com o andamento das obras.

### Despesas Gerais e Administrativas (“G&A”)

No 2T06, as despesas gerais e administrativas representadas principalmente por custos de pessoal (salários) totalizaram R\$12,1 milhões, 26,2% maior que o mesmo período do ano anterior. Como porcentagem da receita líquida, G&A diminuiu 140bps de 9,3% no 2T05 para 7,9% no 2T06. Esse aumento em termos absolutos é devido, principalmente, ao aumento das despesas relacionadas com custos de pessoal enquanto nós criamos uma estrutura corporativa mais robusta para sustentar o crescimento em operações.

### Despesas Não-recorrentes

Durante o segundo trimestre de 2006, nós reconhecemos R\$1,8 milhões em despesas não-recorrentes ainda relacionadas ao nosso IPO como o cancelamento da emissão de GDS (após a listagem observando a Reg S e listagem na no programa 144A da Bolsa de Nova York), Seguro D&O para a nossa diretoria e conselho de administração e despesas legais.

### EBITDA

Excluindo-se as despesas extraordinárias relacionadas com o IPO, o impacto negativo de 618bps nas margens brutas foi parcialmente balanceado pela melhora em SG&A. Apesar disso, tivemos um aumento do EBITDA ajustado para R\$ 19,1 milhões (12,5% da receita líquida) no 2T06 de R\$15,3 milhões (14,8% da receita líquida) no 2T05.

Tabela 8 – Cálculo do EBITDA

	2Q06	2Q05	1Q06	2Q06 x 2Q05	2Q06 x 1Q06
Receitas Líquidas	152.548	103.420	132.224	47,5%	15,4%
Despesas Operacionais	(131.245)	(97.366)	(146.765)	34,8%	-10,6%
Despesas Não-recorrentes relacionadas ao IPO	1.840	-	27.337	-	-93,3%
Despesas (Receitas) financeiras	(5.038)	8.672	3.975	-158,1%	-226,7%
Depreciação e Amortização	1.022	557	712	83,5%	43,5%
<b>EBITDA</b>	<b>19.127</b>	<b>15.283</b>	<b>17.483</b>	<b>25,2%</b>	<b>9,4%</b>
Margem EBITDA	12,5%	14,8%	13,2%	-2,2pp	-0,7pp

### Depreciação e Amortização

A depreciação e amortização no 2T06 foi de R\$1,0 milhões, um aumento de 83,4% comparado aos R\$0,6 milhões no 2T05 como resultado da depreciação da de ativos permanentes ocorridos em 2006.

### Resultado Financeiro

O resultado financeiro líquido totalizou R\$5,0 milhões no segundo trimestre de 2006, comparado com o resultado financeiro líquido de (R\$8,7) milhões no 2T05. As despesas financeiras no 2T06 somaram de R\$11,6 milhões, um aumento de 3,4% comparado aos R\$11,2 milhões do 2T05 como resultado de um maior volume de dívida, mais especificamente, as debêntures emitidas em 2005. A receita financeira aumentou 557,5% no 2T06 alcançando R\$16,6 milhões basicamente devido ao aumento de disponibilidades como resultado da oferta pública inicial da Gafisa.

### Impostos

As despesas com imposto de renda e contribuição social no 2T06 totalizaram R\$2.0 milhões comparado com R\$1.3 milhões no 2T05. Nós realizamos a apuração destes tributos através do método do lucro real, contudo algumas das SPEs nas quais participamos adotam o método do lucro presumido. Adicionalmente, são contabilizadas como



impostos diferidos as diferenças a tributar em exercícios futuros, decorrentes de lucros nas atividades imobiliárias tributados pelo regime de caixa e dos lucros registrados pelo regime de competência.

### Lucro Líquido e Lucro por Ação

O lucro líquido ajustado para o 2T06 foi de R\$21,1 (13,9% das receitas líquidas), R\$18,3 milhões ou 660,9% maior que os R\$2,8 milhões (2,7% das receitas líquidas) registrados no mesmo período de 2005.

O lucro líquido por ação ajustado foi de R\$0,21 no 2T06 comparado com R\$0,03 no 2T05. O número médio de ações em circulação (excluindo-se ações em tesouraria) era de 102.493.942 no 2T06 e 83.912.457 no 2T05.

### Balço Patrimonial

#### Disponibilidades

No dia 30 de junho de 2006, nossas disponibilidades diminuíram para R\$422,8 milhões, uma queda de 12,1% comparada a março de 2006, quando era R\$481,1 milhões. Essa queda era esperada já que nós estamos seguindo nossos planos de usar os recursos do IPO

#### Contas a Receber

As contas a receber aumentaram 20,5%, para R\$911,6 milhões em Junho de 2006 comparadas aos R\$756,5 milhões que foram registrados em Março de 2006. No 2T06, a parcela de recebíveis de unidades prontas atingiu R\$165,6 milhões ou 18,2% do total de contas a receber.

**Tabela 9 – Contas a receber**

Recebíveis de Incorporação:	2Q06	2Q05	1Q06	2Q06 x 2Q05	2Q06 x 1Q06
Curto-Prazo	311.648	243.736	278.302	27,9%	12,0%
Longo-Prazo	72.763	93.803	83.907	-22,4%	-13,3%
<b>Total</b>	<b>384.411</b>	<b>337.539</b>	<b>362.209</b>	<b>13,9%</b>	<b>6,1%</b>
<b>Recebíveis a serem apropriados no balanço patrimonial de acordo com o método PoC e BRGAAP (para maiores detalhes, verificar a nota explicativa 5 das demonstrações financeiras):</b>					
Curto-Prazo	116.048	77.706	80.263	49,3%	44,6%
Longo-Prazo	411.171	105.646	314.043	289,2%	30,9%
<b>Total</b>	<b>527.219</b>	<b>183.362</b>	<b>394.306</b>	<b>187,5%</b>	<b>33,7%</b>
<b>Total de Contas a Receber</b>	<b>911.630</b>	<b>502.204</b>	<b>756.515</b>	<b>81,5%</b>	<b>20,5%</b>

Durante o segundo trimestre de 2006, a Gafisa, em parceria com o Banco HSBC e o Banco Santander Banespa, lançaram os dois primeiros projetos que oferecem aos nossos clientes crédito imobiliário pré-aprovados durante a fase de lançamento. Além da ajuda no aumento do ritmo das vendas contratadas, especialmente nos nossos segmentos principais, médio e médio-alto padrão, o crédito imobiliário pré-aprovados ajudará a reduzir o capital de giro necessário transferindo a atividade de financiar os consumidores para os bancos, que oferecem conhecimento especializado particularmente no que se refere a riscos de crédito. Os bancos também irão tomar conta do processo de cobrança, reduzindo assim, os custos de operações. Esse novo sistema de financiamento foi uma demanda da Gafisa para os principais bancos comerciais e irá permitir a companhia focar nas operações de nossa expertise, construção e incorporação de imóveis.

Em linha com nosso foco de gerenciar com maior eficiência o capital de giro da Gafisa, nosso Conselho de Administração aprovou a securitização de até R\$100 milhões em recebíveis de clientes. Nós esperamos realizar tal transação até dezembro de 2006. O potencial para crescimento em transações de seguro na Gafisa deve seguir o desenvolvimento do mercado de MBS.



### Estoques (Imóveis a venda)

Nos estoques da companhia são inclusos terrenos pagos em dinheiro, construções em andamento e unidades prontas. Nosso estoque totalizou R\$326.2 milhões no 2T06, um aumento de 21,0% comparado aos R\$269,5 milhões contabilizados no primeiro trimestre de 2006 devido a recente compra de terrenos em dinheiro (mais detalhes na seção de Land Bank nesse release) e a construções em andamento.

**Tabela 10 - Estoque**

	2Q06	2Q05	1Q06	2Q06 x 2Q05	2Q06 x 1Q06
Terrenos	84.899	63.369	51.565	34,0%	64,6%
Unidades em Construção	204.394	119.200	180.588	71,5%	13,2%
Unidades Prontas	36.881	24.749	37.385	49,0%	-1,3%
<b>Total</b>	<b>326.174</b>	<b>207.318</b>	<b>269.538</b>	<b>57,3%</b>	<b>21,01%</b>

### Liquidez

A Gafisa não irá enfrentar pagamentos do principal de sua dívida significativos nos próximos 12 meses. Apesar disso, ainda em 2006, esperamos substituir as dívidas de maiores custos por dívidas de longo prazo com termos mais atrativos buscando uma forte melhora na nossa posição financeira. O custo médio de nossa dívida foi reduzido de 16,5% no 1T06 para 16,4% no 2T06. A Gafisa procurará aproveitar suas fortes práticas de governança corporativa para atingir melhores taxas com prazos maiores.

Nós continuamos a buscar aumento na linha de crédito junto ao SFH (Sistema Financeiro de Habitação), que oferecem taxas menores que o mercado privado. Nós iremos seguir nossa estratégia de manter baixos níveis de dívida, composta principalmente de transações junto ao SFH ou dívida de longo prazo.

A tabela a seguir apresenta as informações sobre o nosso endividamento em 30 de junho de 2006:

**Tabela 11 - Abertura da dívida**

Tipo	Taxas de Juros	2T06	1T06	2T06 x 1T06
Debêntures	2-2,85%a.a. + CDI	181.570	184302	-1,48%
Financiamento a construção (SFH)	6,2-15%a.a. + TR	46.526	48.619	-4,31%
Financiamento para compra de Terrenos	13%a.a. + IGP-M	396	4.400	-91,00%
BNDES	4,5%a.a. + TJLP	-	222	-100,00%
Recompra de Ações	10-12%a.a. + TR	47.241	47.091	0,32%
<b>Total</b>		<b>275.733</b>	<b>284.634</b>	<b>-3,13%</b>

A tabela abaixo apresenta o cronograma de pagamentos da nossa dívida em 30 de junho de 2006:

**Tabela 12 – Vencimento da Dívida**

Tipo	Total	2006	2007	2008	2009	2010 e após
Debêntures	181.570	10.717	40.292	54.772	43.453	32.336
Financiamento a construção (SFH)	46.526	9.623	20.882	9.852	5.338	831
Financiamento para compra de Terrenos	396	160	236			
Recompra de Ações	47.240	3.344	32.252	4.929	4.740	1.975
<b>Total</b>	<b>275.733</b>	<b>23.844</b>	<b>93.662</b>	<b>69.553</b>	<b>53.531</b>	<b>35.142</b>

A Gafisa apresentava um caixa líquido de R\$147,0 milhões no 2T06 comparado aos R\$196,4 milhões no 1T06. Em 30 de junho de 2006, a Gafisa apresentava uma dívida líquida sobre patrimônio líquido de -18% (comparado aos -25% no 1T06).



## Perspectivas

Com a continuada força de nossas operações e assumindo que as condições macroeconômicas e do Mercado imobiliário devam permanecer na tendência atual, estamos confortáveis em reafirmar nosso *guidance* de crescimentos em lançamentos em 25-28% em moeda corrente nominal. Como nós acreditamos em normalização de margens a serem reconhecidas nos próximos 3 anos, nossa margem EBTIDA esperada para o ano fiscal de 2006 é de 16-17% das receitas líquidas.



## Glossário

**Apuração do Resultado de Incorporação e Venda de Imóveis – Poc Method** – De acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil (BRGAAP), a receita, bem como custos e despesas relativos à atividade de incorporação são apropriados ao resultado ao longo do período de construção à medida da evolução das obras (Poc Method) medindo-se o percentual de custos incorridos em relação aos custos totais orçados. Desta forma, parte substancial da receita de incorporação relativa a um período reflete a apropriação de vendas contratadas anteriormente.

**Resultados de Vendas de Imóveis a Apropriar** – Em função do crédito de reconhecimento de receitas e custos, que ocorre em função do andamento de obra (Poc Method) e não no momento da assinatura dos contratos, reconhecemos a receita de incorporação de contratos assinados em períodos futuros. Desta forma, o saldo de Resultados de Vendas de Imóveis a Apropriar corresponde às vendas contratadas menos o custo orçado de construção destas mesmas unidades, a serem reconhecidos em períodos futuros.

**Receitas de Vendas a Apropriar** – As receitas a apropriar correspondem às vendas contratadas cuja receita é apropriada em períodos futuros, em função do andamento da obra e não no momento da assinatura dos contratos

**Margem de Resultados a apropriar** – Equivalente a “Resultados de Vendas de Imóveis a Apropriar” dividido pelas “Vendas de Imóveis a Apropriar”.

**Land Bank** – Banco de Terreno que a Gafisa mantém para futuros empreendimentos, adquiridos em dinheiro ou através de permutas. Cada terreno adquirido pela Gafisa é analisado pelo nosso comitê de investimentos e aprovado pelo Conselho de Administração.

**Venda Contratada** – É cada contrato resultante de vendas de unidades durante um certo período de tempo, incluindo unidades em lançamento e unidades em estoque. As vendas contratadas serão reconhecidas como receitas de acordo com andamento das obras (método PoC). Não definição de vendas contratadas de acordo com o BR GAAP.

**Alto (Alta-renda)** – Edifícios Residenciais de luxo voltados para o público de alta renda, com preço/m<sup>2</sup> geralmente superior a R\$3.600.

**Médio-Alto** – Edifícios residenciais voltados para o público de renda médio-alta, com preço/m<sup>2</sup> variando entre R\$2.800 e R\$3.600.

**Médio (Classe Média)** – Edifícios residenciais voltados para o público de classe média, com preço médio/m<sup>2</sup> variando entre R\$2.000 e R\$2.800.

**Baixa Renda (Populares)** - Edifícios residenciais populares com preço/m<sup>2</sup> variando entre R\$1.800 e R\$2.000.

**Lotes (Loteamentos)** – Loteamentos com preço/m<sup>2</sup> quadrado entre R\$150 e R\$800.

**Comercial** – Unidades comerciais e corporativas desenvolvidas única e exclusivamente para venda, com preço/m<sup>2</sup> variando entre R\$4.000 e R\$7.000.

**Recursos do SFH** – Recursos do SFH são originados do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) a dos depósitos de caderneta de poupança. Bancos comerciais são obrigados a investir 65% desses depósitos no setor imobiliário, para a aquisição de imóvel de pessoa física ou para os incorporadores a taxas menores que o mercado comum.

**Permuta** – sistema de compra de terreno pelo qual o dono do terreno recebe um determinado número de unidades ou percentual da receita do empreendimento a ser construído no mesmo. Adquirindo terreno em permutas, objetivamos a redução da necessidade de recursos no desenvolvimento de nossos empreendimentos e o conseqüente aumento do retorno investido.



### **Sobre a Gafisa**

Somos uma das empresas líderes no mercado de incorporação no Brasil com foco no mercado residencial. Nos últimos 50 anos, fomos reconhecidos como uma das principais incorporadoras com administração profissionalizada do País, tendo concluído e vendido mais de 900 empreendimentos e construído quase 10 milhões de metros quadrados, o que acreditamos ser mais do que qualquer outra incorporadora residencial tenha realizado no Brasil. Acreditamos que a "Gafisa" é uma das marcas mais conhecidas no mercado de incorporação imobiliária, desfrutando de uma reputação de qualidade, consistência e profissionalismo perante potenciais compradores de imóveis, corretores, financiadores, proprietários de terrenos e competidores.

### **Relações com Investidores**

**Gustavo Feitosa Felizzola**

**Tel:** (55 11) 3025-9242

**Fax:** (55 11) 3025-9217

**e-mail:** [ir@gafisa.com.br](mailto:ir@gafisa.com.br)

**Site:** [www.gafisa.com.br/ri](http://www.gafisa.com.br/ri)

### **Mídia**

**Mariane Corazza**

Máquina da Notícia

**Tel:** +55 (11) 3147-7900

**E-mail:** [mariane@maquina.inf.br](mailto:mariane@maquina.inf.br)

*Este release contém considerações futuras referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Gafisa. Estas são apenas projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Gafisa 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, sujeitas às mudanças sem aviso prévio.*



## Apêndice

A tabela a seguir mostra informações detalhadas dos projetos lançados no primeiro e segundo trimestre de 2006:

Projetos Lançados no 1T06	Mês de Lançamento	Segmento	Local	Área útil (m <sup>2</sup> )	Nº de unidades	Participação da Gafisa	Vendas na participação da Gafisa (R\$mil)	% Vendido até 30/06/06
Vista Ibirapuera	Maio	Alto	Sao Paulo	9.963	44	100%	36.244	100,00%
Espaço Jardins	Maio	Médio	Santo Andre - SP	28.926	235	100%	61.031	39,78%
Paço das Águas	Maio	Médio-Alto	Sao Paulo	24.080	184	45%	37.022	39,70%
O Bosque	Maio	Loteamento	Gramado - RS	89.260	76	30%	7.109	15,20%
Belle Vue - Porto Alegre	Maio	Médio	Porto Alegre - RS	4.264	22	100%	11.726	13,44%
Blue Vision - Sky e Infinity	Junho	Médio-Alto	Rio de Janeiro	18.514	178	50%	29.405	26,19%
Novo Portinho - Cabo Frio	Junho	Loteamento	Cabo Frio - RJ	213.866	257	100%	35.194	0,58%
Beach Park - Living	Junho	Médio	Fortaleza - CE	14.913	130	80%	26.955	0,00%
Blue Land - Bl. 01	Junho	Médio-Alto	Rio de Janeiro	9.169	120	100%	29.528	21,99%
<b>Total – 2T06</b>				<b>412.956</b>	<b>1.246</b>		<b>274.215</b>	<b>34,11%</b>

Projetos Lançados no 1T06	Mês de Lançamento	Segmento	Local	Área útil (m <sup>2</sup> )	Nº de unidades	Participação da Gafisa	Vendas na participação da Gafisa (R\$mil)	% Vendido até 30/06/06
Side Park - Ed. Style	Janeiro	Baixa Renda	Sao Paulo	3.862	63	100%	6.983	42,24%
Villaggio Panamby – Mirabilis	Março	Médio-Alto	Sao Paulo	23.355	100	100%	76.179	59,29%
Sunplaza Personal Office	Março	Comercial	Rio de Janeiro	6.328	226	100%	32.709	70,51%
Península FIT - Bl.1	Março	Alto	Rio de Janeiro	11.845	93	100%	46.153	47,53%
<b>Total – 1T06</b>				<b>45.390</b>	<b>482</b>		<b>162.024</b>	<b>57,47%</b>

<b>Total de lançamentos YTD</b>				<b>458.346</b>	<b>1.725</b>		<b>434.794</b>	<b>42,81%</b>
---------------------------------	--	--	--	----------------	--------------	--	----------------	---------------



A tabela abaixo mostra o andamento de obra dos nossos empreendimentos em 2005 e 2004 e suas respectivas receitas contabilizadas nesses períodos:

Empreendimento	Ano do Lançamento	Área Total (m2)	Andamento de Obra (%)		% de Vendas		Receitas Reconhecidas		Participação Gafisa (%)
			1T06	1T05	1T06	1T05	1T06	1T05	
Vistta Ibirapuera	2006	9.963	32%	0%	100%	0%	11.356	-	100%
Villaggio Panamby – Doublé View	2003	10.777	100%	21%	88%	77%	6.712	1.005	100%
Verdes Praças - Ed. Cajobi	2004	9.503	67%	1%	84%	52%	4.911	1.689	100%
Sunspecial - Bloco 1	2005	10.594	21%	1%	73%	48%	4.826	892	100%
Sundeck - Bloco 1	2003	6.521	66%	8%	73%	49%	4.342	865	100%
Sundeck - Bloco 2	2003	6.521	66%	8%	81%	62%	4.023	1.079	100%
Verdes Praças - Ed. Jequitibá	2004	9.503	67%	1%	83%	47%	3.504	1.115	100%
Villaggio Panamby – Domaine Du Soleil	2005	8.225	27%	0%	49%	0%	3.281	-	100%
Blue Land - Bloco 2	2005	9.083	36%	0%	31%	0%	3.169	-	100%
Sunview - Bloco 2	2003	7.134	97%	41%	94%	92%	2.94	2.668	100%
Terras de São Francisco	2004	114.16	97%	12%	86%	58%	2.892	1.918	100%
Ponta Negra - Cannes	2004	12.628	61%	10%	49%	42%	2.863	391	50%
Empresarial Pinheiros - Torre	2004	40.694	49%	1%	11%	0%	2.809	328	39%
Belle Vue	2004	7.565	51%	2%	96%	67%	2.735	594	70%
Arena - Ed Allegro	2005	14.628	16%	0%	98%	0%	2.594	-	100%
Sunprime - Bloco 2	2003	5.901	93%	28%	100%	95%	2.568	1.477	100%
Olimpic - Esparta	2005	10.925	13%	0%	99%	0%	2.543	-	100%
Olimpic - Atenas	2005	10.925	13%	0%	99%	0%	2.534	-	100%
Iluminato Perdizes	2004	5.652	76%	3%	100%	100%	2.527	2.1	70%
Palm D'Or	2005	8.493	25%	0%	36%	0%	2.392	-	100%
La Place - Bloco 2	2004	2.805	68%	4%	80%	27%	2.362	63	100%
Arena - Ed Felice	2005	14.628	16%	0%	93%	0%	2.191	-	100%
La Place - Bloco 1	2004	2.805	68%	4%	69%	51%	2.171	175	100%
Montenegro Boulevard	2005	174.862	65%	0%	100%	0%	2.146	-	100%
Blue One - Bloco 2	2003	7.986	98%	45%	87%	80%	2.11	678	67%
Sky Residence Service	2006	9.257	40%	0%	42%	0%	2.058	-	50%
Sunspecial - Bloco 2	2005	10.594	22%	1%	89%	81%	2.038	498	100%
Ponta Negra - Marseilles	2004	9.703	58%	9%	68%	63%	2.011	464	50%
Villaggio Panamby – Jazz Duet	2005	13.4	22%	0%	38%	0%	2.002	-	100%
Villaggio Panamby - Anthurium	2002	16.579	100%	98%	99%	73%	1.938	2.428	100%
The House	2005	5.313	24%	0%	56%	0%	1.875	-	100%
Villaggio Panamby - Cyprus	2000	NA	100%	100%	100%	92%	1.735	843	100%
La Place - Bloco 3	2004	2.805	68%	4%	60%	27%	1.731	71	100%
Star Residence Service	2005	9.367	35%	0%	36%	0%	1.708	-	50%
Del Lago	2005	62.022	29%	1%	49%	1%	1.699	36	80%
CSF - Veri Vita - Lenitas	2003	2.146	100%	25%	92%	24%	1.611	187	100%
Doppia Emozione	2003	7.912	100%	30%	100%	94%	1.509	2.073	50%
CSF - Veri Vita - Atis	2003	2.146	100%	25%	100%	46%	1.463	345	100%
Side Park - Ed. Life	2004	3.525	38%	0%	62%	0%	1.431	-	100%
L'Authentique Paraíso	2003	2.713	100%	12%	100%	94%	1.354	607	100%
Blue One - Bloco 1	2003	7.986	98%	45%	77%	61%	1.349	948	67%
Icon Residence Service	2004	8.175	46%	1%	51%	35%	1.307	450	50%
Península Green Garden	2002	8.147	100%	74%	93%	68%	1.204	2.309	50%
Costa Paradiso	2005	63.041	30%	0%	39%	0%	1.185	-	100%
Sunprime - Bloco 1	2003	5.901	91%	28%	93%	93%	1.168	1.874	100%
Sunplaza Personal Office	2006	6.328	9%	0%	69%	0%	1.155	-	100%
Sunshine - Bloco 2	2002	5.49	100%	95%	92%	73%	922	1.538	60%
Sunview - Bloco 1	2003	7.134	100%	41%	92%	92%	910	1.195	100%
Lumiar	2005	7.193	19%	1%	57%	24%	906	6	100%
Side Park - Ed. Dream	2004	3.525	37%	2%	96%	75%	903	156	100%
Península Fit - Bloco 2	2005	12.235	3%	0%	66%	0%	755	-	100%
Península Green Star	2002	8.443	100%	100%	88%	72%	753	599	50%
Outros							14.423	58.596	
Receita bruta Total de Incorporação							139.602	92.261	



### Demonstrações Consolidadas do Resultado

R\$ 000

	<u>2Q06</u>	<u>2Q05</u>	<u>% Change</u>
<b>Receita Bruta Operacional</b>			
Receita de Incorporação e Vendas de Imóveis	139.602	92.261	51%
Receita de Construção e de prestação de serviços	<u>19.099</u>	<u>16.279</u>	<u>17%</u>
	158.701	108.540	46%
Impostos sobre serviços e receitas	<u>(6.153)</u>	<u>(5.120)</u>	<u>20%</u>
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>152.548</b>	<b>103.420</b>	48%
<b>Custos Operacionais</b>			
Na incorporação e Vendas de Imóveis	(100.662)	(60.504)	66%
Na construção e prestação de Serviços	<u>(12.365)</u>	<u>(9.727)</u>	<u>27%</u>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>39.521</b>	<b>33.189</b>	19%
<b>Despesas (Receitas) Operacionais</b>			
Despesas com Vendas	(9.819)	(7.900)	24%
Despesas Gerais e Administrativas	(12.091)	(9.581)	26%
Despesas Extraordinárias	(1.840)		100%
Despesas Financeiras	(11.583)	(11.200)	3%
Receitas Financeiras	16.621	2.528	557%
Outros	<u>494</u>	<u>(982)</u>	<u>-150%</u>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>21.303</b>	<b>6.054</b>	252%
Despesas Não Operacionais, Líquidas	-	(1.999)	-100%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda e Contribuição Social</b>	<b>21.303</b>	<b>4.055</b>	425%
Imposto de Renda e Contribuição Social	<u>(2.021)</u>	<u>(1.279)</u>	<u>151%</u>
<b>Lucro Líquido do Ano</b>	<b><u>19.282</u></b>	<b><u>2.776</u></b>	<b><u>552%</u></b>
Lucro (Prejuízo) Líquido por lote de mil ações em circulação do capital social no fim do período.	0,19	0,03	



### Demonstrações Consolidadas do Resultado

R\$ 000

	<u>1H06</u>	<u>1H05</u>	<u>% Change</u>
<b>Receita Operacional Bruta</b>			
Receita de Incorporação e Vendas de Imóveis	262.584	190.066	38%
Receita de Construção e Prestação de Serviços	<u>33.609</u>	<u>33.260</u>	<u>1%</u>
	296.193	223.326	33%
Impostos sobre serviços e receitas	<u>(11.422)</u>	<u>(11.030)</u>	<u>3%</u>
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>284.771</b>	<b>212.296</b>	<b>34%</b>
<b>Custos Operacionais</b>			
Na incorporação e Vendas de Imóveis	(189.968)	(125.654)	51%
Na construção e prestação de Serviços	<u>(19.959)</u>	<u>(18.367)</u>	<u>9%</u>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>74.844</b>	<b>68.275</b>	<b>10%</b>
<b>Despesas (Receitas) Operacionais</b>			
Despesas com Vendas	(19.345)	(14.676)	32%
Despesas Gerais e Administrativas	(20.473)	(18.483)	11%
Despesas Extraordinárias	(29.176)		100%
Despesas Financeiras	(28.128)	(21.940)	28%
Receitas Financeiras	27.323	4.173	554%
Outros	<u>1.719</u>	<u>(822)</u>	<u>-309%</u>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>6.764</b>	<b>16.527</b>	<b>-59%</b>
Despesas Não Operacionais, Líquidas	-	(3.642)	-100%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda e Contribuição Social</b>	<b>6.764</b>	<b>12.885</b>	<b>-47</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	<u>(2.259)</u>	<u>(3.989)</u>	<u>-13</u>
<b>Lucro Líquido do Ano</b>	<b><u>4.505</u></b>	<b><u>8.896</u></b>	<b><u>-62%</u></b>
Lucro (Prejuízo) Líquido por lote de mil ações em circulação do capital social no fim do período.	0,04	0,10	



### Balço Patrimonial Consolidado

R\$ 000

	2Q06	1Q06	2Q05	2Q06 x 1Q06	2Q06 x 2Q05
<b>ATIVOS</b>					
<b>Circulante</b>					
Caixa e Bancos	13.090	1.415	21.860	825%	-40%
Aplicações Financeiras	409.689	479.656	97.257	-15%	321%
Clientes	311.648	278.302	243.736	12%	28%
Imóveis a Comercializar	326.174	269.538	207.318	21%	57%
Demais Contas a Receber	103.680	102.649	98.588	1%	5%
Depósito Judicial	-	27.797	-	0%	100%
Gastos com Vendas a Apropriar	48.054	43.894	40.781	9%	18%
Despesas Pagas Antecipadamente	43.367	46.029	44.437	-6%	-2%
	<u>1.255.702</u>	<u>1.249.280</u>	<u>753.977</u>	<u>1%</u>	<u>66%</u>
<b>Realizáveis a Longo Prazo</b>					
Clientes	72.763	83.907	93.803	-13%	-22%
Impostos e Contribuições Diferidos	41.446	39.288	5.799	3%	598%
Outros	27.797	-	-	100%	100%
	<u>1.336</u>	<u>1.214</u>	<u>4.314</u>	<u>10%</u>	<u>-69%</u>
<b>Permanente</b>	143.342	124.409	103.916	15%	38%
Investimentos	-	-	-	-	-
Propriedades e Equipamentos	554	-	-	100%	100%
	<u>7.014</u>	<u>6.770</u>	<u>7.415</u>	<u>4%</u>	<u>-5%</u>
<b>Total de Ativos</b>	<u>7.568</u>	<u>6.770</u>	<u>7.415</u>	<u>12%</u>	<u>2%</u>
	<u><b>1.406.612</b></u>	<u><b>1.380.459</b></u>	<u><b>865.308</b></u>	<u><b>2%</b></u>	<u><b>63%</b></u>
<b>Passivo e Patrimônio Líquido</b>					
<b>Circulante</b>					
Empréstimos e Financiamentos					
Debêntures	56.212	61.018	38.242	-8%	47%
Obrigações por Incorporações Imobiliárias	28.691	24.499	-	17%	100%
Obrigações por Compra de Imóveis	27.757	32.318	105.857	-14%	-74%
Fornecedores de Materiais e Serviços	61.282	27.811	18.798	120%	226%
Impostos e Contribuições	25.209	25.935	24.663	-3%	2%
Salários, Encargos Sociais e participações	42.912	39.126	45.160	10%	-5%
Adiantamento de clientes (incorporações e serviços)	6.830	5.923	4.248	15%	61%
Outros	45.828	51.545	43.353	-11%	6%
	<u>14.614</u>	<u>25.188</u>	<u>39.901</u>	<u>-42%</u>	<u>-63%</u>
<b>Exigível a Longo Prazo</b>	309.335	293.363	320.222	5%	-3%
Empréstimos e Financiamentos					
Debentures	37.950	39.314	33.166	-3%	14%
Obrigações por Incorporações Imobiliárias	152.880	159.803	68.528	-4%	123%
Obrigações por Compra de Imóveis	153	449	15.703	-66%	-99%
Impostos e Contribuições Diferidos	14.711	20.811	14.197	-29%	4%
Resultado de Venda de Imóveis a Apropriar	29.387	26.286	6.018	12%	388%
Outros	4.032	8.709	59.619	-54%	-93%
	<u>36.304</u>	<u>27.439</u>	<u>27.016</u>	<u>32%</u>	<u>34%</u>
<b>Resultado de Exercícios Futuros</b>	275.417	282.811	224.247	-3%	23%
Deságio na aquisição de investimento	14.227	15.935	-	-11%	100%
<b>Patrimônio Líquido</b>					
Capital Social					
Ações em Tesouraria	585.930	585.930	221.694	0%	164%
Reservas de Capital	(47.026)	(47.026)	(47.026)	0%	0%
Reservas de Lucros	167.276	167.276	2.717	0%	6056%
	<u>101.453</u>	<u>82.170</u>	<u>143.454</u>	<u>23%</u>	<u>-30%</u>
<b>Total do Passivo e do Patrimônio Líquido</b>	<u>807.633</u>	<u>788.350</u>	<u>320.839</u>	<u>2%</u>	<u>151%</u>
	<u><b>1.406.612</b></u>	<u><b>1.380.459</b></u>	<u><b>865.308</b></u>	<u><b>2%</b></u>	<u><b>63%</b></u>