
Gafisa

# Aviso

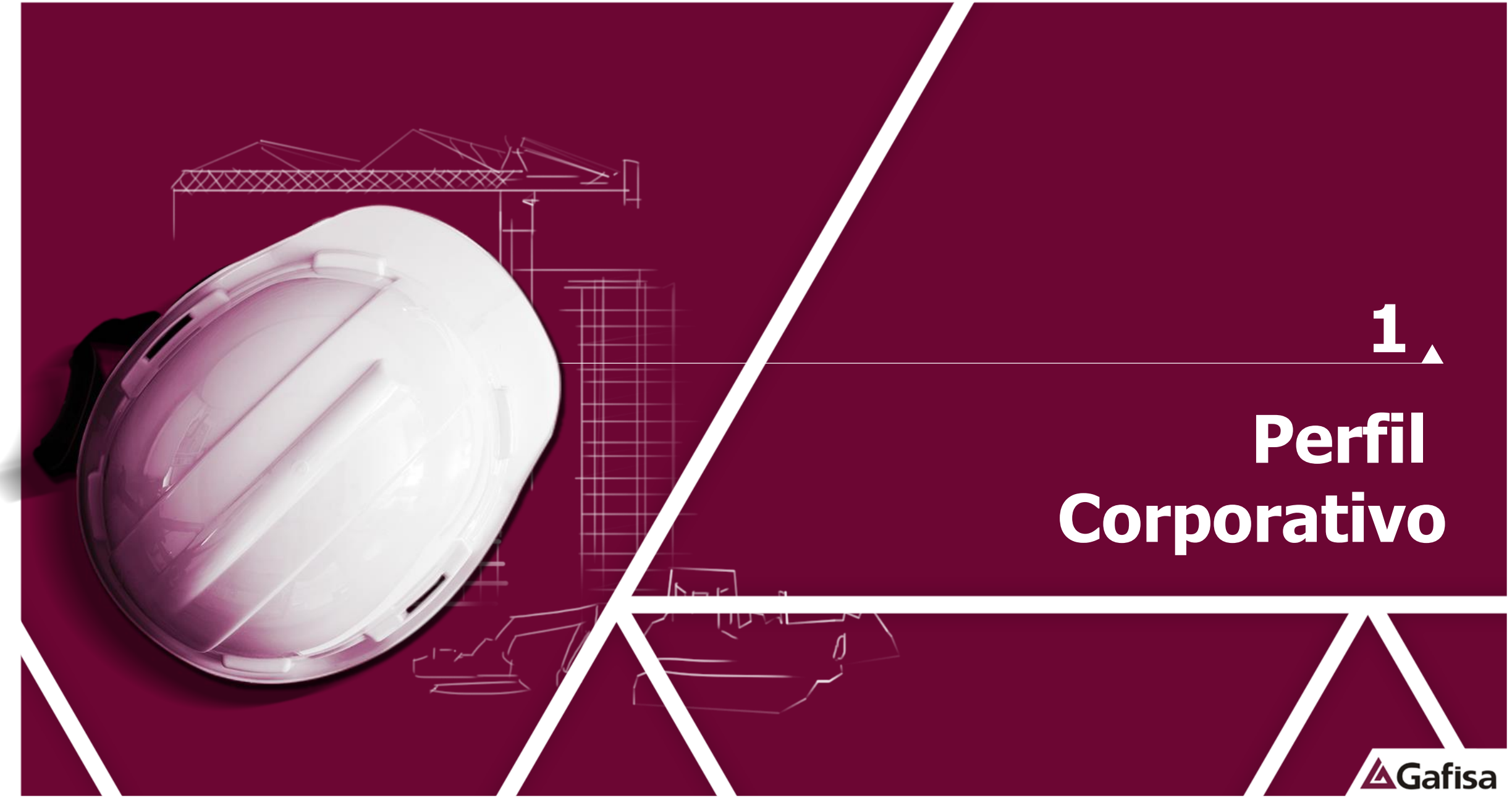
Nesta apresentação nós fazemos declarações prospectivas que estão sujeitas a riscos e incertezas.

Tais declarações têm como base crenças e suposições de nossa Administração e informações a que a Companhia atualmente tem acesso. Declarações prospectivas incluem informações sobre nossas intenções, crenças ou expectativas atuais, assim como aquelas dos membros do Conselho de Administração e Diretores da Companhia.

As ressalvas com relação a declarações e informações acerca do futuro também incluem informações sobre resultados operacionais possíveis ou presumidos, bem como declarações que são precedidas, seguidas ou que incluem as palavras “acredita”, "poderá", "irá", "continua", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "estima" ou expressões semelhantes. As declarações e informações sobre o futuro não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e suposições porque se referem a eventos futuros, dependendo, portanto, de circunstâncias que poderão ocorrer ou não. Os resultados futuros e a criação de valor para os acionistas poderão diferir de maneira significativa daqueles expressos ou sugeridos pelas declarações prospectivas. Muitos dos fatores que determinarão estes resultados e valores estão além da nossa capacidade ou habilidade de controle ou previsão.

# Agenda

1. Perfil Corporativo
2. Estratégia
3. Mercado Imobiliário
4. Desempenho Operacional
5. Desempenho Financeiro



# 1

# Perfil Corporativo

# Com mais de 60 anos de história, a Gafisa é referência em incorporação e desenvolvimento imobiliário no Brasil

## Linha do Tempo

Gafisa
GRANDES IDEIAS PARA VIVER BEM

**1954** — Fundação

**2006** — IPO

**2007** — Listagem NYSE; Aquisição de 60% de Alphaville

**2008/09** — Aquisição de Tenda

**2013** — Venda de 70% de Alphaville

**2017** — Spin-off Tenda

**2018** — Estrutura (operacional, administrativa e financeira) e posicionamento estratégico adequados para aproveitar o novo ciclo do setor

# Os focos de atuação da Gafisa são segmentos de classes média e média-alta, nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro

## Perfil Corporativo

***Segmentos de atuação***

**Moov -** unidades entre R$ 350 mil e R$ 500 mil

**Line -** unidades entre R$ 500 mil e R$ 2 milhões

***Regiões de atuação***

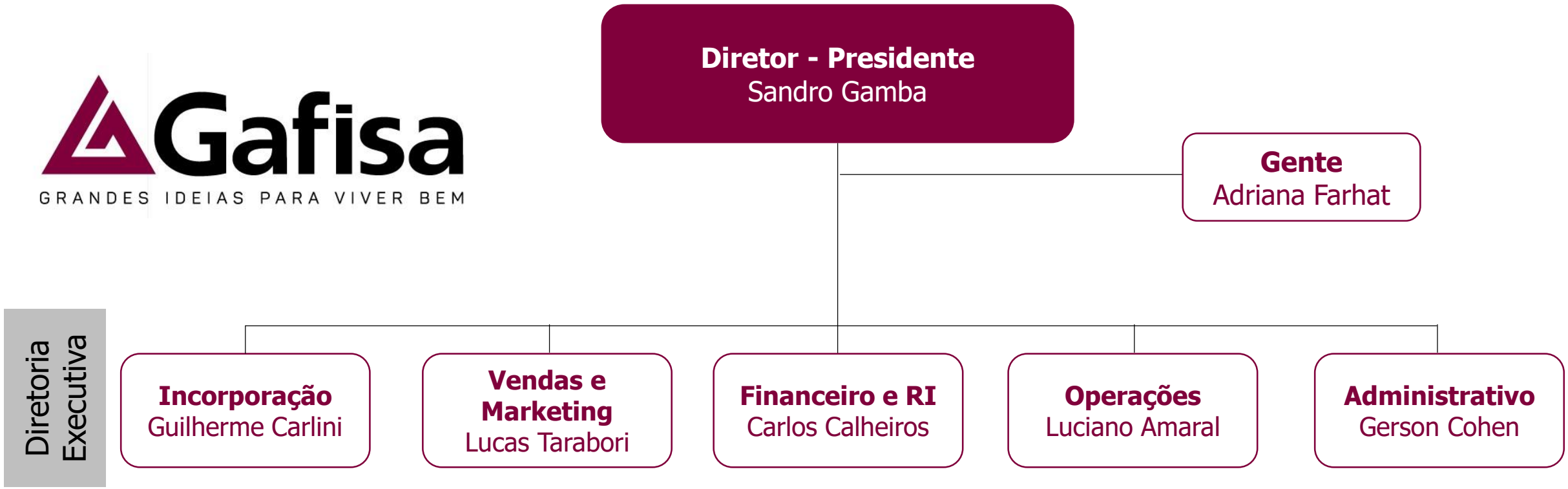
**São Paulo**

**Rio de Janeiro**

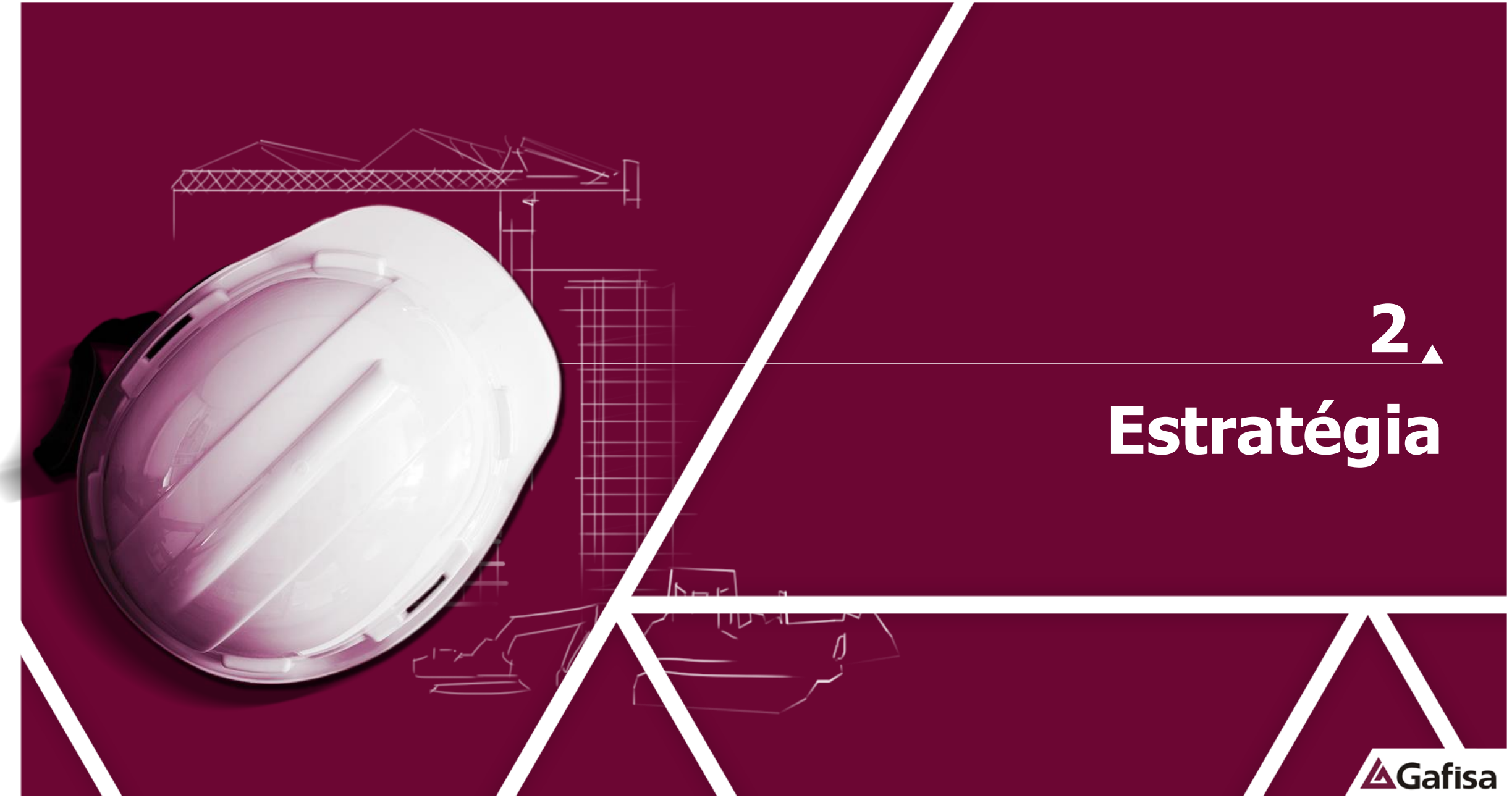
***Aprox. 2.700 funcionários (próprios + terceiros)***

***30% de participação em Alphaville***

# Estrutura corporativa enxuta, liderada por uma diretoria executiva com média de 12 anos de Gafisa




- ✓ A média de atuação da atual diretoria executiva na Gafisa é de **12** anos



# 2

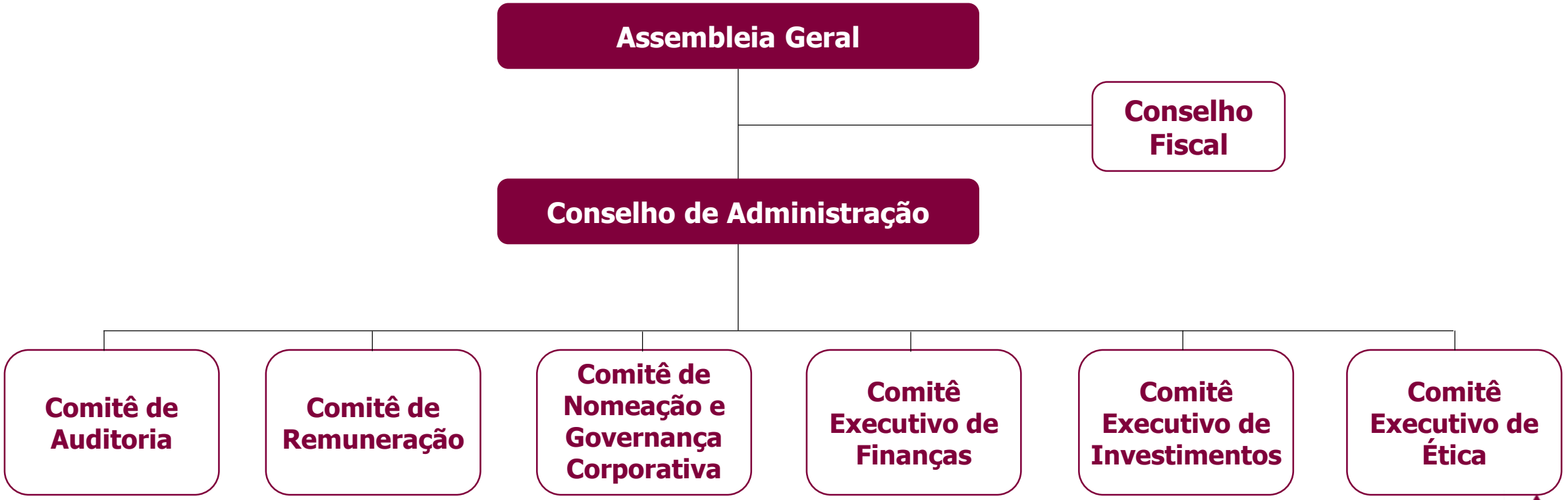
# Estratégia

# A estratégia da Gafisa para o próximo ciclo é baseada em 4 pilares de vantagens competitivas.



# Práticas de Governança Corporativa avançadas, principalmente em relação ao setor imobiliário

- Empresa listada no Novo Mercado, nível mais alto de governança corporativa da B3
- 100% de ações com direito à voto, 100% de free float e 100% de tag along
- Conselho de Administração majoritariamente independente (6 de 7 membros)
- Estrutura avançada de comitês



# A Gafisa utiliza um processo inovador sua linha Moov, com redução de ciclos em seu método construtivo

## Industrialização

- ✓ Redução do ciclo das atividades
- ✓ 70% dos ciclos com até 5 fornecedores

- ✓ Ganho de produtividade
- ✓ Planejamento e controle facilitado

***Benefícios***

- ✓ Redução de Custo
- ✓ Redução de Prazo



# A Gafisa, em linha com sua tradição de inovação, vem buscando aumentar a participação da tecnologia em suas vendas

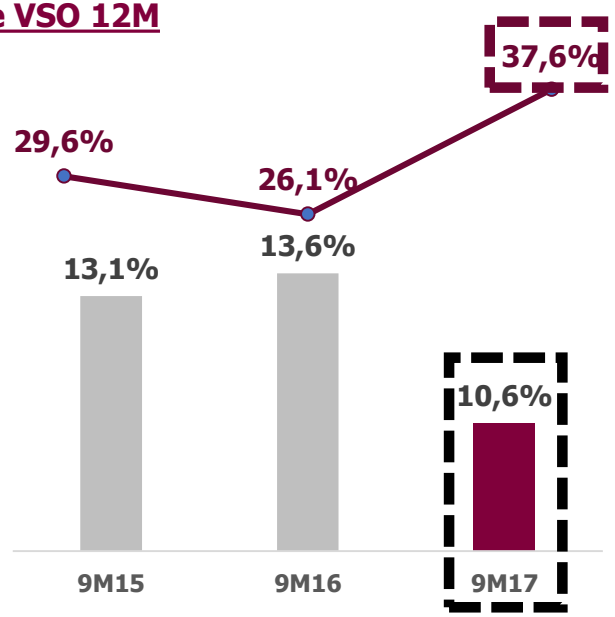
- ✓ Estrutura preparada para cobrir com eficiência todos os canais de vendas
- ✓ Inovação digital constante, com uso crescente de ferramentas de "analytics", AI e engajamento em redes sociais. Plataforma digital já é responsável por ~40% das vendas da Gafisa Vendas

PRÊMIO VIVAREAL Destaques do Mercado Imobiliário 4ª edição / 2017

- ✓ Melhor campanha de vendas com o case "Olho no Olho Real Life" (série de programas ao vivo pelo Facebook) |
- ✓ Melhor uso de recursos tecnológicos " Case Casa de Vidro - Olho no Olho"

- ✓ Maior uso dos canais digitais tem reflexo direto nas despesas com vendas

**Despesas com Vendas/Vendas Líquidas (%) e VSO 12M**



# A solidez da marca Gafisa, construída em mais de 60 anos apresentando projetos de excelência, é uma das grandes forças da Companhia

Gafisa
GRANDES IDEIAS PARA VIVER BEM

- ✓ Mais de **1.100** empreendimentos entregues
- ✓ Mais de **16 milhões** de metros quadrados construídos
- ✓ Mais de **1.5 milhão** de pessoas moram em um Gafisa
- ✓ Track Record de entregas dentro do prazo e custo

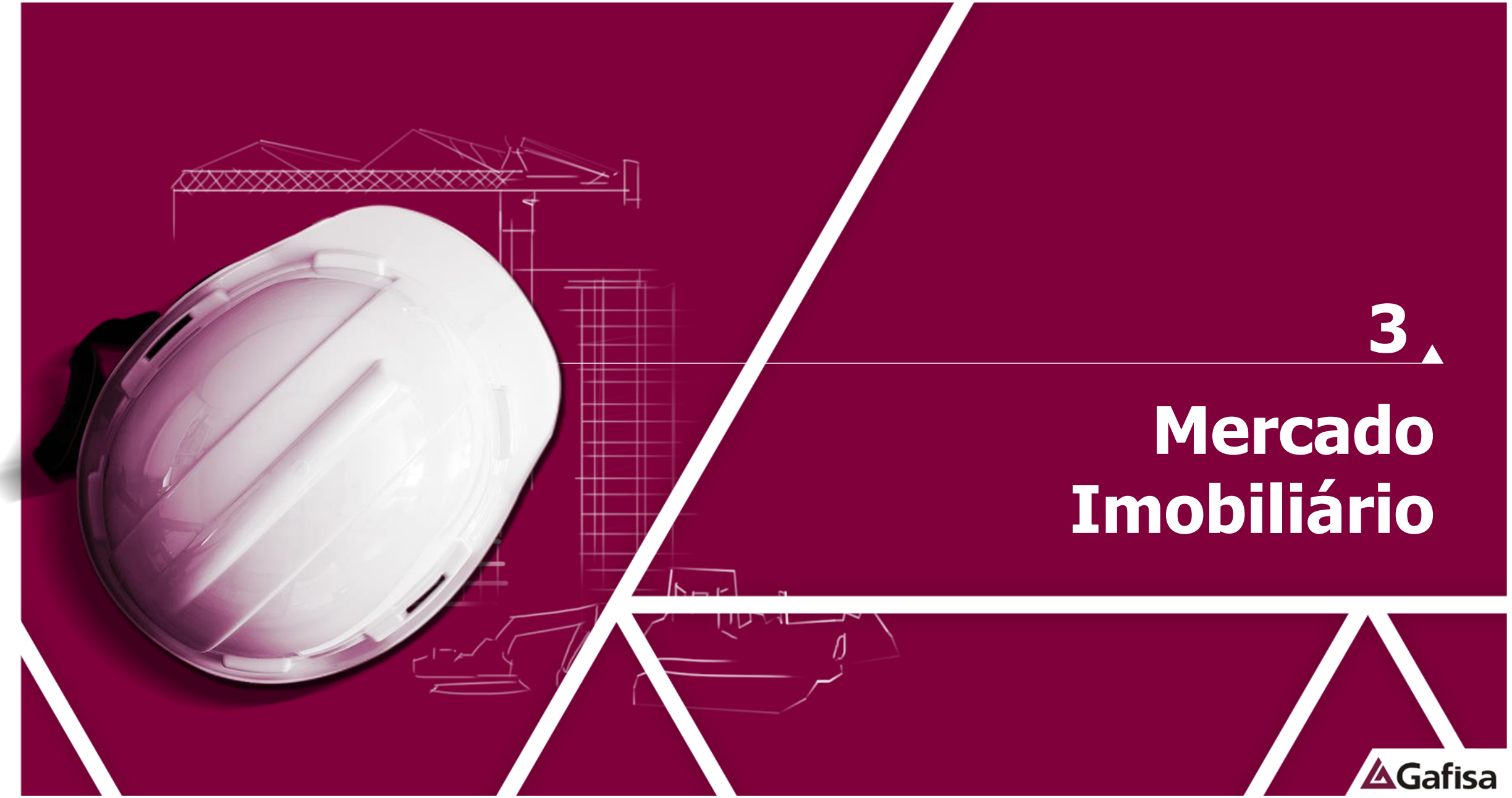
TOP IMOBILIÁRIO

**2017**

- ✓ Categoria Incorporação: **1º Lugar**
- ✓ Categoria Construção: **2º Lugar**
- ✓ Categoria Marca Mais: **3º Lugar**
- ✓ Categoria Empresa de Vendas: **5º Lugar**

·2017·
Empresas que mais respeitam o consumidor
INICIATIVA CONSUMIDOR MODERNO EM PARCERIA COM A PONTE ESTRATÉGIA
CONSTRUTORAS & INCORPORADORAS
GAFISA

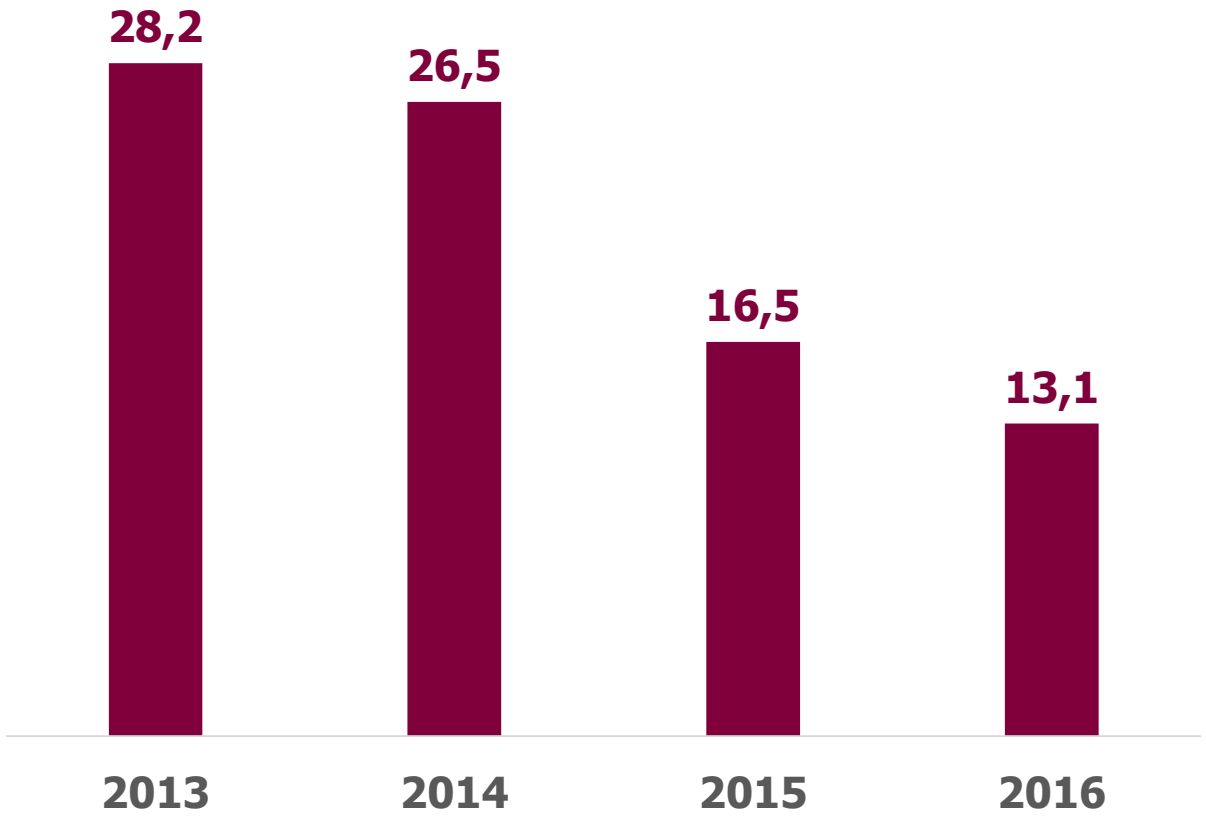
MARKETING BEST
30th
O PURO SANGUE DO MARKETING

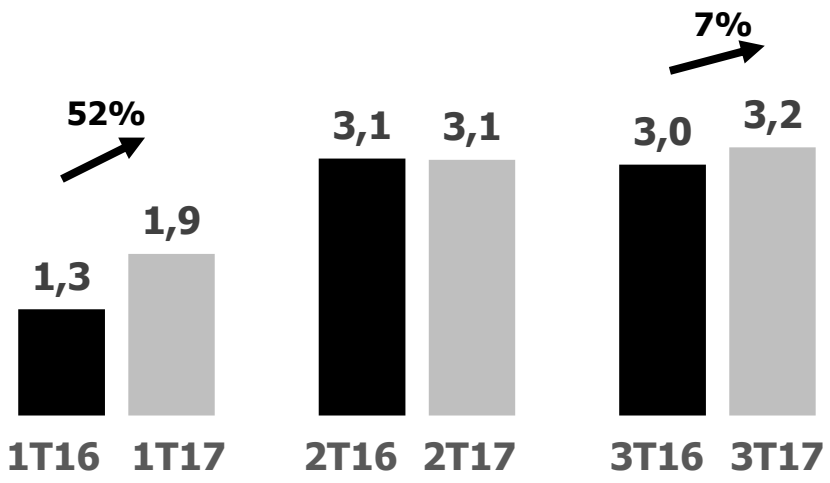


# 3 Mercado Imobiliário

# Os lançamentos residenciais, em VGV, cresceram 12% na região metropolitana de São Paulo na comparação 9M17 x 9M16

## VGV Lançamentos Residenciais (R$ bilhões) - RMSP

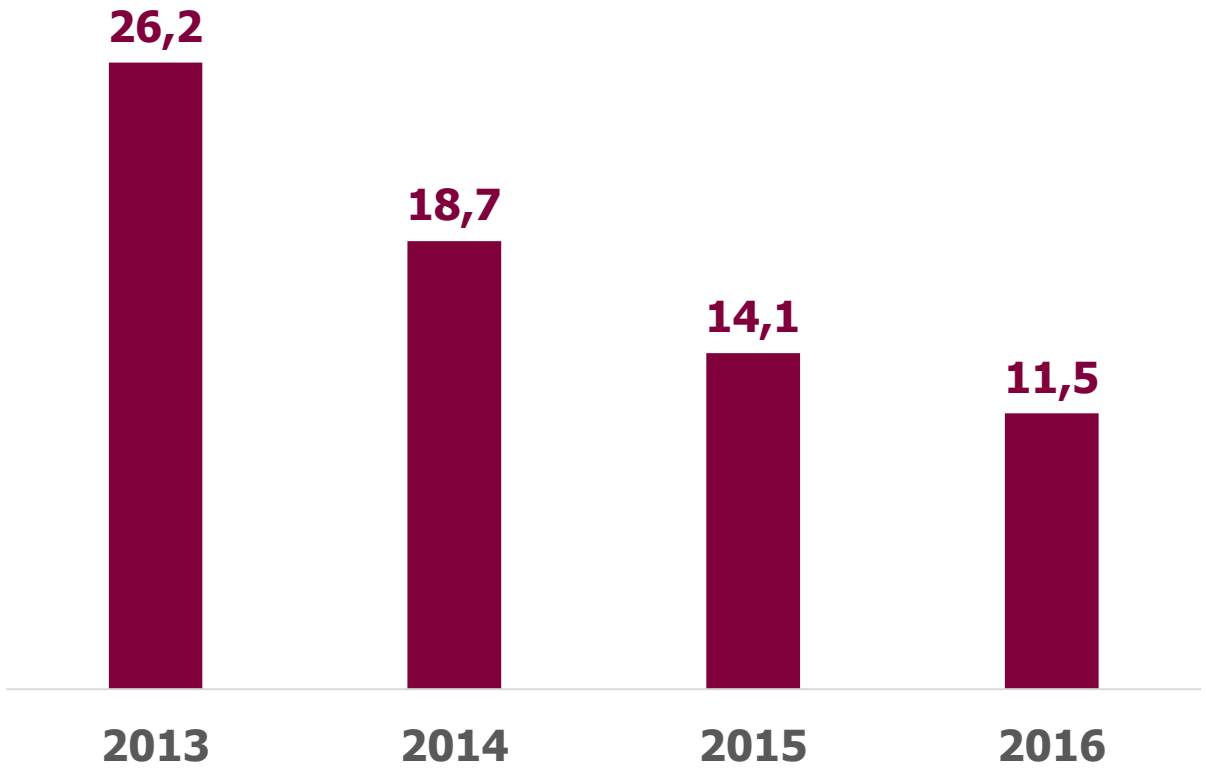


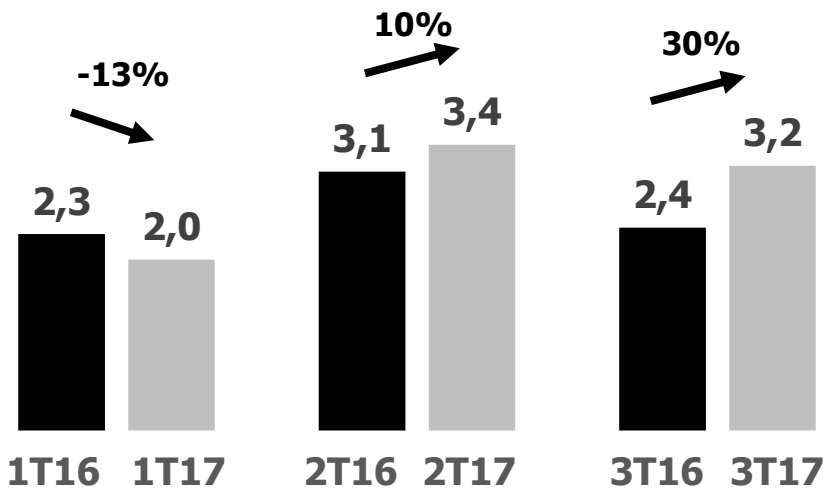




Fonte: Secovi

# As vendas residenciais na região metropolitana de São Paulo também apresentaram recuperação e aumentaram em 10% (9M17 x 9M16)

## VGV Vendas Residenciais (R$ bilhões) - RMSP

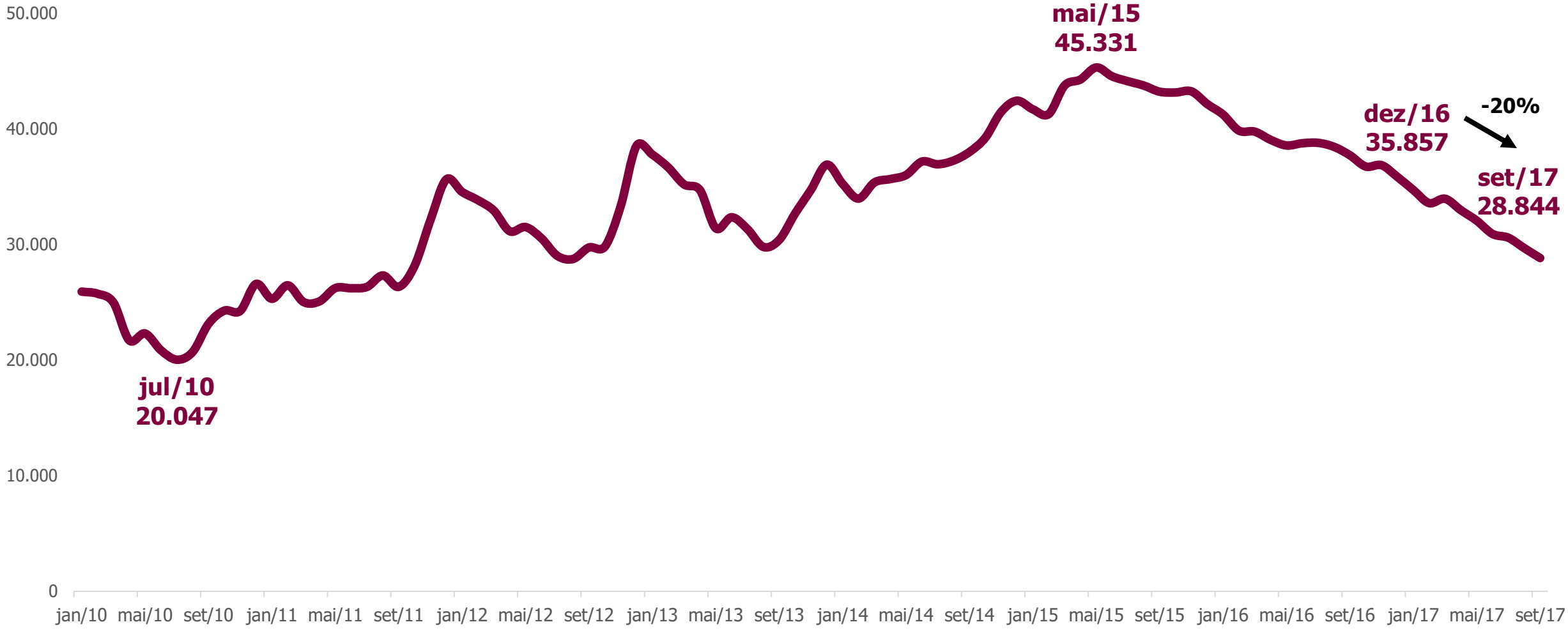



Fonte: Secovi

# Os estoques residenciais apresentam tendência de queda, com a redução de lançamentos dos últimos anos e a retomada das vendas (RMSP)

## Estoques (Unidades) - RMSP




Fonte: Secovi



4

# Desempenho Operacional

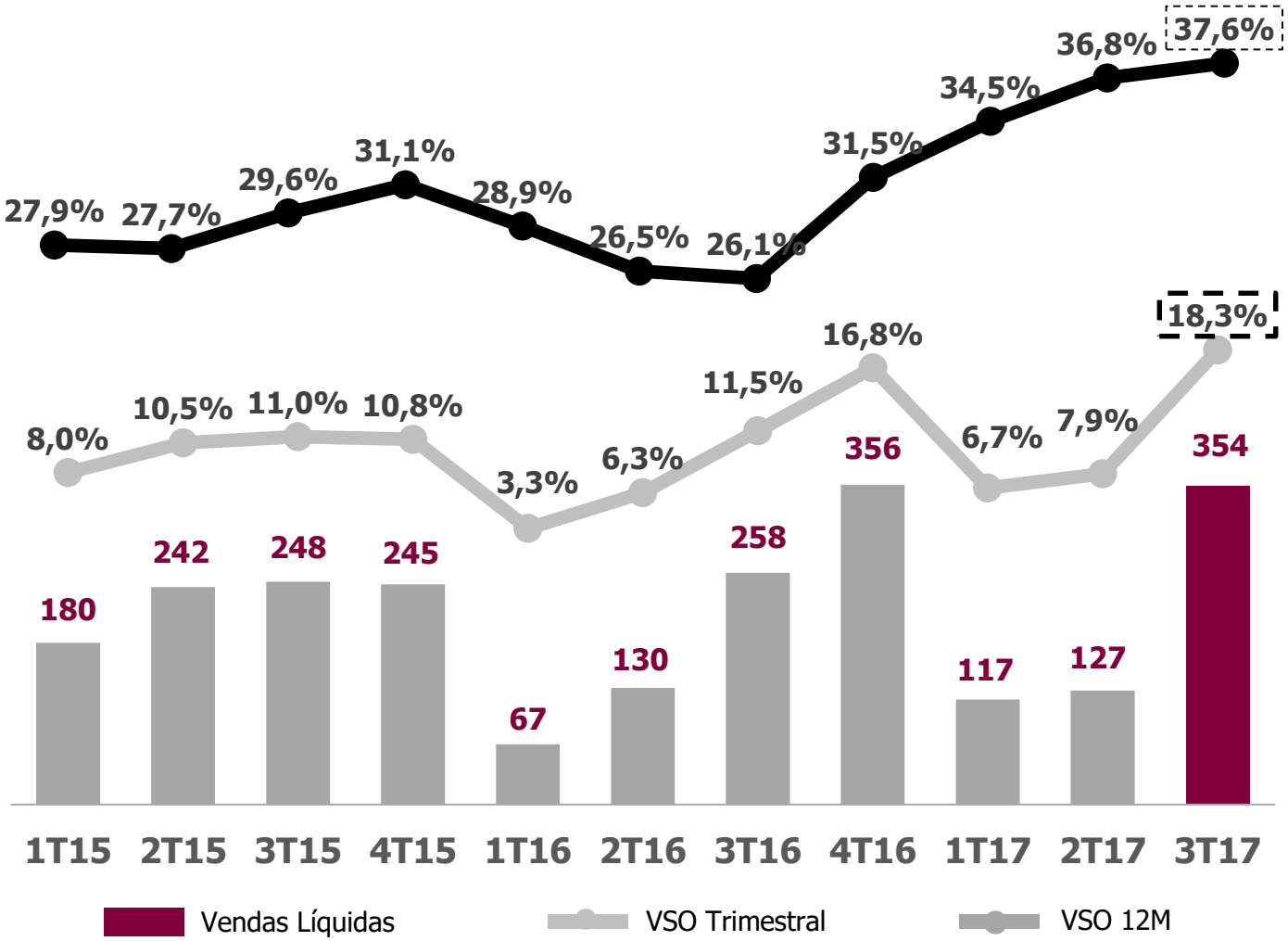
# Análise rigorosa para aprovação de lançamentos reflete na VSO de 47,7% dos lançamentos do ano, com VGV vendido de R$250,8 milhões*

| Lançamentos | J330 Jardins | Parque Ecoville F3 | Moov Parque Maia | Moov Espaço Cerâmica | Moov Estação Brás |
|---|---|---|---|---|---|
| Localização | Jardins São Paulo/SP | Curitiba/PR | Guarulhos/SP | São Caetano/SP | Brás São Paulo/SP |
| Lançamento (R$ milhões | Jul-17 | Jul-17 | Ago-17 | Set-17 | Dez-17 |
| VGV | 74 | 57 | 171 | 169 | 87 |
| Projeto |  |  |  |  |  |

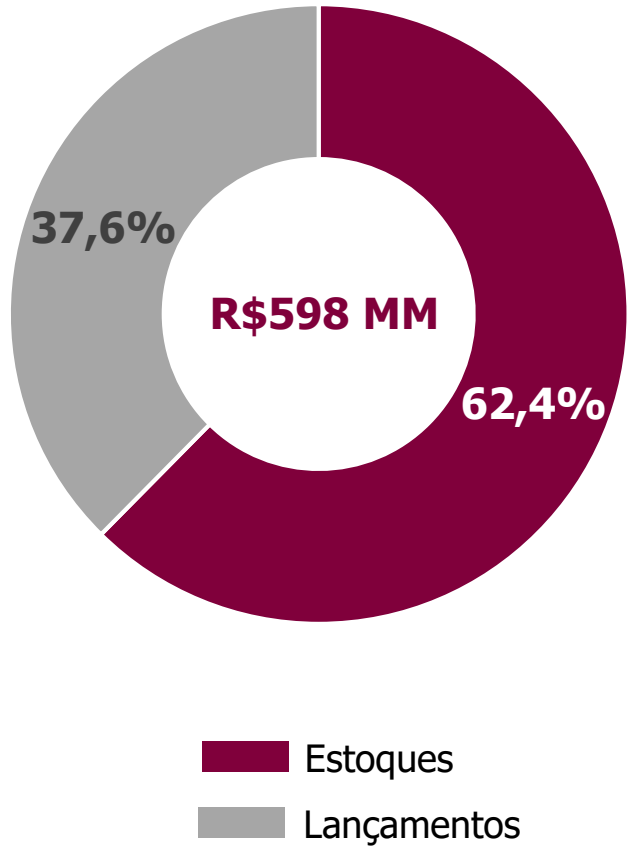
*Valores até 3T17

# Foco na venda de estoques no primeiro semestre, com concentração de lançamentos no terceiro trimestre. VSO em níveis de 2013.

## Vendas Líquidas (R$MM) e VSO

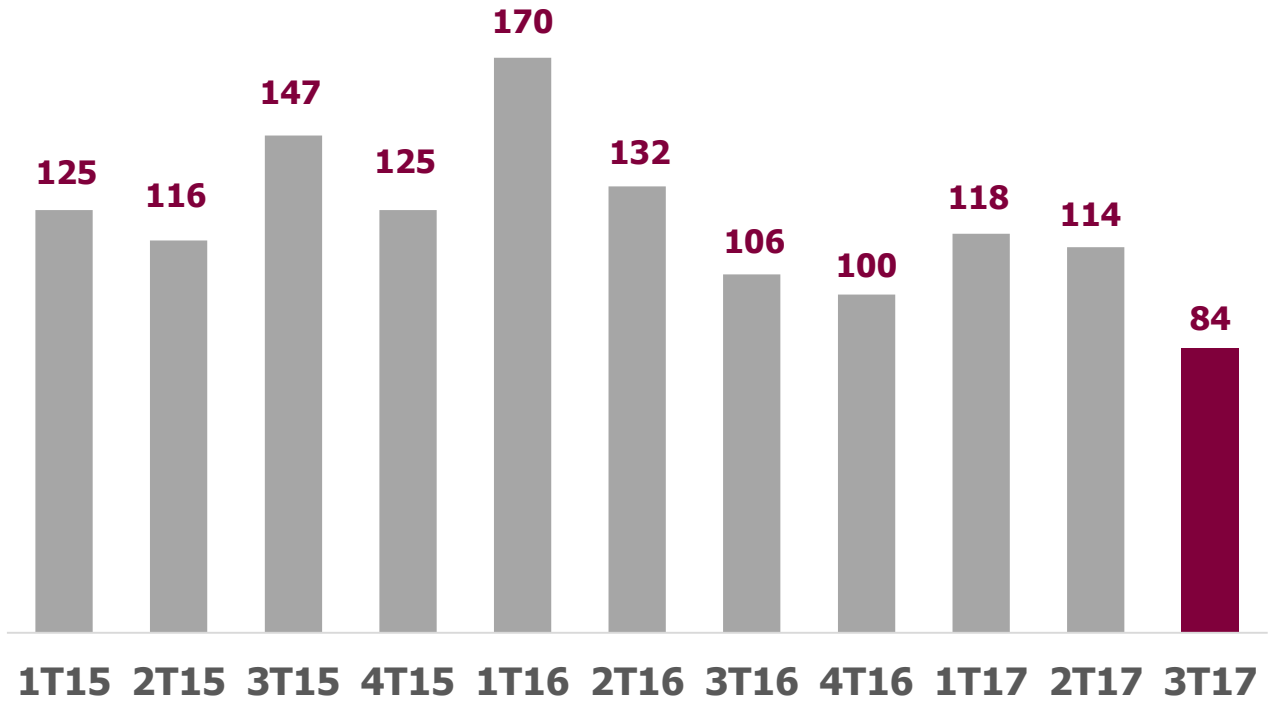



## Breakdown Vendas Líquidas 9M17

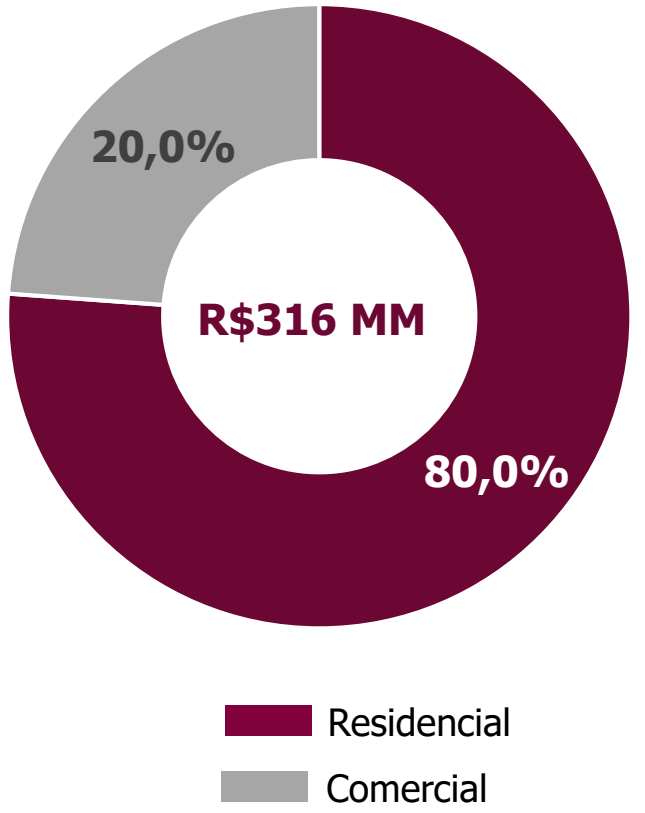


# Distratos no menor nível desde 2014, com concentração em projetos mais antigos

## Distratos (R$MM)

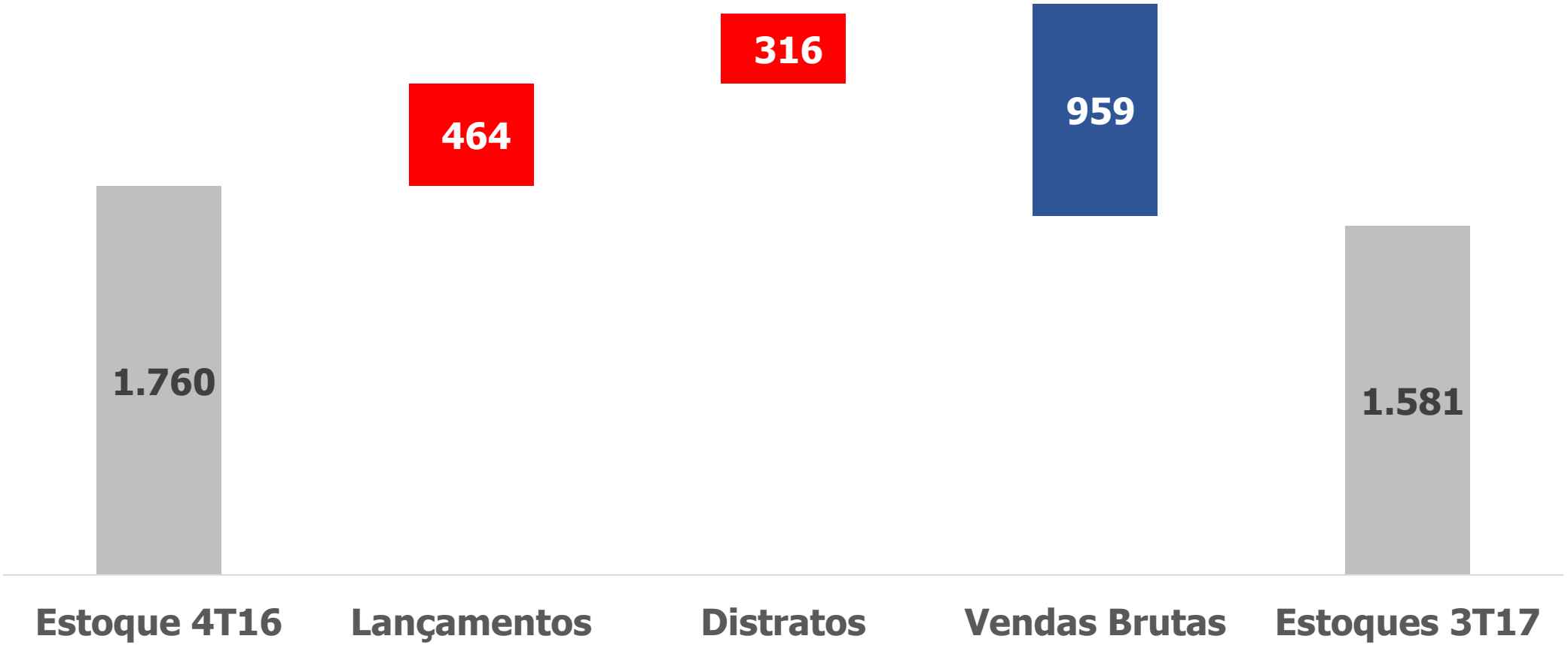



## Breakdown Distratos 9M17



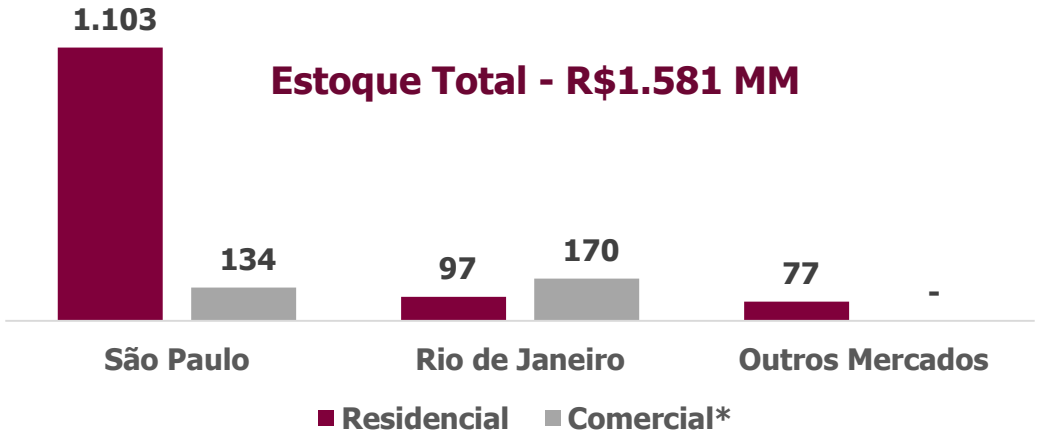
# A redução do nível de estoques durante o ano reflete os lançamentos acertados e os esforços da companhia na venda de remanescentes

## Evolução dos Estoques em 2017 (R$ Mil)



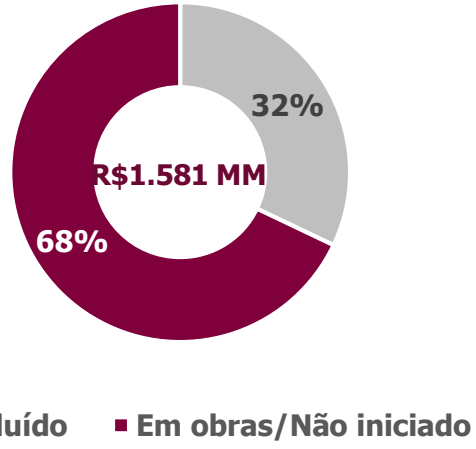
# Apesar do nível elevado, os estoques residenciais vem apresentando bom desempenho de vendas. Comerciais ainda com VSO baixa.

## Breakdown Estoques (R$ mil) - Região e Categoria

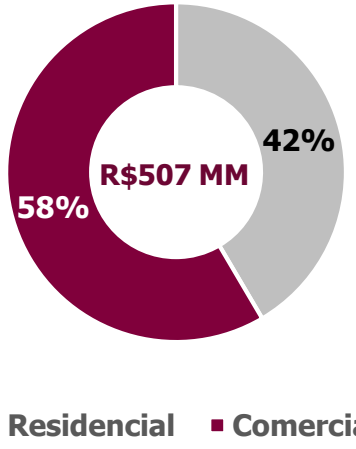



*97% dos estoques comerciais são projetos concluídos

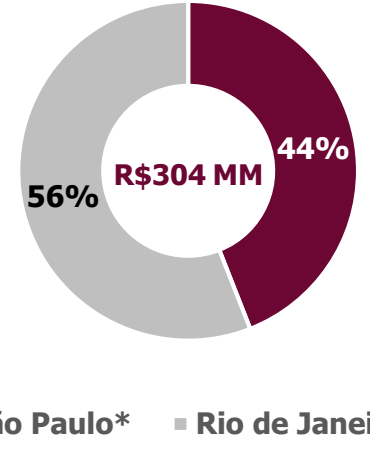
## Estoques por Status da Obra (VGV)




## Estoque Concluído por Categoria (VGV)



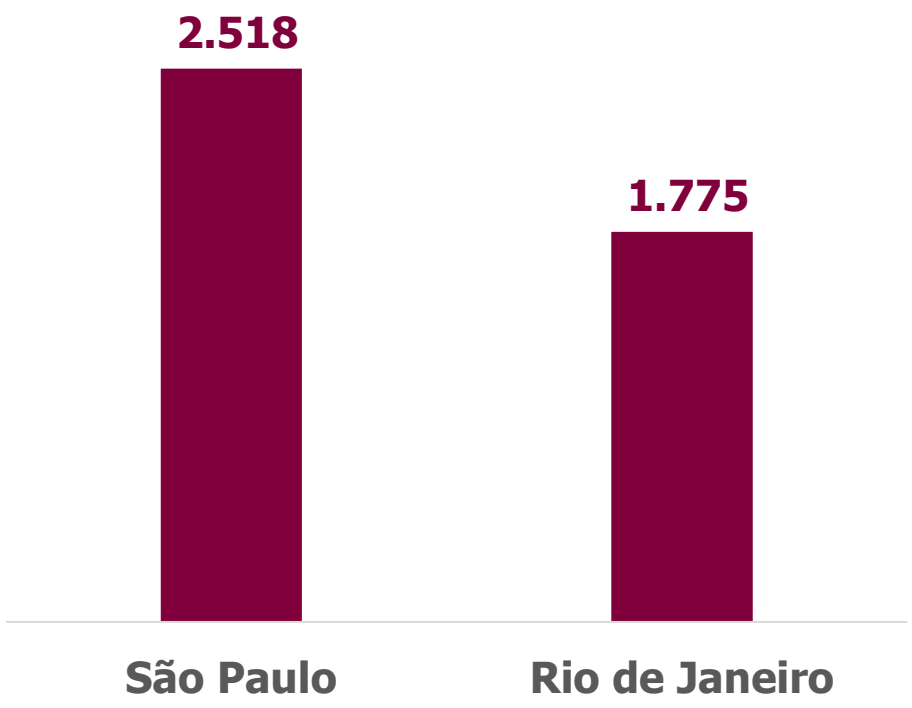

## Estoque Comercial por Geografia (VGV)




*Estoque concentrado em 1 projeto (SAO)
**Estoque concentrado em dois projetos (Americas e Target)

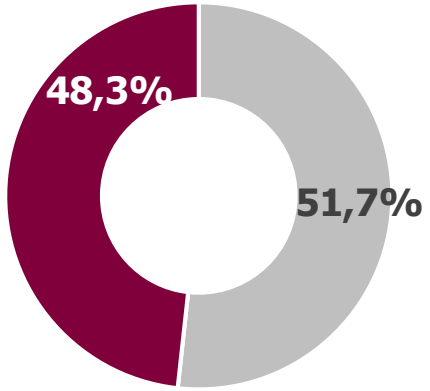
# Landbank adequado para 2-3 anos de lançamentos

## Landbank (R$ MM)* - Região

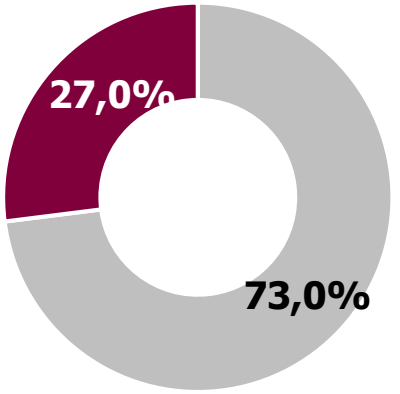


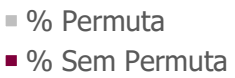

## Distribuição

São Paulo




Rio de Janeiro




- ✓ Ticket médio: R$530 mil
- ✓ VGV Médio dos terrenos: R$186,7MM
- ✓ Lançamentos em 2018 em patamares ao redor do nível de 2016

*Mais informações sobre o landbank no anexo I

# A Gafisa entregou 8 projetos este ano e, atualmente, possui 19 canteiros de obras, com 370 mil m² de área supervisionada

## Entregas 2017

| Projeto | Entrega | Lançamento | Localização | Unid. Gafisa | VGV (R$MM) |
|---|---|---|---|---|---|
| EASY TATUAPE | março-17 | 2013 | São Paulo - SP | 145 | 61 |
| HI GUACA | março-17 | 2014 | São Paulo - SP | 183 | 64 |
| HOME ESPAÇO CERÂMICA | março-17 | 2014 | São Caetano do Sul - SP | 256 | 140 |
| EASY CIDADE UNIVERSITÁRIA | abril-17 | 2014 | São Paulo - SP | 334 | 152 |
| SQUARE OSASCO F1L1 | maio-17 | 2013 | Osasco - SP | 302 | 86 |
| RISTRETTO LORIAN BOULEVARD | junho-17 | 2014 | São Paulo - SP | 271 | 179 |
| TODAY MODERN RESIDENCES | junho-17 | 2014 | Rio de Janeiro - RJ | 113 | 63 |
| GO MARAVILLE | agosto-17 | 2015 | Jundiaí - SP | 286 | 75 |
| **TOTAL 9M17** | | | | **1.890** | **820** |



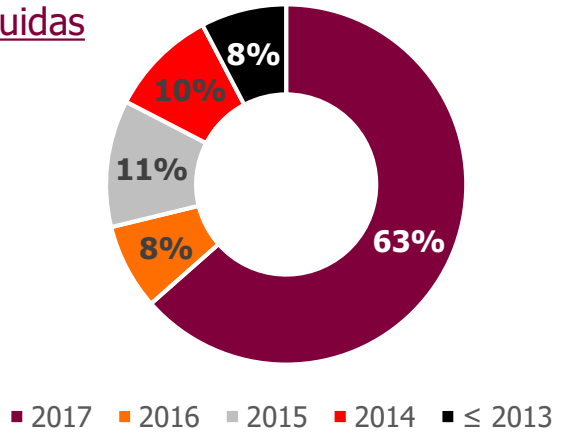
5

# Desempenho Financeiro

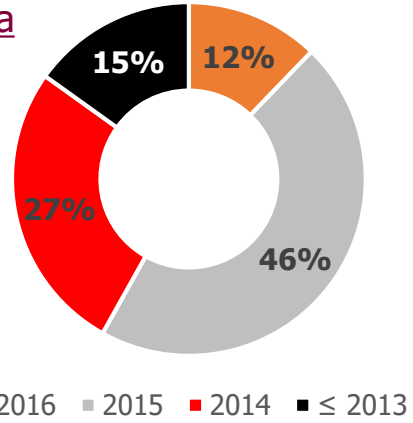
# O resultado financeiro ainda é prejudicado por projetos mais antigos, mas a margem bruta ajustada já mostra melhora

## Reconhecimento Receita x Vendas Líquidas (por ano de lançamento do projeto) – 3T17

Vendas Líquidas




Receita Líquida




## Lucro e Margem Bruta (R$ Mil)

| | 3T17 | 2T17 | T/T (%) | 3T16 | A/A (%) | 9M17 | 9M16 | A/A(%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Receita Líquida** | 160.325 | 147.253 | 9% | 268.271 | 40% | 444.117 | 651.881 | -32% |
| **Resultado Bruto** | -7.631 | -14.403 | -47% | 963 | -892% | -39.201 | 30.503 | -229% |
| **Margem Bruta** | -4,8% | -9,8% | 500 bps | 0,4% | -520 bps | -8,8% | 4,7% | -1350 bps |
| **(-) Custos Financeiros** | 26.317 | 26.824 | -2% | 46.258 | -43% | 91.117 | 118.019 | -23% |
| **Resultado Bruto Ajustado (1)** | 18.686 | 12.421 | 50% | 47.221 | -60% | 51.916 | 148.522 | -65% |
| **Margem Bruta Ajustada (1)** | 11,7% | 8,4% | 330 bps | 17,6% | -590 bps | 11,7% | 22,8% | -1110 bps |

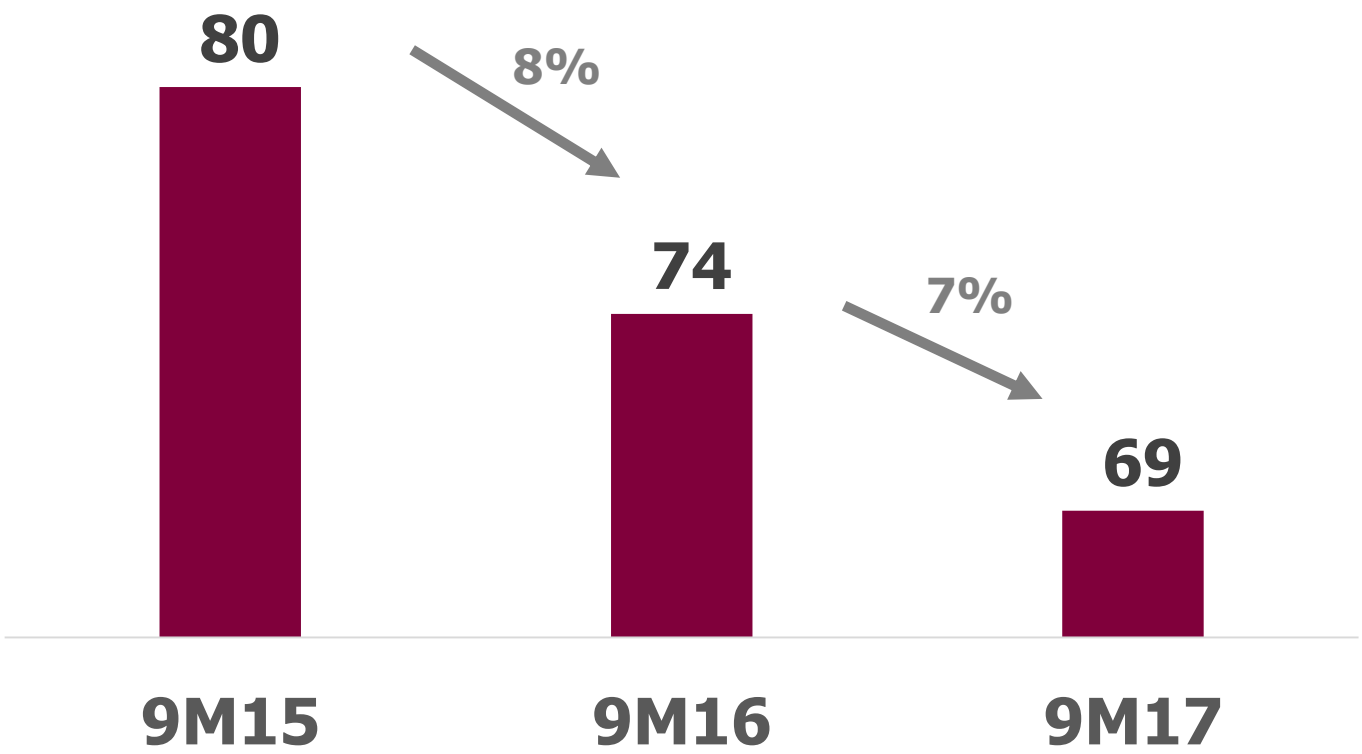
1) Ajustado por juros capitalizados.

# O REF (Resultados a Apropriar) apresentou crescimento no 3T17, demonstrando a recuperação de margem em projetos mais recentes

| R$ mil | 3T17 | 2T17 | T/T (%) | 3T16 | A/A (%) |
|---|---|---|---|---|---|
| Receitas a Apropriar | 630.168 | 450.923 | 40% | 394.475 | 60% |
| Custo das unidades vendidas a Apropriar | -409.994 | -289.632 | 42% | -251.151 | 63% |
| **Resultado a Apropriar** | **220.174** | **161.291** | **37%** | **143.324** | **54%** |
| Margem a Apropriar | 34,90% | 35,80% | -90 bps | 36,3% | -140 bps |

# A redução de G&A, com busca constante de ganhos de eficiência, é refletida nos resultados da Companhia

## Evolução DVGA (R$ MM)



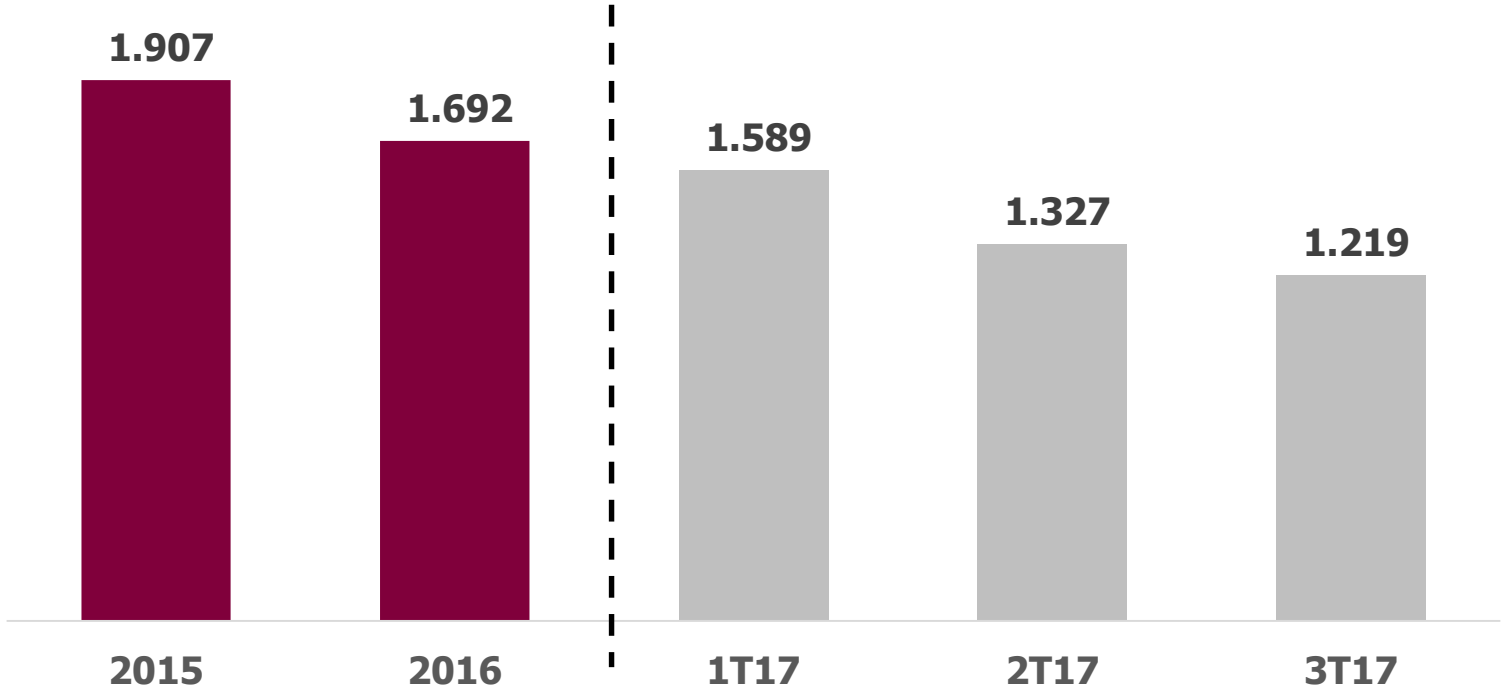
# A redução aconteceu em praticamente todas as linhas de DVGA

| | 3T16 | 3T17 | Var (%) | 9M16 | 9M17 | Var (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Salários e Encargos | 9.583 | 7.081 | -26% | 26.473 | 25.877 | -2% |
| Benefícios a Empregados | 1.025 | 704 | -31% | 3.196 | 2.480 | -22% |
| Viagens e Utilidades | 107 | 67 | -37% | 463 | 245 | -47% |
| Aluguéis e Condomínio | 1.759 | 1.584 | -10% | 6.158 | 4.399 | -29% |
| Informática | 3.832 | 1.656 | -57% | 11.668 | 9.621 | -18% |
| Stock Options | 2.317 | 1.195 | -48% | 5.506 | 2.898 | -47% |
| Provisão PLR | 6.250 | 1.037 | -83% | 12.500 | 9.395 | -25% |
| Outras | 93 | 204 | 119% | 434 | 584 | 35% |
| Serviços de Terceiros* | 2.579 | 7.913 | 207% | 7.672 | 13.049 | 70% |
| **TOTAL** | **27.545** | **21.441** | **-22%** | **74.070** | **68.548** | **-7%** |

*Despesa referente à separação de Tenda

# Redução do capital de Tenda e pagamento das debêntures FGTS no 4T17

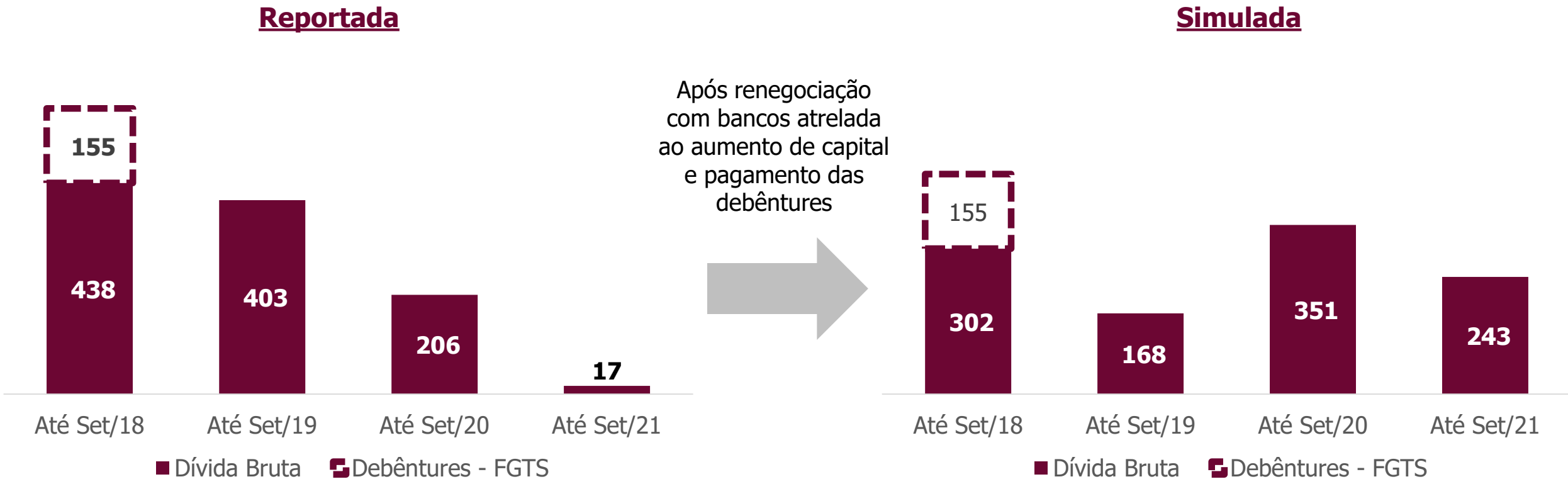
## Evolução da Dívida Bruta (R$ MM)

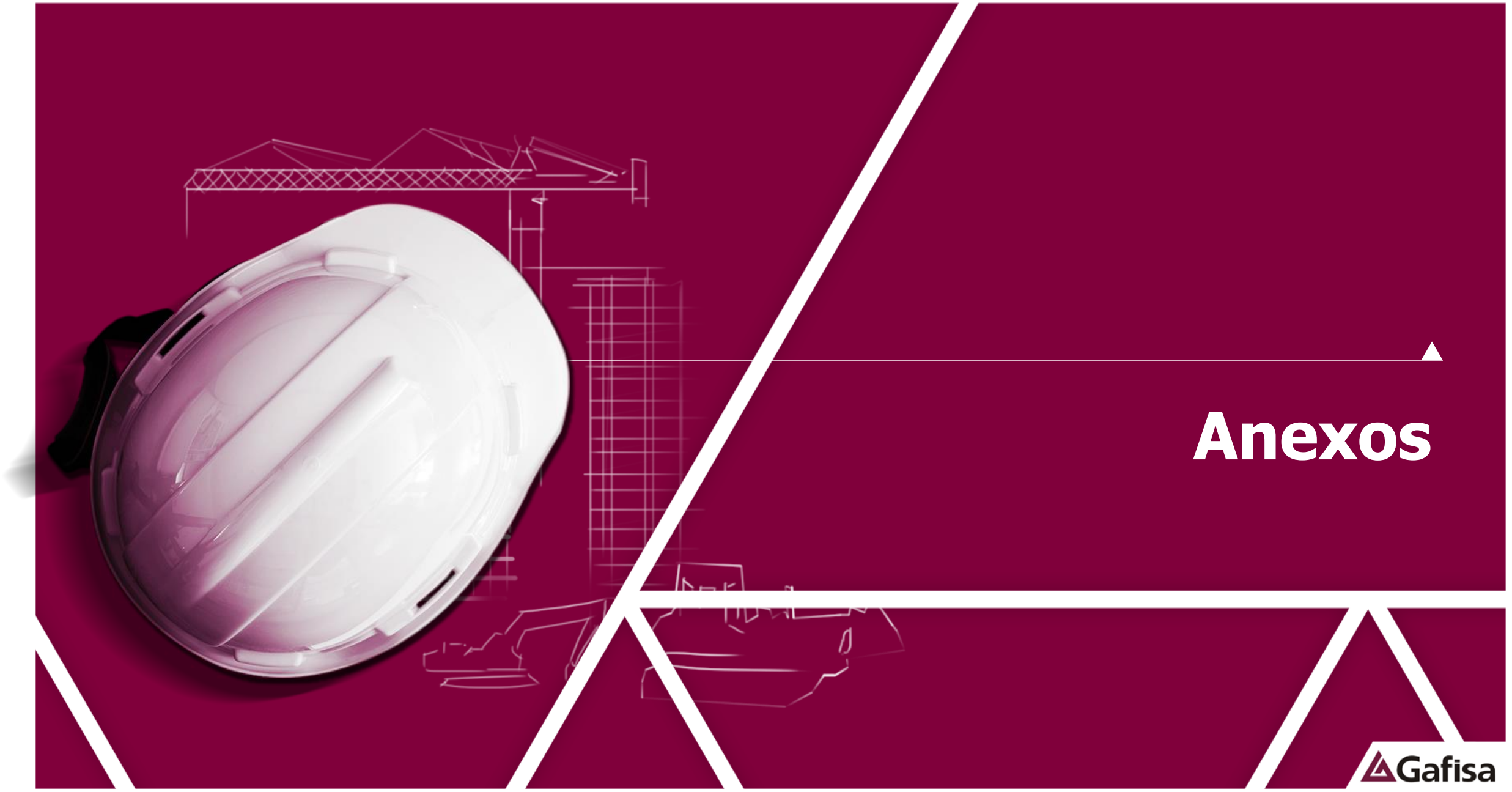



- ✓ Durante o 4T17, efetuamos o pagamento das debêntures da FGTS no valor de R$158 milhões e recebemos a restituição referente à redução do capital de Tenda
- ✓ Custo da dívida ao fim do 3T17 era de 13,23% ao ano
- ✓ No 3T17, a alavancagem (Dívida Líquida/Patrimônio Líquido) era de 87,1%. Desconsiderando financiamento de projetos, era de 12,7%

# A renegociação das dívidas e aumento de capital são fundamentais para o posicionamento estratégico da Companhia no novo ciclo

## Cronograma Vencimento Dívida 3T17 (R$ MM)





# Anexos

# Anexo 1. Landbank

| Regional | Terreno | Data Compra | Área Total | Unid. GFSA | Part. % | VGV Liq. GFSA (M)* |
|---|---|---|---|---|---|---|
| SP | Terreno 1 | jun-08 | 28.303 | 928 | 100,0% | 654,5 |
| SP | Terreno 2 | jan-10 | 2.269 | 64 | 100,0% | 41,1 |
| SP | Terreno 3 | jul-10 | 19.443 | 988 | 100,0% | 263,7 |
| SP | Terreno 4 | set-10 | 10.000 | 296 | 100,0% | 80,1 |
| SP | Terreno 5 | jan-11 | 11.078 | 671 | 50,0% | 235,8 |
| SP | Terreno 6 | mai-11 | 5.469 | 178 | 100,0% | 86,2 |
| SP | Terreno 7 | jun-11 | 3.476 | 220 | 100,0% | 46,1 |
| SP | Terreno 8 | jul-11 | 7.951 | 632 | 100,0% | 335,2 |
| SP | Terreno 9 | nov-11 | 4.332 | 228 | 100,0% | 88,3 |
| SP | Terreno 10 | mar-13 | 2.568 | 543 | 100,0% | 89,8 |
| SP | Terreno 11 | mai-13 | 10.623 | 396 | 100,0% | 143,4 |
| SP | Terreno 12 | jul-13 | 3.495 | 386 | 100,0% | 81,4 |
| SP | Terreno 13 | dez-13 | 2.520 | 76 | 100,0% | 139,7 |
| SP | Terreno 14 | jul-14 | 1.917 | 104 | 100,0% | 153,7 |
| SP | Terreno 15 | jul-15 | 1.182 | 91 | 100,0% | 79,3 |
| RJ | Terreno 16 | jan-08 | 17.584 | 84 | 100,0% | 231,6 |
| RJ | Terreno 17 | set-11 | 85.677 | 1.037 | 100,0% | 611,0 |
| RJ | Terreno 18 | nov-12 | 60.000 | 300 | 100,0% | 354,8 |
| RJ | Terreno 19 | mar-15 | 2.623 | 260 | 100,0% | 144,5 |
| RJ | Terreno 20 | mar-15 | 6.879 | 267 | 100,0% | 170,8 |
| RJ | Terreno 21 | nov-15 | 7.909 | 0 | 100,0% | 115,5 |
| RJ | Terreno 22 | dez-15 | 1.589 | 55 | 50,0% | 66,0 |
| RJ | Terreno 23 | ago-16 | 6.457 | 244 | 100,0% | 80,7 |

*Valores Unidade estimados