

SENHORES ACIONISTAS,

Saraiva S.A. Livreiros Editores (BM&FBOVESPA: SLED3 e SLED4), um dos maiores varejistas de conteúdo com foco em educação e cultura, anuncia seus resultados financeiros para o terceiro trimestre encerrado em 30 de setembro de 2016.

As informações contábeis contidas neste documento referem-se ao terceiro trimestre de 2016 (3T16) Consolidado, e as comparações feitas em relação às informações do Varejo do terceiro trimestre de 2015 (3T15), exceto quando indicado de outra forma.

As Informações contábeis intermediárias Individuais e Consolidadas foram preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relatório Financeiro ("*International Financial Reporting Standards – IFRS*") e práticas contábeis adotadas no Brasil.

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

DESTAQUES

- Desempenho de vendas superior aos indicadores de mercado. Crescimento do *market share* em livros, nossa principal categoria de atuação, alcançando 24,0% em setembro/16.
- Bom desempenho do canal e-commerce, com crescimento de 8,1% nas vendas brutas do 3T16, enquanto as lojas físicas caíram 6,8% no período, refletindo o menor fluxo de clientes nas lojas.
- Continuidade da melhora da margem bruta pelo sexto trimestre consecutivo. A Margem Bruta do Varejo foi de 34,5% no 3T16, 2,0 p.p. acima do obtido no 3T15 (32,6%). O Lucro Bruto cresceu 2,9% no 3T16 em relação ao 3T15, alcançando R\$ 129 milhões.
- Mais uma importante redução nas Despesas Operacionais, com queda de 1,4% no 3T16. Se excluir o impacto do INSS, que voltou a incidir sobre a folha de pagamento a partir de nov/15, a redução alcançaria 5,6%, refletindo consistência no controle das despesas, apesar das pressões inflacionárias.
- O EBITDA no 3T16 foi de R\$ 0,4 milhão, demonstrando evolução em relação ao EBITDA do 3T15, de R\$ 5 milhões negativos. A Margem EBITDA no período foi de 0,1% (+1,4 p.p. versus o 3T15).
- Executamos a mudança do ponto da loja localizada no Shopping Iguatemi Porto Alegre – RS, otimizando o custo de ocupação e aprimorando o mix de categorias e serviços oferecidos aos clientes.
- Avanços importantes da operação multicanal. Além do aperfeiçoamento do serviço de compras feitas no e-commerce para retirada em uma de nossas lojas (13,4% no 3T16 x 10,5% no 3T15), iniciamos o projeto piloto em duas lojas para o Saraiva Entrega, serviço disponível nas lojas e integrado ao e-commerce, que permite a encomenda de produtos não disponíveis nas lojas e entrega na residência do cliente.
- Contínua melhora do nível de serviço e avaliação de nossos clientes. No site "Reclame Aqui", plataforma referência para reputação das empresas perante os consumidores, o número de reclamações registradas caiu 1,2% quando comparamos o 3T16 versus o 3T15, e a nossa avaliação avançou 5,0% se mantendo no "Nível Ótimo".
- Crescimento de quase 1,5 milhão de clientes em nosso programa de fidelização Saraiva Plus, atingindo 13,5 milhões de consumidores cadastrados ao final do 3T16.
- Importante ampliação de 28,5% na venda de cartões pré-pagos de conteúdo (principalmente games), reforçando nosso posicionamento estratégico no mundo digital.

EVENTOS SUBSEQUENTES

- Em linha com a estratégia de melhor aproveitamento do potencial de serviços financeiros, investimos no reforço de nossa operação de venda de garantia estendida e seguro proteção contra roubo e furto, e iniciamos uma nova parceria, a partir de out/16, com a Sura Seguros S.A., quinta maior companhia de seguros da América Latina.
- Em outubro vencemos o Prêmio Top Educação, pesquisa quantitativa de participação espontânea que tem como objetivo apontar as marcas mais lembradas entre as empresas que atuam na área de educação, na categoria Livraria.

PRINCIPAIS INDICADORES

Tabela 1. (R\$ mil, exceto quando indicado)

Varejo	9M16	9M15	A/A	3T16	3T15	A/A	2T16	T/T
Receita Bruta (Lojas + E-commerce)	1.353.415	1.355.474	-0,2%	406.098	415.546	-2,3%	404.975	0,3%
Lojas	906.579	951.168	-4,7%	270.677	290.288	-6,8%	268.686	0,7%
E-commerce	446.836	404.306	10,5%	135.422	125.258	8,1%	136.289	-0,6%
Receita Líquida (Lojas + E-commerce)	1.250.462	1.274.401	-1,9%	374.721	385.776	-2,9%	371.044	1,0%
Lojas	849.424	890.452	-4,6%	253.017	270.033	-6,3%	250.142	1,1%
E-commerce	401.038	383.949	4,5%	121.704	115.743	5,2%	120.901	0,7%
Lucro Bruto	436.202	420.005	3,9%	129.401	125.694	2,9%	134.150	-3,5%
Margem Bruta (%)	34,9%	33,0%	1,9 p.p.	34,5%	32,6%	2,0 p.p.	36,2%	-1,6 p.p.
Despesas Operacionais	(414.940)	(421.617)	-1,6%	(129.012)	(130.850)	-1,4%	(132.991)	-3,0%
EBITDA	21.262	(1.612)	-	405	(5.156)	-	1.159	-65,1%
Margem EBITDA (%)	1,7%	-0,1%	1,8 p.p.	0,1%	-1,3%	1,4 p.p.	0,3%	-0,2 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido antes das Op. Descontinuadas	(32.060)	(58.663)	-45,3%	(15.795)	(26.474)	-40,3%	(16.801)	-6,0%
Margem Líquida antes das Op. Descontinuadas (%) ¹	-2,6%	-4,6%	2,0 p.p.	-4,2%	-6,9%	2,6 p.p.	-4,5%	0,3 p.p.
Res. Liq. das Op. Descontinuadas (Liq. impostos)	4.144	-	-	2.706	-	-	1.708	58,4%
Lucro (Prejuízo) Líquido	(27.916)	(58.663)	-52,4%	(13.089)	(26.474)	-50,6%	(15.093)	-13,3%
Margem Líquida (%) ¹	-2,2%	-4,6%	2,4 p.p.	-3,5%	-6,9%	3,4 p.p.	-4,1%	0,6 p.p.
Crescimento Lojas (SSS) ²	-4,5%	-1,1%	-3,4 p.p.	-7,5%	0,8%	-8,3 p.p.	-8,1%	0,6 p.p.
Crescimento E-commerce	10,5%	-6,5%	17,1 p.p.	8,1%	-10,7%	18,8 p.p.	13,8%	-5,7 p.p.
Quantidade de Lojas - Final do período	113	114	-0,9%	113	114	-0,9%	112	0,9%
Área de Vendas - Final do período (m²)	64.517	62.692	2,9%	64.517	62.692	2,9%	62.975	2,4%

Nota 1: 3T15/9M15 - Lucro líquido antes da equivalência patrimonial.

Nota 2: SSS (Same Store Sales): Variação percentual da receita bruta de vendas de lojas físicas que tenham operado ininterruptamente em um determinado período em relação ao mesmo período do ano anterior.

COMENTÁRIO DO DESEMPENHO

O ambiente econômico recessivo continuou afetando de forma significativa as vendas no comércio varejista. Segundo os indicadores com ajuste sazonal da Pesquisa Mensal do Comércio ("PMC") do IBGE, as vendas no varejo caíram 5,6% no terceiro trimestre de 2016 quando comparadas com o mesmo período do ano passado, e 4,5% em relação ao final de 2015.

O desempenho de vendas da Saraiva, em meio a esse contexto, tem apresentado performance superior e conquistado importantes ganhos de Market share. Enquanto a categoria "livros, jornais, revistas e papelaria" apresentou queda de 17,1% no 3T16, segundo a PMC do IBGE também com ajuste sazonal, nossas vendas tiveram queda de 2,3% no mesmo período. No mercado de livros (nossa principal categoria de atuação), encerramos o mês de setembro de 2016 com 24,0% de *market share* em valor, segundo os dados da consultoria GFK, representando um crescimento de 0,8 p.p. em relação ao mesmo mês do ano anterior.

Continuamos focados em capturar oportunidades de melhoria da eficiência operacional. Nesse sentido, temos buscado continuamente implementar iniciativas para racionalização de gastos e redução de despesas, melhorias de capital de giro e ganhos de margem bruta. Nossa margem bruta vem crescendo consistentemente pelo sexto trimestre consecutivo, quando comparamos com o mesmo período do ano anterior, mesmo diante de um ambiente de vendas mais fracas e acirramento competitivo.

O desempenho das despesas, em que pesem as pressões inflacionárias, tem refletido os esforços na revisão de processos, renegociação de contratos e rigoroso controle de custos e apresentado ganhos importantes, mostrando queda pelo terceiro trimestre consecutivo. Temos convicção que a maior eficiência de margem e despesas, aliada aos ganhos de Market share conquistados são essenciais para navegarmos nesse período de crise econômica ao mesmo tempo em que fortalecem nosso posicionamento e potencializam a geração de valor quando a retomada econômica se concretizar.

Seguindo a estratégia de otimização do nosso custo total de ocupação, revisão do mix de categorias ofertadas e readequação do tamanho de algumas de nossas unidades para a realidade atual de mercado, estamos ajustando o

tamanho e layout de algumas de nossas lojas. Em set/16 realizamos, por meio de uma ação conjunta com as operadoras do Shopping Iguatemi Porto Alegre – RS, a alteração do ponto da loja para uma melhor localização dentro do shopping, ampliando a área de vendas, ajustando o custo de ocupação e adequando nosso mix de categorias e serviços para aprimorar a experiência dos clientes nessa importante praça. Cabe destacar que a loja localizada no ponto antigo será encerrada após o Natal. Além disso, na segunda quinzena de outubro também mudamos a localização de nossa loja no Shopping Iguatemi Alphaville-SP, otimizando nosso custo operacional através de um ponto menor, mas estrategicamente melhor localizado. Com projetos arquitetônicos modernos e atrativos, as duas lojas reposicionadas contam com toda a variedade do mix de produtos da rede e espaços especialmente planejados para aprimorar a experiência dos clientes, estimulando a interatividade e contribuindo para aumentar o tempo médio de permanência dos clientes na loja.

No final de setembro iniciamos a redução da loja do Salvador Shopping e vamos também readequar a área e layout da loja do Shopping Crystal, em Curitiba, otimizando os custos operacionais dessas unidades e propiciando uma experiência ainda melhor aos nossos clientes. Em complemento a essa estratégia, estamos avançando na revisão de nossas unidades que oferecem o serviço de café, objetivando expandir o número de operações, melhorando a experiência de nossos clientes e contribuindo para a melhor rentabilidade da operação. Fechamos parcerias recentes com as operadoras Havanna e Grão Espresso e temos expectativa de inaugurar o serviço em 5 lojas da rede ainda em 2016 e ainda uma ampliação significativa para 2017. Para as lojas mais compactas, iniciamos parceria com a Nespresso e implementamos o serviço por meio de máquinas de autoatendimento em 1 loja.

Recentemente ainda reforçamos nosso serviço de recompra (*buyback*) de celulares e tablets. Oferecido desde 2014, no programa o cliente pode oferecer o seu aparelho antigo como forma de pagamento ao comprar um novo produto. Presente atualmente em 80 lojas, incluindo as iTowns, o programa tem como intuito aumentar a receita e fluxo de clientes nas lojas, garantindo também um destino sustentável para aparelhos que se tornariam lixo eletrônico.

Na estratégia de sortimento, demos continuidade à implementação do projeto de venda assistida em Games em mais uma loja em out/16, ampliando para 7 o total de lojas nessa modalidade, o que tem contribuído para o bom desempenho dessa categoria. Também continuamos com outros projetos em desenvolvimento, com destaque para o *rollout* da categoria *bomboniere*, hoje já presente em 31 lojas, e com expectativa de chegar a 50 até o final do ano.

É sempre importante destacar a contínua evolução no conceito de nossa operação multicanal. Fomos um dos pioneiros na utilização estratégica e sinérgica da multicanalidade e continuamos a desenvolver ações que favoreçam a experiência multicanal de nossos clientes. Temos investido para aperfeiçoar a experiência dos clientes na utilização da opção compre no site e retire na loja (13,4% no 3T16 x 10,5% no 3T15), com medidas que favoreçam o *cross selling*. Iniciamos, durante o 3T16, os primeiros testes para o projeto Saraiva Entrega, no qual o cliente pode encomendar para receber onde for mais conveniente, qualquer produto que não esteja disponível na loja, acessando o estoque de nosso e-commerce.

Vale destacar o importante lançamento do novo livro do Harry Potter, em que preparamos uma série de eventos temáticos e investimentos de marketing para protagonizar as vendas da edição em português (lançada no final de out/16) e capturar valor com o aumento do fluxo de clientes proporcionado pela atração que essa série icônica promove em fãs espalhados pelo País.

Mesmo com os desafios da conjuntura econômica, temos conquistado avanços importantes e permanecemos confiantes no caminho trilhado e na assertividade da estratégia e da capacidade de execução da Companhia. Os resultados já alcançados em 2016, como o ganho na participação de mercado, a melhora de margem bruta e a redução de despesas, fortalecem nosso posicionamento e nos deixam otimistas para avançar rapidamente na criação de valor.

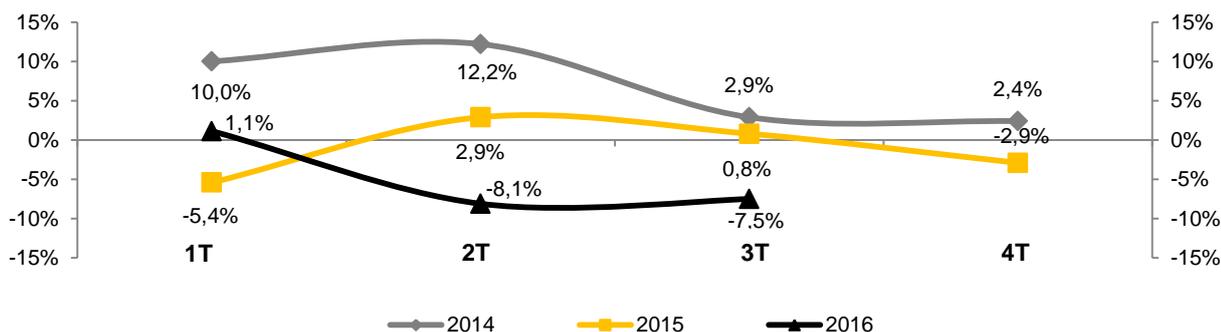
RESULTADOS

RECEITA – No 3T16 a receita bruta do varejo alcançou R\$ 406 milhões, uma redução de 2,3% quando comparada com o valor de R\$ 416 milhões no 3T15. A receita líquida do Varejo somou R\$ 375 milhões no 3T16, redução de 2,9% em relação aos R\$ 386 milhões reportados no 3T15.

RECEITA LOJAS FÍSICAS – A receita bruta de lojas físicas, no terceiro trimestre de 2016, apresentou queda de 6,8% quando comparada ao ano anterior, e 7,5% no conceito de lojas comparáveis. A receita líquida de vendas de lojas teve um declínio de 6,3% no 3T16, refletindo o cenário recessivo da economia e o menor fluxo de consumidores em shopping centers*, onde está localizada a maioria de nossas lojas.

*queda de 4,05% no movimento de shopping centers, segundo Abrasce/FX

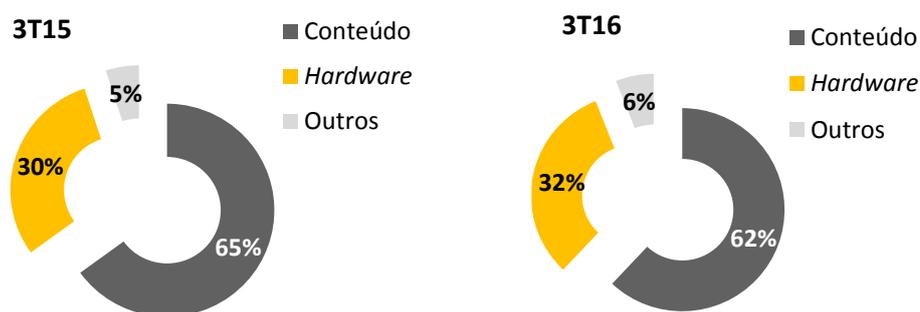
Gráfico 1. Desempenho das Vendas – Crescimento Nominal das Lojas Comparáveis (por trimestre)



RECEITA E-COMMERCE – No 3T16 as vendas brutas do site Saraiva.com foram 8,1% superiores em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo R\$ 135 milhões no período. As vendas líquidas, por sua vez, somaram R\$ 122 milhões no 3T16, um crescimento de 5,2% na comparação em relação ao mesmo trimestre de 2015.

O bom desempenho nas vendas do *e-commerce* é resultado das ações desenvolvidas para melhoria do nível de serviço e reflete o crescimento observado nas principais categorias de produtos. Essa *performance* proporcionou maior participação ponderada em relação ao total das vendas do varejo, atingindo 33% no 3T16 (*versus* 30% no 3T15).

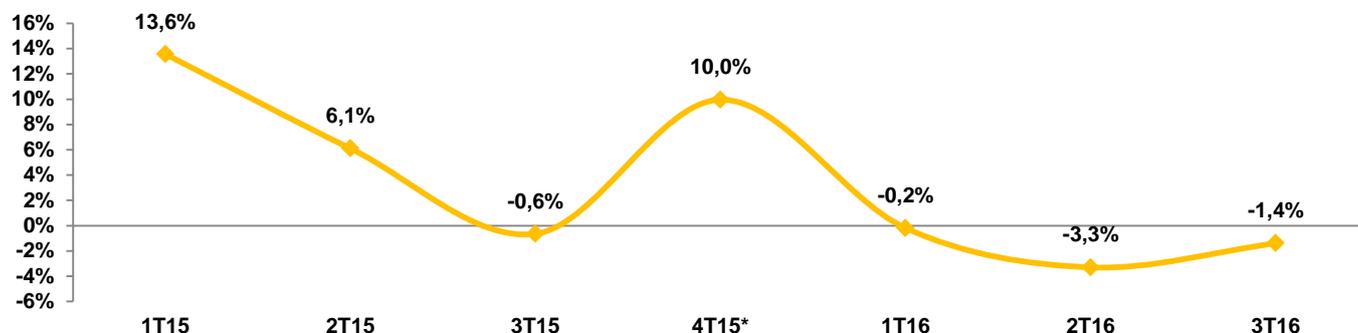
Gráfico 2. Receita Bruta do Varejo por segmento (R\$ milhões)



RESULTADO BRUTO – O resultado bruto atingiu, no 3T16, R\$ 129 milhões, 2,9% superior ao resultado do 3T15. A margem bruta apresentou aumento de 2,0 p.p., passando de 32,6% no 3T15 para 34,5% no 3T16. Mesmo considerando o efeito do INSS sobre o faturamento no período, a margem bruta cresceu 1,2 p.p., para 33,8% no terceiro trimestre de 2016.

DESPESAS OPERACIONAIS – A linha de despesas operacionais totalizou R\$ 129 milhões no 3T16, representando uma redução de 1,4% se comparado aos R\$ 131 milhões reportados no 3T15. Se excluirmos o efeito do retorno da incidência do INSS sobre a folha de pagamento no valor de R\$ 5 milhões (no 3T15 incidia sobre o faturamento), o resultado seria uma importante queda de 5,6% em relação ao 3T15. O desempenho é fruto dos esforços da Companhia na melhoria da produtividade por meio da otimização de gastos, revisão de contratos e mudanças de processos, mesmo em um ambiente de pressões inflacionárias.

Gráfico 3. Evolução das Despesas Operacionais (variação % em relação ao mesmo trimestre do ano anterior)



* Exclui despesas extraordinárias, principalmente com consultorias relacionadas ao processo de venda dos ativos editoriais e baixa de créditos de ICMS ST não reconhecidos pela SEFAZ-SP

EBITDA – O EBITDA totalizou R\$ 0,4 milhão no 3T16 versus R\$ 5 milhões negativos no 3T15. A margem EBITDA encerrou o trimestre em 0,1%, 1,4 p.p. acima do 3T15.

Tabela 2. EBITDA (R\$ mil, exceto quando indicado)

Varejo	9M16	9M15	A/A	3T16	3T15	A/A	2T16	T/T
Lucro Líquido (Prejuízo)¹	(27.916)	(58.663)	-52,4%	(13.089)	(26.474)	-50,6%	(15.093)	-13,3%
(+) Resultado financeiro	40.228	58.607	-31,4%	13.098	25.764	-49,2%	17.338	-24,5%
(+) IR / CSLL	(14.211)	(28.666)	-50,4%	(6.119)	(13.071)	-53,2%	(8.443)	-27,5%
(+) Depreciação e Amortiz.	27.323	27.110	0,8%	9.222	8.625	6,9%	9.066	1,7%
(+) Resultado Líq. de Op. Descontinuadas	(4.144)	-	-	(2.706)	-	-	(1.708)	58,4%
(+) Outros	(18)	-	-	(1)	-	-	(1)	0,0%
EBITDA	21.262	(1.612)	-	405	(5.156)	-	1.159	-65,1%
Mg EBITDA	1,7%	-0,1%	1,8 p.p.	0,1%	-1,3%	1,4 p.p.	0,3%	-0,2 p.p.

Nota 1: Lucro líquido antes da equivalência patrimonial.

CAPITAL DE GIRO* – A relação capital de giro/receita líquida apresentou uma leve melhora, ficando em 20%. O ciclo operacional do Varejo foi de 78 dias no 3T16, contra 91 dias no 3T15. O prazo médio de recebimento passou de 57 dias no 3T15 para 62 dias no 3T16, refletindo maior demanda de prazo de pagamento por parte dos consumidores. O prazo médio de cobertura de estoques reduziu em 15 dias, passando de 105 dias no 3T15 para 90 dias no 3T16, demonstrando que as iniciativas para maior eficiência na gestão do sortimento e abastecimento estão trazendo resultado. O prazo de pagamento a fornecedores aumentou 3 dias, alcançando 74 dias no 3T16, quando comparado com 71 dias no 3T15.

* para o cálculo dos dias do ciclo operacional utilizamos a média dos últimos 12 meses

RECEITA (DESPESA) FINANCEIRA LÍQUIDA – O resultado financeiro líquido foi uma despesa de R\$ 13 milhões no 3T16 contra R\$ 26 milhões no 3T15, refletindo o menor endividamento médio do período.

LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO – O prejuízo líquido da Companhia, antes do resultado líquido de operações descontinuadas, foi de R\$ 13 milhões no 3T16 versus um prejuízo líquido de R\$ 26 milhões no 3T15 (antes da equivalência patrimonial).

INVESTIMENTOS (CAPEX) – Os investimentos efetuados no Varejo totalizaram R\$ 8 milhões no 3T16 versus R\$ 5 milhões no 3T15. Apesar do aumento no volume investido, reforçamos aqui o direcionamento de racionalização no uso dos recursos, onde estamos sendo seletivos na execução dos investimentos, priorizando projetos com expectativa de retorno mais rápido.

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

Tabela 3. Fontes de financiamento para capital de giro e investimentos utilizadas e respectivos vencimentos (R\$ mil)

Consolidado	Custo médio (a.a)	Total	Até 2016	Até 2017	Até 2018	Após 2018
Tipo de Transação						
Linha BNDES ¹	11,7%	63.799	2.429	10.015	15.470	35.884
Capital de Giro/outros	16,1%	296.907	40.825	164.008	84.086	7.988
Dívida Bruta Total²	15,3%	360.706	43.254	174.023	99.556	43.872

Nota 1: Custo médio ao final do 3T16 do saldo do contrato com o BNDES (2014), sem levar em conta o custo de fiança bancária e considerando a TJLP em 7,5% a.a. e SELIC em 14,25% a.a.

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos

A tabela a seguir apresenta a dívida líquida consolidada da Saraiva em 30 de setembro de 2016, que somava R\$ 285 milhões, contra R\$ 747 milhões no 3T15 e R\$ 311 milhões no 2T16.

Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, a dívida líquida encerrou o 3T16 em R\$ 3 milhões contra R\$ 526 milhões no 3T15 e R\$ 96 milhões no 2T16.

Cabe mencionar que ajustamos a forma de cálculo da dívida líquida, excluindo o valor de antecipação de recebíveis (descritos na Nota 1 da Tabela 4), conforme prática usual de divulgação das companhias abertas.

Tabela 4. Evolução dos principais indicadores de endividamento CONSOLIDADO monitorados pela Companhia (R\$ mil)

Consolidado ¹	3T16	3T15	A/A	2T16	T/T
Tipo de Transação					
Empréstimos e Financiamentos ²	360.706	916.099	-60,6%	500.317	-27,9%
(+) Contas a Pagar Aquisição de Empresas	2.183	2.942	-25,8%	2.110	3,5%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa / Aplicações Fin.	78.330	171.754	-54,4%	191.224	-59,0%
Dívida Líquida Ajustada Antes dos Recebíveis	284.559	747.287	-61,9%	311.203	-8,6%
(-) Recebíveis de Cartão de Crédito	281.907	221.710	27,2%	215.577	30,8%
Dívida Líquida Consolidada Após os Recebíveis	2.652	525.577	-99,5%	95.626	-97,2%

Nota 1: "Antecipação de Recebíveis" (R\$ 9 milhões no 3T16, R\$ 96 milhões no 2T16 e R\$ 38 milhões no 3T15).

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos

Importante destacar que o valor atualizado da transação de venda dos ativos editoriais era de R\$ 777 milhões em 30 de dezembro de 2015. Desse total, foram retidos R\$ 395 milhões em *escrow account*. A parcela em garantia de fornecimento PNLD foi liberada entre abril e início de maio/16. Com relação à parcela em garantia para ajuste de preço, houve liberação parcial no início de julho/16. A última parcela tem previsão de liberação até o final de 2016.

Tabela 5. Venda dos Ativos Editoriais (R\$ mil)

Valores base 30/12/2015

Condições Contratuais de Preço	
Valor Total da Transação	776.599
(-) Ajuste de Preço Contábil Estimado (Dívida Líquida e Cap. Giro)	281.979
Valor Líquido da Transação	494.620
(-) Valor Recebido em 30/12/2015	99.165
(-) Valor Recebido Garantia de Fornecimento PNLD no 2T16	261.558
(-) Valor Recebido pela Saraiva - Garantia de Ajuste de Preço em Jul/16	77.780
(-) Valor Recebido pela Somos Educação - Garantia de Ajuste de Preço em Jul/16	13.270
Valor a Receber*	42.846
* Escrow Account	42.846
(-) Depósito em Garantia para Ajuste de Preço ¹	42.846

Nota: 1. Previsto para recebimento até o final de 2016

NOSSAS LOJAS – No 3T16, a Saraiva contava com 113 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal. Em setembro de 2016, alteramos o ponto da loja Shopping Iguatemi Porto Alegre – RS.

Temos mais 4 novas lojas contratadas, alinhadas aos novos conceitos de loja ideal definidos pela Administração e com investimentos/m² 25% inferiores ao padrão anterior, favorecendo o *payback* mais rápido:

- Uma loja localizada em Franca, importante cidade do interior de São Paulo. Com 260 m² de área de vendas e previsão de inauguração em dez/16, temos boas expectativas de retorno para essa nova unidade, tendo em vista os testes já realizados nessa praça;
- Uma loja localizada no North Shopping Fortaleza, também em dezembro deste ano. Com 643 m² de área de vendas, a Megastore contará com serviço de café e espaço de eventos reversível, além de um mix completo de produtos e serviços na unidade;
- Uma loja localizada no Park Shopping Canoas (RS) com inauguração prevista para o segundo semestre de 2017 e com área de vendas de 430 m²;
- Uma loja localizada no Shopping Estação Cuiabá (MT) com inauguração prevista também para o segundo semestre de 2017 e com área de vendas de 659 m².

LEV – O leitor digital (*e-reader*) portátil da Saraiva, LEV, lançado no início de agosto de 2014, já conta com catálogo digital com mais de 531 mil títulos em língua estrangeira e 144 mil títulos em português.

PUBLIQUE-SE! – O Publique-se! completou, no 3T16, o total de 15 mil livros publicados *versus* 9,8 mil livros publicados até o 3T15. A vantagem dessa ferramenta é a comercialização do livro digital no maior *site* de varejo de conteúdo do Brasil. Em média no trimestre, quase 10 milhões de visitantes tiveram acesso ao acervo de produtos e às obras do Publique-se!.

SARAIVA PLUS – O programa de fidelização de clientes, denominado Saraiva Plus, é uma importante ferramenta de relacionamento com os clientes das lojas físicas e da Saraiva.com.br. O programa de fidelização Saraiva Plus contava com mais de 13 milhões de clientes associados ao final do 3T16 *versus* 12 milhões de clientes no 3T15.

ANEXO – VAREJO

<i>R\$ mil</i>	3T16	3T15	A/A	2T16	T/T
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e equivalentes de caixa / Aplicações financeiras	78.316	151.771	-48,4%	190.874	-59,0%
Contas a receber de clientes	288.857	229.174	26,0%	223.152	29,4%
Estoques	299.104	335.737	-10,9%	269.472	11,0%
Impostos e contribuições a recuperar	162.137	160.503	1,0%	134.821	20,3%
Instrumentos financeiros derivativos	17.420	-	0,0%	12.980	34,2%
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Outros ativos realizáveis a longo prazo	87.323	118.489	-26,3%	83.820	4,2%
Instrumentos financeiros derivativos	8.443	-	0,0%	14.569	-42,0%
Investimentos	135	24.223	-99,4%	135	0,0%
Imobilizado	68.038	75.725	-10,2%	68.904	-1,3%
Intangível	117.128	119.684	-2,1%	118.828	-1,4%
PASSIVO CIRCULANTE					
Empréstimos e financiamentos	180.355	235.516	-23,4%	267.471	-32,6%
Fornecedores	256.925	219.677	17,0%	168.829	52,2%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	0,0%	5.398	-100,0%
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empresas controladora e controladas	-	151.878	-100,0%	587	-100,0%
Empréstimos e financiamentos	177.546	332.663	-46,6%	224.377	-20,9%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	0,0%	-	0,0%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	492.158	157.819	211,8%	500.429	-1,7%

INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

A Teleconferência sobre os resultados do 3T16 da Saraiva, conduzida em português com tradução simultânea, será realizada no dia **16 de novembro de 2016**, às 10h30 (horário de Brasília) / 7h30 (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

Horário

Brasil BRT (Brasília): 10h30

US Eastern Standard Time EST (Nova York): 7h30

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

Senha: **SARAIVA**

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

Códigos de acesso: 2392062# (Português) e 5155248# (Inglês)

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

Português: [Clique Aqui](#)

Inglês: [Clique Aqui](#)

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 o território nacional.

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.