

## Cyrela atinge geração de caixa de R\$ 219 milhões no 2T15 e R\$ 622 milhões no ano.

São Paulo, 13 de Agosto de 2015 - A Cyrela Brazil Realty S.A. Empreendimentos e Participações ("CBR" ou "Companhia" ou "Cyrela") (BM&FBOVESPA: CYRE3; OTCQX: CYRBY), uma das maiores empresas do mercado imobiliário brasileiro na incorporação de empreendimentos residenciais, apresenta seus resultados referentes ao segundo trimestre de 2015 e primeiro semestre de 2015 (2T15 e 6M15). As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado o contrário, estão apresentadas em Reais (R\$), seguem as normas contábeis internacionais (IFRS) que consideram as orientações técnicas OCPC 04 e interpretação técnica ICPC 02 e os princípios brasileiros de contabilidade e normas para preparação de relatório financeiro aplicáveis às entidades de incorporação imobiliárias brasileiras e regulamentações pertinentes. As comparações referem-se aos mesmos períodos de 2014 e,

### MARGEM BRUTA

#### No trimestre:

35,1%, aumento de 1,7 p.p. vs. 2T14 e elevação de 0,3 p.p. vs. 1T15.

#### No ano:

35,0%, aumento de 1,7 p.p. vs. 2014.

### GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL

#### No trimestre:

R\$ 219 milhões vs. R\$ 159 milhões no 2T14 e R\$ 403 milhões no 1T15.

#### No ano:

R\$ 622 milhões vs. R\$ 318 milhões em 2014.

### Lucro por Ação

#### No trimestre:

R\$ 0,31, 27,3% inferior vs. 2T14 e 17,3% superior vs. 1T15

#### No ano:

R\$ 0,58 vs. R\$ 0,84 em 2014.

### VENDAS

#### No trimestre:

R\$ 814 milhões, 35,3% inferior vs. 2T14 e 12,6% superior vs. 1T15

#### No ano:

R\$ 1.536 milhões, 45,2% inferior ao mesmo período de 2014.

### LUCRO LÍQUIDO

#### No trimestre:

R\$ 118 milhões, 30,1% inferior vs. 2T14 e 17,4% superior vs. 1T15.

#### No ano:

R\$ 219 milhões, 34,2% inferior vs. 2014.

### ROE

#### Return on Equity

(lucro líquido dos últimos 12 meses sobre o patrimônio líquido médio do período, excluindo participações minoritárias) de 9,6%.

#### CYRE3

(13/08/2015)

#### Nº. de Ações:

399.742.799

#### Valor de

#### mercado:

R\$ 3.249,9 milhões

US\$ 926,6 milhões

#### Volume financeiro médio

#### 30 últimos pregões:

R\$ 16,2 milhões

#### Teleconferências sobre os Resultados do 2T15

Português

(com tradução simultânea)

14 de Agosto de 2015

11h00 (horário de Brasília)

10h00 (US EDT)

+55 (11) 3193-1001 ou

+55 (11) 2820-4001

+1 888 700-0802 (Estados Unidos)

+1 786 924-6977 (outros países)

#### Contatos de RI:

Tel.: (55 11) 4502-3153

ri@cyrela.com.br

#### Visite o website de RI:

www.cyrela.com.br/ri

**Súmario**

<b>MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO</b> .....	<b>3</b>
<b>PRINCIPAIS INDICADORES</b> .....	<b>5</b>
<b>DESEMPENHO OPERACIONAL</b> .....	<b>6</b>
<b>LANÇAMENTOS</b> .....	<b>6</b>
<b>VENDAS</b> .....	<b>8</b>
<b>VELOCIDADE DE VENDAS (VSO)</b> .....	<b>11</b>
<b>ESTOQUES</b> .....	<b>12</b>
<b>TERRENOS</b> .....	<b>15</b>
<b>OBRAS</b> .....	<b>16</b>
<b>Desempenho Econômico – Financeiro</b> .....	<b>18</b>
<b>RECEITA</b> .....	<b>18</b>
<b>CUSTO DOS BENS E/OU SERVIÇOS PRESTADOS</b> .....	<b>19</b>
<b>MARGEM BRUTA</b> .....	<b>20</b>
<b>VENDAS A RECONHECER</b> .....	<b>22</b>
<b>DESPESAS COMERCIAIS</b> .....	<b>24</b>
<b>DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS</b> .....	<b>25</b>
<b>EBITDA</b> .....	<b>26</b>
<b>RESULTADO FINANCEIRO</b> .....	<b>27</b>
<b>LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA</b> .....	<b>29</b>
<b>Destaques das Demonstrações Financeiras</b> .....	<b>31</b>
<b>CONTAS A RECEBER</b> .....	<b>31</b>
<b>TERRENOS</b> .....	<b>32</b>
<b>ENDIVIDAMENTO</b> .....	<b>34</b>
<b>GERAÇÃO DE CAIXA</b> .....	<b>37</b>
<b>ANEXO I – BALANÇO PATRIMONIAL</b> .....	<b>38</b>
<b>ANEXO II – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO</b> .....	<b>39</b>
<b>ANEXO III – DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA</b> .....	<b>40</b>
<b>ANEXO IV – RECONHECIMENTO DE RECEITA</b> .....	<b>41</b>
<b>ANEXO V – LANÇAMENTOS</b> .....	<b>42</b>
<b>ANEXO VI – VENDAS</b> .....	<b>43</b>
<b>ANEXO VII – ESTOQUE DE TERRENOS</b> .....	<b>44</b>
<b>ANEXO VIII – EMPREENDIMENTOS ENTREGUES</b> .....	<b>45</b>
<b>ANEXO IX – MÉDIO + MCMV</b> .....	<b>46</b>
<b>Glossário</b> .....	<b>49</b>

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O primeiro semestre de 2015 foi marcado por diversos acontecimentos nos cenários doméstico e internacional que trouxeram bastante volatilidade para os mercados. No plano internacional assistimos à desaceleração do crescimento chinês e às longas negociações gregas com seus credores. Já a economia dos Estados Unidos vem dando sinais claros de recuperação, aumentando as expectativas de aumento das taxas de juros do país.

No Brasil, o cenário tem se mostrado mais difícil que o previsto no início do ano. No ambiente macro, os indicadores de atividade econômica apresentam resultados negativos, com uma previsão de retração do PIB de 1,97% ante 1,35% previstos anteriormente segundo Relatório Focus. A taxa de desemprego medida pela Pesquisa Mensal do Emprego ("PME") do IBGE atingiu 6,9% em junho e a inflação dos últimos 12 meses já alcançou 9,56% o que fez com que a taxa básica de juros batesse 14,25% a.a. em julho.

Nesse contexto, acreditamos que a solidez financeira da empresa sempre foi e continuará sendo um dos pilares da nossa gestão. A Companhia possui uma situação confortável de alavancagem, com dívida líquida/Patrimônio Líquido de 25%. Nesse ano, a geração de caixa já superou os R\$ 600 milhões e a posição de caixa atingiu R\$ 2,3 bilhões ao final do semestre. Com apenas R\$ 100 milhões de vencimentos de dívida corporativa até o fim do ano, acreditamos estar em uma situação financeira bastante confortável para enfrentar eventuais intempéries.

O nosso grande desafio é preparar a empresa para enfrentar esse ambiente com medidas operacionais, táticas e estratégicas que garantam a sua perenização. E vai além: cremos que o momento atual faz parte de um ciclo e que temos que estar prontos para nos beneficiar das oportunidades que possam surgir.

No mercado imobiliário, a redução na oferta de novos lançamentos deu mostras concretas de diminuição, o que torna o mercado mais saudável no médio e longo prazo. A área de inteligência de mercado da empresa estima que nesse primeiro semestre, houve um volume 30% menor de VGV lançado na região metropolitana de São Paulo e 80% menor no Rio de Janeiro quando comparamos com o ano passado.

Nesse trimestre, a empresa lançou produtos de forma seletiva, com conceitos inovadores e que atendem a demanda real dos compradores. Nossos lançamentos em 2015, continuam focados nas praças onde temos atuação estratégica (São Paulo, Rio de Janeiro e Sul do Brasil) e, foram, em média, 36% vendidos.

Depois de Salvador e Florianópolis, entregamos todas as nossas obras em Natal. Ao todo, foram 22 projetos que somam VGV de lançamento de R\$ 1,9 bi. Além disso, temos conseguido obter economias de obra, principalmente nas praças de São Paulo e Rio de Janeiro. Cada vez mais estamos concentrando nosso portfólio em projetos mais recentes, com margens mais elevadas.

O grande destaque dos resultados continua a ser a geração de caixa. Nesse trimestre a empresa gerou R\$ 219 milhões totalizando R\$ 622 milhões no ano.

Agradecemos mais uma vez a todos os nossos *stakeholders*, dos nossos clientes aos acionistas, por apoiarem e acreditarem nos nossos esforços em fazer da **Cyrela**, a cada dia, uma empresa ainda mais sólida, rentável e perene.

### PRINCIPAIS INDICADORES

	2T15	2T14	2T15 x 2T14	1T15	2T15 x 1T15	6M15	6M14	6M15 x 6M14
<b>Lançamentos <sup>(1)</sup></b>								
Número de Lançamentos	15	9	66,7%	9	66,7%	24	20	20,0%
VGv Lançado - R\$ milhões (100%)	1.066	890	19,8%	463	130,5%	1.529	2.805	-45,5%
VGv Lançado - R\$ milhões (%CBR)	861	812	6,0%	333	158,6%	1.195	2.532	-52,8%
Participação CBR	80,8%	91,3%	-10,5 p.p.	72,0%	8,8 p.p.	78,2%	90,3%	-12,1 p.p.
VGv Permutado - R\$ milhões (100%)	36	107	-66,5%	9	282,7%	45	673	-93,3%
Preço Médio por m <sup>2</sup> (R\$) (ex-loteamentos)	4.847	6.199	-21,8%	4.782	-1,3%	4.827	8.597	-43,8%
Área útil lançada (m <sup>2</sup> )	521.444	354.413	47,1%	96.707	439,2%	618.151	551.585	12,1%
Unidades Lançadas	4.333	2.344	84,9%	1.606	169,8%	5.939	4.750	25,0%
<b>Vendas <sup>(2)</sup></b>								
Vendas Totais Contratadas - R\$ milhões (100%)	814	1.258	-35,3%	723	12,6%	1.536	2.805	-45,2%
Vendas Totais Contratadas - R\$ milhões (%CBR)	618	1.065	-42,0%	580	6,6%	1.198	2.428	-50,7%
Participação CBR	75,9%	84,7%	-8,8 p.p.	80,2%	-4,3 p.p.	78,0%	86,6%	-8,6 p.p.
Preço Médio por m <sup>2</sup> (R\$) (ex-loteamentos)	6.159	5.956	3,4%	6.272	-1,8%	6.213	6.859	-9,4%
Unidades Vendidas	2.447	3.326	-26,4%	1.981	23,5%	4.428	6.256	-29,2%
<b>Vendas de Lançamentos <sup>(2)</sup></b>								
Vendas Contratadas de Lançamentos do ano - R\$ milhões (100%)	423	531	-20,5%	146	190,3%	568	1.441	-60,6%
Vendas Contratadas de Lançamentos do ano - R\$ milhões (%CBR)	306	480	-36,1%	112	174,2%	418	1.333	-68,6%
Participação CBR	72,5%	90,4%	-17,9 p.p.	76,8%	-4,3 p.p.	73,6%	92,5%	-18,9 p.p.
Preço Médio por m <sup>2</sup> (R\$) (ex-loteamentos)	6.860	8.741	-21,5%	5.283	29,8%	6.426	9.793	-34,4%
Unidades Vendidas	1.522	1.045	45,6%	487	212,5%	2.009	1.985	1,2%
<b>Entregas</b>								
VGv Entregue - R\$ milhões (100%)	1.894	1.847	2,5%	2.468	23,0%	4.362	3.387	28,8%
Unidades Entregues	5.864	5.432	8,0%	6.959	21,8%	12.823	10.246	25,2%
<b>Banco de Terrenos</b>								
VGv potencial com permuta - R\$ milhões (100%)	54.032	52.311	3,3%	54.903	-1,6%	54.032	52.311	3,3%
VGv potencial sem permuta - R\$ milhões (100%)	46.533	45.419	2,5%	46.851	-0,7%	46.533	45.419	2,5%
Estoque de Terreno (mil m <sup>2</sup> )	21.223	8.830	140,3%	22.013	-3,6%	21.223	8.830	140,3%
% Permuta sobre valor do terreno	73,8%	68,8%	5,0 p.p.	73,0%	0,8 p.p.	73,8%	68,8%	5,0 p.p.
% CBR	85,6%	86,6%	-1,0 p.p.	85,7%	-0,2 p.p.	85,6%	86,6%	-1,0 p.p.
<b>Indicadores Financeiros</b>								
Receita Líquida (R\$ milhões)	1.138	1.358	-16,2%	1.035	9,9%	2.173	2.674	-18,7%
Lucro Bruto (R\$ milhões)	399	454	-12,0%	361	10,7%	760	891	-14,8%
EBITDA (R\$ milhões)	236	271	-12,7%	154	53,5%	390	515	-24,2%
Lucro Líquido (R\$ milhões)	118	169	-30,1%	101	17,4%	219	332	-34,2%
Margem Bruta	35,1%	33,4%	1,7 p.p.	34,8%	0,3 p.p.	35,0%	33,3%	1,7 p.p.
Margem EBITDA	20,8%	19,9%	0,9 p.p.	14,9%	5,9 p.p.	18,0%	19,2%	-1,2 p.p.
Margem Líquida	10,4%	12,4%	-2,0 p.p.	9,7%	0,7 p.p.	10,1%	12,4%	-2,3 p.p.
Lucro por Ação (R\$) <sup>(3)</sup>	0,31	0,43	-27,3%	0,27	17,3%	0,58	0,84	-31,6%
Geração / Queima de Caixa <sup>(4)</sup>	219	159	37,8%	403	-45,6%	622	318	95,4%
<b>Backlog</b>								
Receitas Líquidas a Apropriar (R\$ milhões)						30/06/2015	31/03/2015	Var.
Resultado Bruto a Apropriar (R\$ milhões)						4.129	4.245	-2,74%
Margem a Apropriar						1.551	1.572	-1,3%
						37,6%	37,0%	0,6 p.p.

(1) incluindo as unidades permutadas

(2) líquido de rescisões e com permuta

(2') líquido de rescisões: vendas no trimestre de lançamentos do ano

(2'') líquido de rescisões: vendas no ano de lançamentos do ano

(3) O Lucro por Ação é calculado excluindo-se as ações em tesouraria

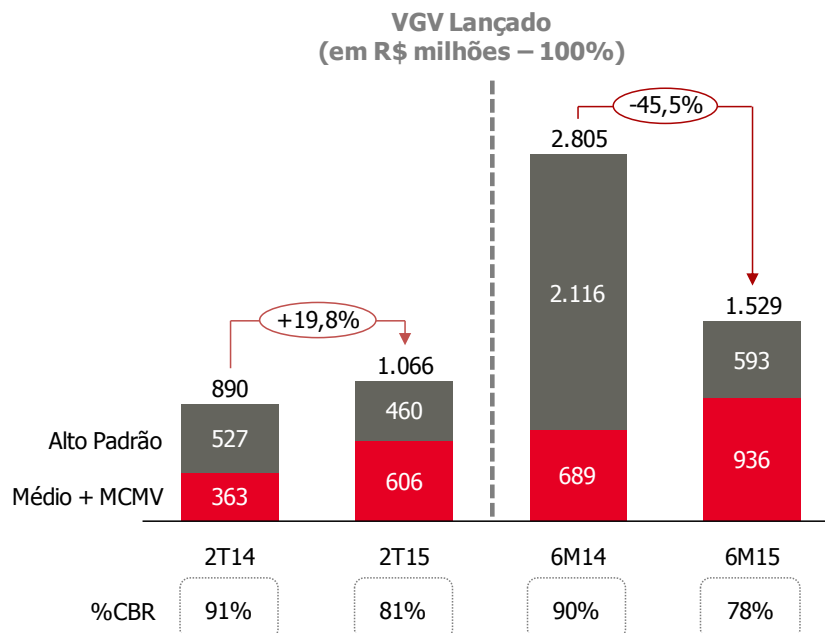
(4) geração de caixa desconsidera distribuição de dividendos, recursos destinados à recompra de ações e aquisição de participações societárias

## DESEMPENHO OPERACIONAL

Nota: informações detalhadas referentes a lançamentos estão ao final do relatório, em tabelas anexas.

## LANÇAMENTOS

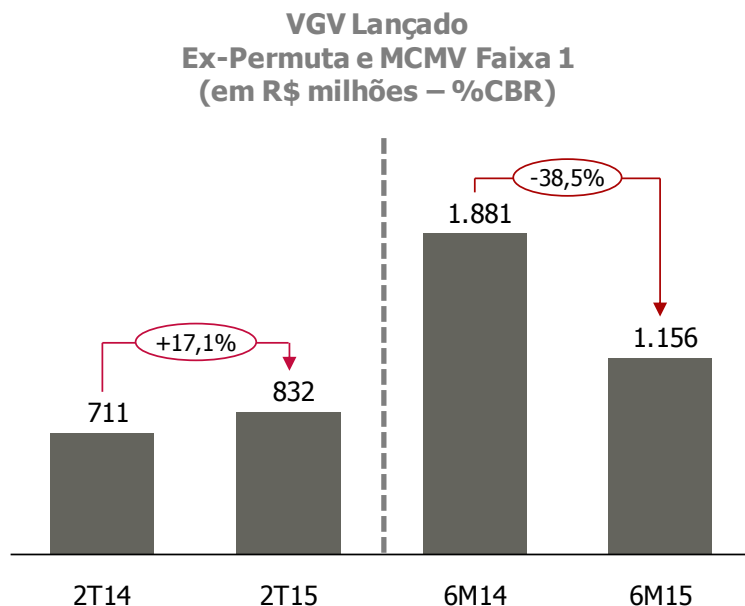
No 2T15, os lançamentos somaram R\$ 1.066 milhões, volume 19,8% superior ao mesmo trimestre do ano anterior. No acumulado do ano, os lançamentos somaram Valor Geral de Vendas (VGV) total de R\$ 1.529 milhões, volume 45,5% menor que o do mesmo período do ano anterior. Neste trimestre, não houve assinatura de contratos no MCMV Faixa 1.



A participação da Cyrela (%CBR) nos lançamentos do trimestre foi de 80,8%, sendo inferior à apresentada no mesmo período do ano passado (91,3%). No ano, o percentual CBR nos lançamentos atingiu 78,2% vs. 90,3% no mesmo período de 2014. As regiões de São Paulo e Rio de Janeiro representaram 82,4% dos lançamentos do ano.

O valor permutado nos lançamentos do 2T15 atingiu R\$ 36 milhões vs. R\$ 107 milhões no 2T14. Excluindo o valor das permutas dos lançamentos e o MCMV Faixa 1, o volume lançado no %CBR neste trimestre foi 17,1% superior ao mesmo período do ano anterior, passando de R\$ 711 milhões no 2T14 para R\$ 832 milhões no 2T15.

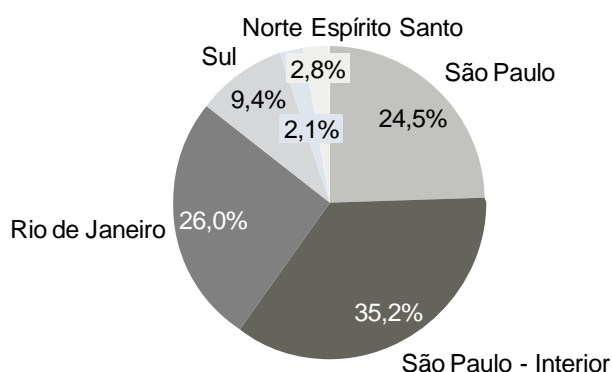
No ano, o volume lançado no %CBR excluindo os projetos MCMV Faixa 1 e o volume permutado, diminuiu 38,5% passando de R\$ 1.881 milhões no 6M14 para R\$ 1.156 milhões no primeiro semestre de 2015.



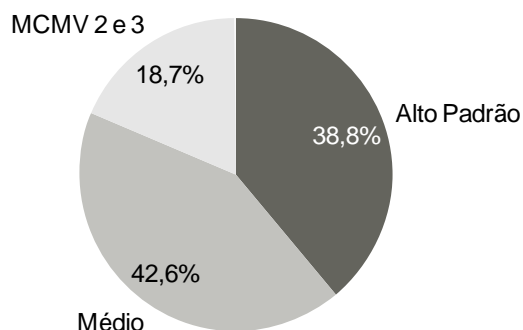
No 2T15 destacamos o lançamento do “Cyrela Cypriani” (Living - São Paulo) e o “Living Moovie” (Living – São Paulo - Interior) com bom desempenho de vendas.

A distribuição dos lançamentos no ano por geografia e segmento pode ser vista abaixo:

### Lançamentos por região – 2015



### Lançamentos por produto – 2015



Do VGV lançado no ano, 69,8% são reconhecidos via consolidação e 30,2% via equivalência.

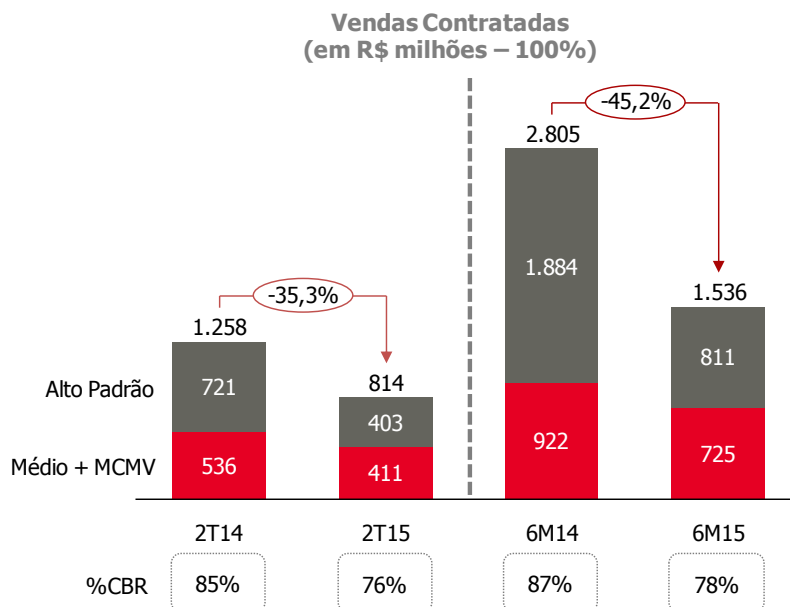
## VENDAS

Nota: informações detalhadas referentes a vendas contratadas estão ao final do relatório, em tabelas anexas.

No 2T15, as vendas líquidas atingiram R\$ 814 milhões, uma redução de 35,3% em relação às vendas realizadas no mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, as vendas contratadas alcançaram R\$ 1.536 milhões, 45,2% inferior ao volume do 6M14.

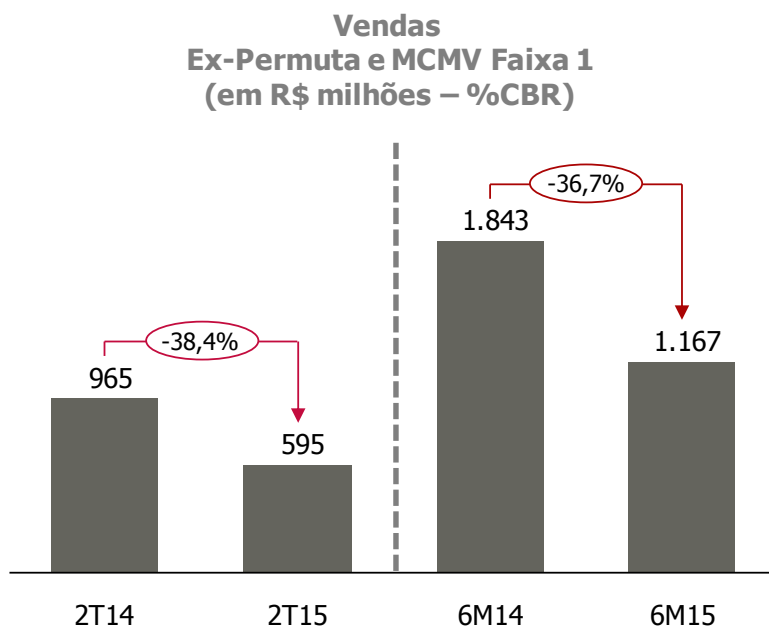
A participação da Companhia neste trimestre foi de 75,9%, frente aos 84,7% registrados no mesmo trimestre do ano anterior. No ano, o percentual CBR nas vendas passou de 86,6% no 6M14 para 78,0% no primeiro semestre de 2015.

No 2T15, as vendas líquidas dos produtos alto padrão somaram R\$ 403 milhões, e representaram 49,5% das vendas totais da Companhia no período.



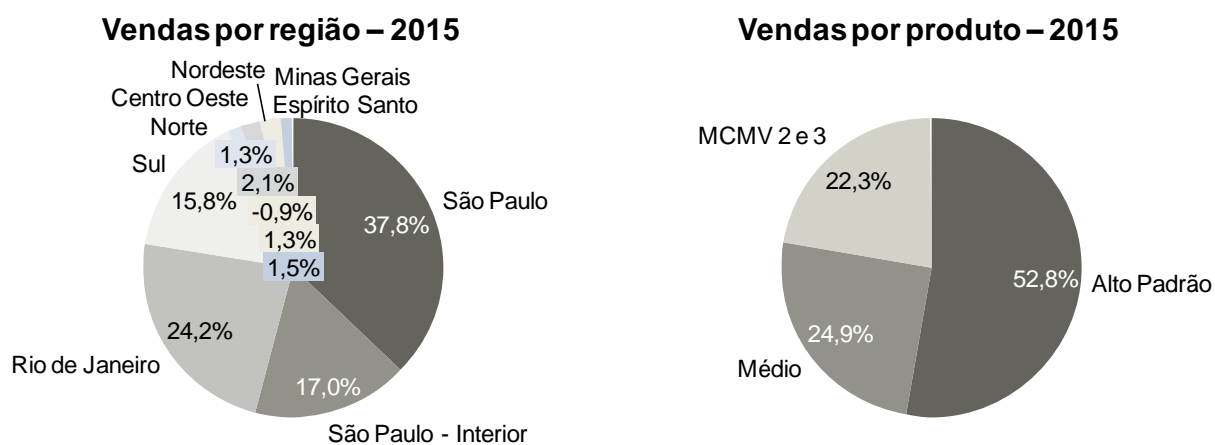
Das vendas realizadas no trimestre, R\$ 386 milhões foram provenientes de vendas de lançamentos e R\$ 427 milhões referem-se a vendas de estoque. Desse valor, as vendas líquidas de estoque pronto atingiram R\$ 67 milhões, o que equivale 4,3% da oferta destes produtos no início do período. Assim como no primeiro trimestre terminamos todas as obras de Salvador e Florianópolis, nesse trimestre entregamos as últimas obras em Natal.

Ao excluirmos a permuta das vendas do trimestre e os contratos do MCMV Faixa 1, o volume vendido no %CBR passou de R\$ 965 milhões para R\$ 595 milhões, 38,4% inferior em relação ao mesmo período do ano anterior. No ano, houve uma redução de 36,7% no volume vendido excluindo os projetos MCMV Faixa 1 e o volume permutado.



A segmentação geográfica das vendas no ano foi liderada por São Paulo com 37,8% do volume total vendido, seguido por Rio de Janeiro com 24,2% e São Paulo - Interior com 17,0%.

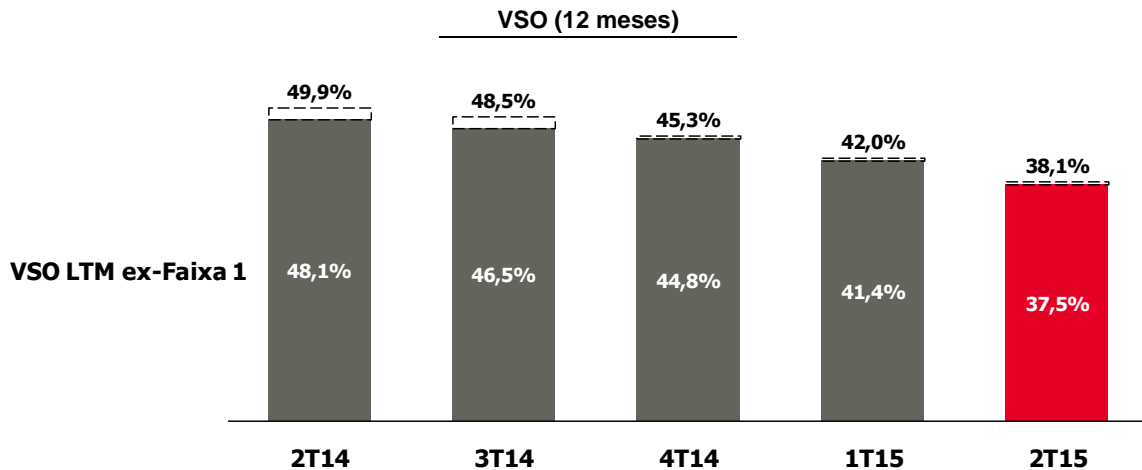
A distribuição das vendas no ano por geografia e segmento pode ser vista abaixo:



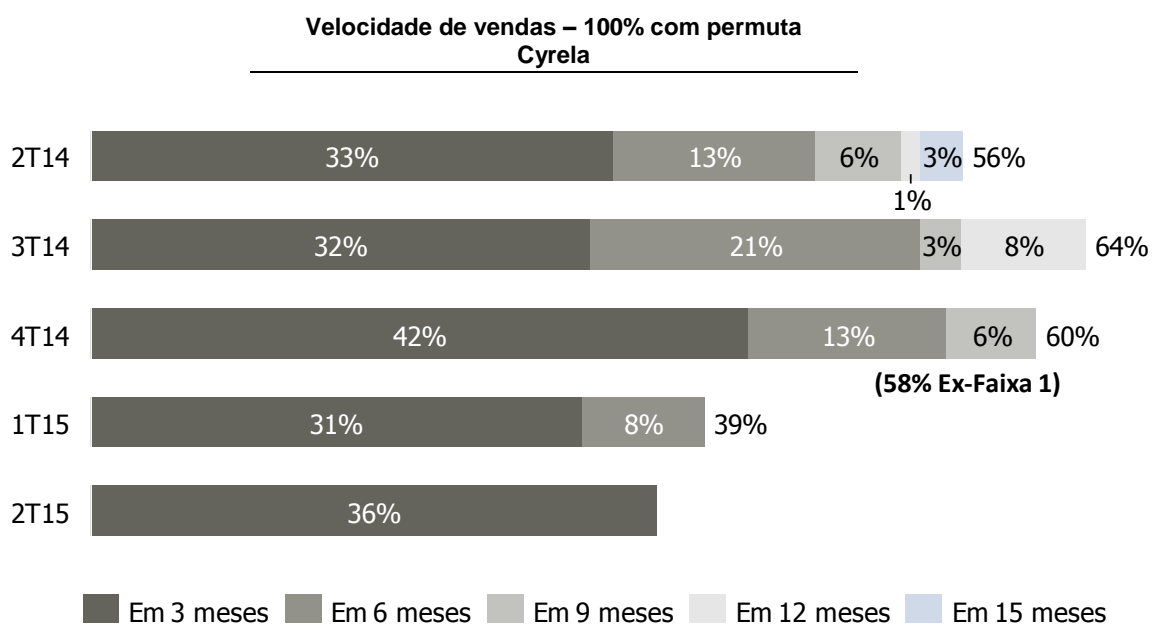
Das vendas realizadas no ano, 72,0% são reconhecidas via consolidação e 28,0% via equivalência.

## VELOCIDADE DE VENDAS (VSO)

Em 12 meses, o VSO (Vendas Sobre Oferta) totalizou 38,1% (ante 42,0% no 1T15 e 49,9% no 2T14). Excluindo-se os contratos Faixa 1, o VSO anual totalizou 37,5%.



Observando a velocidade de vendas por safra de lançamentos, a safra lançada no 2T15 foi 36% vendida. Os projetos lançados em 2014 já possuem, na média, mais de 50% de vendas.

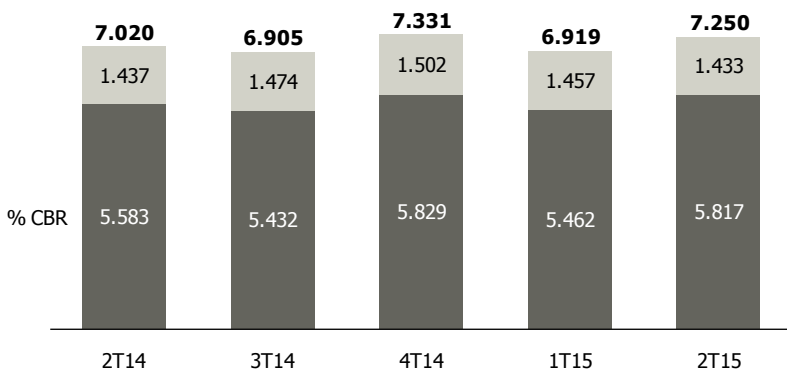


## ESTOQUES

Ao final do 2T15, o estoque (todas as unidades disponíveis para venda, inclusive as lançadas no período) a valor de mercado somava R\$ 7.250 milhões (100%) e R\$ 5.817 milhões (%CBR). O estoque total a valor de mercado apresentou elevação quando comparado ao trimestre anterior, com uma alta de 4,8%.

Do estoque total de R\$ 7.250 milhões, a parcela correspondente ao estoque que será reconhecido de forma consolidada na receita é de R\$ 6.198 milhões (%CBR R\$ 5.239 milhões) enquanto R\$ 1.053 milhões (%CBR R\$ 578 milhões) serão reconhecidos na linha de equivalência patrimonial.

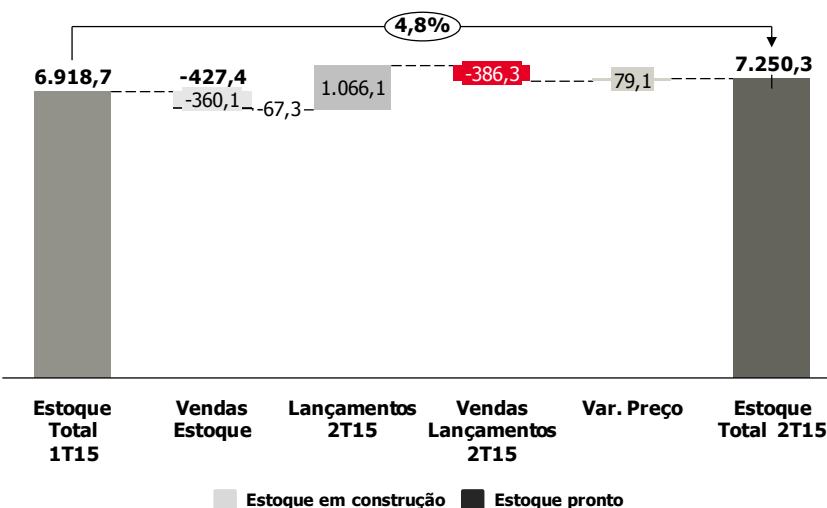
**Estoque a Valor de Mercado (R\$MM)**



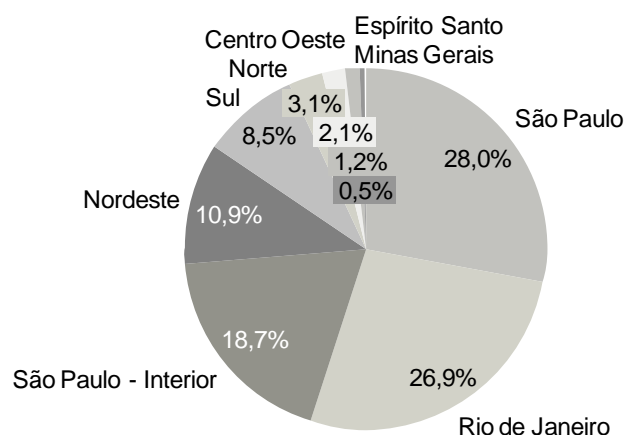
**Estoque por Safra de Entrega**

Estoque a Valor de Mercado	R\$ MM	%
Concluído	1.791	24,7%
A Entregar 2015	492	6,8%
A Entregar 2016	1.546	21,3%
A Entregar 2017	2.131	29,4%
A Entregar após 2017	1.290	17,8%
<b>Total</b>	<b>7.250</b>	<b>100%</b>

**Variação do Estoque (R\$milhões)**

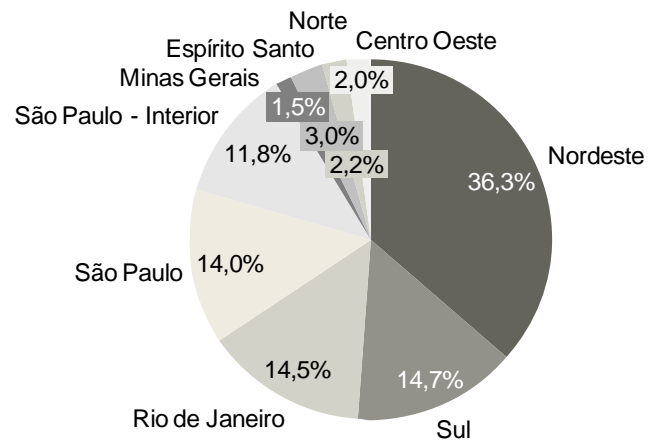


**Breakdown Estoque Total 2T15**



Neste trimestre, a venda líquida de estoque pronto foi de R\$ 67 milhões, representando 4,3% da oferta desses produtos no início do período. A redução na venda líquida do estoque pronto foi consequência de dois fatores principais: (i) alto volume de entrega de obras em praças com demanda reduzida no primeiro semestre, obras essas que possuem um percentual de distrato mais alto que a média das obras da Companhia e (ii) maior seletividade dos bancos na concessão de crédito.

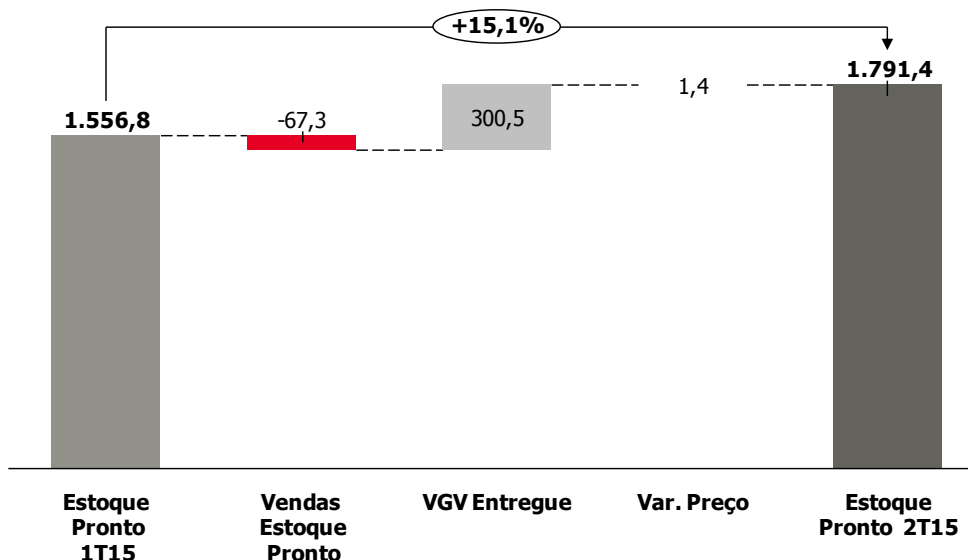
**Breakdown Estoque Pronto 2T15**



O estoque pronto da Companhia apresentou elevação, passando de R\$ 1.557 milhões no 1T15 para R\$ 1.791 milhões no 2T15. Deste total, os 10 maiores projetos respondem por 37,5%. A região Nordeste e o Espírito Santo apresentam 39,3% de participação no estoque pronto total da Companhia.

O estoque pronto da Companhia passou de 3,4 mil unidades no 1T15 para 4,3 mil unidades ao final do primeiro semestre de 2015.

**Variação do Estoque Pronto (R\$ milhões)**



o estoque pronto, a parcela que será reconhecida de forma consolidada na receita é de R\$ 1.599 milhões (%CBR R\$ 1.339 milhões) enquanto R\$ 192 milhões (%CBR R\$ 104 milhões) serão reconhecidos na linha de equivalência patrimonial.

## TERRENOS

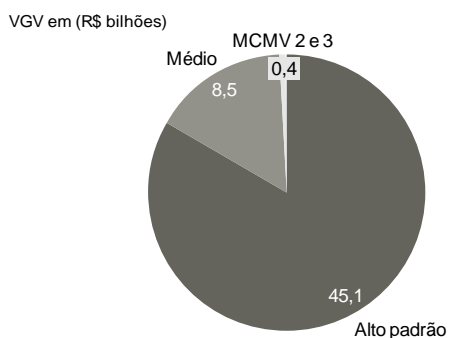
Nota: informações detalhadas referentes a terrenos estão ao final do relatório, em tabelas anexas.

Ao final do 2T15, o estoque de terrenos somava 21 milhões de metros quadrados área útil comercializável, com potencial de vendas total de R\$ 54,0 bilhões. A participação da Cyrela no estoque de terrenos é de 85,6%, ou o equivalente a R\$ 46,2 bilhões. A Companhia não adquiriu nenhum novo terreno no 2T15.

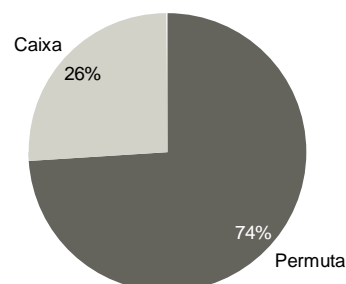
Durante o 2T15, a Companhia distratou 8 terrenos, sendo 4 em São Paulo, 2 em Minas Gerais, 1 na região Sul e 1 no Nordeste. O impacto das operações de distrato de terrenos foi de R\$ 1,5 milhão negativo no resultado.

### Banco de Terrenos em 30/06/2015\*

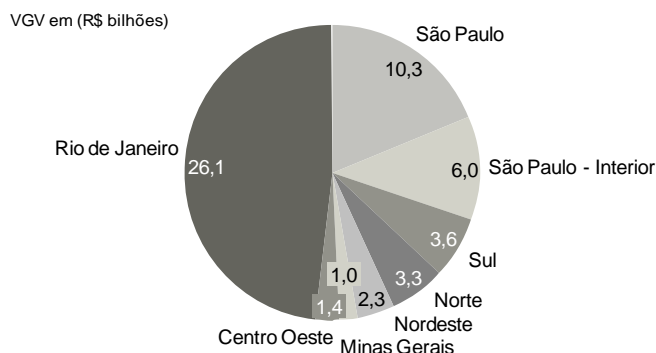
#### Distribuição por Segmento (VGV em R\$bi)



#### Forma de Aquisição (em %)



#### Distribuição por Região (VGV em R\$bi)



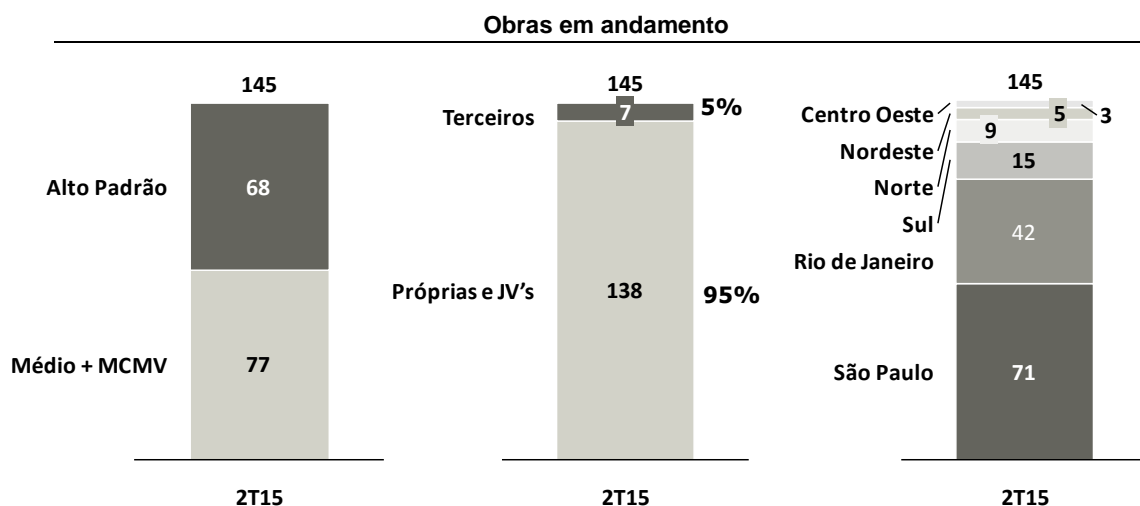
\*O VGV em landbank é baseado na última viabilidade de avaliação do terreno corrigida a INCC até a data de hoje

## OBRAS

Nota: informações detalhadas referentes a unidades entregues estão ao final do relatório, em tabelas anexas.

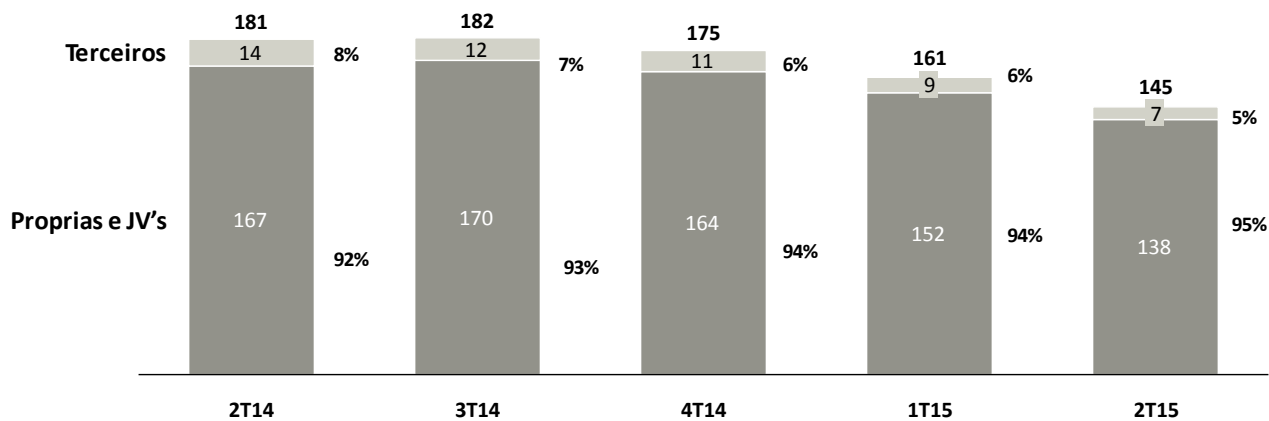
A Cyrela entregou 22 projetos no trimestre, com 5,9 mil unidades que representavam R\$ 1,9 bilhão de VGV na data dos respectivos lançamentos. Neste trimestre, todas as obras em andamento de Natal foram entregues.

Ao final do 2T15, havia 145 obras em andamento, seguindo o critério de canteiros ativos, distribuídas conforme o gráfico abaixo nas visões de segmentos, execução e também de acordo com a distribuição geográfica. Do total de obras em andamento, 22 são canteiros de MCMV Faixa 1.



Seguindo o direcionamento estratégico para uma operação mais orgânica, a Companhia vem, desde 2012, reduzindo a participação de terceiros no controle da execução de suas obras. No fechamento deste trimestre, a participação das obras que estavam sendo geridas por equipes próprias ou JVs atingiu 95% vs. 94% no 1T15. Isso reforça o compromisso da Cyrela com a gestão de custos e qualidade dos produtos ofertados. Dos lançamentos deste trimestre, apenas uma obra será executada por terceiros.

## Execução de Obras

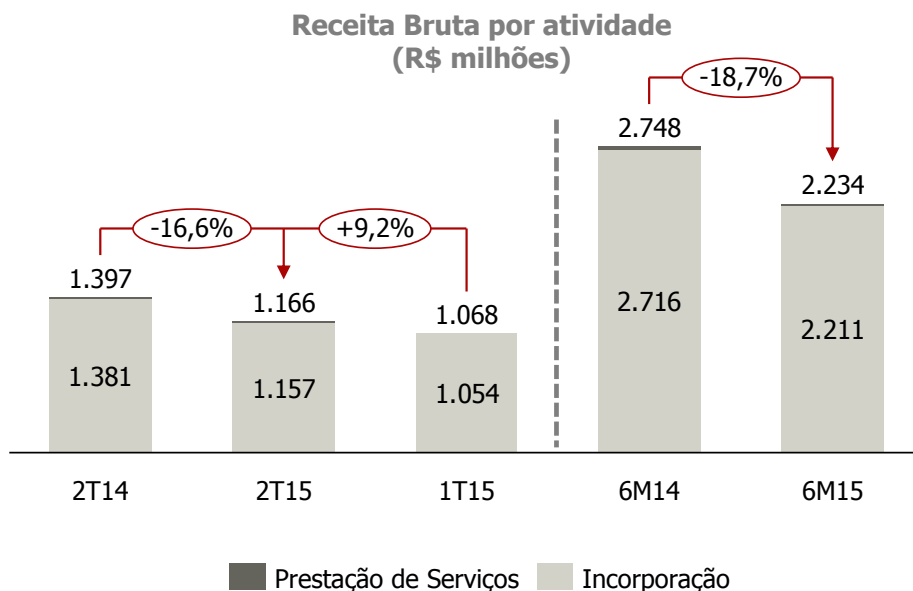


## Desempenho Econômico – Financeiro

### RECEITA

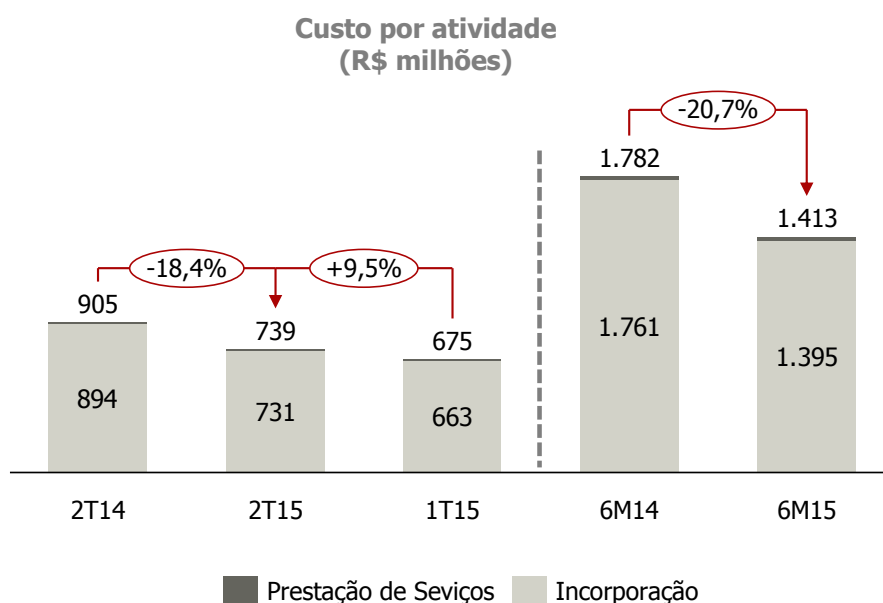
A receita bruta total da Companhia somou R\$ 1.166 milhões no 2T15, montante 9,2% superior aos R\$ 1.068 milhões obtidos no 1T15, e 16,6% inferior aos R\$ 1.397 milhões registrados no 2T14.

No ano, a receita bruta atingiu R\$ 2.234 milhões, uma redução de 18,7% sobre a receita bruta do primeiro semestre de 2014.



## CUSTO DOS BENS E/OU SERVIÇOS PRESTADOS

O custo total atingiu R\$ 739 milhões e foi 9,5% superior ao registrado no 1T15 e 18,4% inferior ao registrado no 2T14. No ano, o custo total atingiu R\$ 1.413 milhões, redução de 20,7% sobre o custo de R\$ 1.782 milhões no mesmo período de 2014.



O custo de incorporação, que representou 99,0% do custo total do trimestre, atingiu R\$ 731 milhões e foi 10,2% superior ao registrado no 1T15 e 18,2% inferior ao registrado no 2T14. No ano, o custo de incorporação atingiu R\$ 1.395 milhões, redução de 20,8% vs. 6M14.

## MARGEM BRUTA

A margem bruta total da Companhia no 2T15 foi de 35,1% sendo 0,3 p.p. superior em relação ao 1T15 e 1,7 p.p. superior à margem bruta do 2T14.

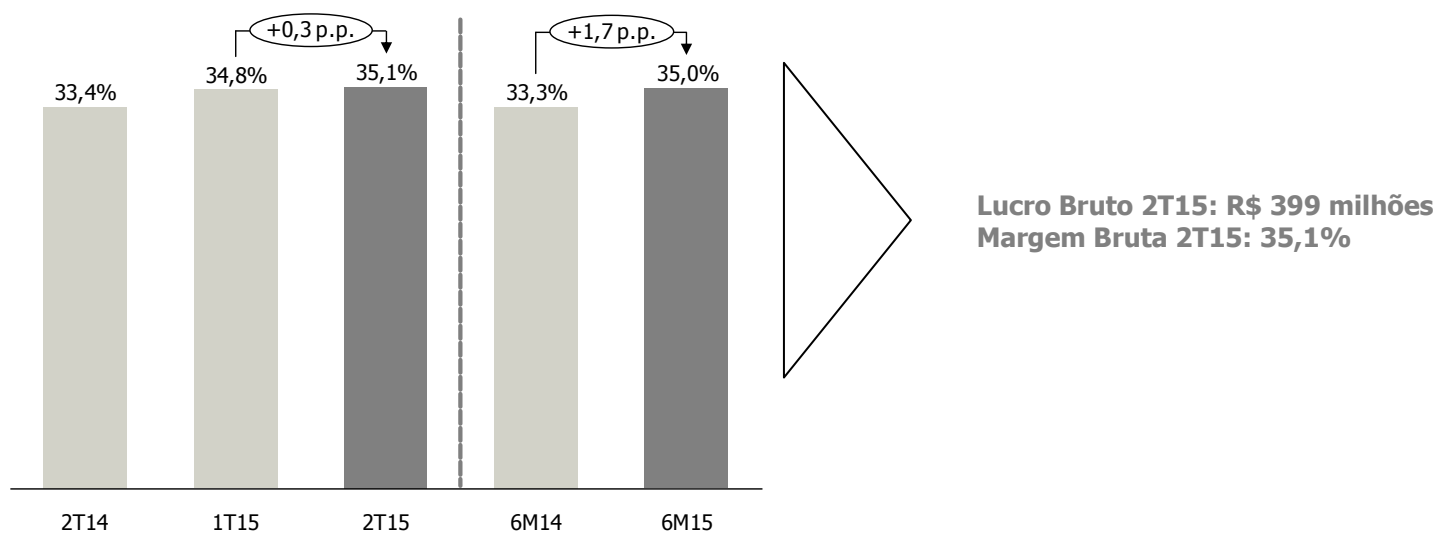
Assim como no trimestre passado, a margem bruta se manteve no patamar de 35%, principalmente pela maior participação de produtos lançados a partir de 2013, tanto no mix de vendas como na evolução das obras, produtos esses que tipicamente possuem margens mais elevadas. Além disso, continuamos a apresentar economia líquida na execução dos custos das obras. Neste trimestre obtivemos uma economia líquida da ordem de R\$ 11 milhões.

No ano, a margem bruta foi de 35,0%, representando uma elevação de 1,7 p.p. em relação ao mesmo período de 2014.

A margem bruta ajustada do trimestre foi de 38,7%, sendo 1,4 p.p. superior à margem do 2T14 de 37,3% e 0,4 p.p. inferior à margem bruta ajustada do 1T15. No ano, a margem bruta ajustada foi de 38,9%, um aumento de 1,8 p.p. sobre o 6M14.

Margem Bruta Ajustada	2T15	2T14	2T15 x 2T14	1T15	2T15 x 1T15	6M15	6M14	6M15 x 6M14
	R\$ MM	R\$ MM		R\$ MM		R\$ MM		
Receita Líquida	1.138	1.358	-16,2%	1.035	9,9%	2.173	2.674	-18,7%
Lucro Bruto	399	454	-12,0%	361	10,7%	760	891	-14,8%
<b>Margem Bruta</b>	<b>35,1%</b>	<b>33,4%</b>	<b>1,7 p.p.</b>	<b>34,8%</b>	<b>0,3 p.p.</b>	<b>35,0%</b>	<b>33,3%</b>	<b>1,7 p.p.</b>
Juros Apropriados no Custo	41	53	-22,6%	44	-7,3%	85	101	-16,2%
<b>Margem Bruta Ajustada</b>	<b>38,7%</b>	<b>37,3%</b>	<b>1,4 p.p.</b>	<b>39,1%</b>	<b>-0,4 p.p.</b>	<b>38,9%</b>	<b>37,1%</b>	<b>1,8 p.p.</b>

## Evolução da Margem Bruta



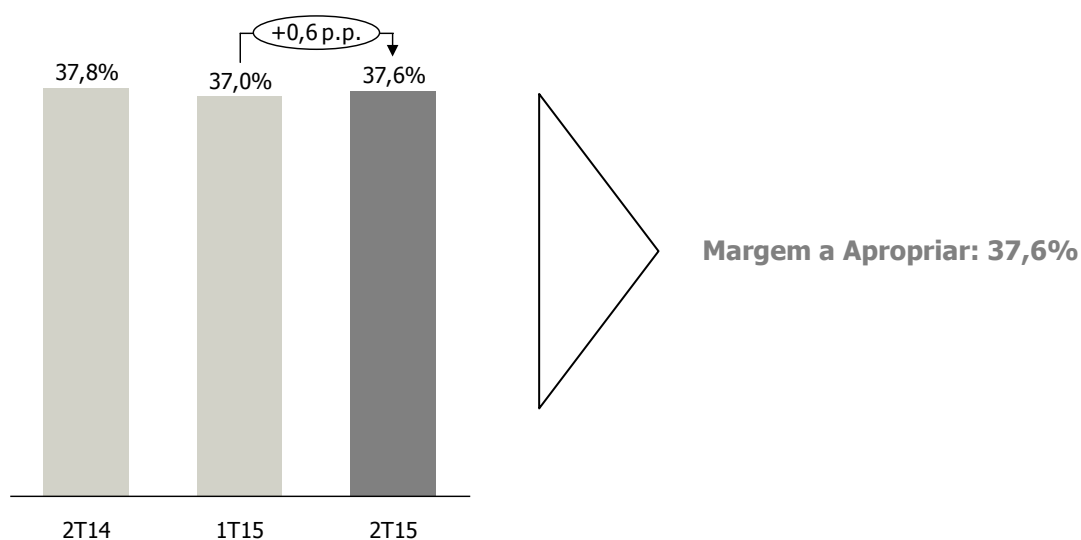
**VENDAS A RECONHECER**

Ao final do segundo trimestre de 2015, a receita líquida de vendas a apropriar somava R\$ 4.129 milhões. A margem bruta dessa receita a apropriar, no trimestre, foi de 37,6%, 0,2 p.p inferior ao valor apresentado no 2T14 e 0,6 p.p. acima do apresentado no trimestre anterior. Vale salientar que a margem bruta de backlog (Margem REF) não contempla o efeito AVP e juros de SFH. Tais efeitos tipicamente tem o impacto entre 4 e 5 p.p.

Os fatores que contribuíram para o aumento da margem a apropriar são:

- (i) Novos projetos reconhecidos no trimestre com margem REF superior à média;
- (ii) Projetos entregues que possuíam margem menor e que, como consequência da entrega, deixam de fazer parte da REF.

**Evolução da Margem Bruta de Backlog**



<b>Vendas a Reconhecer (R\$ mil)</b>	<b>2T15</b>	<b>1T15</b>	<b>2T15 x 1T15</b>	<b>2T14</b>	<b>2T15 x 2T14</b>
Receitas de Vendas a Apropriar	4.203	4.327	-2,9%	5.084	-17,3%
Impostos a apropriar	(74)	(81)	-9,4%	(105)	-29,7%
<b>Receita Líquida a Apropriar</b>	<b>4.129</b>	<b>4.245</b>	<b>-2,7%</b>	<b>4.980</b>	<b>-17,1%</b>
Custo Orçado das Unidades Vendidas a Apropriar	(2.579)	(2.674)	-3,6%	(3.095)	-16,7%
<b>Lucro Bruto a Apropriar</b>	<b>1.551</b>	<b>1.572</b>	<b>-1,3%</b>	<b>1.885</b>	<b>-17,7%</b>
<b>Margem Bruta a Apropriar</b>	<b>37,6%</b>	<b>37,0%</b>	<b>0,6 p.p.</b>	<b>37,8%</b>	<b>-0,2 p.p.</b>

## DESPESAS COMERCIAIS

As despesas comerciais totalizaram R\$ 115 milhões no 2T15, um aumento de R\$ 8 milhões em relação ao 1T15 e um aumento de R\$ 4 milhões em relação ao 2T14. No ano, as despesas comerciais totalizaram R\$ 222 milhões, o que representou um incremento de 2,6% sobre o primeiro semestre de 2014. Em relação às vendas contratadas, a participação das despesas comerciais no trimestre foi de 14,1%, abaixo do 14,9% ocorrido no 1T15 e acima dos 8,8% apresentados no 2T14. No ano, a participação dessas despesas sobre as vendas foi de 14,5% vs. 7,7% no 6M14.

No 2T15, o aumento das despesas comerciais em relação ao trimestre anterior ocorreu, principalmente, na rubrica “Mídia” em decorrência do maior volume de lançamentos no período.

Despesas Comerciais	2T15	1T15	2T15 x 1T15	2T14	2T15 x 2T14	6M15	6M14	6M15 x 6M14
	R\$ MM	R\$ MM		R\$ MM		R\$ MM		
Estande de Vendas	21	19	11,8%	22	-4,6%	39	42	-5,7%
Mídia	27	22	24,3%	32	-15,4%	49	57	-15,0%
Serviços de Terceiros	33	35	-4,1%	28	18,7%	68	62	10,2%
Outros	34	32	3,8%	29	15,9%	66	56	18,5%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>107</b>	<b>6,8%</b>	<b>111</b>	<b>3,6%</b>	<b>222</b>	<b>217</b>	<b>2,6%</b>

## DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

As despesas gerais e administrativas do trimestre atingiram R\$ 90 milhões, R\$ 16 milhões inferior em relação ao 1T15 e R\$ 26 milhões inferior ao 2T14. Esse valor representa 7,9% da receita líquida reconhecida no trimestre, 2,3 p.p menor em relação à participação de 10,2% apresentada no 1T15.

No ano, as despesas gerais e administrativas atingiram R\$ 196 milhões, uma redução de 12,3% em relação ao mesmo período do ano anterior e representaram 9,0% da receita reconhecida no período vs. 8,3% apresentados no 6M14.

Despesas Gerais e Administrativas	2T15 R\$ MM	1T15 R\$ MM	2T15 x 1T15	2T14 R\$ MM	2T15 x 2T14	6M15 R\$ MM	6M14 R\$ MM	6M15 x 6M14
Salários e Encargos Sociais	39	42	-7,7%	48	-19,1%	81	94	-13,8%
Stock Options	-15	1	-	6	-350,0%	-14	12	-218,6%
Honorários da Administração	2	2	1,2%	2	12,9%	3	3	18,8%
Serviços de Terceiros	20	18	7,8%	17	19,1%	38	31	22,3%
Aluguel, viagens e representações	13	13	-2,0%	15	-14,7%	26	30	-11,1%
Outros	26	17	47,5%	21	22,1%	43	33	32,0%
Participação dos Empregados	6	12	-48,9%	8	-24,5%	18	22	-14,3%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>106</b>	<b>-14,6%</b>	<b>116</b>	<b>-22,6%</b>	<b>196</b>	<b>223</b>	<b>-12,3%</b>

Comparando com o trimestre anterior, as principais variações nos itens que compõem as despesas gerais e administrativas são:

- (i) Stock Options: redução devido, principalmente, ao não exercício de planos de stock options vigentes;
- (ii) Outros: aumento devido a maiores gastos com indenizações por atraso de obra;
- (iii) Participação de empregados: redução na provisão da remuneração variável.

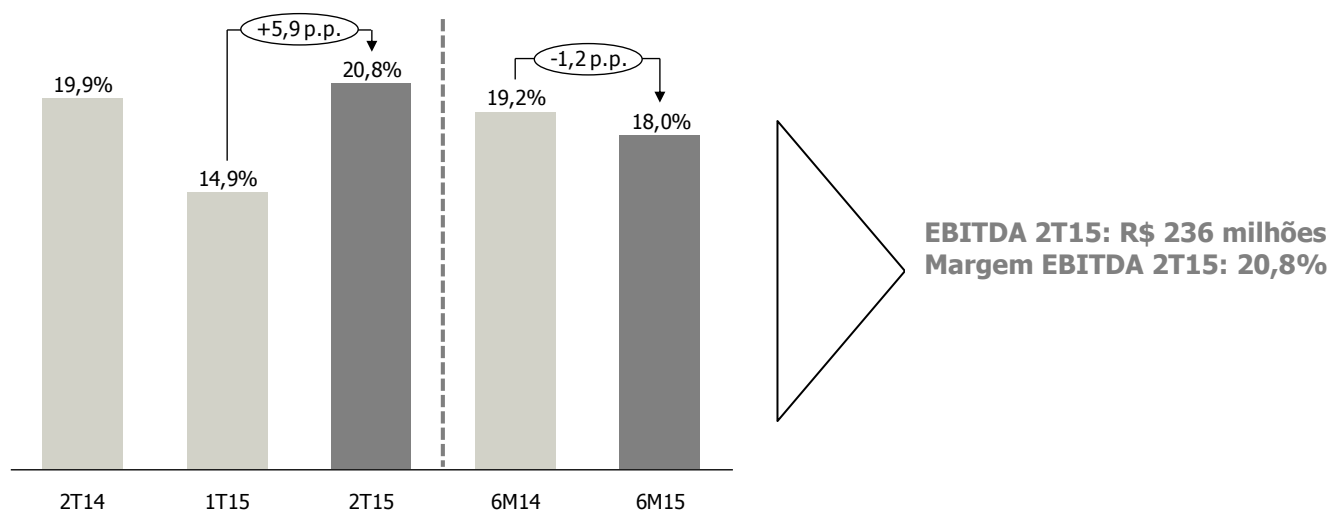
## EBITDA

A margem EBITDA do trimestre atingiu 20,8%, 5,9 p.p. superior à apresentada no 1T15 e 0,9 p.p. superior vs. 2T14. No acumulado do ano, a margem EBITDA foi de 18,0%, 1,2 p.p. inferior ao mesmo período do ano passado.

EBITDA	2T15 R\$ MM	2T14 R\$ MM	2T15 x 2T14	1T15 R\$ MM	2T15 x 1T15	6M15 R\$ MM	6M14 R\$ MM	6M15 x 6M14
Lucro Líquido do Exercício das Operações Continuadas	185	208	-11,1%	118	56,9%	303	396	-23,4%
(-) Resultado Financeiro	10	(3)	-412,4%	(6)	-261,8%	4	(13)	-130,2%
(+) Depreciação e Amortização <sup>1</sup>	17	23	-25,2%	19	-8,2%	36	48	-24,3%
(+) Tributos sobre o Lucro	24	43	-43,9%	23	2,6%	47	84	-43,7%
<b>EBITDA</b>	<b>236</b>	<b>271</b>	<b>-12,7%</b>	<b>154</b>	<b>53,5%</b>	<b>390</b>	<b>515</b>	<b>-24,2%</b>
<b>Margem EBITDA (%)</b>	<b>20,8%</b>	<b>19,9%</b>	<b>0,9 p.p.</b>	<b>14,9%</b>	<b>5,9 p.p.</b>	<b>18,0%</b>	<b>19,2%</b>	<b>-1,2 p.p.</b>

<sup>1</sup> No valor de depreciação e amortização estão incluídas as amortizações de stand alocadas em despesas comerciais no DRE.

### Evolução da Margem EBITDA



## RESULTADO FINANCEIRO

O resultado financeiro do trimestre foi negativo em R\$ 10 milhões, comparado a um resultado positivo de R\$ 6 milhões no 1T15 e a um resultado positivo de R\$ 3 milhões apresentado no 2T14. No ano, O resultado financeiro foi negativo em R\$ 4 milhões vs. resultado positivo de R\$ 13 milhões no primeiro semestre de 2014.

Os principais fatores que impactaram o resultado financeiro esse trimestre foram:

- (i) Aumento das despesas de variação monetária devido à liquidação de uma dívida em dólar que a Companhia possuía;
- (ii) Aumento nas despesas de juros de empréstimos e financiamentos devido, principalmente, ao aumento do CDI, que passou de uma média de 12,19% a.a. no 1T15 para 13,14% a.a. no 2T15;
- (iii) Aumento nas despesas de juros de SFH devido, principalmente, ao aumento da Taxa Referencial (TR) que passou de 0,23% no 1T15 para 0,40% no 2T15;
- (iv) Aumento das receitas de juros de aplicações financeiras devido ao aumento do saldo médio das aplicações e ao aumento do CDI, que passou de uma média de 12,19% a.a. no 1T15 para 13,14% a.a. no 2T15.

R\$ mil	2T15	1T15	2T14	6M15	6M14
<b>Despesas Financeiras</b>					
Juros SFH	(54)	(48)	(50)	(101)	(94)
Juros Empréstimos Nacionais e Estrangeiros	(55)	(52)	(52)	(106)	(104)
Juros Capitalizados	49	48	50	97	99
<b>Sub Total</b>	<b>(59)</b>	<b>(52)</b>	<b>(52)</b>	<b>(110)</b>	<b>(100)</b>
Variações Monetárias sobre Financiamentos	(24)	(3)	(3)	(27)	(7)
Despesas bancárias	(3)	(3)	(3)	(6)	(6)
Outras Despesas Financeiras	(2)	(7)	(10)	(10)	(16)
<b>Total de Despesas Financeiras</b>	<b>(89)</b>	<b>(64)</b>	<b>(69)</b>	<b>(153)</b>	<b>(129)</b>
<b>Receitas Financeiras</b>					
Rendimento de Aplicações	63	48	49	111	93
Receitas Financeiras sobre Contas a Receber	3	2	6	6	13
Variações monetárias	7	10	8	18	16
Outras Receitas Financeiras	5	9	10	14	20
<b>Total de Receitas Financeiras</b>	<b>79</b>	<b>70</b>	<b>72</b>	<b>149</b>	<b>142</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(10)</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>(4)</b>	<b>13</b>

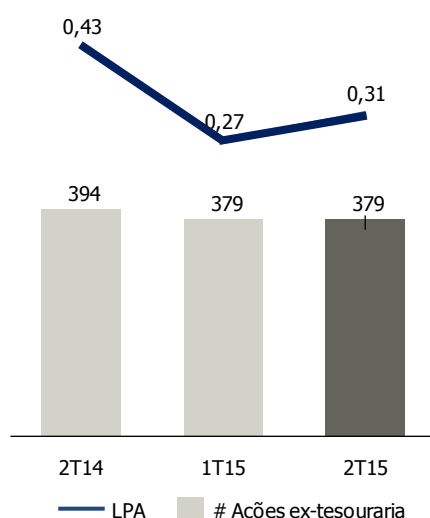
## LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Além das rubricas acima destacadas, neste trimestre houve uma recuperação do resultado de “Equivalência Patrimonial” liderada pela Cury e uma redução de gastos na rubrica “Outras Receitas/Despesas Operacionais” devido à redução pontual de provisões contenciosas trabalhistas e cíveis.

Como resultado do desempenho apresentado, o lucro líquido do trimestre foi de R\$ 118 milhões, uma redução de 30,1% sobre os R\$ 169 milhões do 2T14 e 17,4% superior em relação ao 1T15. No ano, o lucro líquido da Companhia foi de R\$ 219 milhões, redução de 34,2% sobre os R\$ 332 milhões no mesmo período do ano anterior.

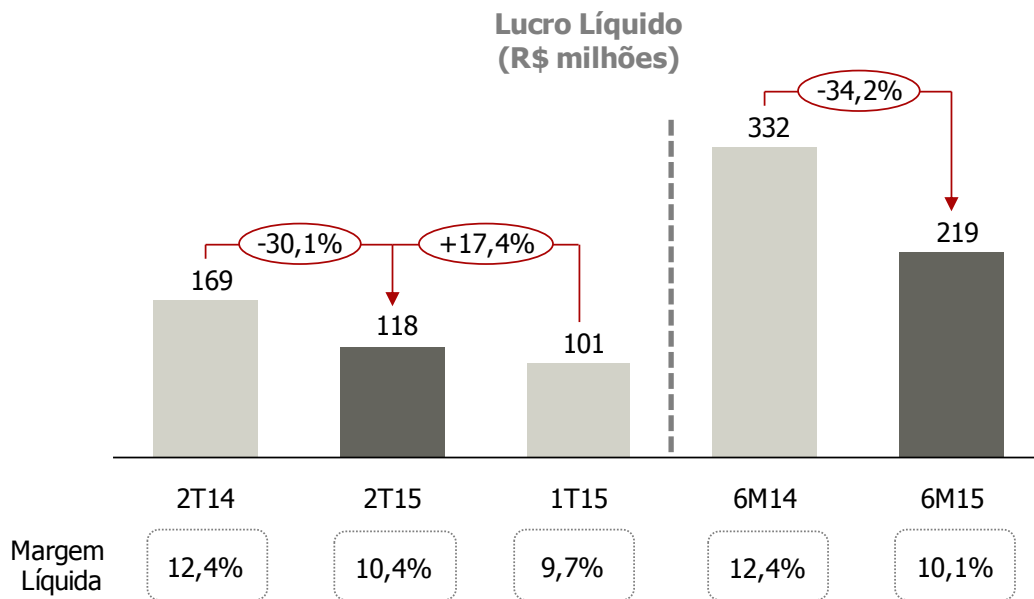
Neste trimestre o lucro por ação da Companhia apresentou elevação quando comparado com o 1T15, atingindo o montante de R\$ 0,31, reflexo dos impactos citados acima. Esse valor se compara a R\$ 0,27 no trimestre passado e R\$ 0,43 no mesmo trimestre de 2014.

Lucro por ação



\*Total de ações ao final do trimestre excluindo o saldo de ações em tesouraria na mesma data

A margem líquida atingiu 10,4% no trimestre, redução de 2,0 p.p. em relação ao 2T14 e 0,7 p.p. superior à margem de 9,7% no 1T15. No ano, a margem líquida foi de 10,1%, 2,3 p.p. inferior à margem de 12,4% no primeiro semestre de 2014.



Esse resultado gerou um ROE (últimos doze meses) de 9,6%.

## Destaques das Demonstrações Financeiras

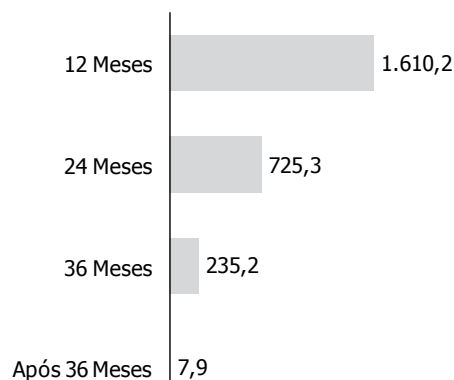
### CONTAS A RECEBER

Considerando a totalidade dos contratos de venda assinados, a linha de Contas a Receber totalizou R\$ 8,3 bilhões em 30 de junho de 2015 sendo 5% menor que o montante registrado no trimestre passado. Em nosso Balanço Patrimonial, este valor representa R\$ 4,2 bilhões, sendo apropriado segundo o andamento de obra de cada projeto.

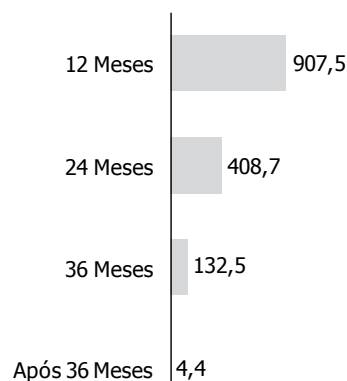
Desse total, 18,3% refere-se a unidades entregues, e 81,7% a unidades em construção ou em processo de entrega. O prazo médio de realização do Contas a Receber é de cerca de 1,6 ano (19 meses). Vale ressaltar que a experiência da Companhia não demonstra perdas significativas na realização deste ativo. Em geral, os recebíveis de unidades em construção são utilizados como garantia dos financiamentos da produção obtidos para construção dos respectivos empreendimentos.

Contas a receber	2T15 R\$ MM	1T15 R\$ MM	Var %
Unidades em construção	6.753	7.360	-8,2%
Unidades construídas	1.515	1.382	9,7%
<b>Total dos Recebíveis</b>	<b>8.268</b>	<b>8.742</b>	<b>-5,4%</b>
Compromisso com custos orçados de unidades vendidas	(2.579)	(2.674)	-3,6%
<b>Compromisso com custos orçados de unidades em estoque</b>	<b>(1.453)</b>	<b>(1.386)</b>	<b>4,9%</b>
Compromisso com custos orçados de unidades em estoque - Fases lançadas	(1.290)	(1.230)	4,9%
Compromisso com custos orçados de unidades em estoque - Fases não lançadas	(163)	(156)	4,7%
<b>Contas a Receber Líquido</b>	<b>4.236</b>	<b>4.682</b>	<b>-9,5%</b>

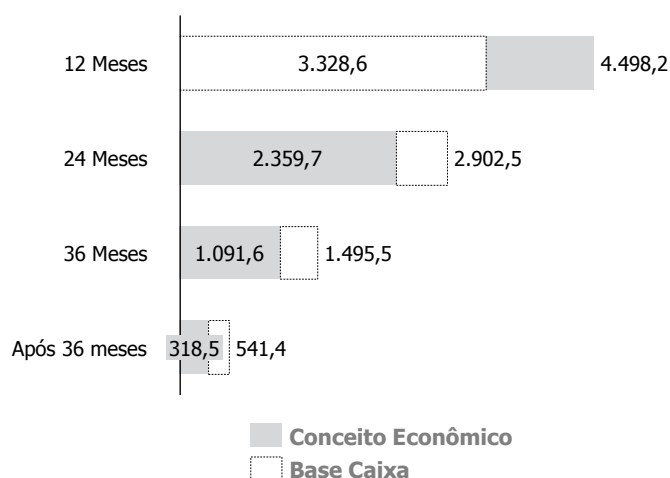
Cronograma do Custo a Incorrer (ref, unidades vendidas– R\$ milhões)



Cronograma do Custo a Incorrer (ref, unidades em estoque – R\$ milhões)



Cronograma de Recebíveis <sup>1</sup> (em R\$ milhões)



(1) Conceito econômico considera recebimento integral e imediato na data do Habite-se

Conceito Caixa: Considera a expectativa da Companhia de recebimento efetivo do Caixa.

**TERRENOS**

O principal item na linha Estoques reportada no balanço se refere a terrenos destinados à incorporação futura que, em 30 de junho de 2015, representava 45,3% do total.

No balanço patrimonial, já com efeitos da consolidação contábil, os terrenos respondem por R\$ 2.400 milhões da rubrica “Imóveis a Comercializar”.

<b>Imóveis a Comercializar</b>	<b>2T15 R\$ MM</b>	<b>1T15 R\$ MM</b>	<b>Var %</b>
Imóveis em Construção	1.964	1.804	8,8%
Imóveis Concluídos	810	760	6,5%
Terrenos	2.400	2.495	-3,8%
Adiantamento a Fornecedores	127	143	-11,4%
<b>Total</b>	<b>5.301</b>	<b>5.203</b>	<b>1,9%</b>

A rubrica “Adiantamento de Clientes” representa compromissos originados pelas permutas físicas na compra de terrenos (contrapartidas das permutas), avaliadas ao preço de venda futuro. Esta linha contém R\$ 195 milhões referentes aos terrenos para futura incorporação e R\$ 738 milhões referentes aos imóveis já incorporados, totalizando R\$ 933 milhões relativo ao preço justo das unidades permutadas. Tais compromissos serão amortizados com o mesmo procedimento do reconhecimento das receitas de venda, não existindo desembolsos efetivos de caixa.

<b>Adiantamento de Clientes</b>	<b>2T15 R\$ MM</b>	<b>1T15 R\$ MM</b>	<b>Var %</b>
Por recebimento de venda de imóveis	246	260	-5,5%
Terrenos para futura incorporação	195	197	-1,2%
Imóveis incorporados	738	765	-3,6%
<b>Total</b>	<b>1.178</b>	<b>1.223</b>	<b>-3,6%</b>

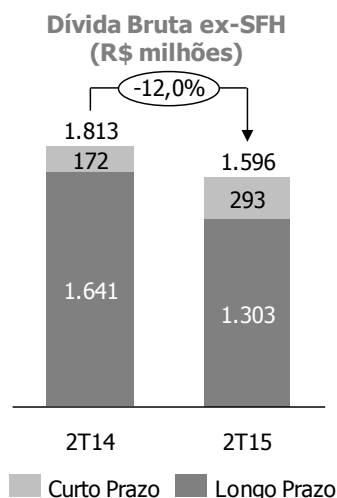
A rubrica “Contas a Pagar por Aquisição de Imóveis” de curto e longo prazo totaliza R\$ 347 milhões, sendo R\$ 138 milhões relativos a imóveis já incorporados.

<b>Contas a Pagar por Aquisição de Imóveis</b>	<b>2T15 R\$ MM</b>	<b>1T15 R\$ MM</b>	<b>Var %</b>
Já incorporado	138	173	-20,1%
Outros	209	222	-5,5%
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>394</b>	<b>-11,9%</b>

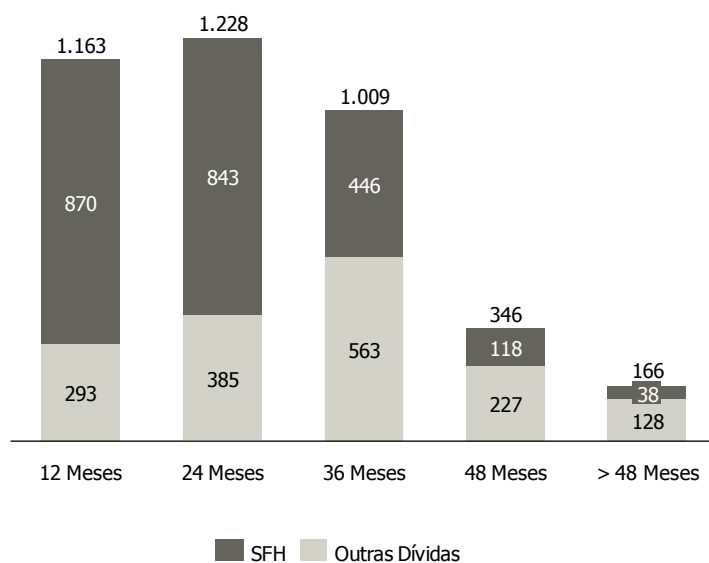
## ENDIVIDAMENTO

Em 30 de junho de 2015, a dívida bruta com juros a pagar somava R\$ 3.912 milhões, 4,2% maior que os R\$ 3.755 milhões registrados em 31 de março de 2015.

O saldo de financiamentos em moeda nacional, que se refere integralmente ao montante destinado à construção pelo Sistema Financeiro da Habitação (SFH), representava 59,2% do total da dívida (sem juros a pagar) e registrou queda de 1,8% no trimestre.



Modalidade (em R\$ mil)	2T15	1T15	2T15 x 1T15	2T14	2T15 x 2T14
Financiamentos - moeda nacional	2.316	2.274	1,8%	2.436	-4,9%
Empréstimos - moeda nacional	1.596	1.420	12,4%	1.753	-8,9%
Empréstimos - Swap	-	61	-100,0%	60	-100,0%
<b>Subtotal</b>	<b>3.912</b>	<b>3.755</b>	<b>4,2%</b>	<b>4.249</b>	<b>-7,9%</b>
Juros a pagar - moeda nacional	46	46	-0,4%	35	30,4%
Juros a pagar - operações Swap	-	2	-100,0%	0	0,0%
Subtotal	46	48	-4,5%	35	30,4%
<b>Total</b>	<b>3.958</b>	<b>3.803</b>	<b>4,1%</b>	<b>4.284</b>	<b>-7,6%</b>



Desta forma, o saldo de empréstimo em moeda nacional, representando 40,8% do total da dívida (sem considerar juros a pagar), refere-se a:

R\$ Milhões	Emissão	Vencimento	Custo	Saldo
<b>Dívida Corporativa</b>				
2ª emissão de debentures	2008	jan/18	CDI + 0,65% a.a.	42,6
6ª emissão de debentures	2012	ago/17	CDI + 1,20% a.a.	200,0
1ª emissão de CRI	2011	jun/23	107% do CDI	43,2
2ª emissão de CRI	2012	mai/17	108% do CDI	300,0
Ações preferenciais	2013	dez/18	CDI + 0,70% a.a.	100,0
Linhas de crédito de longo prazo	2014 -2015	set-2015 - mai-2019	TR + 8% - 9,72% a.a.	382,7
Linhas de crédito de longo prazo	2012 -2014	2015 – 2018	101,5% - 117,85% CDI	428,0
Linhas de crédito de longo prazo	2013	jan/27	TJLP + 3,78% a.a.	99,7
<b>Subtotal</b>			<b>~ 100,7% CDI</b>	<b>1.596,2</b>

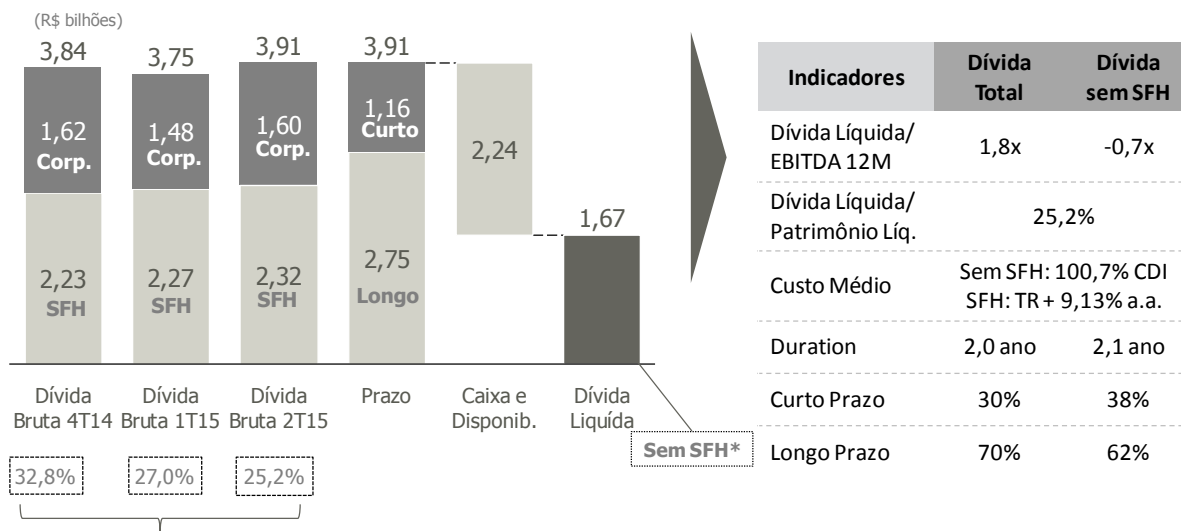
A dívida líquida da empresa atingiu R\$ 1.671 milhões, valor 3,6% inferior ao 1T15.

Em R\$ mil	2T15	1T15	2T15 x 1T15
Dívida LP	2.749	2.750	0,0%
Dívida CP	1.163	1.005	15,8%
Total da Dívida	3.912	3.755	4,2%
Caixa, Equivalentes e Títulos de Val. Mob.	2.241	1.973	13,6%
Títulos e Valores Mobiliários LP	0	49	-99,1%
Total de Disponibilidades	2.241	2.022	10,9%
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.671</b>	<b>1.733</b>	<b>-3,6%</b>

A alavancagem da Companhia, medida através da Dívida Líquida / Patrimônio Líquido apresentou redução frente o trimestre anterior, alcançando 25,2% no 2T15 vs. 27,0% no 1T15, reforçando o compromisso de manter esse índice em níveis saudáveis e ratificando a solidez financeira da empresa.

Em R\$ mil	2T15	1T15	% Var
Dívida Líquida	1.671	1.733	-3,6%
Patrimônio Líquido	6.635	6.417	3,4%
EBITDA (12 meses)	925	959	-3,6%
SFH	2.316	2.274	1,8%
Dívida Líquida / Patrimônio Líquido	25,2%	27,0%	-1,8 p.p.
Dívida Líquida / EBITDA 12 meses	1,81	1,81	0,0%
Dívida Líquida (ex SFH) / Patrimônio Líquido	-9,7%	-8,4%	-1,3 p.p.
Dívida Líquida (ex SFH) / EBITDA 12 meses	-0,70	-0,56	23,6%

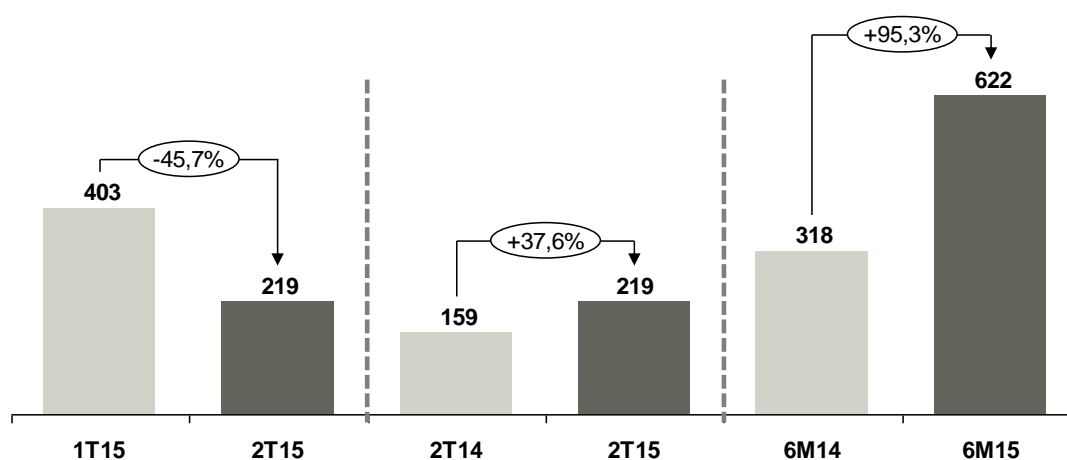
## Endividamento



\*Dívida Líquida Ex-SFH = R\$ -668 Milhões

## GERAÇÃO DE CAIXA

A Companhia apresentou neste trimestre uma geração de caixa operacional de R\$ 219 milhões, comparável a uma geração de caixa de R\$ 159 milhões no mesmo trimestre do ano passado e a uma geração de caixa de R\$ 403 milhões no 1T15. No ano, a geração de caixa foi de R\$ 622 milhões contra R\$ 318 milhões no mesmo período do ano anterior.



Cash Burn/Generation	2T15 R\$ MM	1T15 R\$ MM	Var % 2T15 x 1T15	6M15 R\$ MM	6M14 R\$ MM	Var % 6M15 x 6M14
Dívida Total (Dívida Bruta s/ Juros a Pagar)	3.912	3.755	4,2%	3.912	4.249	-7,9%
Caixa Total	2.241	2.022	10,9%	2.241	1.759	27,4%
Dívida Líquida	1.671	1.733	-3,6%	1.671	2.490	-32,9%
Δ Dívida Líquida Contábil	62	356	475,2%	418	-34	-1313,0%
(+) Programa Recompra	0	47	0,0%	47	182	-74,4%
(+) Aquisição de Participação Societária	0	0	0,0%	0	0	0,0%
(+) Dividendos	157	0	-100,0%	157	171	-8,0%
<b>Geração/Consumo de Caixa Operacional</b>	<b>219</b>	<b>403</b>	<b>-45,6%</b>	<b>622</b>	<b>318</b>	<b>95,4%</b>

## ANEXO I – BALANÇO PATRIMONIAL

<b>Balanço Patrimonial Consolidado</b>		
R\$ milhões		
	<u>30 de Junho, 2015</u>	<u>31 de Março, 2015</u>
<b>ATIVO</b>		
<b>Circulante</b>		
Caixa e Equivalentes de Caixa	9.237	8.979
Títulos e Valores Mobiliários	865	908
Contas a Receber	1.375	1.065
Imóveis a Comercializar	3.356	3.708
Impostos e Contribuições a Compensar	3.371	3.029
Imposto e Contribuições de Recolhimentos Diferidos	129	119
Despesas com Vendas a Apropriar	4	3
Despesas Antecipadas	22	23
Demais Contas a Receber	9	8
	105	115
<b>Não Circulante</b>	<b>4.077</b>	<b>4.347</b>
<b>Realizável a Longo Prazo</b>		
Contas a Receber	3.054	3.429
Títulos e Valores Mobiliários	801	788
Contas-Corrente com Parceiros nos Empreendimentos	0	49
Partes Relacionadas	64	166
Impostos e Contribuições a Compensar	209	202
Imposto e Contribuições de Recolhimentos Diferidos	-	0
Imóveis a comercializar	0	2
Demais Contas a receber	1.930	2.174
	50	47
<b>Ativo Permanente</b>	<b>1.023</b>	<b>919</b>
Investimentos em Controladas e Coligadas	757	650
Imobilizado	163	167
Intangível	103	102
<b>Total do Ativo</b>	<b>13.314</b>	<b>13.326</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
<b>Circulante</b>		
Empréstimos e Financiamentos	3.208	3.473
Debêntures	1.009	1.000
Certificados de recebíveis imobiliários - CRI	12	4
Fornecedores e provisão para garantia	188	49
Impostos e Contribuições a Recolher	316	291
Impostos e Contribuições Diferidos	40	60
Salários, encargos sociais e participações	138	153
Contas a Pagar por Aquisição de Imóveis	99	76
Dividendos a Pagar	283	323
Partes Relacionadas	-	157
Contas-Corrente com Parceiros nos Empreendimentos	122	153
Adiantamentos de Clientes	92	252
Demais Contas a Pagar	823	919
	86	37
<b>Não Circulante</b>	<b>9.266</b>	<b>9.136</b>
<b>Exigível a Longo Prazo</b>		
Empréstimos e Financiamentos	3.471	3.437
Debêntures	2.310	2.147
Certificados de recebíveis imobiliários - CRI	242	242
Fornecedores e provisão para garantia	191	358
Impostos e Contribuições a Recolher	90	91
Contas a Pagar por Aquisição de Imóveis	1	1
Tributos a Pagar e Provisões para Riscos Fiscais, Trabalhistas e Cíveis	64	72
Impostos e Contribuições Diferidos	176	186
Adiantamento de Cliente	41	38
	356	303
<b>Participações Minoritárias</b>	<b>840</b>	<b>718</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital Social	5.795	5.699
Opções Outorgadas Reconhecidas	3.096	3.096
Reserva de Lucros	89	105
Ações em Tesouraria	2.934	2.846
Outros Resultados Abrangentes	(266)	(267)
	(59)	(82)
<b>Total do Passivo e do Patrimônio Líquido</b>	<b>13.314</b>	<b>13.326</b>

## ANEXO II – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

<b>Demonstração de Resultados Consolidados</b>						
R\$ milhões						
	<u>2T15</u>	<u>1T15</u>	<u>% Variação</u>	<u>6M15</u>	<u>6M14</u>	<u>% Variação</u>
<b>Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços</b>						
Incorporação e Revenda de Imóveis	1.156,9	1.054,0	9,8%	2.211,0	2.716,1	-18,6%
Prestação de Serviços e Outras	9,0	14,0	-35,9%	22,9	32,2	-28,9%
Deduções da Receita Bruta	<u>(28,2)</u>	<u>(32,8)</u>	<u>-14,1%</u>	<u>(61,0)</u>	<u>(74,6)</u>	<u>-18,3%</u>
<b>Receita Líquida Operacional</b>	<b>1.137,7</b>	<b>1.035,2</b>	<b>9,9%</b>	<b>2.172,9</b>	<b>2.673,7</b>	<b>-18,7%</b>
Dos Imóveis Vendidos e Revendidos	(731,4)	(663,4)	10,2%	(1.394,8)	(1.760,8)	-20,8%
Da Prestação de Serviços e Outras	<u>(7,3)</u>	<u>(11,2)</u>	<u>-34,9%</u>	<u>(18,4)</u>	<u>(21,7)</u>	<u>-15,0%</u>
<b>Custo das Vendas e Serviços Realizados</b>	<b>(738,6)</b>	<b>(674,6)</b>	<b>9,5%</b>	<b>(1.413,2)</b>	<b>(1.782,5)</b>	<b>-20,7%</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Bruto Operacional</b>	<b>399,1</b>	<b>360,6</b>	<b>10,7%</b>	<b>759,7</b>	<b>891,2</b>	<b>-14,8%</b>
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>						
Com Vendas	(114,8)	(107,5)	6,8%	(222,3)	(216,7)	2,6%
Gerais e Administrativas	(88,4)	(103,8)	-14,8%	(192,2)	(220,3)	-12,8%
Honorários de Administração	(1,8)	(1,7)	1,7%	(3,5)	(2,9)	18,9%
Equivalência Patrimonial	22,3	8,6	158,8%	30,9	35,7	-13,6%
Outros Resultados nos Investimentos	(6,3)	2,8	-323,6%	(3,5)	0,3	-1132,0%
Despesas Financeiras	(88,5)	(64,0)	38,3%	(152,5)	(129,3)	18,0%
Receitas Financeiras	78,5	70,2	11,9%	148,7	141,9	4,8%
Outras Despesas/Receitas Operacionais	<u>8,9</u>	<u>(23,9)</u>	<u>-137,1%</u>	<u>(15,1)</u>	<u>(20,8)</u>	<u>-26,8%</u>
	<b>(190,1)</b>	<b>(219,4)</b>	<b>-13,3%</b>	<b>(409,4)</b>	<b>(411,8)</b>	<b>-0,6%</b>
<b>Lucro Antes dos Impostos Sobre o Lucro, e de Acionistas não Controladores</b>	<b>209,0</b>	<b>141,3</b>	<b>47,9%</b>	<b>350,2</b>	<b>479,4</b>	<b>-26,9%</b>
Diferido	7,2	9,6	-25,0%	16,8	(13,2)	-226,8%
Corrente	<u>(31,1)</u>	<u>(32,9)</u>	<u>-5,5%</u>	<u>(64,0)</u>	<u>(70,6)</u>	<u>-9,4%</u>
<b>Imposto de Renda e Contribuição Social</b>	<b>(23,9)</b>	<b>(23,3)</b>	<b>2,6%</b>	<b>(47,2)</b>	<b>(83,9)</b>	<b>-43,7%</b>
<b>Lucro Antes da Participação dos Acionistas não Controladores</b>	<b>185,1</b>	<b>117,9</b>	<b>56,9%</b>	<b>303,0</b>	<b>395,6</b>	<b>-23,4%</b>
Parcela de Lucro atribuída aos acionistas não controladores	<u>(67,1)</u>	<u>(17,4)</u>	<u>285,6%</u>	<u>(84,4)</u>	<u>(63,2)</u>	<u>33,6%</u>
<b>Lucro Líquido</b>	<b>118,0</b>	<b>100,5</b>	<b>17,4%</b>	<b>218,5</b>	<b>332,3</b>	<b>-34,2%</b>

## ANEXO III – DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

<b>Demonstrações dos Fluxos de Caixa</b>		
R\$ milhões		
<b>Consolidado</b>		
	<u>30 de Junho, 2015</u>	<u>30 de Junho, 2014</u>
<b>DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social e de acionistas não controladores	350	479
<b>Ajustes por:</b>		
Depreciação e amortização de bens do ativo imobilizado e intangível	33	44
Amortização de mais valia de ativos	3	4
Equivalência patrimonial	(31)	(36)
Juros, variações monetárias sobre empréstimos	163	177
Impostos diferidos	17	(13)
Ajustes a valor presente	4	4
Provisões para garantia	45	32
Provisões para processos judiciais	12	9
Provisão Programa de pagamento em ações	(14)	12
	<u>583</u>	<u>712</u>
<b>Variação nos ativos e passivos circulantes e não circulantes:</b>		
Diminuição (aumento) em contas a receber	769	266
Diminuição (aumento) em imóveis a comercializar	(119)	(30)
Diminuição (aumento) em conta corrente com parceiros nos empreendimentos	3	(3)
Diminuição (aumento) em partes relacionadas	(45)	29
Diminuição (aumento) nos demais ativos	(76)	104
Aumento (diminuição) de contas a pagar por aquisição de imóveis	(45)	(126)
Aumento (diminuição) de impostos e contribuições a recolher	(15)	(5)
Aumento (diminuição) em outros passivos	(153)	(244)
<b>Caixa e equivalentes provenientes das (aplicados nas) atividades operacionais:</b>	<u>901</u>	<u>702</u>
Impostos e contribuições pagos	(66)	(77)
Juros pagos	(144)	(169)
<b>Caixa e equivalentes líquidas provenientes de (aplicadas nas) atividades operacionais:</b>	<u>690</u>	<u>457</u>
<b>DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS:</b>		
Diminuição (aumento) em aplicações financeiras	(541)	(481)
Aquisição de bens do ativo imobilizado	(17)	(47)
Recebimento de dividendos	31	45
Baixa de bens do ativo imobilizado e intangível	4	-
Aumento de investimento	(63)	(22)
Aquisição de bens do ativo intangível	(29)	(7)
<b>Caixa e equivalentes líquidas provenientes das (aplicadas nas) atividades de investimentos:</b>	<u>(615)</u>	<u>(512)</u>
<b>DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTOS:</b>		
Ingressos de novos empréstimos e financiamentos	1.122	1.378
Baixa Debêntures	-	(367)
Pagamento de empréstimos e financiamentos	(1.064)	(953)
Distribuição de dividendos	(157)	(171)
Recebimentos/pagamentos de capital dos não controladores	47	(127)
Ações em tesouraria	(47)	(155)
Transações de capital	(30)	-
<b>Caixa e equivalentes líquidas provenientes das atividades de financiamentos:</b>	<u>(129)</u>	<u>(395)</u>
<b>Aumento do caixa e equivalentes:</b>	<u>(54)</u>	<u>(450)</u>
No fim do exercício	865	880
No início do exercício	919	1.330
<b>Aumento do caixa e equivalentes:</b>	<u>(54)</u>	<u>(450)</u>

## ANEXO IV – RECONHECIMENTO DE RECEITA

\*Inclui apenas receitas decorrentes das atividades de Incorporação Imobiliária Residencial

EMPREENDIMENTO	Segmento	DATA RECONHECIMENTO	%EVOLUÇÃO FINANCEIRA		RECEITA APROPRIADA NOS PERÍODOS (R\$ mil)		%EVOLUÇÃO FINANCEIRA		RECEITA APROPRIADA NOS PERÍODOS (R\$ mil)	
			2T15	2T14	2T15 <sup>1</sup>	2T14 <sup>2</sup>	6M15	6M14	6M15 <sup>1</sup>	6M14 <sup>2</sup>
Thera Faria Lima	Alto	12/11	5,6%	2,6%	38	20	11%	5%	70	36
360 On The Park	Alto	04/12	4,2%	4,1%	28	18	9%	9%	51	37
J.Dias - VITA	Médio	09/10	0,0%	0,1%	27	14	0%	0%	44	9
Ocean Pontal	Alto	03/14	9,6%	6,4%	25	13	19%	38%	50	62
Fatto Figueira	Médio	11/11	0,0%	0,0%	20	2	1%	1%	12	4
Vista Park	Médio	10/12	6,3%	4,2%	20	12	13%	8%	39	22
Carioca Residencial	Médio	03/14	10,2%	9,1%	18	12	19%	11%	33	14
L'Acqua - Leonardo	Alto	10/09	0,0%	0,0%	18	2	0%	0%	30	1
Essenza Moema	Alto	10/13	7,3%	1,0%	17	6	13%	3%	23	9
Pleno Residencial SL	Médio	10/12	9,8%	8,1%	17	20	19%	14%	34	31
Vintage Condomínio Clube	Médio	12/10	0,0%	3,7%	17	12	0%	8%	28	20
Artisan	Alto	01/13	5,8%	2,9%	16	8	15%	6%	31	12
Varanda Ipiranga	Alto	01/13	16,1%	5,0%	15	6	27%	8%	24	8
Fatto Novo Panamby	Alto	03/14	9,1%	6,4%	14	9	21%	38%	22	27
Quartier Lagoa Nova	Alto	03/12	0,7%	9,2%	14	9	5%	19%	24	15
Duetto	Alto	08/13	9,6%	2,4%	13	3	17%	1%	22	2
Inspire	MCMV 2 e 3	03/14	7,3%	15,5%	13	26	16%	35%	24	49
Maayan	Alto	09/11	3,1%	5,5%	12	42	7%	12%	40	85
Inspire	MCMV 2 e 3	03/14	6,8%	11,9%	11	20	18%	22%	26	28
Condomínio Batel	Alto	06/13	3,8%	2,6%	11	4	7%	4%	17	7
DHC	Alto	03/13	11,5%	5,6%	11	5	18%	10%	17	8
Neo Life Residencial	Médio	05/13	8,4%	0,1%	11	1	16%	0%	20	2
Storia Ibirapuera	Alto	03/13	8,4%	3,2%	11	6	16%	7%	18	13
Gioia	Alto	12/13	9,5%	1,1%	11	4	15%	1%	19	7
Pedra Bonita	Alto	11/12	7,1%	8,6%	10	6	14,6%	15,5%	20	11
<b>Demais empreendimentos</b>					<b>437</b>	<b>1.101</b>			<b>954</b>	<b>2.197</b>
<b>Sub-Total</b>					<b>855</b>	<b>1.381</b>			<b>1.692</b>	<b>2.716</b>
<b>Obras Iniciadas após junho de 2014</b>										
Inspire	MCMV 2 e 3	04/15	32%	0%	32	-	32%	0%	32	-
Legacy	Alto	05/15	52%	0%	30	-	52%	0%	30	-
Vdamérica Clube Residencial	Médio	05/15	23%	0%	19	-	23%	0%	19	-
Passaio do Bosque	Alto	09/14	10%	0%	18	-	16%	0%	40	-
Certo Pedras - Itam Paulista	MCMV 2 e 3	04/15	49%	0%	17	-	49%	0%	17	-
Riserva Golf	Alto	07/14	1%	0%	15	-	2%	0%	31	-
Fatto Move	Médio	01/15	31%	0%	15	-	31%	0%	15	-
Cypriani 955	Médio	06/15	45%	0%	14	-	45%	0%	14	-
Cosmopolitan	Alto	09/14	6%	0%	11	-	14%	0%	25	-
Verdant Valley Residence	Médio	11/14	9%	0%	11	-	17%	0%	21	-
Fatto Momentos	Alto	01/15	33%	0%	10	-	33%	0%	10	-
Now Studios Ipiranga	Alto	09/14	9%	0%	10	-	17%	0%	16	-
Living Moovie	Médio	06/15	27%	0%	10	-	27%	0%	10	-
Living Itrapina	Médio	04/15	17%	0%	9	-	17%	0%	9	-
Living Magic	Médio	01/15	2%	0%	8	-	35%	0%	40	-
<b>Demais empreendimentos iniciados após março de 2014</b>					<b>73</b>	-			<b>190</b>	-
<b>Sub-Total</b>					<b>302</b>	-			<b>519</b>	-
<b>Total</b>					<b>1.157</b>	<b>1.381</b>			<b>2.211</b>	<b>2.716</b>

<sup>1</sup> Receita apropriada entre 01/04/2015 e 30/06/2015 (2T15) e entre 01/01/2015 e 30/06/2015 (6M15);

<sup>2</sup> Receita apropriada entre 01/04/2014 e 30/06/2014 (2T14) e entre 01/01/2014 e 30/06/2014 (6M14).

## ANEXO V – LANÇAMENTOS

Empredimento	Mês	Região	GVG (R\$ MM)	Area Útil (m²)	Unidades	Produto	%CBR
1 Harmony Sacomã	jan-15	SP	60,4	9.018	138	Médio	100%
2 Verdant Valley Residence	jan-15	RJ	28,6	3.990	71	Médio	100%
3 Next Castanheira	jan-15	Norte	31,7	5.465	160	Médio	93%
4 Start São Bernardo	jan-15	SP INT	60,6	11.601	220	Alto Padrão	26%
5 Inspire Águas	jan-15	SP INT	69,4	17.141	332	Médio	92%
6 Nobre Norte Clube Residencial	jan-15	RJ	72,2	9.047	166	Alto Padrão	60%
7 Living Friends Residencial	fev-15	RJ	44,8	5.892	99	Médio	100%
8 Eco Park - Jaguariuna	mar-15	RJ	80,0	20.825	300	MCMV 2 e 3	50%
9 Meu Lar - Fase 1 - Caxias	mar-15	RJ	14,7	13.728	120	MCMV 2 e 3	50%
10 Certo Itaim - Metais	abr-15	SP	32,3	13.459	220	Médio	79%
11 Inspire Brisas - fase IV	abr-15	SP INT	143,1	47.453	582	Médio	92%
12 Villa Bela Vista	abr-15	SP INT	43,6	134.325	375	Alto Padrão	50%
13 Cyrela Classic Lapa	abr-15	SP	51,2	8.585	102	Alto Padrão	100%
14 Cosmopolitam Santa Cecília	abr-15	SP	74,4	8.400	230	Alto Padrão	50%
15 Inspired in SP	mai-15	SP	57,9	6.259	132	Alto Padrão	100%
16 Dez Covanca	mai-15	RJ	55,2	13.658	286	MCMV 2 e 3	50%
17 Cyrela Landscape Taubaté	mai-15	SP INT	88,6	194.439	540	Alto Padrão	100%
18 Cyrela Cypriani 955	jun-15	SP	64,9	7.920	102	Médio	100%
19 Living Moovie	jun-15	SP INT	132,0	23.946	348	Médio	100%
20 Medplex Sul	jun-15	SUL	144,1	11.561	257	Alto Padrão	93%
21 Meu Lar - Fase 2 - Caxias	jun-15	RJ	22,0	13.728	180	MCMV 2 e 3	50%
22 Bela Vista Nova Iguaçu	jun-15	RJ	79,2	25.808	563	MCMV 2 e 3	50%
23 Veredas Buritis Fase II	jun-15	ES	43,3	11.397	176	Médio	60%
24 Super Città - Horizonte	jun-15	SP	34,1	10.377	240	MCMV 2 e 3	40%
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>1.529</b>	<b>628.023</b>	<b>5.939</b>		

### 2T15

Por Região	GVG Lançado (R\$ MM)			GVG Lançado CBR (R\$ MM)			% CBR			Unidades			Preço Médio (m²)			GVG Permutado (R\$ MM)			% Vendido com permuta		
	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var p.p.	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var p.p.
São Paulo	315	426	-26,1%	250	371	-32,5%	79,5%	87,0%	-7,5 p.p.	1.026	775	32,4%	6.220	6.820	-8,8%	11	71	-84,2%	48,6%	24,9%	23,7 p.p.
São Paulo - Interior	407	258	57,7%	374	236	58,5%	91,7%	91,3%	0,4 p.p.	1.845	1.006	83,4%	1.018	1.569	-35,1%	18	15	22,4%	19,0%	25,9%	-7,0 p.p.
Rio de Janeiro	156	143	9,4%	78	143	-45,3%	50,0%	100,0%	-50,0 p.p.	1.029	355	189,9%	3.279	7.170	-54,3%	7	21	-68,7%	35,9%	48,2%	-12,3 p.p.
Mnas Gerais	0	63	-100,0%	0	63	-100,0%	0,0%	100,0%	-100,0 p.p.	0	208	-100,0%	0	586	-100,0%	0	0	0,0%	0,0%	64,4%	-64,4 p.p.
Espirito Santo	43	0	0,0%	26	0	0,0%	60,0%	0,0%	60,0 p.p.	176	0	0,0%	3.800	0	0,0%	0	0	0,0%	21,0%	0,0%	21,0 p.p.
Norte	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Centro Oeste	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Sul	144	0	0,0%	133	0	0,0%	92,5%	0,0%	92,5 p.p.	257	0	0,0%	12.466	0	0,0%	0	0	0,0%	52,1%	0,0%	52,1 p.p.
Nordeste	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
<b>Total</b>	<b>1.066</b>	<b>890</b>	<b>19,8%</b>	<b>861</b>	<b>812</b>	<b>6,0%</b>	<b>80,8%</b>	<b>91,3%</b>	<b>-10,5 p.p.</b>	<b>4.333</b>	<b>2.344</b>	<b>84,9%</b>	<b>2.044</b>	<b>2.512</b>	<b>-18,6%</b>	<b>36</b>	<b>107</b>	<b>-66,5%</b>	<b>32,1%</b>	<b>32,4%</b>	<b>-0,3 p.p.</b>

Por Produto	GVG Lançado (R\$ MM)			GVG Lançado CBR (R\$ MM)			% CBR			Unidades			Preço Médio (m²)			GVG Permutado (R\$ MM)			% Vendido com permuta		
	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var p.p.	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var p.p.
Alto padrão	460	527	-12,7%	390	480	-18,8%	84,8%	80,4%	-6,3 p.p.	1.164	1.171	39,7%	1.265	1.832	-31,0%	8	71	-88,3%	30,9%	20,8%	10,0 p.p.
Médio	416	363	14,4%	380	332	14,2%	91,3%	91,5%	-0,2 p.p.	1.428	1.173	21,7%	4.166	5.435	-23,4%	21	36	-42,1%	9,5%	32,5%	-23,0 p.p.
MCMV 2 e 3	190	0	0,0%	92	0	0,0%	48,2%	0,0%	48,2 p.p.	1.269	0	0,0%	3.280	0	0,0%	7	0	0,0%	58,9%	0,0%	58,9 p.p.
<b>Total</b>	<b>1.066</b>	<b>890</b>	<b>19,8%</b>	<b>861</b>	<b>812</b>	<b>6,0%</b>	<b>80,8%</b>	<b>91,3%</b>	<b>-10,5 p.p.</b>	<b>4.333</b>	<b>2.344</b>	<b>84,9%</b>	<b>2.044</b>	<b>2.512</b>	<b>-18,6%</b>	<b>36</b>	<b>107</b>	<b>-66,5%</b>	<b>32,1%</b>	<b>32,4%</b>	<b>-0,3 p.p.</b>

### 6M15

Por Região	GVG Lançado (R\$ MM)			GVG Lançado CBR (R\$ MM)			% CBR			Unidades			Preço Médio (m²)			GVG Permutado (R\$ MM)			% Vendido com permuta		
	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var p.p.	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var p.p.
São Paulo	375	638	-41,2%	311	513	-39,5%	82,8%	80,4%	2,4 p.p.	1.164	1.499	-22,3%	6.297	6.429	-2,0%	13	72	-82,6%	45,5%	37,2%	8,4 p.p.
São Paulo - Interior	537	429	25,4%	453	381	18,9%	84,3%	88,9%	-4,6 p.p.	2.397	1.747	37,2%	1.867	2.691	-30,6%	18	22	-16,7%	20,8%	36,8%	-16,0 p.p.
Rio de Janeiro	397	1.458	-72,8%	242	1.437	-83,1%	61,1%	98,5%	-37,5 p.p.	1.785	1.138	56,9%	4.015	13.066	-69,3%	11	552	-97,9%	43,9%	48,9%	-4,9 p.p.
Mnas Gerais	0	63	-100,0%	0	63	-100,0%	0,0%	100,0%	-100,0 p.p.	0	208	-100,0%	0	586	-100,0%	0	0	0,0%	0,0%	64,4%	-64,4 p.p.
Espirito Santo	43	0	0,0%	26	0	0,0%	60,0%	0,0%	60,0 p.p.	176	0	0,0%	3.800	0	0,0%	0	0	0,0%	21,0%	0,0%	21,0 p.p.
Norte	32	0	0,0%	29	0	0,0%	92,5%	0,0%	92,5 p.p.	160	0	0,0%	5.800	0	0,0%	3	0	0,0%	16,3%	0,0%	16,3 p.p.
Centro Oeste	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Sul	144	217	-33,6%	133	138	-3,2%	92,5%	63,5%	29,0 p.p.	257	158	62,7%	12.466	8.746	42,5%	0	27	-100,0%	52,1%	60,1%	-8,0 p.p.
Nordeste	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
<b>Total</b>	<b>1.529</b>	<b>2.805</b>	<b>-45,5%</b>	<b>1.195</b>	<b>2.532</b>	<b>-52,8%</b>	<b>78,2%</b>	<b>90,3%</b>	<b>-12,1 p.p.</b>	<b>5.939</b>	<b>4.750</b>	<b>25,0%</b>	<b>2.873</b>	<b>7.427</b>	<b>-61,3%</b>	<b>45</b>	<b>673</b>	<b>-93,3%</b>	<b>33,8%</b>	<b>41,8%</b>	<b>-8,0 p.p.</b>

Por Produto	GVG Lançado (R\$ MM)			GVG Lançado CBR (R\$ MM)			% CBR			Unidades			Preço Médio (m²)			GVG Permutado (R\$ MM)			% Vendido com permuta		
	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var p.p.	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var p.p.
Alto padrão	593	2.116	-72,0%	449	1.945	-76,9%	75,8%	91,9%	-16,2 p.p.	2.022	2.076	-2,6%	2.424	5.936	-59,2%	8	630	-98,7%	30,6%	51,7%	-21,1 p.p.
Médio	651	553	17,6%	606	483	25,5%	93,2%	87,3%	5,9 p.p.	2.228	1.881	18,4%	4.705	2.538	85,4%	30	36	-16,3%	13,2%	28,8%	-15,6 p.p.
MCMV 2 e 3	285	136	109,7%	139	104	34,1%	48,8%	76,3%	-27,5 p.p.	1.689	793	113,0%	3.101	13.707	-77,4%	7	7	-5,4%	64,9%	46,8%	18,2 p.p.
<b>Total</b>	<b>1.529</b>	<b>2.805</b>	<b>-45,5%</b>	<b>1.195</b>	<b>2.532</b>	<b>-52,8%</b>	<b>78,2%</b>	<b>90,3%</b>	<b>-12,1 p.p.</b>	<b>5.939</b>	<b>4.750</b>	<b>25,0%</b>	<b>2.873</b>	<b>7.427</b>	<b>-61,3%</b>	<b>45</b>	<b>673</b>	<b>-93,3%</b>	<b>33,8%</b>	<b>41,8%</b>	<b>-8,0 p.p.</b>

### ANEXO VI – VENDAS

#### 2T15

Por Região	Vendas Contratadas (R\$ MM)			Unidades			Área Útil Vendida (m²)			Preço Médio (R\$/m²)			% CBR		
	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var p.p.
São Paulo	315	358	-11,9%	849	650	30,6%	48.384	54.118	-10,6%	6.519	6.612	-1,4%	79,4%	81,1%	-1,7 p.p.
São Paulo - Interior	159	392	-59,5%	664	1.470	-54,8%	110.044	74.030	48,6%	1.443	5.294	-72,7%	81,0%	86,6%	-5,7 p.p.
Rio de Janeiro	181	241	-24,8%	684	613	11,6%	36.114	36.932	-2,2%	5.018	6.524	-23,1%	60,4%	85,6%	-25,3 p.p.
Mnas Gerais	7	40	-81,8%	23	146	-84,2%	11.765	72.693	-83,8%	620	551	12,5%	100,0%	97,3%	2,7 p.p.
Espírito Santo	15	17	-14,0%	64	20	220,0%	4.442	3.490	27,3%	3.303	4.892	-32,5%	72,0%	81,2%	-9,2 p.p.
Norte	1	29	-95,5%	-35	85	-141,2%	-769	6.316	-112,2%	-1.667	4.557	-136,6%	-225,4%	88,1%	-313,5 p.p.
Centro Oeste	20	12	71,4%	67	20	235,0%	5.066	2.073	144,3%	3.980	5.675	-29,9%	48,9%	60,8%	-11,9 p.p.
Sul	138	85	62,5%	234	77	203,9%	13.573	9.696	40,0%	10.167	8.759	16,1%	91,2%	81,7%	9,5 p.p.
Nordeste	-23	84	-127,5%	-103	245	-142,0%	-7.263	15.999	-145,4%	3.190	5.269	-39,5%	92,2%	88,6%	3,5 p.p.
<b>Total</b>	<b>814</b>	<b>1.258</b>	<b>-35,3%</b>	<b>2.447</b>	<b>3.326</b>	<b>-26,4%</b>	<b>221.357</b>	<b>275.346</b>	<b>-19,6%</b>	<b>3.676</b>	<b>4.567</b>	<b>-19,5%</b>	<b>75,9%</b>	<b>84,7%</b>	<b>-8,8 p.p.</b>

Por Produto	Vendas Contratadas (R\$ MM)			Unidades			Área Útil Vendida (m²)			Preço Médio (R\$/m²)			% CBR		
	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var p.p.
Alto padrão	403	721	-44,2%	710	1.150	-38,3%	128.950	165.343	-22,0%	3.122	4.363	-28,4%	80,4%	86,2%	-5,7 p.p.
Médio	191	399	-52,1%	537	1.450	-63,0%	32.317	74.931	-56,9%	5.918	5.325	11,1%	87,7%	83,0%	4,8 p.p.
MCMV 2 e 3	220	137	60,2%	1.200	726	65,3%	60.090	35.073	71,3%	3.658	3.911	-6,5%	57,4%	82,2%	-24,9 p.p.
MCMV 1	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
<b>Total</b>	<b>814</b>	<b>1.258</b>	<b>-35,3%</b>	<b>2.447</b>	<b>3.326</b>	<b>-26,4%</b>	<b>221.357</b>	<b>275.346</b>	<b>-19,6%</b>	<b>3.676</b>	<b>4.567</b>	<b>-19,5%</b>	<b>75,9%</b>	<b>84,7%</b>	<b>-8,8 p.p.</b>

#### 6M15

Por Região	Vendas Contratadas (R\$ MM)			Unidades			Área Útil Vendida (m²)			Preço Médio (R\$/m²)			% CBR		
	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var p.p.
São Paulo	580	505	14,8%	1.570	1.120	40,2%	88.456	78.218	13,1%	6.558	6.468	1,4%	76,9%	79,3%	-2,5 p.p.
São Paulo - Interior	262	678	-61,4%	1.073	2.568	-58,2%	140.819	143.045	-1,6%	2.189	4.808	-54,5%	82,4%	84,5%	-2,0 p.p.
Rio de Janeiro	372	1.082	-65,7%	1.166	1.485	-21,5%	67.328	162.634	-58,6%	5.571	6.653	-16,3%	67,9%	93,1%	-25,2 p.p.
Mnas Gerais	20	45	-56,4%	78	175	-55,4%	46.640	83.409	-44,1%	454	543	-16,4%	100,0%	94,1%	5,9 p.p.
Espírito Santo	23	33	-31,2%	101	47	114,9%	6.973	6.646	4,9%	3.231	4.921	-34,3%	77,6%	78,0%	-0,4 p.p.
Norte	20	62	-68,0%	45	188	-76,1%	4.038	13.790	-70,7%	3.497	4.485	-22,0%	68,4%	82,0%	-13,6 p.p.
Centro Oeste	33	22	48,5%	93	54	72,2%	6.373	4.571	39,4%	6.102	4.936	23,6%	56,7%	62,6%	-5,9 p.p.
Sul	242	216	11,8%	416	223	86,5%	28.206	26.156	7,8%	8.854	8.292	6,8%	90,7%	78,1%	12,6 p.p.
Nordeste	-14	162	-108,4%	-114	396	-128,8%	-8.291	28.930	-128,7%	11.882	5.634	110,9%	36,8%	89,9%	-53,2 p.p.
<b>Total</b>	<b>1.536</b>	<b>2.805</b>	<b>-45,2%</b>	<b>4.428</b>	<b>6.256</b>	<b>-29,2%</b>	<b>380.543</b>	<b>547.399</b>	<b>-30,5%</b>	<b>4.082</b>	<b>5.186</b>	<b>-21,3%</b>	<b>78,0%</b>	<b>86,6%</b>	<b>-8,6 p.p.</b>

Por Produto	Vendas Contratadas (R\$ MM)			Unidades			Área Útil Vendida (m²)			Preço Médio (R\$/m²)			% CBR		
	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var p.p.
Alto padrão	811	1.884	-57,0%	1.454	2.439	-40,4%	222.822	349.825	-36,3%	3.739	5.558	-32,7%	80,2%	89,0%	-8,8 p.p.
Médio	383	621	-38,4%	1.176	2.228	-47,2%	66.882	120.772	-44,6%	5.728	5.153	11,2%	89,6%	82,0%	7,7 p.p.
MCMV 2 e 3	343	301	14,1%	1.798	1.589	13,2%	90.839	76.803	18,3%	3.781	3.913	-3,4%	59,6%	80,8%	-21,1 p.p.
MCMV 1	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
<b>Total</b>	<b>1.536</b>	<b>2.805</b>	<b>-45,2%</b>	<b>4.428</b>	<b>6.256</b>	<b>-29,2%</b>	<b>380.543</b>	<b>547.399</b>	<b>-30,5%</b>	<b>4.082</b>	<b>5.186</b>	<b>-21,3%</b>	<b>78,0%</b>	<b>86,6%</b>	<b>-8,6 p.p.</b>

## ANEXO VII – ESTOQUE DE TERRENOS

Por Região	VGW Potencial com Permuta (R\$ MM)	VGW Potencial sem Permuta (R\$ MM)	Terrenos	Unidades	Permuta sobre o valor do terreno	% CBR
São Paulo	10.265	9.501	41	14.299	45,2%	79,8%
São Paulo - Interior	6.042	5.060	31	17.927	80,4%	88,5%
Rio de Janeiro	26.105	21.712	49	51.334	80,4%	90,7%
Minas Gerais	993	980	6	3.859	31,5%	83,2%
Espírito Santo	-	-	-	-	0,0%	0,0%
Norte	3.349	3.206	21	5.265	54,3%	76,9%
Centro Oeste	1.351	1.107	11	6.942	86,9%	71,8%
Sul	3.629	3.033	18	9.760	76,6%	70,7%
Nordeste	2.298	1.934	13	12.926	89,2%	90,7%
<b>Total</b>	<b>54.032</b>	<b>46.533</b>	<b>190</b>	<b>122.312</b>	<b>73,8%</b>	<b>85,6%</b>

Por Produto	VGW Potencial com Permuta (R\$ MM)	VGW Potencial sem Permuta (R\$ MM)	Terrenos	Unidades	Permuta sobre o valor do terreno	% CBR
Alto padrão	45.082	38.325	128	95.661	76,5%	86,0%
Médio	8.536	7.797	60	23.973	56,9%	83,1%
MCMV 2 e 3	414	411	2	2.678	25,3%	95,7%
<b>Total</b>	<b>54.032</b>	<b>46.533</b>	<b>190</b>	<b>122.312</b>	<b>73,8%</b>	<b>85,6%</b>

## ANEXO VIII – EMPREENDIMENTOS ENTREGUES

	Empreendimentos Entregues	Localização	Lançamento	Entrega	Área útil (m2)	VGV Lançamento (R\$ mil)	Unidades Entregues	Produto	% CBR
1	Condomínio Adorable Tijuca	RJ	abr-12	jan-15	8.486	52	126	Alto Padrão	100%
2	Maayan (2ª Fase - Sena)	RJ	mar-12	jan-15	20.697	134	277	Alto Padrão	100%
3	Blanc Campo Belo	SP	abr-11	jan-15	24.150	206	108	Alto Padrão	65%
4	Vita Alto do Ipiranga	SP	dez-11	jan-15	14.274	51	224	Médio	100%
5	Reserva Ipanema F1	SUL	dez-10	jan-15	10.978	85	215	Médio	100%
6	Vitamare Neoville Florianópolis	SUL	dez-11	jan-15	14.818	80	106	Alto Padrão	80%
7	Estação Zona Norte - Londres	RJ	jul-11	jan-15	8.060	29	180	MCMV 2 e 3	35%
8	Meu Lar Mogi II	SP	ago-12	jan-15	9.749	22	220	MCMV 2 e 3	50%
9	Villa Varanda	SP	jul-12	fev-15	6.159	46	106	Alto Padrão	40%
10	Estillo Jardins	SP	jul-12	fev-15	5.063	56	104	Alto Padrão	45%
11	Encontro Ipiranga	SP	mar-12	fev-15	16.851	111	247	Alto Padrão	100%
12	Aureo Santana	SP	out-11	fev-15	11.013	74	56	Alto Padrão	50%
13	Certo Curuçá Life	SP	mai-12	fev-15	10.318	27	164	MCMV 2 e 3	79%
14	Fatto Quality	SP	dez-11	fev-15	43.259	110	377	Alto Padrão	71%
15	Certo Curuçá Club	SP	mai-12	fev-15	17.630	47	282	MCMV 2 e 3	40%
16	Ceo Shopping Salvador	NE	set-11	fev-15	32.144	149	920	Alto Padrão	77%
17	Fun Residence Club	SUL	jul-12	mar-15	11.334	45	192	Médio	95%
18	Jardins Novo Higienópolis F2	SUL	set-11	mar-15	13.317	66	150	Alto Padrão	100%
19	LE PARC BOA VIAGEM - 4ªFASE	NE	dez-09	mar-15	138.257	512	248	Alto Padrão	85%
20	Maayan (3ª Fase - Danúbio)	RJ	fev-12	mar-15	20.697	134	277	Alto Padrão	100%
21	Bela Vista Jacarepaguá (RJ)	RJ	nov-11	mar-15	20.699	56	440	Médio	38%
22	Verano Praia & Clube (Praia Grande/SP)	SP Int	dez-11	mar-15	15.076	44	251	Médio	50%
23	Vega Luxury Design Office	CO	dez-11	mar-15	11.293	86	63	Alto Padrão	100%
24	Idylle Cambui	SP Int	dez-11	mar-15	5.216	44	32	Alto Padrão	100%
25	Península Way - 2ª fase	Norte	nov-09	mar-15	8.963	40	60	Alto Padrão	100%
26	Vila Nova Urupês	SP	set-10	mar-15	17.008	29	320	MCMV 2 e 3	50%
27	Premium	SP	jun-10	mar-15	12.229	20	64	Médio	50%
28	Supera Campo Grande	RJ	nov-10	mar-15	20.796	31	320	MCMV 2 e 3	50%
29	Meu Lar Suzano	SP	nov-11	mar-15	19.694	38	440	MCMV 2 e 3	50%
30	Estação Zona Norte - Paris	RJ	mai-11	mar-15	7.630	13	140	MCMV 2 e 3	35%
31	Casabella	SP	jun-11	mar-15	23.844	30	250	Médio	75%
32	Flex - Mogi	SP	dez-11	abr-15	27.296	94	400	Médio	25%
33	Majestic (5ª Fase - Safira)	RJ	ago-13	abr-15	11.197	74	70	Alto Padrão	100%
34	Titanium Offices	RJ	ago-12	abr-15	6.409	86	202	Alto Padrão	100%
35	Alegria	CO	abr-12	abr-15	18.848	49	283	Médio	50%
36	Condomínio Emirado	SP Int	out-11	abr-15	18.480	152	360	Alto Padrão	100%
37	Escritórios Rio Negro	SP	dez-11	abr-15	24.350	202	500	Alto Padrão	100%
38	Vita São Miguel	SP	ago-12	abr-15	8.716	40	138	Médio	100%
39	Pátio Jardins	Norte	out-10	abr-15	13.304	82	342	Alto Padrão	100%
40	Agora Dolce Vita	SUL	mar-12	mai-15	11.960	36	280	MCMV 2 e 3	100%
41	Reserva Juglair Ecoville	SUL	nov-11	mai-15	10.709	56	75	Alto Padrão	80%
42	Mandara Village	NE	nov-10	mai-15	40.112	186	312	Alto Padrão	33%
43	Vista Park - Pássaros	SP	jun-12	mai-15	13.999	46	248	Médio	100%
44	Quartier Lagoa Nova	NE	nov-11	mai-15	38.413	110	240	Alto Padrão	72%
45	Amistá Special Resort	SP Int	nov-11	mai-15	8.313	41	157	Médio	50%
46	Dez Cantareira	SP	dez-12	jun-15	13.690	54	300	Médio	25%
47	Meu Lar Jandira	SP Int	out-12	jun-15	15.823	42	340	MCMV 2 e 3	70%
48	Jardim de Andaluzia - Fase 1 e 2	NE	jun-11	jun-15	16.314	71	144	Alto Padrão	100%
49	Next Office - 1ª Fase	Norte	mar-12	jun-15	12.034	62	160	Médio	93%
50	Way Bandeirantes	RJ	mai-12	jun-15	13.367	71	236	MCMV 2 e 3	100%
51	Escritórios Morumbi Prime	SP	set-11	jun-15	12.284	105	232	Alto Padrão	75%
52	Home Boutique Brooklin	SP	dez-11	jun-15	9.216	90	185	Alto Padrão	100%
53	Alphaville Nova Esplanada 3	SP Int	set-12	jun-15	315.893	143	660	Alto Padrão	15%
<b>Total</b>	<b>53 Empreendimentos</b>				<b>1.260.429</b>	<b>4.362</b>	<b>12.823</b>		

## ANEXO IX – MÉDIO + MCMV

### Médio

	2T15	2T14	2T15 x 2T14	1T15	2T15 x 1T15	6M15	6M14	6M15 x 6M14
<b>Lançamentos (1)</b>								
Número de Lançamentos	9	3	200,0%	6	50,0%	16	9	77,8%
GVV Lançado - R\$ MM (100%)	606	363	66,9%	326	86,0%	936	689	35,8%
GVV Lançado - R\$ MM (%CBR)	471	332	41,9%	255	85,1%	746	587	27,0%
Participação CBR	77,8%	91,5%	-13,7 p.p.	78,1%	-0,4 p.p.	79,7%	85,2%	-5,5 p.p.
GVV Permutado - R\$ MM (100%)	28	36	-24,0%	7	297,9%	37	43	-14,5%
Preço Médio por m² (R\$)	3.840	5.435	-29,3%	4.301	-10,7%	4.014	4.899	-18,1%
Área útil lançada (m²)	157.876	66.846	136,2%	75.777	108,3%	233.154	140.694	65,7%
Unidades Lançadas	2.697	1.173	129,9%	1.501	79,7%	3.917	2.674	46,5%
<b>Vendas (2)</b>								
Vendas Totais Contratadas - R\$ MM (100%)	411	536	-23,3%	385	6,6%	725	922	-21,3%
Vendas Totais Contratadas - R\$ MM (%CBR)	294	444	-33,8%	308	-4,6%	548	752	-27,2%
Participação CBR	71,5%	82,8%	-11,3 p.p.	79,9%	-8,4 p.p.	75,5%	81,6%	-6,1 p.p.
Preço Médio por m² (R\$)	4.448	4.874	-8,7%	4.402	1,1%	4.607	4.676	-1,5%
Unidades Vendidas	1.737	2.176	-20,2%	1.641	5,9%	2.974	3.817	-22,1%

(1) incluindo as unidades permutadas  
(2) líquido de rescisões e com permuta

### Lançamentos Médio + MCMV

#### 2T15

Por Região	GVV Lançado (R\$ MM)			GVV Lançado CBR (R\$ MM)			%CBR			Unidades			Preço Médio (m²)			GVV Permutado (R\$ MM)			% Vendido com permuta		
	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var.p.p.	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var.p.p.
São Paulo	131	75	75,0%	104	59	75,6%	79,3%	79,0%	0,3 p.p.	562	296	89,9%	4.134	4.880	-15,3%	3	2	30,2%	64,2%	0,0%	64,2 p.p.
São Paulo - Interior	275	145	89,5%	263	130	102,5%	95,6%	89,5%	6,1 p.p.	930	522	78,2%	3.854	4.607	-16,3%	18	13	38,3%	12,6%	29,5%	-16,9 p.p.
Rio de Janeiro	156	143	9,4%	78	143	-45,3%	50,0%	100,0%	-50,0 p.p.	1.029	355	189,9%	2.941	7.170	-59,0%	7	21	-68,7%	35,9%	33,5%	2,3 p.p.
Minas Gerais	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Espírito Santo	43	0	0,0%	26	0	0,0%	60,0%	0,0%	60,0 p.p.	176	0	0,0%	3.800	0	0,0%	0	0	0,0%	21,0%	0,0%	21,0 p.p.
Norte	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Nordeste	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Sul	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Centro Oeste	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
<b>Total</b>	<b>606</b>	<b>363</b>	<b>66,9%</b>	<b>471</b>	<b>332</b>	<b>41,9%</b>	<b>77,8%</b>	<b>91,5%</b>	<b>-13,7 p.p.</b>	<b>2.697</b>	<b>1.173</b>	<b>129,9%</b>	<b>3.614</b>	<b>5.435</b>	<b>-100,0%</b>	<b>28</b>	<b>36</b>	<b>-24,0%</b>	<b>32,8%</b>	<b>32,5%</b>	<b>0,3 p.p.</b>

Por Produto	GVV Lançado (R\$ MM)			GVV Lançado CBR (R\$ MM)			%CBR			Unidades			Preço Médio (m²)			GVV Permutado (R\$ MM)			% Vendido com permuta		
	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var.p.p.	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var%	2T15	2T14	Var.p.p.
Médio	416	363	14,4%	380	332	14,2%	91,3%	91,5%	-0,2 p.p.	1.428	1.173	21,7%	3.991	5.435	-26,6%	21	36	-42,1%	9,5%	32,5%	-41,2 p.p.
MCM/2 e 3	190	0	0,0%	92	0	0,0%	48,2%	0,0%	48,2 p.p.	1.269	0	0,0%	2.997	0	0,0%	7	0	0,0%	58,9%	0,0%	58,9 p.p.
<b>Total</b>	<b>606</b>	<b>363</b>	<b>66,9%</b>	<b>471</b>	<b>332</b>	<b>41,9%</b>	<b>77,8%</b>	<b>91,5%</b>	<b>-13,7 p.p.</b>	<b>2.697</b>	<b>1.173</b>	<b>129,9%</b>	<b>3.614</b>	<b>5.435</b>	<b>-100,0%</b>	<b>28</b>	<b>36</b>	<b>-24,0%</b>	<b>32,8%</b>	<b>32,5%</b>	<b>0,3 p.p.</b>

#### 6M15

Por Região	GVV Lançado (R\$ MM)			GVV Lançado CBR (R\$ MM)			%CBR			Unidades			Preço Médio (m²)			GVV Permutado (R\$ MM)			% Vendido com permuta		
	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var.p.p.	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var.p.p.
São Paulo	192	198	-3,1%	164	157	4,7%	85,8%	79,5%	6,3 p.p.	700	816	-14,2%	5.396	4.718	14,4%	4	2	88,1%	56,0%	18,9%	37,1 p.p.
São Paulo - Interior	345	316	9,2%	327	275	18,7%	94,8%	87,2%	7,6 p.p.	1.262	1.263	-0,1%	3.894	4.491	-13,3%	18	20	-9,7%	20,0%	46,9%	-26,9 p.p.
Rio de Janeiro	325	176	84,6%	199	154	28,8%	61,3%	87,9%	-26,6 p.p.	1.619	595	172,1%	3.540	6.421	-44,9%	11	21	-45,5%	42,2%	27,9%	14,3 p.p.
Minas Gerais	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Espírito Santo	43	0	0,0%	26	0	0,0%	60,0%	0,0%	60,0 p.p.	176	0	0,0%	3.800	0	0,0%	0	0	0,0%	21,0%	0,0%	21,0 p.p.
Norte	32	0	0,0%	29	0	0,0%	92,5%	0,0%	92,5 p.p.	160	0	0,0%	5.800	0	0,0%	3	0	0,0%	16,3%	0,0%	16,3 p.p.
Nordeste	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Sul	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Centro Oeste	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
<b>Total</b>	<b>936</b>	<b>689</b>	<b>35,8%</b>	<b>746</b>	<b>587</b>	<b>27,0%</b>	<b>79,7%</b>	<b>85,2%</b>	<b>-5,5 p.p.</b>	<b>3.917</b>	<b>2.674</b>	<b>46,5%</b>	<b>4.014</b>	<b>4.899</b>	<b>-18,1%</b>	<b>37</b>	<b>43</b>	<b>-14,5%</b>	<b>35,5%</b>	<b>34,1%</b>	<b>1,4 p.p.</b>

Por Produto	GVV Lançado (R\$ MM)			GVV Lançado CBR (R\$ MM)			%CBR			Unidades			Preço Médio (m²)			GVV Permutado (R\$ MM)			% Vendido com permuta		
	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var.p.p.	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var%	6M15	6M14	Var.p.p.
Médio	651	553	17,6%	606	483	25,5%	92,2%	87,3%	5,9 p.p.	2.228	1.881	18,4%	4.705	2.538	85,4%	30	36	-16,3%	13,2%	28,9%	-15,6 p.p.
MCM/2 e 3	285	136	109,7%	139	104	34,1%	48,8%	76,3%	-27,5 p.p.	1.689	793	113,0%	3.101	13.707	-77,4%	7	7	-5,4%	64,9%	46,8%	18,2 p.p.
MCM/1	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
<b>Total</b>	<b>936</b>	<b>689</b>	<b>35,8%</b>	<b>746</b>	<b>587</b>	<b>27,0%</b>	<b>79,7%</b>	<b>85,2%</b>	<b>-5,5 p.p.</b>	<b>3.917</b>	<b>2.674</b>	<b>46,5%</b>	<b>4.014</b>	<b>4.899</b>	<b>-18,1%</b>	<b>37</b>	<b>43</b>	<b>-14,5%</b>	<b>35,5%</b>	<b>34,1%</b>	<b>1,4 p.p.</b>

### Vendas Médio + MCMV

#### 2T15

Por Região	Vendas Contratadas (R\$ MM)			Unidades			Área Útil Vendida (m²)			Preço Médio (R\$/m²)			% CBR		
	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var p.p.
São Paulo	140	47	200,5%	601	176	241,5%	30.768	9.485	224,4%	4.553	4.915	-7,4%	71,8%	82,8%	-11,0 p.p.
São Paulo - Interior	112	299	-62,5%	395	1.229	-67,9%	23.314	58.850	-60,4%	4.813	5.083	-5,3%	91,7%	84,7%	7,0 p.p.
Rio de Janeiro	136	132	2,5%	649	515	26,0%	32.433	26.681	21,6%	4.181	4.956	-15,6%	56,8%	77,5%	-20,7 p.p.
Minas Gerais	0	1	-100,0%	0	3	-100,0%	0	172	-100,0%	0	3.402	-100,0%	0,0%	100,0%	-100,0 p.p.
Espírito Santo	12	0	2492,5%	56	-5	-1220,0%	3.580	-228	-1671,4%	3.277	-1.986	-265,0%	67,5%	-34,5%	102,0 p.p.
Norte	-10	18	-152,1%	-44	84	-152,4%	-2.741	5.412	-150,7%	3.503	3.408	2,8%	92,5%	92,5%	0,0 p.p.
Centro Oeste	10	3	283,6%	46	11	318,2%	3.360	674	398,4%	3.108	4.038	-23,0%	50,0%	50,0%	0,0 p.p.
Sul	13	-1	-1362,2%	47	-26	-280,8%	2.525	-1.481	-270,5%	5.113	691	640,2%	98,7%	55,1%	43,6 p.p.
Nordeste	-2	37	-106,4%	-13	189	-106,9%	-830	10.438	-108,0%	2.833	3.544	-20,1%	156,6%	84,3%	72,3 p.p.
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>536</b>	<b>-23,3%</b>	<b>1.737</b>	<b>2.176</b>	<b>-20,2%</b>	<b>92.408</b>	<b>110.003</b>	<b>-16,0%</b>	<b>4.448</b>	<b>4.874</b>	<b>-8,7%</b>	<b>71,5%</b>	<b>82,8%</b>	<b>-11,3 p.p.</b>

Por Produto	Vendas Contratadas (R\$ MM)			Unidades			Área Útil Vendida (m²)			Preço Médio (R\$/m²)			% CBR		
	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var %	2T15	2T14	Var p.p.
Médio	191	399	-52,1%	537	1.450	-63,0%	32.317	74.931	-56,9%	5.918	5.325	11,1%	87,7%	83,0%	4,8 p.p.
MCMV 2 e 3	220	137	60,2%	1.200	726	65,3%	60.090	35.073	71,3%	3.658	3.911	-6,5%	57,4%	82,2%	-24,9 p.p.
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>536</b>	<b>-23,3%</b>	<b>1.737</b>	<b>2.176</b>	<b>-20,2%</b>	<b>92.408</b>	<b>110.004</b>	<b>-16,0%</b>	<b>4.448</b>	<b>4.874</b>	<b>-8,7%</b>	<b>71,5%</b>	<b>82,8%</b>	<b>-11,3 p.p.</b>

#### 6M15

Por Região	Vendas Contratadas (R\$ MM)			Unidades			Área Útil Vendida (m²)			Preço Médio (R\$/m²)			% CBR		
	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var p.p.
São Paulo	252	87	189,4%	1.034	335	208,7%	52.911	17.659	199,6%	4.782	4.937	-3,1%	73,8%	80,4%	-6,6 p.p.
São Paulo - Interior	181	531	-66,0%	690	2.197	-68,6%	37.882	110.313	-65,7%	4.770	4.832	-1,3%	91,9%	84,9%	7,0 p.p.
Rio de Janeiro	230	202	13,7%	1.008	835	20,7%	52.540	43.175	21,7%	4.395	4.712	-6,7%	62,7%	70,9%	-8,1 p.p.
Minas Gerais	0	2	-81,5%	1	8	-87,5%	63	459	-86,3%	4.462	3.305	35,0%	100,0%	100,0%	0,0 p.p.
Espírito Santo	18	4	332,5%	88	8	1000,0%	5.589	594	840,9%	3.151	3.678	-14,3%	74,1%	31,4%	42,7 p.p.
Norte	3	30	-91,0%	12	150	-92,0%	124	9.315	-98,7%	7.116	3.257	118,5%	92,5%	92,5%	-0,0 p.p.
Centro Oeste	10	8	36,2%	44	36	22,2%	3.198	2.417	32,3%	3.117	3.257	-4,3%	50,0%	50,0%	0,0 p.p.
Sul	38	1	3584,3%	133	-41	-424,4%	7.689	-2.237	-443,7%	4.920	-6.099	-180,7%	98,6%	173,2%	-74,7 p.p.
Nordeste	-6	56	-111,3%	-36	289	-112,5%	-2.273	15.878	-114,3%	2.804	3.552	-21,0%	113,3%	90,7%	22,5 p.p.
<b>Total</b>	<b>725</b>	<b>922</b>	<b>-21,3%</b>	<b>2.974</b>	<b>3.817</b>	<b>-22,1%</b>	<b>157.721</b>	<b>197.574</b>	<b>-20,2%</b>	<b>4.607</b>	<b>4.676</b>	<b>-1,5%</b>	<b>75,5%</b>	<b>81,6%</b>	<b>-6,1 p.p.</b>

Por Produto	Vendas Contratadas (R\$ MM)			Unidades			Área Útil Vendida (m²)			Preço Médio (R\$/m²)			% CBR		
	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var %	6M15	6M14	Var p.p.
Médio	383	621	-38,4%	1.176	2.228	-47,2%	66.882	120.772	-44,6%	5.728	5.153	11,2%	89,6%	82,0%	7,7 p.p.
MCMV 2 e 3	343	301	14,1%	1.798	1.589	13,2%	90.839	76.803	18,3%	3.781	3.913	-3,4%	59,6%	80,8%	-21,1 p.p.
<b>Total</b>	<b>725</b>	<b>922</b>	<b>-21,3%</b>	<b>2.974</b>	<b>3.817</b>	<b>-22,1%</b>	<b>157.721</b>	<b>197.575</b>	<b>-20,2%</b>	<b>4.607</b>	<b>4.676</b>	<b>-1,5%</b>	<b>75,5%</b>	<b>81,6%</b>	<b>-6,1 p.p.</b>

## Estoque de terrenos Médio+ MCMV

Por Região	VGV Potencial com Permuta (R\$ MM)	VGV Potencial sem Permuta (R\$ MM)	Terrenos	Unidades	Permuta sobre o valor do terreno	% CBR
São Paulo	1.859	1.738	12	4.438	52,4%	75,5%
São Paulo - Interior	3.002	2.647	15	6.709	68,7%	92,5%
Rio de Janeiro	2.113	1.939	17	5.929	43,2%	85,7%
Minas Gerais	276	276	2	859	0,0%	64,1%
Norte	357	356	4	1.210	5,8%	92,5%
Nordeste	641	564	6	3.297	92,6%	57,8%
Sul	496	489	3	2.478	22,8%	89,8%
Centro Oeste	207	200	3	1.732	40,6%	84,7%
<b>Total</b>	<b>8.951</b>	<b>8.208</b>	<b>62</b>	<b>26.651</b>	<b>56,1%</b>	<b>83,7%</b>

## Glossário

**VG**: Valor Geral de Vendas, que é o montante em R\$ que pode ser obtido ao vender cada unidades imobiliárias

**%CBR**: participação da Companhia obtida pela somatória da participação direta e indireta nos projetos.

**Vendas contratadas**: somatória dos valores das unidades vendidas que tenham contratos assinados.

**Percentage of Completion ("PoC")**: custo incorrido dividido pelo custo total da obra. A receita é reconhecida até o limite da relação "custo incorrido / custo total".

**Resultado a Apropriar**: devido ao método contábil "PoC" o resultado das unidades vendidas são apropriados conforme a evolução financeira da obra. Portanto é o resultado que será reconhecido à medida que o custo incorrido evoluir.

**Geração (Consumo) de caixa**: variação da dívida líquida entre dois períodos.

**Dívida líquida**: endividamento total adicionado aos gastos de emissão de debêntures e CRI's e líquido de juros acruados deduzido da posição de caixa (disponibilidades + títulos e valores mobiliários de curto e longo prazos).

**CRI**: Certificado de Recebível Imobiliário

**Lucro por ação**: lucro líquido do período dividido pela quantidade de ações (no último dia do trimestre) emitidas sem considerar aquelas mantidas em tesouraria.

**Landbank**: estoque de terrenos disponíveis para lançamentos futuros.

**Permuta**: alternativa para a compra de terreno que consiste em pagar o

proprietário do terreno com unidades (no caso da permuta física) ou com o fluxo de caixa de vendas de unidades (no caso de permuta financeira).

**SFH:** Sistema Financeiro da Habitação.