



**Release de Resultados
4T14**

PARA DIVULGAÇÃO IMEDIATA – São Paulo, 19 de março de 2015 – Saraiva S.A. Livreiros Editores (Bovespa: SLED3 e SLED4), uma das mais importantes editoras do Brasil e um dos maiores varejistas de conteúdo com foco em educação e cultura, anuncia hoje seus resultados financeiros para o quarto trimestre, encerrado em 31 de dezembro de 2014.

DESTAQUES GRUPO SARAIVA – 4T14 e 2014

- A Receita Bruta consolidada somou R\$2,4 bilhões no ano (+6% vs 2013) e totalizou R\$780,0 milhões no 4T14 (+1% vs 4T13). O Resultado ficou em linha com o guidance revisado de R\$2,3 bilhões a R\$2,5 bilhões para 2014.
- O Resultado Bruto consolidado atingiu R\$929,2 milhões no ano (+3% vs 2013) e alcançou R\$293,0 milhões no 4T14 (-5% vs 4T13).
- O EBITDA foi de R\$111,4 milhões em 2014, dentro do intervalo do guidance estabelecido para o período, de R\$110,0 milhões a R\$130,0 milhões, e aumento de 17% sobre os R\$95,0 milhões reportados em 2013. No 4T14, o EBITDA consolidado totalizou R\$59,8 milhões (+104% vs 4T13).
- O Lucro Líquido atingiu R\$5,7 milhões no ano (-56% vs 2013). No 4T14, o lucro líquido consolidado somou R\$22,9 milhões (+91% vs 4T13).
- A Geração de Caixa somou R\$40,0 milhões no 4T14. A relação entre a Dívida Líquida Ajustada e o EBITDA foi de 4,88 na posição de 31 de dezembro de 2014.
- Até 31 de dezembro de 2014, a Companhia recomprou 1.581.128 ações preferenciais (SLED4) e 15.700 ações ordinárias (SLED3), concluindo o programa de recompra aprovado em fevereiro de 2014, representando em conjunto 5,6% do capital total da empresa.

DESTAQUES NEGÓCIOS EDITORIAIS

- A Receita Líquida alcançou R\$254,8 milhões no 4T14 e R\$531,8 milhões em 2014 (+3% vs 2013). As vendas da Editora refletem o bom desempenho no mercado privado, em especial na área de sistemas de ensino, livros didáticos, livros jurídicos e de conteúdo técnico.
- As Despesas (SG&A) dos negócios editoriais alcançaram R\$32,0 milhões no 4T14 e R\$95,0 milhões no ano, representando, respectivamente, uma redução de 11% e 4% na comparação com o 4T13 e com o ano de 2013. O resultado reflete os esforços da reestruturação iniciada em 2013.
- O EBITDA totalizou R\$57,1 milhões no 4T14 (-8% vs 4T13) e R\$79,5 milhões no ano (+38% vs 2013). Esse

desempenho reflete os resultados da reestruturação dos negócios editoriais da Companhia, que incluiu a eliminação de áreas redundantes e a revisão de gastos e processos.

DESTAQUES VAREJO

- A Receita Líquida do Varejo durante o 4T14 aumentou 6% na comparação anual, totalizando R\$515,6 milhões. No ano, o valor somou R\$1,8 bilhão (+8% vs 2013).
- As vendas comparáveis da rede de lojas físicas (SSS) registraram expansão de 2,4% no 4T14 vs 4T13 e de 6,5% em 2014 vs 2013.
- O crescimento de vendas nas lojas foi de 5% no 4T14 e de 11% em 2014, superando os dados mais recentes da PMC/IBGE, que aponta para crescimento do varejo de 2,2% nos últimos 12 meses.
- No 4T14, a divisão de comércio eletrônico, excluindo a venda de eletroeletrônicos, obteve aumento de 16% na comparação com o 4T13 e crescimento de 9,3% no ano, com destaque para a comercialização de livros e smartphones.
- O EBITDA foi de R\$7,0 milhões no 4T14, revertendo resultado negativo de R\$29,5 milhões reportado no 4T13. O EBITDA totalizou R\$34,9 milhões no ano (-16% vs 2013).

EVENTOS SUBSEQUENTES

- Em linha com a estratégia de alongamento do perfil da dívida, a Companhia contratou no início de 2015 operações de financiamento, com prazos entre 1 e 3 anos, cujo montante representa cerca de 55% dos vencimentos de curto prazo.
- O Grupo Saraiva implantou Orçamento Matricial com foco na racionalização das despesas.
- Em 20 de fevereiro de 2015, a empresa anunciou o fechamento de sua loja no Shopping D&D, localizada em São Paulo, em função da baixa expectativa de geração de valor.

Tabela 1. Principais Indicadores Grupo Saraiva (R\$000, exceto quando indicado)

Consolidado	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Receita Bruta	2.394.982	2.256.724	6%	779.570	774.502	1%	482.346	62%
Receita Líquida	2.275.315	2.143.751	6%	739.465	736.248	0%	458.517	61%
Lucro Bruto	929.185	903.353	3%	292.989	308.565	-5%	173.043	69%
Margem Bruta (%)	40,8%	42,1%	-1,3p.p.	39,6%	41,9%	-2,3p.p.	37,7%	1,9p.p.
Despesas Operacionais	817.732	808.306	1%	233.156	279.260	-17%	187.005	25%
EBITDA	111.453	95.047	17%	59.833	29.305	104%	(13.962)	-
Margem EBITDA (%)	4,9%	4,4%	0,5p.p.	8,1%	4,0%	4,1p.p.	-3,0%	11,1 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	122.065	150.338	-19%	61.406	74.596	-18%	(13.868)	-
Margem EBITDA Ajustado ¹	5,4%	7,0%	-1,6 p.p.	8,3%	10,1%	-1,8 p.p.	-3,0%	11,3 p.p.
Lucro (Prej.) Líq. Ajust.	16.366	68.314	-76%	24.488	57.274	-57%	(29.048)	-
Margem Líquida Ajust (%)	0,7%	3,2%	-2,5 p.p.	3,3%	7,8%	-4,5 p.p.	-6,3%	9,6 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	5.754	13.023	-56%	22.915	11.983	91%	(29.142)	-
Margem Líquida (%)	0,3%	0,6%	-0,4p.p.	3,1%	1,6%	1,5p.p.	-6,4%	9,5p.p.

Nota 1: EBITDA Ajustado excluindo o efeito das despesas não recorrentes com a reestruturação.

As demonstrações contábeis consolidadas foram preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relatório Financeiro (IFRS) emitidas pelo International Accounting Standards Board (IASB) e práticas contábeis adotadas no Brasil (BRGAAP). As demonstrações contábeis individuais da Editora foram preparadas de acordo com o BRGAAP.

Toda e qualquer informação não contábil ou derivada de números não contábeis não foi examinada pelos auditores independentes.

ÍNDICE

Principais Indicadores	4
Perspectivas	5
Resultado Consolidado do Grupo Saraiva	8
Resultado do segmento de negócios Varejo	12
Resultado do segmento de negócios Editoriais	15
Informações da Teleconferência de Resultados	18
Demonstrativo de Resultado Consolidado	19
Balanço Patrimonial Consolidado	20
Demonstrativo de Resultados da Editora	21
Demonstrativo de Resultados do Varejo	22
Glossário	23

CONTATO INVESTIDORES

Luciana Doria Wilson
Tel.: (55 11) 3613-3215
ldwilson@saraiva.com.br
www.saraivari.com.br

PRINCIPAIS INDICADORES

As vendas da Companhia apresentam uma sazonalidade marcante, com maior concentração do resultado em dois períodos ao longo do ano: (1) no primeiro trimestre de cada ano fiscal, por conta da maior demanda de livros didáticos e materiais complementares pelo mercado privado no período de volta às aulas, e (2) no quarto trimestre, em razão das compras governamentais de livros didáticos na Editora e das vendas para o Natal e para as promoções do Black Friday no Varejo. A seguir, apresentamos os nossos principais indicadores operacionais e financeiros por segmento de negócio.

Tabela 2. Principais Indicadores Varejo (R\$000, exceto quando indicado)

Varejo	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Receita Bruta	1.938.421	1.800.501	8%	553.014	525.444	5%	426.723	30%
Receita Líquida	1.821.761	1.687.854	8%	515.559	487.202	6%	402.985	28%
Lojas	1.259.853	1.138.984	11%	366.876	350.828	5%	268.555	37%
E-commerce	561.908	548.870	2%	148.683	136.374	9%	134.430	11%
Lucro Bruto	573.355	554.120	3%	149.148	150.205	-1%	124.373	20%
Margem Bruta (%)	31,5%	32,8%	-1,4 p.p.	28,9%	30,8%	-1,9 p.p.	30,9%	-1,9 p.p.
Despesas Operacionais	538.409	512.670	5%	142.149	179.665	-21%	131.698	8%
EBITDA	34.946	41.450	-16%	6.999	(29.460)	-	(7.325)	-
Margem EBITDA (%)	1,9%	2,5%	-0,5 p.p.	1,4%	-6,0%	7,4 p.p.	-1,8%	3,2 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	39.855	82.958	-52%	6.957	12.048	-42%	(6.864)	-
Margem EBITDA Ajustado ¹ (%)	2,2%	4,9%	-2,7 p.p.	1,3%	2,5%	-1,1 p.p.	-1,7%	3,1 p.p.
Lucro (Prej.) Líq. Ajust.	(31.996)	25.102	-	(13.586)	11.384	-	(20.007)	-32%
Margem Líquida Ajustada (%)	-1,8%	1,5%	-3,2 p.p.	-2,6%	2,3%	-5,0 p.p.	-5,0%	2,3 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	(36.905)	(16.406)	124,9%	(13.544)	(30.124)	-55,0%	(20.468)	-34%
Margem Líquida (%)	-2,0%	-1,0%	-1,1 p.p.	-2,6%	-6,2%	3,6 p.p.	-5,1%	2,5 p.p.
Crescimento Lojas (SSS)	6,5%	6,7%	-0,2 p.p.	2,4%	9,8%	-7,4 p.p.	2,9%	-0,5 p.p.
Crescimento E-commerce	1,6%	11,0%	-9,4 p.p.	7,8%	1,9%	5,9 p.p.	-0,2%	8,0 p.p.
Cresc. E-commerce ex-eleto.	9,3%	13,4%	-	16,0%	7,0%	9,0 p.p.	8,5%	7,5 p.p.
Quantidade de Lojas - Final do Período	116	112	4%	116	112	4%	115	1%
Área de Vendas - Final do Período (m²)	63.870	61.085	0,0 p.p.	63.870	61.085	0,0 p.p.	62.956	0,0 p.p.

Nota 1: EBITDA Ajustado excluindo o efeito das despesas não recorrentes com a reestruturação.

Tabela 3. Principais Indicadores Editora, incluindo dados da Editora Érica, adquirida em junho de 2013 (R\$000)

Editora	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Receita Bruta	534.797	516.849	3,5%	257.490	266.950	-3,5%	69.293	272%
Receita Líquida	531.790	516.523	3,0%	254.840	266.938	-4,5%	69.202	268%
Mercado Privado	371.397	334.852	11%	103.062	94.258	9%	65.810	57%
Governo	160.393	181.671	-12%	151.778	172.680	-12%	3.392	>500%
Lucro Bruto	359.107	353.236	1,7%	148.146	161.605	-8,3%	48.613	205%
Margem Bruta(%)	67,5%	68,4%	-0,9 p.p.	58,1%	60,5%	-2,4 p.p.	74,0%	-15,9 p.p.
Despesas Operacionais	279.630	295.617	-5,4%	91.058	99.211	-8,2%	55.563	64%
EBITDA	79.477	57.619	0,38	57.088	62.394	-8,5%	(6.950)	-
Margem EBITDA (%)	14,9%	11,2%	3,8p.p.	22,4%	23,4%	-1,0p.p.	-10,0%	32,4p.p.
EBITDA Ajustado ¹	85.180	71.402	19%	58.703	66.177	-11%	(7.318)	-
Margem EBITDA Ajustado ¹ (%)	16,0%	13,8%	2,2 p.p.	23,0%	24,8%	-1,8 p.p.	-10,6%	36,3p.p.
Lucro (Prej.) Líq. Ajust.	52.155	47.274	10%	42.605	49.536	-14%	68.925	-38%
Margem Líquida Ajustada (%)	9,8%	9,2%	0,7 p.p.	16,7%	18,6%	-1,8 p.p.	99,6%	-82,9 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido ²	46.452	33.491	39%	40.990	45.753	-10%	69.293	-41%
Margem Líquida (%)	8,7%	6,5%	2,3p.p.	16,1%	17,1%	-1,1p.p.	100,1%	-84,0p.p.

Nota 1: EBITDA Ajustado excluindo o efeito das despesas não recorrentes com a reestruturação 2. Lucro antes da equivalência patrimonial.

Tabela 4. Principais Indicadores Balanço Patrimonial Consolidado (R\$000, exceto quando indicado)

Consolidado	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Caixa e Equivalentes de Caixa	275.019	23.086	>500%	156.930	75%
Dívida Total	801.370	445.684	79,8%	723.402	11%
Dívida Líquida	526.351	422.598	24,6%	566.472	-7%
Dívida Líquida Ajustada ¹	544.291	595.154	-8,5%	569.013	-4%
Ativo Total	1.871.898	1.326.029	41%	1.566.417	20%
Patrimônio Líquido (PL)	472.405	515.741	-8,4%	458.440	3%
Dívida Líquida/PL	111%	82%	36,0%	124%	-10%
Dív. Líq. /EBITDA	4,72	4,45	6%	7,00	-32,6%

Nota 1: inclui antecipação de recebíveis e obrigação com aquisição. 2 EBITDA Ajustado excluindo o efeito das despesas não recorrentes com a reestruturação. Para o cálculo da dívida líquida / EBITDA considera-se o EBITDA acumulado dos últimos 12 meses

PERSPECTIVAS

O ano de 2014 foi marcado pela celebração do centenário da Saraiva. Completaram-se 100 anos com uma marca de reconhecida excelência, que ocupa posição de destaque entre os principais varejistas cujo foco é o conteúdo em educação e cultura no Brasil. A Saraiva é referência em qualidade editorial: é líder na publicação de livros jurídicos e está entre as maiores empresas no segmento de livros didáticos e paradidáticos. No Varejo, é líder no mercado de livros e de produtos referentes ao período de volta às aulas no Brasil, e também o 2º maior player de música e filmes, o 5º maior e-commerce do país e está entre os 5 maiores revendedores Apple do mercado brasileiro. Apesar do cenário econômico adverso registrado ao longo de 2014, a Saraiva conseguiu fortalecer ainda mais sua marca e continuará a investir com visão de longo prazo. O foco está na continuação do processo de transformação e estruturação para um novo ciclo de crescimento e geração de valor.

Do ponto de vista estratégico, a Editora está se reposicionando para participar cada vez mais da cadeia de valor da educação, reforçando sua estratégia de investir em soluções completas e diferenciadas que contribuam para os processos de aprendizagem, da educação infantil ao ensino superior. A Companhia busca oferecer soluções estruturadas e com maior valor agregado, adicionando tecnologia e serviços aos consagrados conteúdos desenvolvidos por seus grandes autores. Essa estratégia já teve reflexos no resultado desse ano, com o aumento de 38% do EBITDA, que atingiu R\$ 79 milhões, e de 3,8 pontos na margem EBITDA, para 14,9%, além de um lucro líquido de R\$ 46 milhões antes da equivalência patrimonial, 39% maior que o do ano anterior. Com a continuidade dos esforços editoriais para o desenvolvimento de conteúdo, a venda para o segmento público atingiu R\$ 154 milhões, relativos ao Programa Nacional do Livro Didático (PNLD/2015). Vale destacar que o Governo Federal não efetuou as compras de conteúdos digitais no âmbito do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD 2015), reduzindo o faturamento esperado da Editora nesse programa em comparação ao do PNLD 2014. No segmento privado, com as diversas iniciativas para promover, ampliar e aprimorar o catálogo de produtos e serviços, o faturamento atingiu R\$ 371 milhões em 2014, um aumento de 11% em relação a 2013, com destaque para a linha de Sistemas de Ensino, que registrou faturamento de R\$ 50 milhões em 2014, contra R\$ 37 milhões em 2013.

O uso da tecnologia e de novas metodologias de ensino também tem ajudado a Editora no desenvolvimento de negócios com receitas recorrentes e na ampliação da base de alunos. A quantidade de alunos matriculados em grandes instituições de ensino que adotam as soluções e serviços Saraiva dobrou em 2014, se comparado ao ano anterior. Essa performance foi ajudada pela introdução dos sistemas de solução de aprendizagem, pela biblioteca digital e principalmente pelo SET – Saraiva Sistema de Ensino Técnico, que encerrou 2014 atendendo 53 mil estudantes, contra 25 mil no início do ano. Vale destacar também o início da comercialização de serviços e soluções educacionais digitais, com destaque para a plataforma Prepara (direcionada à prova da OAB e a cursos de formação) e para o Vivaz, o Game do Conhecimento (voltado ao ensino fundamental 1). Os resultados dessas iniciativas serão reportados ao longo de 2015.

No Varejo, destaca-se o maior volume de investimentos em projetos de longa maturação e intensivos em capital. Nos últimos 5 anos, cresceu o número de lojas físicas, de 92 para 116, com aumento da área de vendas da ordem de 30%. Consolidou-se o canal de e-commerce Saraiva.com, com um modelo de negócio diferenciado, aliando o mundo físico ao digital. A estratégia de expansão mostrou-se acertada, e a receita das lojas praticamente dobrou – de R\$ 639 milhões em 2009 para R\$ 1,26 bilhão em 2014 –, enquanto o e-commerce cresceu mais de R\$ 456 milhões no período (31% das vendas do Varejo).

Todo esse crescimento proporcionou ganhos importantes de market share, mas também levou a Companhia a um novo patamar de complexidade operacional e gerou novos desafios. A Saraiva está ciente da necessidade de uma revisão mais aprofundada dos processos, visando a uma maior eficiência em todos os aspectos da operação. O processo de redesenho da estrutura do Varejo, que está em curso, busca maior eficiência e estruturas integradas e traz um novo time de liderança, com foco na atuação multicanal. Vale destacar que 23% da base de clientes já é multicanal – ou seja, consome tanto na loja física como no e-commerce. Os clientes multicanal são mais frequentes e gastam mais. Clientes multicanal compram 1,5 mais

vezes que os clientes exclusivos da loja e 2,6 vezes mais que os clientes exclusivos do e-commerce. Além disso, gastam 50% mais que os clientes exclusivos da loja e 130% mais que os clientes exclusivos do e-commerce.

Ao mesmo tempo que a Companhia registrou sólido desempenho de vendas no Varejo, foram identificadas oportunidades de investimentos que fortalecem a capacidade competitiva e contribuem para o crescimento sustentável dos negócios. Nesse sentido, (1) ampliaram-se os canais de atuação, com a abertura de 5 novas lojas, com destaque para as lojas de aeroporto; (2) implementou-se uma nova plataforma de e-commerce; e (3) instalou-se o novo centro logístico em Cajamar, cujos resultados são promissores. O Centro de Distribuição em Cajamar já incorpora sinergias importantes para o Grupo, uma vez que atende às demandas de nosso e-commerce, de nosso cross-docking para as lojas e de nossos Sistemas de Ensino. Vale ressaltar, ainda, o lançamento do Lev (4) – o leitor digital da Saraiva – em agosto de 2014, com potencial de alavancar as vendas de conteúdo digital.

Apesar dos avanços nos resultados da unidade de negócios editoriais e da boa performance de vendas do Varejo, a Saraiva não está satisfeita, e vê claramente a necessidade de melhorar o resultado final consolidado. As ações corretivas necessárias, que incluem medidas estruturais para entregar resultados sólidos aos acionistas, em conjunto com a satisfação dos clientes, fornecedores e colaboradores, ainda não se materializaram em resultados financeiros. Além disso, o Brasil vivencia uma realidade econômica desafiadora neste ano que se inicia. Diante desse cenário, e com o encerramento da primeira etapa do processo de transformação iniciado no segundo trimestre de 2013 – visando à preparação da Companhia para o novo ciclo de crescimento e geração de valor –, o Grupo Saraiva deu início à segunda fase de sua reestruturação.

O Grupo está ciente dos desafios futuros e confiante na contínua capacidade de execução de seus colaboradores. Tais desafios são muito claros em cada uma das unidades de negócios: no Varejo, precisamos retornar ao crescimento sustentável e rentável, e aqui nosso principal desafio está na eficiência operacional e na racionalização de despesas e gastos fixos. Na Editora, precisamos diversificar ainda mais as fontes de receitas, criando novos modelos de negócios com vendas recorrentes, aumentando a nossa relevância no mercado privado e diminuindo a dependência da Companhia dos resultados dos programas de Governo. E, nas áreas corporativas de apoio, precisamos atuar continuamente em racionalização de gastos e otimização de processos para reduzir despesas que impactam diretamente nas unidades de negócio.

O Grupo está bem posicionado para capturar as oportunidades que continuarão a ser oferecidas pelo mercado brasileiro de cultura, educação e entretenimento, embora seja importante reconhecer que o ambiente verificado ao final de 2014 mostrou-se mais desafiador. Destacamos que a estratégia mercadológica para as duas unidades de negócio para o médio e longo prazo está mantida, mas entendemos que, no curto prazo, será necessário um esforço adicional para a redução de despesas e gastos, em função de pressões inflacionárias e ajustes fiscais, tais como: (1) possível redução da desoneração da folha de pagamento; (2) aumentos nas tarifas de energia e (3) reajuste de combustíveis e consequente aumento de custos de transporte. Cabe destacar que os ajustes acima mencionados vieram a contraponto dos ganhos esperados com as medidas importantes implementadas na primeira fase do processo de transformação, incluindo o ajuste de estrutura organizacional com a eliminação de redundâncias e identificação e promoção de sinergias. Por isso, a importância de avançarmos para uma segunda etapa, no sentido de intensificarmos a busca de racionalização e otimização de gastos.

No contexto de busca de sinergias nas atividades do Grupo, ao longo de 2014, avançamos com a unificação das atividades do core business, administrativas e de logística, atualmente conduzidas em locais distintos, em um número de espaços mais restrito, reduzindo assim os custos, melhorando a comunicação entre as diversas áreas e agilizando o processo de tomada de decisão. Este processo já foi realizado com: (1) a mudança da Sede da Editora Érica e da unidade de Sistemas de Ensino para o mesmo espaço físico da unidade de Negócios Editoriais da Saraiva; (2) a centralização da logística, em especial das filiais de Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Campo Grande e Ribeirão Preto, no centro de distribuição em Guarulhos; (3) transferência do centro de distribuição da unidade de sistemas de ensino para o novo centro logístico em Cajamar.

Esperamos avanços com o plano de ação focado na gestão de caixa da Companhia, por meio de medidas de reestruturação de pessoal, racionalização e otimização de processos e intensa atividade de renegociação dos principais contratos celebrados pela empresa. Estamos iniciando em 2015 os próximos 100 anos de história da Saraiva. Destacamos a seguir as principais iniciativas para o ano:

(1) Foco na reestruturação do passivo, com alongamento de prazos da dívida. O Varejo contratou, no início de 2015, operações de financiamento junto a bancos comerciais com prazos entre 1 e 3 anos – que, em conjunto, representam 55% dos vencimentos de curto prazo. Essas operações, aliadas com as respectivas liberações do contrato de financiamento de R\$ 629,0 milhões firmado com o BNDES em agosto de 2014, implicarão em uma melhora na gestão dos passivos financeiros, visando tanto a melhoria do custo como o alongamento do prazo médio da dívida do Grupo e a suavização do perfil de vencimentos.

(2) Esforço adicional no controle de despesas e revisão dos processos será necessário. No 1T15, iniciamos a implantação do Orçamento Matricial (metodologia gerencial que estimula o controle de despesas, sem manter relação com o período anterior), visando a promoção e a manutenção do foco na racionalização dos recursos. Mais que a mudança de metodologia orçamentária, temos trabalhado para implementar uma cultura duradoura de austeridade e busca por ganhos contínuos de produtividade.

(3) Esperamos investir cerca de R\$ 40 milhões em 2015, versus R\$ 81 milhões investidos em 2014. A empresa revisitou suas prioridades de investimentos para permitir maior foco em serviços e soluções com maior valor agregado, baixa relação capex/receita e maior lucratividade. Com isso, o volume de investimentos do ano refletirá a redução do ritmo de abertura de lojas e postergação de alguns investimentos. Para o ano de 2015, em princípio, temos a expectativa de abertura apenas das lojas do aeroporto de Viracopos, cuja contratação ocorreu no início de 2014. São cerca de 400 m². Nosso foco será a extração de maior valor dos ativos existentes e renegociação ou fechamento de lojas deficitárias do Varejo (cerca de 4 lojas). Além disso, temos as 25 lojas que terão inclusão das famílias games e telefonia, visando o aumento da venda por m² e maior rentabilidade. ‘Projeto 25’, que já está em andamento e com previsão de realização ainda no primeiro semestre, está dividido em ondas de implantação, sendo que o investimento nas lojas será mínimo e realizado através de parcerias com a indústria.

(4) Iniciativas voltadas ao aprimoramento do capital de giro (fornecedores e estoques). Conforme demonstrado na operação de negócios editoriais (ciclo operacional reduzido em 33 dias), o Grupo espera atingir novas reduções do ciclo operacional na operação de Varejo, deixando-a mais competitiva e liberando caixa.

Ao longo desse processo, que já dura cerca de dois anos e passa a ser ininterrupto, decisões internas difíceis precisam ser tomadas e já estão sendo, sem postergações e com firmeza de propósito. A nova direção estratégica já foi estabelecida e continuará a ser implementada. Os resultados já obtidos na Editora são encorajadores. A Companhia acredita que o caminho estratégico definido levará a empresa a um nível de competitividade e inovação que lhe garantirá a continuidade da sua posição de liderança nos mercados em que atua.

Estamos cientes de que, apesar dos nossos esforços, 2015 será um ano desafiador, em função do (1) menor volume de vendas no âmbito do PNLD/2016, com a redução no número de alunos atendidos por esse programa devido às mudanças no perfil demográfico da população brasileira aliado aos impactos da migração de alunos da rede pública para a escola particular, (2) aliado a perspectivas menos favoráveis de vendas para o Varejo por conta dos efeitos da desaceleração econômica. As iniciativas que mencionamos acima são prioritárias na Companhia e visam justamente aprimorar nossa estrutura de custos e despesas e de gestão do capital de giro, buscando o retorno ao crescimento rentável e sustentável. Reforçamos o nosso compromisso em agregar real valor aos negócios. Enfatizamos que as mudanças implementadas fortalecem a nossa capacidade de buscar novas oportunidades, apesar de pressionar os resultados de curto prazo.

SARAIVA RESULTADO CONSOLIDADO

Os comentários apresentados a seguir, sobre o desempenho operacional do Grupo Saraiva, referem-se aos números consolidados, que incluem os resultados operacionais dos segmentos Negócios Editoriais e Varejo.

RECEITA BRUTA – A despeito do forte ambiente competitivo e da conjuntura macroeconômica moderada, a Saraiva registrou mais um ano de crescimento de vendas. A receita bruta consolidada atingiu R\$ 2,39 bilhões, aumento de 6% em relação aos R\$ 2,26 bilhões reportados no ano anterior, principalmente por conta do crescimento de 11% da receita bruta no mercado privado na Editora, e crescimento das vendas na rede de lojas do Varejo de 11% em relação a 2013. O resultado ficou em linha com o ponto médio do guidance, de R\$ 2,3 a 2,5 bilhões para o ano de 2014.

Tabela 1. Venda bruta estimada para o ano de 2014 vs. venda bruta reportada

	Guidance 2014E	2014A
Vendas Brutas	R\$ 2,3 – 2,5 bilhões	R\$ 2,4 bilhões

Nota: E – estimado; A – apurado (real/efetivo/reportado).

RECEITA LÍQUIDA – A receita líquida consolidada cresceu 6% em 2014, para R\$ 2,28 bilhões. No 4T14, a receita líquida consolidada cresceu 0,41%, para R\$ 740 milhões no 4T14, contra R\$ 736 milhões no 4T13.

Tabela 2. Receita líquida por segmento de negócio (R\$ mil, exceto quando indicado)

	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Negócios Editoriais ¹	531.790	516.523	3%	254.840	266.938	-5%	69.202	268%
Varejo	1.821.761	1.687.854	8%	515.559	487.202	6%	402.985	28%
Eliminações ²	(78.236)	(60.626)	29%	(30.934)	(17.892)	73%	(13.670)	126%
Total³	2.275.315	2.143.751	6%	739.465	736.248	0%	458.517	61%

Notas: 1. Incluindo o resultado da Editora Érica. 2. A Editora vende livros de sua edição para o Varejo. Para a publicação dos números consolidados, é necessário, portanto, ajustar o valor das vendas consolidadas por conta das transações entre as duas unidades de negócio do Grupo Saraiva. 3. Receita líquida consolidada.

LUCRO BRUTO – O resultado bruto consolidado atingiu R\$ 929 milhões, contra R\$ 903 milhões em 2013. A margem bruta apresentou redução de 1,3 ponto percentual, passando de 42,1% em 2013 para 40,8% em 2014. No 4T14, o resultado bruto consolidado atingiu R\$ 293 milhões, 5% inferior ao resultado do ano anterior (R\$ 309 milhões). A margem bruta apresentou redução de 2,3 pontos percentuais, passando de 41,9% no 4T13 para 39,6% no 4T14. Destaca-se a redução da participação da Editora no mix de vendas brutas, passando de 34% para 33% no total. Vale lembrar que a compra de conteúdos digitais no âmbito do PNLD 2015 foi diferida para o ano fiscal de 2015, o que influencia a comparação das margens brutas entre os anos de 2013 e 2014. O gasto para a produção dos conteúdos digitais do PNLD/2015 já está reconhecido no custo dos livros vendidos, embora a receita só venha a ser apropriada se o Governo Federal realizar as compras desses conteúdos ao longo de 2015. Em 2013 a venda de conteúdos digitais no âmbito do PNLD/2014 foi de R\$ 13,1 milhões.

DESPESAS OPERACIONAIS – As despesas operacionais totalizaram R\$ 233 milhões no 4T14, redução de 17% em relação ao 4T13. Com isso, a relação das despesas operacionais sobre a receita líquida consolidada passou de 37,9% para 31,5% no quarto trimestre.

Tabela 3. Despesas operacionais por segmento de negócio (R\$ mil, exceto quando indicado)

	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Negócios Editoriais	279.630	295.617	-5%	91.058	99.211	-8%	55.563	64%
Varejo	538.409	512.670	5%	142.149	179.665	-21%	131.698	8%
Eliminações	(307)	19	-	(51)	384	-	-	-
Total	817.732	808.306	1%	233.156	279.260	-17%	187.005	25%

EBITDA – O EBITDA em 2014 foi de R\$ 111 milhões, ficando dentro do intervalo do guidance estabelecido para o período, de R\$110-130 milhões, e 17% acima dos R\$ 95 milhões reportados em 2013. A margem EBITDA foi de 4,9% contra 4,4% no mesmo período do ano anterior. A despeito da queda de 1,3 p.p. na margem bruta registrada no período, a melhora na margem EBITDA está relacionada à redução das despesas operacionais como percentual da receita, de 37,7% em 2013 para 35,9% em 2014.

Esse resultado se deve principalmente à redução de despesas na unidade de negócios editoriais, enquanto no Varejo o ano de 2013 foi negativamente impactado por baixas extraordinárias não recorrentes, fato que prejudicou a comparação com 2014.

Tabela 4. EBITDA estimado para o ano de 2014 vs. EBITDA reportado

	Guidance 2014E	2014A
EBITDA	R\$ 110 – 130 milhões	R\$ 111,4 milhões

Nota: E – estimado; A – apurado (real/efetivo/reportado).

Tabela 5. EBITDA Consolidado (R\$ mil, exceto quando indicado)

	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Lucro Líquido (Prejuízo)	5.754	13.023	-56%	22.915	11.983	91%	(29.142)	-
(+) Res. Financeiro	70.012	38.875	80%	24.343	10.354	135%	18.982	28%
(+) IR / CSLL	(7.967)	(2.772)	187%	1.214	(4.594)	-	(14.581)	-
(+) Depr. e Amortização	43.676	45.927	-5%	11.296	11.561	-2%	10.745	5%
(+) Eq. Patrimonial	(15)	(4)	275%	68	6	>500%	37	84%
(+) Part. não contr.	(7)	(2)	250%	(3)	(5)	-40%	(3)	0%
(+) Desp. não recorrentes	10.612	55.291	-81%	1.573	45.291	-97%	94	>500%
EBITDA Ajustado	122.065	150.338	-19%	61.406	74.596	-18%	(13.868)	-
Mg EBITDA Ajustada	5,4%	7,0%	-1,6	8,3%	10,1%	-1,8 p.p.	-7,8%	1610%
Receita Líquida	2.275.315	2.143.751	6,1%	739.465	736.248	0%	458.517	61%
EBITDA	111.453	95.047	17,3%	59.833	29.305	104,2%	(13.962)	-
Mg EBITDA	4,9%	4,4%	0,5 p.p.	8,1%	4,0%	4,1 p.p.	-3,0%	11,1 p.p.

RECEITA (DESPESA) FINANCEIRA LÍQUIDA – O resultado financeiro líquido foi uma despesa de R\$ 70 milhões em 2014, contra R\$ 39 milhões em 2013. O resultado financeiro líquido foi uma despesa de R\$ 24 milhões no 4T14, contra R\$ 10 milhões no 4T13, refletindo o aumento do saldo médio da dívida.

LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO – Em função das razões apresentadas acima, no 4T14 o lucro líquido consolidado do Grupo foi de R\$ 23 milhões, representando um aumento de 91% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem líquida ficou em 3,1% no 4T14, contra 1,6% no 4T13. Em 2014, o lucro líquido consolidado foi de R\$ 5,7 milhões, contra o resultado de R\$ 13,0 milhões no mesmo período do ano anterior.

INVESTIMENTOS (CAPEX) – Os investimentos promovidos pelo Grupo Saraiva totalizaram R\$ 30 milhões no 4T14 e R\$ 81 milhões em 2014, com foco em: (i) tecnologia da informação e logística; (ii) novas lojas / novos formatos; e (iii) desenvolvimento de novos modelos de negócio para a comercialização de conteúdos em diferentes formatos. Nos mesmos períodos de 2013, os valores foram de R\$ 14 milhões e R\$ 89 milhões, respectivamente.

LIQUIDEZ – Em 31 de dezembro de 2014, a Companhia possuía cerca de R\$ 275 milhões em caixa e equivalentes, contra R\$ 157 milhões em comparação ao saldo no 3T14. O endividamento bruto em 31 de dezembro era de R\$ 801 milhões, um aumento de R\$ 78 milhões, se comparado aos R\$ 723 milhões reportados ao final do 3T14.

Tabela 6. Evolução dos principais indicadores de endividamento monitorados pela Companhia (R\$ mil)

Consolidado	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Tipo de Transação					
Linha BNDES	327.191	123.355	165%	276.156	18%
Capital de Giro/outros	474.052	322.329	47%	447.246	6%
Dívida Total Consolidada	801.243	445.684	79,8%	723.402	11%
Curto Prazo	503.677	224.722	124,1%	489.326	3%
Longo Prazo	297.566	220.962	34,7%	234.076	27%
Caixa e Equivalentes de Caixa	275.019	23.086	>500%	156.930	75%
Endividamento Líquido	526.224	422.598	24,5%	566.472	-7%
Antecipação de Recebíveis	13.605	164.558	-92%	2.541	435%
Endividamento Líquido Ajustado ¹	544.261	595.154	-8,5%	569.013	-4%
Patrimônio Líquido (PL)	472.518	515.741	-8,4%	458.440	3%
Dívida Líquida/PL	111%	82%	35,9%	124%	-10%

Nota 1: inclui antecipação de recebíveis e obrigações de aquisição.

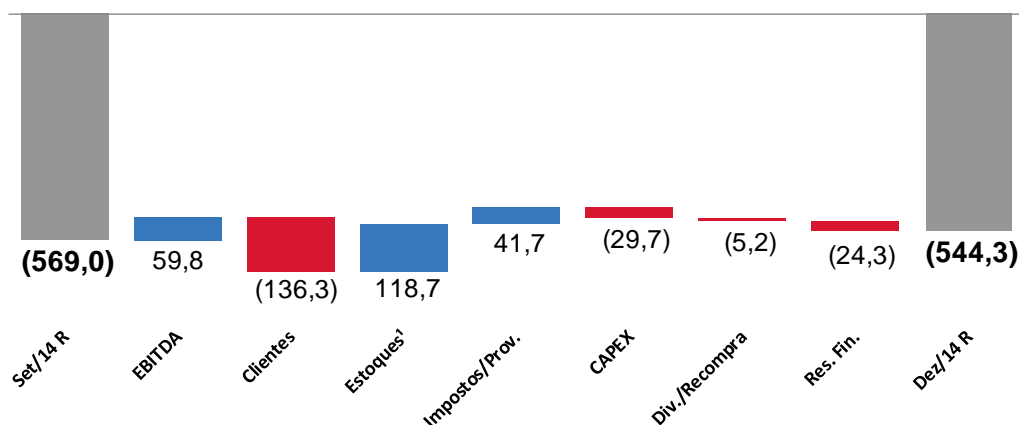
No final de 2014, o Varejo possuía recebíveis (de vendas de cartão de crédito) no valor de R\$ 303 milhões. O volume de recebíveis antecipados totais (cartão) era de R\$ 165 milhões no 4T13, contra R\$ 14 milhões no 4T14. Com isso, a dívida líquida ajustada, que inclui a operação de antecipação de recebíveis e obrigações de aquisição, totalizou R\$ 544 milhões ao final do 4T14, abaixo do ponto médio do guidance estabelecido para o período, de R\$ 500-600 milhões, representando uma variação de R\$ 25 milhões, se comparado aos R\$ 569 milhões reportados no 3T14.

Tabela 7. Valores do indicador Dívida Líquida Ajustada projetado para o ano de 2014

	Guidance 2014E	4T14A	4T13A
Dívida Líquida Ajustada	R\$ 500 – 600 milhões	R\$ 544 milhões	R\$ 569 milhões

Nota: E – estimado; A – apurado (real/efetivo/reportado).

Gráfico 1. Decomposição da Dívida Líquida Ajustada (4T14 versus 3T14)



Nota 1 – Estoques líquidos de fornecedores

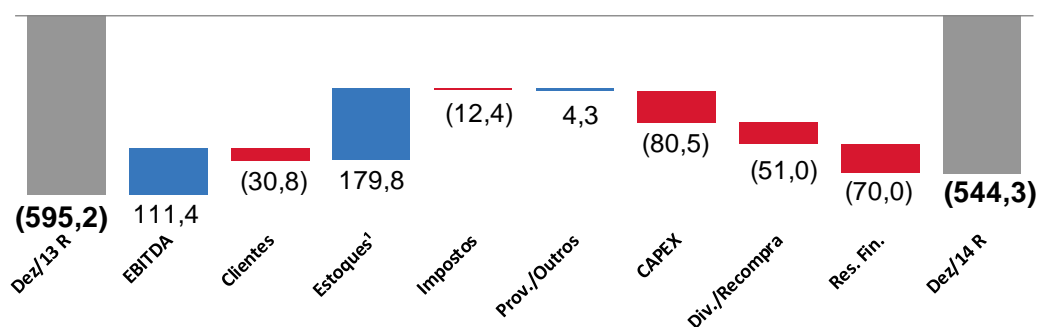
Assim, a relação entre a dívida líquida ajustada e o EBITDA, utilizada para medir a necessidade de caixa da empresa, foi de 4,9 vezes em 31 de dezembro de 2014, contra 7,0 vezes no 3T14.

Tabela 8. Evolução dos principais indicadores de endividamento monitorados pela Companhia

Consolidado	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Dívida Líquida / EBITDA	4,72	4,45	6%	7,00	-32,6%
Dívida Líquida Ajustada¹ / EBITDA	4,88	6,26	-22%	7,00	-30,2%
Dívida Líquida Ajustada¹ / EBITDA Ajustado²	4,46	3,96	13%	4,00	11,5%

Nota 1: Inclui antecipação de recebíveis. 2: EBITDA ajustado excluindo não recorrentes. EBITDA acumulado dos últimos 12 meses.

Gráfico 2. Decomposição da Dívida Líquida Ajustada 4T14 versus 4T13



Nota 1 – Estoques líquidos de fornecedores

Vale destacar que os investimentos em capital de giro foram impactados por liquidações antecipadas com fornecedores, no montante de R\$ 210 milhões, realizadas em dezembro 2013.

A tabela seguinte apresenta informações sobre os vencimentos por linha de financiamento.

Tabela 9. Fontes de financiamento para capital de giro e investimentos utilizadas e respectivos vencimentos

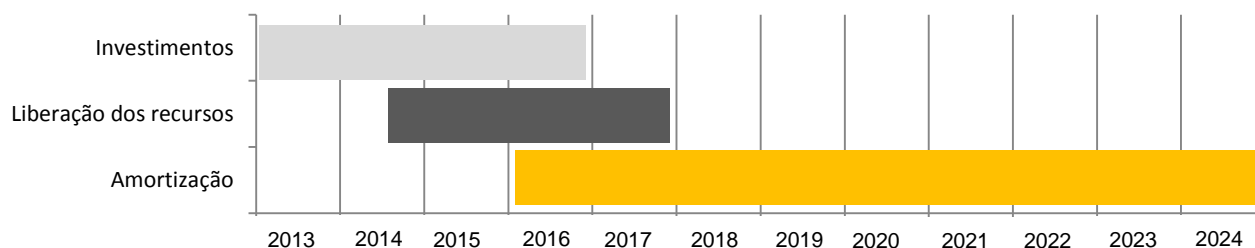
Consolidado	Custo médio	Total	Até 2015	Até 2016	Até 2017	Após 2017
Tipo de Transação						
Linha BNDES ¹	8,4%	327.191	36.394	47.320	56.815	186.661
Capital de Giro/outros	13,2%	492.088	478.233	1.448	3.058	9.349
Dívida Total Consolidada	11,2%	819.280	514.628	48.768	59.874	196.010

Nota 1: custo médio no fim de 2014 (em 31 de dezembro) do saldo de dois contratos com o BNDES (2011 e 2014), sem levar em conta o custo de fiança bancária e considerando a TJLP em 5% a.a. e SELIC em 11,75% a.a.

Vale destacar que a Companhia firmou com o BNDES uma nova linha de financiamento no montante de R\$ 629 milhões, o que altera substancialmente o perfil da dívida, alongando os pagamentos para médio e longo prazos. A liberação dos recursos dessa nova linha com o BNDES foi estabelecida em tranches e, até o encerramento do 4T14, foram liberados cerca de R\$ 258 milhões para o Grupo. Com as respectivas liberações das próximas tranches pelo BNDES, aliadas à estratégia de alongamento da dívida de curto prazo implementada no 1T15, espera-se uma melhora do custo e alongamento do prazo médio.

Como demonstrado no gráfico a seguir, o prazo de amortização da nova linha do BNDES será de até 10 anos (de 2014 a 2024), incluindo a carência de 24 a 36 meses sobre o montante principal, representando um prazo médio de liquidação (*duration*) de 59 meses. Como exemplo dos benefícios capturados no perfil da dívida em função da primeira liberação, o prazo médio da carteira passou de 11 meses, em dezembro de 2013, para 21 meses, em dezembro de 2014.

Gráfico 3. Cronograma de Investimento, Liberação de Recursos e Amortização da Nova linha BNDES



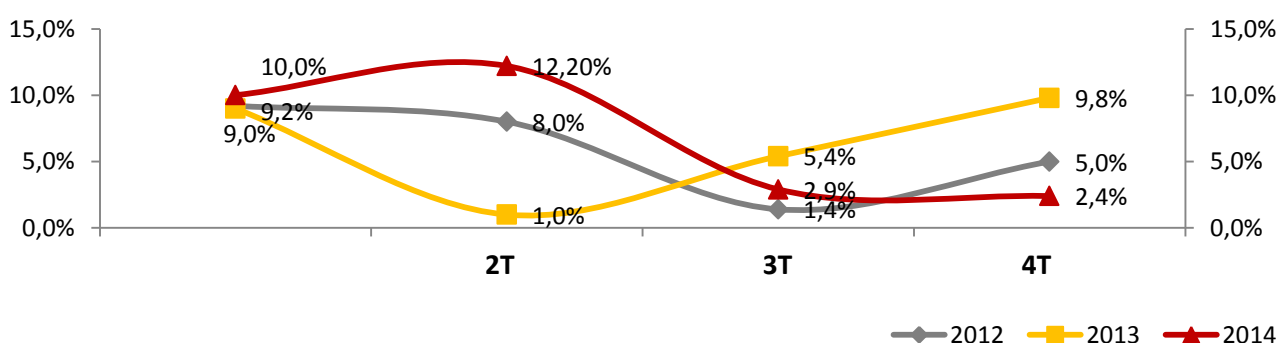
O contrato tem 67% de indexação à TJLP e o restante à taxa UM SELIC, com taxa efetiva de 8,52% a.a. (sem levar em conta o custo de fiança bancária), considerando a TJLP em 5% a.a. e a SELIC em 11,75% a.a. no fim de 2014.

RESULTADOS SEGMENTO DE NEGÓCIOS VAREJO

RECEITA – A receita líquida do Varejo aumentou 8% em 2014, totalizando R\$ 1,8 bilhão. As vendas das lojas físicas Saraiva cresceram 11%, atingindo R\$ 1,3 bilhão, com a receita de vendas de lojas comparáveis aumentando 6,5% no período. É importante ressaltar que essa expansão foi alcançada apesar da deterioração do crescimento do consumo privado no Brasil durante o período, o que atesta a resiliência da operação.

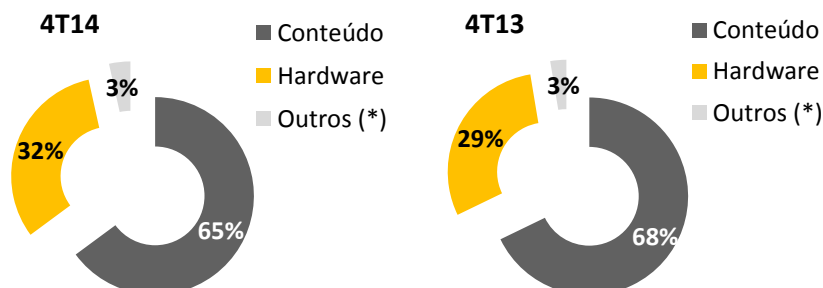
A receita de vendas de lojas aumentou 5% no 4T14 *versus* 3T14 e, no conceito de lojas comparáveis, cresceu 2,4% no 4T14. O recuo com relação ao patamar de crescimento observado no 3T14 e no 4T13 está relacionado ao menor volume de vendas das lojas no formato tradicional. No 1T15, iniciamos um plano de reformulação do *layout* das lojas com a inclusão das famílias games e telefonia, visando ao aumento da venda por m² nessas unidades.

Gráfico 4. Desempenho das Vendas – Crescimento Nominal das Lojas Comparáveis (por trimestre)



As vendas líquidas do *site* Saraiva.com.br totalizaram R\$ 562 milhões no 2014 (31% das vendas do Varejo), 2,4% acima dos R\$ 549 milhões (33% das vendas) reportados em 2013. Em 2014, a Companhia optou deliberadamente por parar de vender eletroeletrônicos (televisores) nas condições comerciais atuais, pelo fato de a venda gerar valor econômico negativo. No 4T14, a divisão de comércio eletrônico, excluindo a venda de eletroeletrônicos, teve crescimento de 9,4% em comparação ao mesmo período anterior.

Gráfico 5. Receita Bruta do Varejo por segmento (R\$ milhões)



RESULTADO BRUTO – O resultado bruto do Varejo atingiu, no 4T14, R\$ 149 milhões, 1% inferior ao resultado do 4T13. A margem bruta apresentou redução de 1,9 ponto percentual, passando de 30,8%, no 4T13, para 28,9%, no 4T14 – por conta de uma menor contribuição das vendas de itens de maior margem e

ações promocionais com foco na venda de itens de menor giro. Em 2014, o resultado bruto do Varejo atingiu R\$ 573 milhões, 3% acima do resultado de 2013.

DESPESAS OPERACIONAIS – A linha de despesas operacionais no Varejo aumentou 5% em 2014, totalizando R\$ 538 milhões. Já no 4T14, houve recuo de 21% para R\$ 142 milhões, contra R\$ 180 milhões no 4T13, principalmente por conta dos impactos de despesas extraordinárias registradas no 4T13. Espera-se que o plano de ação voltado à racionalização de despesas, iniciado no 1T15, resulte em importante racionalização das despesas. Esse impacto será sentido a partir de meados de 2015.

EBITDA – O EBITDA do Varejo totalizou resultado de R\$ 7 milhões no 4T14 *versus* R\$ 29 milhões negativo no 4T13. Em 2014, o EBITDA do Varejo atingiu R\$ 35 milhões, queda de 16% em relação a R\$ 41 milhões em 2013, e o EBITDA ajustado atingiu R\$ 40 milhões, ante R\$ 83 milhões em 2013. O resultado se deve à queda da margem bruta e ao impacto do aumento das despesas.

Tabela 10. EBITDA Varejo (R\$ mil, exceto quando indicado)

	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Lucro Líquido (Prejuízo)	(36.905)	(16.406)	125%	(13.544)	(30.124)	-55%	(20.46)8	-34%
(+) Resultado financeiro	54.689	27.196	101%	18.292	5.571	228%	14.296	28%
(+) IR / CSLL	(17.145)	(6.366)	169%	(6.821)	(13.988)	-51%	(9.611)	-29%
(+) Depreciação e Amortiz.	34.307	37.026	-7%	9.072	9.081	0%	8.458	7%
(+) Desp. não recorrentes	4.909	41.508	-88%	(42)	41.508	-	461	-
EBITDA Ajustado	39.855	82.958	-52%	6.957	12.048	-42%	(6.864)	-
Mg EBITDA Ajustada	2,2%	4,9%	-2,7	1,3%	2,5%	-1,1	-1,7%	305%
Receita Líquida	1.821.761	1.687.854	8%	515.559	487.202	6%	402.985	28%
EBITDA	34.946	41.450	-16%	6.999	(29.460)	-	(7.325)	-
Mg EBITDA	1,9%	2,5%	-0,5	1,4%	-6,0%	7,4 p.p.	-1,8%	3,2 p.p.

LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO – O prejuízo líquido do Varejo foi de R\$ 14 milhões no 4T14 e R\$ 37 milhões em 2014, por conta dos efeitos mencionados.

CAPITAL DE GIRO – A relação capital de giro/receita líquida passou de 18,8%, no 4T13, para 20,9%, no 4T14. O ciclo operacional do Varejo alcançou 87 dias no 4T14, contra 81 dias no 4T13. Excluindo a operação de liquidação antecipada de fornecedores realizada no 4T13, o ciclo operacional do Varejo alcançou 84 dias. O Contas a Receber passou de 54 dias no 4T13 para 55 dias no 4T14. O prazo médio de cobertura de estoques aumentou em 10 dias, passando de 90 dias, no 4T13, para 100 dias, no 4T14. A Companhia decidiu adiantar as compras do período de volta às aulas, preparando-se, desse modo, para um melhor atendimento em 2015. O prazo de pagamento a fornecedores aumentou 4 dias, passando de 64 dias, no 4T13, para 68 dias, no 4T14. Excluindo a operação de liquidação antecipada de fornecedores realizada no 4T13, o prazo de pagamentos aumentou 4 dias, passando de 67 dias, no 4T13, para 71 dias, no 4T14.

DESTAQUES VAREJO – Em 2014, a Saraiva inaugurou 5 lojas, 3 no formato Megastore e 2 no formato aeroporto. No fim de 2014, a Saraiva contava com 116 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal, sendo 3 delas no formato Aeroporto.

Tabela 11. Novas Lojas Inauguradas no 4T14

Data	Formato	Local	Cidade	Estado
Abril/2014	Megastore	Shopping Iguatemi Esplanada	Sorocaba	SP
Abril/2014	Aeroporto	Aeroporto Eduardo Gomes	Manaus	AM
Junho/2014	Aeroporto	Aeroporto Afonso Pena	Curitiba	PR
Agosto/2014	Megastore	Shopping Vila Velha	Vila Velha	ES
Novembro/2014	Megastore	Shopping Passeio das Águas	Goiânia	GO

Ao longo de 2014, a Saraiva firmou contrato de exclusividade para operar 5 novas lojas no Aeroporto Internacional de Viracopos, em Campinas, São Paulo. Com a inauguração prevista para o 2T15, as unidades vão integrar a expansão do terminal do Aeroporto Internacional. Acreditamos que esse seja um posicionamento estratégico em um novo nicho para a Companhia, com boas perspectivas de retorno.

Tabela 12. Novas Lojas Planejadas para 2015

Data	Formato	Local	Cidade	Estado
2T15-3T15	Aeroporto	Aeroporto Internacional de Viracopos	Campinas	SP

E-COMMERCE – Em 2014, a Saraiva desenvolveu e lançou sua nova plataforma de e-commerce – totalmente reformulado, o novo *site* captura a experiência de compra em uma loja da Saraiva em uma plataforma digital conveniente, oferecendo ferramentas que permitem uma experiência de navegação mais interativa, dinâmica e envolvente para os cerca de 15 milhões de clientes que visitam o *site* a cada mês, visando gerar mais conversões e uma percepção de valor superior sobre o nosso e-commerce. Desenvolvido sobre a base do software de e-commerce Magento, a nova plataforma conta com ambiente administrativo completo e reúne as melhores práticas de comércio eletrônico.

LEV – No início de agosto de 2014, a Saraiva anunciou o lançamento do LEV, seu primeiro leitor digital (e-reader) portátil, que vem com a plataforma de livros digitais acessível para pesquisa e compra, alavancando o potencial de geração de valor na categoria de livros digitais disponíveis no ecossistema Saraiva – conta com o maior acervo de títulos digitais em língua portuguesa do Brasil. O catálogo digital contém mais de 450 mil títulos em língua estrangeira (+9,2% *versus* 4T13) e 34 mil títulos em português (+57% *versus* 4T13). Reitera-se o foco contínuo no desenvolvimento desse segmento, de modo a prover uma experiência digital que supere as expectativas dos consumidores.

MARKETPLACE – O modelo Marketplace Saraiva foi lançado em 2011, ampliando a oferta de produtos de categorias com os quais não atua junto aos seus clientes. Hoje, o portfólio conta com Saraiva Assinaturas, Saraiva Cosméticos, Saraiva Cursos – que inclui o Saraiva Prepara, iniciativa de comercialização de cursos da unidade de Negócios Editoriais –, Saraiva Flores, Saraiva Ingressos, Saraiva Óculos, Saraiva Perfumes, Saraiva Pet e Saraiva Música (venda de instrumentos musicais).

PUBLIQUE-SE! – O Publique-se! completou, em 2014, o total de 2 mil livros publicados. A vantagem da ferramenta é a comercialização do livro digital no maior *site* de varejo de livros do Brasil. Mais de 15 milhões de visitantes acessam o acervo de produtos e as obras do Publique-se! mensalmente.

SARAIVA PLUS – Outra iniciativa de destaque é o cartão de fidelização de clientes, denominado Programa Saraiva Plus, uma importante ferramenta de relacionamento com os clientes das lojas físicas e da Saraiva.com.br. A análise das informações geradas pela utilização por parte dos clientes possibilitará identificar os hábitos de compra e as preferências de cada um dos usuários do programa, agregar maior valor à experiência de compra dos clientes, antecipar o atendimento às suas necessidades e, assim, alavancar nossas vendas. O programa de fidelização Saraiva Plus contava com 10 milhões de clientes associados ao final do 4T14.

RESULTADOS SEGMENTO DE NEGÓCIOS EDITORIAIS

Cabe mencionar que as receitas da Editora, em função do setor em que atua, são fortemente concentradas no primeiro trimestre (devido à época de Volta às Aulas, no mercado privado). Já no quarto trimestre, as vendas da Editora são influenciadas pelo ciclo de compras de livros didáticos no âmbito do PNLD, no segmento público.

RECEITA – A receita líquida da Editora no ano de 2014 totalizou R\$ 532 milhões, aumento de 3% na comparação anual. Esse resultado se deve ao crescimento nas vendas para o mercado de conteúdo jurídico de 7,0%, e o crescimento das vendas de conteúdos didáticos, paradidáticos e de sistemas de ensino para a educação básica privada de 7,2%. O aumento de vendas ao mercado privado, tanto na educação superior como na educação básica, foi parcialmente compensado pela queda de 3,8% nas vendas brutas de conteúdo didático em mídia física no âmbito do Programa Nacional de Livros Didáticos (PNLD 2015), no valor de R\$ 154 milhões, versus R\$ 160 milhões em 2013 (excluindo as vendas de conteúdo digital). Vale lembrar que o Governo Federal não realizou as compras de conteúdos digitais no PNLD 2015 conforme previsto nos editais de convocação desse programa, o que também prejudicou a comparação anual, uma vez que no ano fiscal de 2013 as compras de conteúdos digitais no âmbito dos programas de governo (PNLD 2014) alcançou R\$ 13,1 milhões.

No 4T14, a receita líquida da Editora, incluindo o resultado da Editora Érica, totalizou R\$ 255 milhões, registrando uma redução de 5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado se deve ao desempenho nas vendas voltadas ao programa do livro didático do Governo Federal (PNLD). A queda foi parcialmente compensada pelo aumento de 38% na venda de conteúdo voltado para o mercado de ensino superior – como resultado do bem-sucedido desenvolvimento e divulgação do catálogo para o mercado privado. Destaca-se ainda a retomada do crescimento da solução de Sistemas de Ensino. No 4T14, a receita líquida da unidade de Sistemas de Ensino totalizou R\$ 12 milhões, registrando um aumento de 42% em relação ao mesmo período do ano anterior.

RESULTADO BRUTO – O resultado bruto da Editora atingiu R\$ 359 milhões no ano de 2014 versus R\$ 353 milhões em 2013. No 4T14, o resultado bruto totalizou R\$ 148 milhões, 8,3% inferior ao resultado reportado no 4T13. A margem bruta apresentou recuo de 2,4 p.p. para 58,1% no 4T14, comparado a 60,5% no 4T13. Esse resultado reflete fundamentalmente a contribuição das vendas de conteúdos digitais no ano fiscal de 2013 (PNLD 2014), o que não aconteceu em 2014, embora o custo de desenvolvimento desses conteúdos em novas mídias já tenha sido reconhecida com a venda dos livros físicos, conforme já explicado anteriormente.

DESPESAS OPERACIONAIS – As despesas operacionais da Editora representaram redução de 8,2% na comparação anual. Esse resultado é explicado, em boa parte, pelas medidas corretivas relacionadas ao processo de reestruturação iniciado em 2013. A linha de despesas gerais, administrativas e vendas (SG&A) atingiu, no 4T14, R\$ 91 milhões (35,7% das receitas), resultado 8,1% inferior se comparado aos R\$ 99 milhões (7,1% das receitas) reportados no 4T13. O resultado demonstra a melhora na eficiência operacional da Editora. Em 2014, o SG&A da Editora totalizou R\$ 280 milhões (52,6% das receitas), contra R\$ 296 milhões (57,2% das receitas), em 2013, uma redução de 5,4%.

EBITDA – O EBITDA da Editora atingiu R\$ 57 milhões no 4T14 versus R\$ 62 milhões no 4T13. No ano de 2014, o aumento das receitas aliado à redução das despesas levou o EBITDA a totalizar R\$ 79 milhões, comparado a R\$ 58 milhões em 2013, um aumento de 38%. A margem EBITDA apresentou uma melhora de 3,7 p.p., passando de 11,2% em 2013 para 14,9% em 2014.

Tabela 13. EBITDA Editora incluindo dados da Editora Érica (R\$ mil, exceto quando indicado)

	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Lucro Líquido (Prejuízo)	5.754	13.023	-56%	22.915	11.983	91%	(29.142)	-
(+) Resultado financeiro	15.323	11.679	31%	6.050	4.783	26%	4.687	29,1%
(+) IR / CSLL	9.612	4.295	124%	8.143	9.699	-16%	(4.861)	-
(+) Depreciação e Amortização	8.090	8.154	-1%	1.905	2.159	-12%	1.968	-3,2%
(+) Equivalência Patrimonial	40.698	20.468	99%	18.075	33.770	-46%	20.398	-11,4%
(+) Desp. Não Recorrentes	5.703	13.783	-59%	1.615	3.783	-57%	(368)	-
EBITDA Ajustado	85.180	71.402	19%	58.703	66.177	-11%	(7.318)	-
Mg EBITDA Ajustada	16,0%	13,8%	2,2 p.p.	23,0%	24,8%	-1,8 p.p.	-10,6%	36,3p.p.
Receita Líquida	531.790	516.523	3%	254.840	266.938	-5%	69.202	268,3%
EBITDA	79.477	57.619	38%	57.088	62.394	-9%	(6.950)	-
Mg EBITDA	14,9%	11,2%	3,8 p.p.	22,4%	23,4%	-1,0 p.p.	-10,0%	32,4 p.p.

LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO – O lucro líquido da Editora antes da equivalência patrimonial atingiu, no 4T14, R\$ 41 milhões e R\$ 47 milhões no ano de 2014.

PNLD – Apesar do bom resultado da Editora Saraiva na aprovação prévia pela Secretaria de Educação Básica, orientada pelo Ministério da Educação (MEC), das obras inscritas no PNLD/2015, destacamos uma maior pulverização do mercado no PNLD de 2015. A participação de mercado das 4 principais editoras de conteúdo didático, que foi de 86% no PNLD/2012, caiu para 67% no PNLD/2015. Além disso, cabe mencionar que a comparação com o programa referência PNLD de 2012 ficou prejudicada, uma vez que, no PNLD de 2015, não houve a aprovação da coleção de inglês submetida pela Saraiva, o que aconteceu no PNLD de 2012, quando obtivemos 50% de market share somente nesta disciplina. Além disso, a Editora não participou das compras da disciplina de “artes”, pois não inscreveu conteúdos dessa disciplina no PNLD/2015.

Com isso, a participação de mercado da Saraiva ficou em 15,0% no PNLD/2015 versus 24,6% no programa referência (PNLD 2012). Considerando apenas as matérias em que a Saraiva obteve aprovação pelo MEC (Biologia, Matemática, Português, História, Geografia, Física, Sociologia e Filosofia), a participação de mercado foi de 21,0%.

Vale destacar as ações corretivas que já estão sendo tomadas na Editora, visando recuperar a participação da Saraiva no PNLD. Entre elas podemos destacar alterações na equipe editorial, a contratação de novos autores e o desenvolvimento de novos produtos.

Ainda dentro do segmento público, desenvolvemos uma importante iniciativa de suporte à capacitação dos professores da rede pública de ensino através do Projeto Além da Prática, uma plataforma colaborativa de capacitação, visando à formação continuada, de maneira interativa, com público-alvo de 10 mil professores. Esse projeto, de cunho social, uma vez que não representa nenhum ônus ao mercado público, é custeado integralmente pela Saraiva, com apoio do BNDES.

SSA – Dentre as diversas iniciativas destinadas a novas formas de produção e comercialização de conteúdo, destaca-se o SSA (Saraiva Solução de Aprendizagem), já contratado por 13 IES (Instituições de Ensino Superior) versus 5 no 4T13. Essa solução é fruto de uma parceria firmada com a Hoper Educação e combina uma metodologia com foco na aprendizagem, utilizando o destacado conteúdo da Editora, por meio de um Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA). Lançada no final de 2012, a solução está disponível para os cursos de Administração, Ciências Contábeis, Direito e Tecnológicos. A metodologia tem sido bem recebida nas instituições de ensino e já engloba um universo de 4.267 mil alunos, o que indica boas perspectivas em termos de resultados.

SOLUÇÃO PERSONALIZADA EaD – Buscando oferecer uma solução completa para Educação a Distância, reunimos: (1) conteúdo de qualidade reconhecida; (2) flexibilidade – possibilidade de contratação de módulos que compõem os 20% dos cursos presenciais¹; e (3) tecnologia educacional de ponta. No 4T14, a Saraiva celebrou o segundo contrato com uma Instituição de Ensino Superior para o fornecimento de conteúdo na modalidade de EaD, no formato impresso e digital, incluindo uma plataforma de gestão de aprendizagem customizada. Parcerias com novas IES relacionadas ao mercado de EaD poderão ser anunciadas em breve.

VIVAZ – A Saraiva anunciou, em 2014, a expansão de seu portfólio de soluções de aprendizagem digital com o lançamento de uma inovadora plataforma digital lúdica direcionada ao Ensino Fundamental (1º ao 5º anos), denominada VIVAZ – o *game* do conhecimento. Desenvolvida em parceria com a Tamboro, *startup* especializada em *games* educativos, VIVAZ é uma plataforma gamificada que une o universo dos jogos aos conceitos da aprendizagem adaptativa, ou seja, que se adapta às necessidades individuais de aprendizagem de cada estudante, direcionando sua trajetória dentro do jogo de acordo com o seu desempenho, reforçando os conteúdos nos quais o aluno precisa se aprimorar. O programa oferece aos educadores a possibilidade de acompanhar o desempenho de cada aluno, por meio de relatórios gerados em tempo real. Além disso, permite acompanhar em detalhe o desempenho do grupo-classe da instituição e até de uma rede escolar. Os pais também podem seguir o desenvolvimento de seus filhos com a utilização de senha, porém sem interferir no desenvolvimento das atividades, que ficam sob a responsabilidade dos professores.

A comercialização do VIVAZ se dará em conjunto com a Tamboro, podendo ser um acessório às nossas coleções destinadas ao primeiro ciclo do Ensino Fundamental (1º ao 5º ano), ou de forma independente, se a escola assim o desejar.

ENSINO TÉCNICO - Ressaltam-se também as boas perspectivas oriundas da entrada da Saraiva no segmento técnico de ensino, segmento com amplas perspectivas de crescimento, por meio da aquisição da Editora Érica no 4T13. Este movimento está alinhado à estratégia de diversificação e ao aumento da relevância da Saraiva no mercado editorial brasileiro. No 4T14, evoluímos o nosso modelo de negócios com o lançamento do SET (Saraiva Sistema de Ensino Técnico). Já são aproximadamente 53 mil alunos do PRONATEC utilizando o SET. Em 2014 celebramos mais um contrato importante com a Ânima Educação.

ENSINO ADAPTATIVO – A Saraiva anunciou a criação de uma plataforma de ensino adaptativo – atualmente disponível para os alunos dos cursos de direito da Kroton e Devry – em que os alunos se preparam para o Exame da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Essa estratégia faz parte do posicionamento do Grupo, que visa fornecer conteúdo, tecnologia e serviços de forma integrada para instituições de ensino.

BIBLIOTECA VIRTUAL - A iniciativa da Minha Biblioteca, formada em sociedade com outras 3 editoras brasileiras focadas em Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP), consiste em uma plataforma de conteúdo digital fracionado para o mercado universitário. O projeto apresentou importantes resultados, com um total de 77 instituições de ensino já atendidas, um crescimento de 305% com relação ao ano anterior.

POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DOS NEGÓCIOS EDITORIAIS - Em 2014 concluímos uma importante etapa da reestruturação dos negócios editoriais revisitando o posicionamento estratégico que a Companhia deverá adotar nos próximos anos. Mapeamos oportunidades que agregarão ainda mais valor às soluções oferecidas pela Saraiva, tanto na Educação Básica como na Educação Superior. Os investimentos necessários para a execução desse plano estratégico acontecerão em duas fases: (i) projetos pilotos, em 2015, por meio de parcerias com instituições de ensino; e (ii) de forma mais estruturada e comercialmente mais agressiva a partir de 2016.

Nota 1 . Pela legislação brasileira, 20% da carga horária total do curso podem ser cursadas a distância.

INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

A Teleconferência sobre os resultados do 4T14 da Saraiva, conduzida em português com tradução simultânea, será realizada no dia 20 de março de 2014, às 10h30 (horário de Brasília) / 9h30 (horário de NY).

A teleconferência será transmitida ao vivo por meio de streaming de áudio.

Para mais detalhes acesse www.saraivari.com.br.

TELECONFERÊNCIA EM PORTUGUÊS COM TRADUÇÃO SIMULTÂNEA PARA O INGLÊS

Horários:

Brasil BRT (Brasília): 10h30

US Eastern Standard Time EST (Nova York): 09h30

Greenwich Mean Time GMT (Londres): 13h30

Central European Time CET (Madri): 14h30

Telefones para conexão dos participantes:

Dial-in com conexões no Brasil: +55 11 3193-1001

Dial-in com conexões no Brasil: +55 11 2820-4001

Dial-in com conexões nos Estados Unidos: +1 786 924-6977

Toll-free com conexões nos Estados Unidos: +1 888 700-0802

Senha: SARAIVA

Replay: +55 11 3193-1012 ou 2820-4012 (disponível por 7 dias)

Códigos de acesso: 3232269# (Português) e 7280696# (Inglês)

Para acompanhar a teleconferência pela Internet, conecte-se pela Plataforma de Webcast:

PLATAFORMA DE WEBCAST

Português: <http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=iLHAMObWrCOIAML%2FN3MHlg%3D%3D>

Inglês: <http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=hYucFPqSaNK1JWN2Y3Be%2FA%3D%3D>

Webcast: www.saraivari.com.br

SOBRE A SARAIVA

A Saraiva, empresa focada em educação, cultura e entretenimento, está presente em todas as fases da vida de seus clientes. A Companhia opera por meio do conceito multicanal, que integra lojas físicas, internet e dispositivos móveis, com uma ampla gama de produtos e serviços. A empresa conduz seus negócios de comércio eletrônico pelo site Saraiva.com.br, cuja operação é totalmente integrada à da rede de lojas físicas, com presença em todo território nacional. A Saraiva também edita e comercializa conteúdo, primordialmente voltado à educação, nas formas impressa, digital e por meio de sistema de ensino, incluindo da pré-escola ao ensino superior, além de conteúdo direcionado a técnicos e profissionais.

AVISO LEGAL

Este relatório contém declarações sobre o futuro que estão sujeitas a riscos e incertezas. Essas declarações são baseadas nas crenças e premissas da administração e em informações atualmente disponíveis. Nossos resultados futuros e valor para os acionistas podem diferir materialmente daqueles expressos ou sugeridos nestas declarações sobre o futuro.

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Receita Bruta	2.394.982	2.256.724	6,1%	779.570	774.502	1%	482.346	62%
Deduções	119.667	112.973	5,9%	40.105	38.254	5%	23.829	68%
Receita Líquida	2.275.315	2.143.751	6,1%	739.465	736.248	0%	458.517	61%
Custo dos Produtos e das Mercadorias e dos Serviços Vendidos	1.346.130	1.240.398	8,5%	446.476	427.683	4%	285.474	56%
Resultado Bruto	929.185	903.353	2,9%	292.989	308.565	-5%	173.043	69%
Despesas com vendas	598.561	567.534	5,5%	177.254	175.188	1%	133.838	32%
Despesas Gerais e Administrativas	233.927	207.337	12,8%	72.515	75.042	-3%	54.208	34%
Outras Receitas/Despesas	(14.756)	33.435	-144,1%	(16.613)	29.030	-157%	(1.041)	>500%
Resultado de Eq. Patrimonial	(15)	(4)	275,0%	68	6	1033%	37	84%
Despesas / Receitas Operacionais	817.717	808.302	1,2%	233.224	279.266	-16%	187.042	25%
Depreciação e Amortização	43.676	45.927	-4,9%	11.296	11.561	-2%	10.745	5%
Resultado antes dos Resultados Financeiros e dos	67.792	49.124	38,0%	48.469	17.738	173%	(24.744)	-
Resultado Financeiro	70.012	38.875	80,1%	24.343	10.354	135%	19.260	26%
Receitas Financeiras	(11.303)	(5.636)	100,6%	(3.678)	(2.137)	72%	(3.425)	7%
Despesas Financeiras	81.315	44.511	82,7%	28.021	12.491	124%	22.685	24%
Resultado antes dos Impostos	(2.220)	10.249	-	24.126	7.384	227%	(44.004)	-
IR e Contribuição Social	(7.967)	(2.772)	-	1.214	(4.594)	-126%	(14.676)	-
Lucro (Prejuízo) Líquido	5.747	13.021	-	22.912	11.978	91%	(29.328)	-
Atribuível à:								
Participação controladora							(29.325)	
Participação não controladora	(7)	(2)	250%	(3)	(5)	-40%	(3)	0%
EBITDA ¹	111.453	95.047	17%	59.833	29.305	104%	(13.962)	-

Nota 1: O EBITDA representa o lucro líquido antes de resultado financeiro, contribuição social, imposto de renda, depreciação e amortização. Não é uma medida utilizada segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil ou os princípios contábeis geralmente aceitos de outros países, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados, e não deve ser considerado uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional da Companhia ou uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado, e esta definição de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA conforme definido por outras companhias.

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Ativo total	1.871.890	1.326.029	41%	1.580.578	18%
CIRCULANTE	1.447.106	949.363	52%	1.187.111	22%
Caixa e equivalentes de caixa	275.019	23.086	1091%	156.930	75%
Contas a receber de clientes	421.602	256.907	64%	308.695	37%
Estoques	556.954	503.225	11%	503.863	11%
Impostos e contribuições a recuperar	154.615	140.196	10%	154.243	0%
Outros créditos	34.087	23.390	46%	33.713	1%
Despesas antecipadas	2.470	2.559	-3%	29.667	-92%
NÃO CIRCULANTE	427.052	376.666	13%	393.467	9%
Realizável a longo prazo	101.945	84.549	21%	84.625	20%
Impostos de renda e contribuição social	22.686	5.541,00	309%	15.866	43%
Depósitos judiciais					
Impostos a recuperar					
Outros créditos	79.259	79.008	0%	68.759	15%
Investimentos	729	714	2%	797	-9%
Em controlada	23	23	0%	255	-91%
Em controlada em conjunto	164	149	10%	0	
Outros	543	542	0%	543	0%
Imobilizado	118.341	116.092	2%	118.018	0%
Intangível	206.037	175.311	18%	190.027	8%
Passivo total	1.871.890	1.326.029	41%	1.580.578	18%
CIRCULANTE	1.053.137	549.896	92%	839.544	25%
Fornecedores	436.358	215.945	102%	272.143	60%
Empréstimos e financiamentos	503.804	224.722	124%	489.326	3%
Empréstimos com partes relacionadas	-	-		-	
Obrigações sociais e trabalhistas	-	-		-	
Impostos e contribuições a recolher	14.334	16.809	-15%	11.273	27%
Imposto de renda e contribuição social	123	117	5%	195	-37%
Direitos autorais a pagar	-	-		-	
Participação dos administradores	639	744	-14%	-	
Dividendos e juros sobre o capital próprio	1.219	2.763	-56%	58	>500%
Receita Diferida - programa de fidelização	-	-		-	
Arrendamento operacional - locação de	-	-		-	
Outras obrigações	96.660	88.796	9%	66.549	45%
NÃO CIRCULANTE	346.213	260.392	33%	282.411	23%
Empréstimos e financiamentos	297.566	220.962	35%	234.076	27%
Imposto de renda e contribuição social	21.828	21.530	1%	22.194	-2%
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	17.787	16.543	8%	17.256	3%
Outras obrigações	9.032	1.357	566%	8.885	2%
PATRIÔNIO LÍQUIDO	472.405	515.741	-8%	458.623	3%
Capital social	279.901	279.901	0%	279.901	0%
Ações em tesouraria	(30.919)	(4.923)	528%	(25.583)	21%
Reservas de lucros	192.325	209.886	-8%	210.136	-8%
Ajustes avaliação patrimonial	11.279	11.279	0%	11.279	0%
Dividendos adicionais proposto	19.884	19.543	2%	-	
Lucros acumulados	0	0		(17.161)	
Patrimônio líquido atribuído aos controladores				-	
Participação não controladora	48	55	-13%	51	-6%

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS - EDITORA

	2014	2013	A/A	4T14	4T13	A/A	3T14	T/T
Receita Bruta	534.797	516.849	3,5%	257.490	266.950	-3,5%	69.293	272%
Deduções	3.007	326	822,4%	3.364	640	425,6%	(91)	-
Receita Líquida	531.790	516.523	3,0%	254.840	266.938	-4,5%	69.202	268%
Custo das Mercadorias Vendidas	172.683	163.287	5,8%	106.694	105.333	1,3%	20.589	418%
Resultado Bruto	359.107	353.236	1,7%	148.146	161.605	-8,3%	48.613	205%
Despesas com vendas	188.702	198.464	-4,9%	68.022	72.033	-5,6%	33.813	101%
Despesas Gerais e Administrativas	95.204	98.712	-3,6%	31.677	35.430	-10,6%	21.568	47%
Outras Receitas/Despesas	(4.276)	(1.559)	174,3%	(8.641)	(8.252)	4,7%	182	-
Resultado de Eq. Patrimonial	40.698	20.468	98,8%	18.075	33.770	-46,5%	20.398	-11%
Despesas / Receitas Operacionais	320.328	316.085	1,3%	109.133	132.981	-17,9%	75.961	44%
Depreciação e Amortização	8.090	8.154	-0,8%	1.905	2.159	-11,8%	1.968	-3%
Resultado antes dos Resultados Financeiros e dos Impostos	30.689	28.997	5,8%	37.108	26.465	40,2%	(29.316)	-
Resultado Financeiro	15.323	11.679	31,2%	6.050	4.783	26,5%	4.687	29%
Receitas Financeiras	(4.687)	(3.535)	32,6%	(1.812)	(526)	244,5%	(657)	176%
Despesas Financeiras	20.010	15.214	31,5%	7.862	5.309	48,1%	5.344	47%
Resultado antes dos Impostos IR e Contribuição Social	15.366	17.318	-11,3%	31.058	21.682	43,2%	(34.003)	-
IR e Contribuição Social	9.612	4.295	123,8%	8.143	9.699	-16,0%	(4.861)	-
Resultado Líquido antes da participação de minoritários	5.754	13.023	-55,8%	22.915	11.983	91,2%	(29.142)	-
Participação de Minoritários								
Lucro (Prejuízo) Líquido	5.754	13.023	-55,8%	22.915	11.983	91,2%	(29.142)	-
EBITDA¹	79.477	57.619	38%	57.088	62.394	-9%	(6.950)	-

Nota 1: O EBITDA representa o lucro líquido antes de resultado financeiro, contribuição social, imposto de renda, depreciação e amortização. Não é uma medida utilizada segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil ou os princípios contábeis geralmente aceitos de outros países, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados, e não deve ser considerado uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional da Companhia ou uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado, e esta definição de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA conforme definido por outras companhias.

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS - VAREJO

	2014	2013	Y/Y	3Q14	3Q13	Y/Y	2Q14	Q/Q
Receita Bruta	1,938,421	1,800,501	7.7%	553,014	525,444	5.2%	426,723	29.6%
Deduções	116,660	112,647	3.6%	37,455	38,242	-2.1%	23,738	57.8%
Receita Líquida	1,821,761	1,687,854	7.9%	515,559	487,202	5.8%	402,985	27.9%
Custo das Mercadorias Vendidas			10.1%			8.7%		31.5%
	1,248,406	1,133,734		366,411	336,997		278,612	
Resultado Bruto	573,355	554,120	3.5%	149,148	150,205	-0.7%	124,373	19.9%
Despesas com vendas	410,166	369,070	11.1%	109,282	102,770	6.3%	100,282	9.0%
Despesas Gerais e Administrativas	138,723	108,625	27.7%	40,838	39,613	3.1%	32,640	25.1%
Outras	(10,480)	34,975	-130.0%	(7,971)	37,282	-121.4%	(1,224)	>500%
Resultado de Eq.	0	0		0	0		0	
Despesas / Receitas	538,409	512,670	5.0%	142,149	179,665	-20.9%	131,698	7.9%
Depreciação e Amortização	34,307	37,026	-7.3%	9,072	9,081	-0.1%	8,458	7.3%
Resultado antes dos	639	4,424	-85.6%	(2,073)	(38,541)	-94.6%	(15,783)	-86.9%
Resultado Financeiro	54,689	27,196	101.1%	18,292	5,571	228.3%	14,296	28.0%
Receitas Financeiras	(7,729)	(4,320)	78.9%	(1,988)	(2,886)	-31.1%	(3,550)	-44.0%
Despesas	62,418	31,516	98.1%	20,280	8,457	139.8%	17,846	13.6%
Resultado antes dos	(54,050)	(22,772)	137.4%	(20,365)	(44,112)	-53.8%	(30,079)	-32.3%
IR e Contribuição	(17,145)	(6,366)	169.3%	(27,469)	1,256	-2287.0%	9,611	-
Lucro (Prejuízo)	(36,905)	(16,406)	124.9%	(13,544)	(30,124)	-55.0%	(20,468)	-33.8%
EBITDA¹	34,946	41,450	-16%	6,999	(29,460)	-124%	(7,325)	-

Nota 1: O EBITDA representa o lucro líquido antes de resultado financeiro, contribuição social, imposto de renda, depreciação e amortização. Não é uma medida utilizada segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil ou os princípios contábeis geralmente aceitos de outros países, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados, e não deve ser considerado uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional da Companhia ou uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado, e esta definição de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA conforme definido por outras companhias.

GLOSSÁRIO

ABRELIVROS – Associação Brasileira de Editores de Livros Escolares é uma entidade sem fins lucrativos que orienta, defende e protege os interesses das editoras de livros educativos do País e de seus associados, representando as empresas junto aos governos e outras instâncias.

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

CNE – O Conselho Nacional de Educação atua no desempenho das funções e atribuições do poder público federal em matéria de educação.

EBITDA - De acordo com a Instrução CVM 527, a definição de EBITDA (LAJIDA) é Lucro Antes do Resultado Financeiro Líquido, Imposto de Renda incluindo Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, Depreciação e Amortização.

Ensino Básico – A educação básica é o primeiro nível do ensino escolar no país e compreende três etapas: a educação infantil (para crianças com até 5 anos), o ensino fundamental (para alunos de 6 a 14 anos) e o ensino médio (para estudantes de 15 a 17 anos).

Ensino superior – Educação realizada em universidades, faculdades, institutos politécnicos, escolas superiores, outras instituições que conferem graus acadêmicos ou profissionais.

Ensino Técnico – Nível intermediário entre o Ensino Básico e o Ensino Superior, ou um substituto para o Ensino Superior. Seu objetivo é capacitar alunos que concluem o Ensino Fundamental ou o Ensino Médio para o mercado de trabalho.

FNDE - Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - Unidade Administrativa Responsável pela execução do PNLD.

Hoper – Hoper Educação, conjunto de empresas de consultoria especializadas no segmento da educação pública e privada no Brasil.

MEC – O Ministério da Educação é o órgão federal responsável pela política nacional de Educação Infantil; Fundamental, Média e Profissional; Superior; de Jovens e Adultos; Especial; e a Distância.

MecDaisy – O MecDaisy trata-se de uma ferramenta tecnológica que permite a produção de livros em formato digital acessível. Possibilita a geração de livros digitais falados e sua reprodução em áudio, gravado ou sintetizado e apresenta facilidade de navegação pelo texto, permitindo a reprodução sincronizada de trechos selecionados, o recuo e o avanço de parágrafos e a busca de seções ou capítulos.

OED – Objetos educacionais digitais são conteúdos audiovisuais, produzidos no âmbito do programa PNLD, com o objetivo de proporcionar ao aluno experiências que vão além da utilização da leitura e da escrita. O conteúdo do livro impresso deve ser integrado a objetos educacionais digitais, incluindo vídeos, animações jogos e simuladores.

Programa Nacional de Livros Didáticos – Programa voltado à distribuição de obras didáticas aos estudantes de rede pública de ensino brasileiro de ensino fundamental e médio. O processo de avaliação, aquisição e distribuição dos livros, no âmbito do PNLD, é feito pelo FNDE com recursos financeiros do Orçamento Geral da União e da arrecadação do salário-educação. Todo o processo de avaliação pedagógica, seleção das obras e elaboração do Guia de Livros Didático é coordenada pela Secretaria de Educação Básica do MEC.

Pronatec – O Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) foi criado pelo Governo Federal, em 2011, com o objetivo de ampliar a oferta de cursos de educação profissional e tecnológica.

SEB – Secretaria de Educação Básica

SSA – solução didática de apoio ao ensino de Direito e Administração de Empresas. Trata-se de metodologia desenvolvida para apoiar o trabalho do professor em sala de aula e garantir maior aprendizagem dos alunos, contemplando uma ampla gama de atividades articuladas com o conteúdo curricular, capazes de desenvolver nos estudantes as habilidades e competências necessárias para um melhor desempenho nas provas e avaliações oficiais, como, por exemplo, o ENADE e a OAB.

O Grupo Saraiva participa do segmento editorial, com a comercialização de livros e conteúdo, por meio da Saraiva S.A. Livreiros Editores (“Editora”), da Editora Érica Ltda. (“Érica”) e da Minha Biblioteca Ltda. (“Minha Biblioteca”), e do segmento varejista de produtos ligados à cultura, lazer e informação, por meio da Saraiva e Siciliano S.A. (“Varejo”).