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 primeiro trimestre, encerrado em 31 de março de 2016.

As informações contábeis contidas neste documento referem-se ao primeiro trimestre de 2016 (1T16) e as comparações feitas em relação ao mesmo período do ano anterior, 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

- Bom desempenho das vendas, em meio ao cenário de forte retração econômica, com crescimento de 3,3% na Receita Bruta total do Varejo no 1T16, com destaque para a performance no *e-commerce*, com aumento de 10,0%. As vendas comparáveis da rede de lojas físicas (SSS) mostraram crescimento de 1,1% no 1T16 versus o 1T15. A Receita Líquida do Varejo somou R$ 505 milhões (crescimento de 1,2% em relação ao 1T15).
- Continuidade da melhora da margem bruta, pelo quarto trimestre consecutivo. A Margem Bruta do Varejo foi de 34,2% no 1T16, 120 bps acima do obtido no 1T15 (33,0%). Crescimento de 5,0% do Lucro Bruto no 1T16 em relação ao 1T15, alcançando R$ 173 milhões.
- As Despesas Operacionais mantiveram-se estáveis em R$ 153 milhões no 1T16 quando comparadas com o 1T15. Esse resultado demonstra o esforço da Companhia no controle das despesas mesmo diante de um cenário com fortes pressões inflacionárias nos principais custos da Companhia.
- O EBITDA no 1T16 foi de R$ 20 milhões, um crescimento de 76% versus o EBITDA do 1T15, de R$ 11 milhões. A Margem EBITDA no período alcançou 3,9% (+170 bps versus o 1T15).
- O resultado final consolidado avançou de prejuízo de R$ 9,1 milhões no 1T15 para lucro líquido de R$ 0,3 milhão no 1T16.
- Fechamento em mar/16 da loja localizada no Shopping Iguatemi, São Paulo, em linha com a estratégia de encerrar operações de lojas com baixa perspectiva de geração de valor.
- Contínua melhora na experiência de nossos clientes. No site "Reclame Aqui", plataforma referência para reputação das empresas perante os consumidores, nosso número de reclamações registradas caiu 69% quando comparamos o 1T16 versus o 1T15, e a nossa avaliação mantém-se em "Nível Ótimo".

EVENTOS SUBSEQUENTES

- Inauguração em abr/16 da nossa loja localizada no Shopping Nova Iguaçu, no Rio de Janeiro, contemplando novos conceitos de *visual merchandising* definidos pela Administração.
- Recebimento integral da parcela no valor de R$ 261 milhões (base 30/12/2015) que estava depositada (*escrow account*) em garantia de fornecimento PNLD, relativa à operação de venda do negócio editorial.

PRINCIPAIS INDICADORES

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

Consolidado	1T16	1T15	A/A	4T15	T/T
Receita Bruta	542.342	524.895	3,3%	542.789	-0,1%
Receita Líquida *(Lojas + E-commerce)*	504.697	498.641	1,2%	499.042	1,1%
Lojas	346.265	344.665	0,5%	355.832	-2,7%
E-commerce	158.431	153.976	2,9%	143.211	10,6%
Lucro Bruto	172.651	164.442	5,0%	103.069	67,5%
Margem Bruta (%)	*34,2%*	*33,0%*	*1,2 p.p.*	*20,7%*	*13,6 p.p.*
Despesas Operacionais	(152.937)	(153.235)	-0,2%	227.411	-
EBITDA	19.714	11.207	75,9%	330.480	-94,0%
Margem EBITDA (%)	*3,9%*	*2,2%*	*1,7 p.p.*	*66,2%*	*-62,3p.p.*
Lucro (Prejuízo) Líquido	266	(9.055)	-	194.203	-99,9%
Margem Líquida (%)	*0,1%*	*-1,8%*	*1,9 p.p.*	*38,9%*	*-38,9 p.p.*
Crescimento Lojas (SSS)	1,1%	-5,4%	6,5 p.p.	-2,9%	4,0 p.p.
Crescimento *E-commerce*	10,0%	-3,6%	13,5 p.p.	1,7%	8,2 p.p.
Quantidade de Lojas - Final do período	111	115	-3,5%	112	-0,9%
Área de Vendas - Final do período (m²)	62.214	63.759	-2,1%	62.424	0,0%

COMENTÁRIO DO DESEMPENHO

O primeiro trimestre do ano, apesar da persistência de um cenário econômico recessivo e complexo, mostrou novamente a resiliência do nosso modelo de negócios e a força da marca Saraiva. Nossa operação de Varejo cresceu 3,3% em faturamento no período, em um ambiente onde o segmento continua a ser duramente afetado, como podemos analisar pela queda da atividade medida pela Pesquisa Mensal do Comércio ("PMC") do IBGE, de 8,4% trimestre contra trimestre. Analisando as vendas da categoria "livros, jornais, revistas e papelaria", onde somos líderes, a retração de mercado foi ainda maior, de 16,1% no período. Vale destacar que no mercado de livros, encerramos fevereiro/16 com 28,7% de *market share* em valor, segundo os dados da consultoria GFK, um crescimento de 3,9 p.p. em relação ao mesmo mês do ano anterior.

Cientes dos desafios que se impõem para um crescimento consistente e sustentável, continuamos focados em esforços contínuos de redução de despesas, melhorias de capital de giro e ganhos de margem bruta. A margem bruta do varejo cresceu por mais um trimestre, encerrando o período em 34,2%, o que representa 120 bps acima do valor divulgado no 1T15. Se considerarmos o efeito do INSS, que parou de incidir sobre o faturamento em nov/15 voltando a ser calculado sobre a folha de pagamento, a margem bruta seria de 33,5%, acima do reportado no 1T15. Desde o 2T15 temos reportado ganhos de margem bruta, refletindo melhor gestão da precificação e a estruturação das áreas de abastecimento e planejamento comercial.

Dentro do nosso plano de racionalização de recursos e investimentos seletivos, uma estratégia importante é a troca de ativos com baixa expectativa de geração de valor por investimentos com boas perspectivas de retorno. Com esse foco, encerramos as atividades da loja localizada no Shopping Iguatemi em São Paulo e inauguramos uma loja em Nova Iguaçu – RJ, após detalhados estudos de viabilidade que indicaram excelente potencial de geração de valor da unidade. Com projeto arquitetônico moderno e atrativo, a loja conta 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.

Além disso, temos desenvolvido estudos para investir em reformas e readequações do espaço e mix de categorias ofertadas em lojas estratégicas para o nosso resultado. Com esse objetivo, está em curso a reforma da loja Shopping Jardim Sul – SP, com conclusão prevista em junho/16 e, em uma ação conjunta com as operadoras do Shopping Iguatemi Porto Alegre – RS, vamos mudar o ponto da loja no shopping com o objetivo de redução do custo de ocupação e implementação de um mix completo de produtos e serviços na unidade. Outro destaque são as revisões em nossas operações de café, objetivando aumentar o número de operações, contribuindo assim para a rentabilidade da loja, uma vez que trabalhamos com sublocação. Hoje são 38 operações de cafés e a previsão é aumentar esse número para 60 até o final do segundo semestre.

Na estratégia de sortimento, na categoria Games, temos previsão de implementar o projeto de venda assistida em mais 2 lojas no 1S16, tendo em vista os resultados promissores obtidos nas 4 lojas em que o projeto foi desenvolvido inicialmente. Também continuamos com outros projetos em desenvolvimento, com destaque para o início do *rollout* da categoria *bomboniere*, hoje presente em 5 lojas, e com expectativa de inserção em pelo menos 30 lojas até o final do ano.

Vale destacar ainda os esforços que a Companhia tem empreendido para a redução no capital de giro empregado. Temos uma ampla gama de iniciativas em curso, como a revisão da *clusterização* ideal de lojas e a implementação de ferramentas que favorecem a melhor gestão de compras e devoluções.

Na linha de despesa destacamos nosso compromisso na continuidade da redução de gastos e apresentamos um nível de despesas em linha com o mesmo período do ano anterior, mesmo com o efeito de R$ 6,3 milhões do retorno da incidência do INSS sobre a folha de pagamento (alteração da política governamental de desoneração da folha) e o cenário de fortes pressões inflacionárias. Por isso seguiremos implementando uma série de medidas contínuas que assegurem o controle rigoroso dos custos. Temos diversas iniciativas em andamento, especialmente a renegociação de contratos e parcerias, e temos expectativa de capturar relevante geração de valor em 2016 com a racionalização dos gastos.

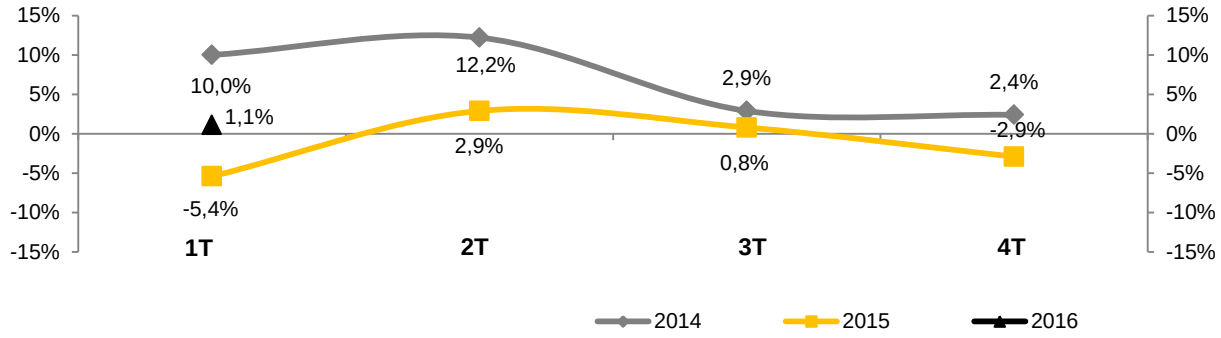
Em linhas gerais, conforme o esperado, o ano de 2016 começou com as adversidades para as quais temos nos preparado continuamente para enfrentar, e acreditamos que novos desafios ainda estão por vir, mas estamos absolutamente focados no aumento da eficiência operacional para conquistarmos ganhos importantes e sustentáveis de rentabilidade. O desempenho positivo nas vendas, o ganho de margem bruta e o controle das despesas demonstram a assertividade das ações implementadas. Temos convicção que ainda há muito a ser feito e o cenário econômico traz muitas incertezas, mas estamos confiantes que estamos trilhando o caminho para a pavimentação de bases sólidas para extrair o máximo potencial de geração de valor em nossas operações.

RESULTADOS

RECEITA – A receita líquida do Varejo somou R$ 505 milhões no 1T16, aumento de 1,2% em relação aos R$ 499 milhões reportados no 1T15.

RECEITA LOJAS FÍSICAS – A receita líquida de vendas de lojas teve crescimento de 0,5% no 1T16 e de 1,1% no conceito de lojas comparáveis. Analisando relativamente no contexto da forte retração econômica, o desempenho é superior ao registrado por indicadores de mercado importantes, como o dado de vendas do comércio varejista, que registrou queda de 8,4% no 1T16 *versus* o 1T15 (*fonte: Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE*) e o indicador de movimento em shoppings, onde estão localizadas a maioria de nossas lojas, que teve recuo de 2,0% em março (*fonte: Abrasce/FX*).

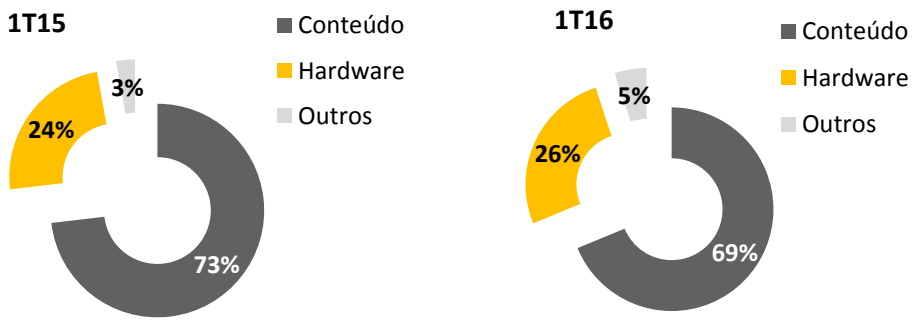
Gráfico 1. Desempenho das Vendas – Crescimento Nominal das Lojas Comparáveis (por trimestre)



RECEITA *E-COMMERCE* – No 1T16 as vendas brutas do site Saraiva.com foram 10,0% superiores em relação ao mesmo período do ano anterior. As vendas líquidas somaram R$ 158 milhões no 1T16, crescimento de 2,9% na comparação anual.

A participação no total de receita bruta das operações do site de *e-commerce* em relação ao total das operações varejistas do Grupo ficou em 32% no 1T16 (*versus* 29% no 1T15).

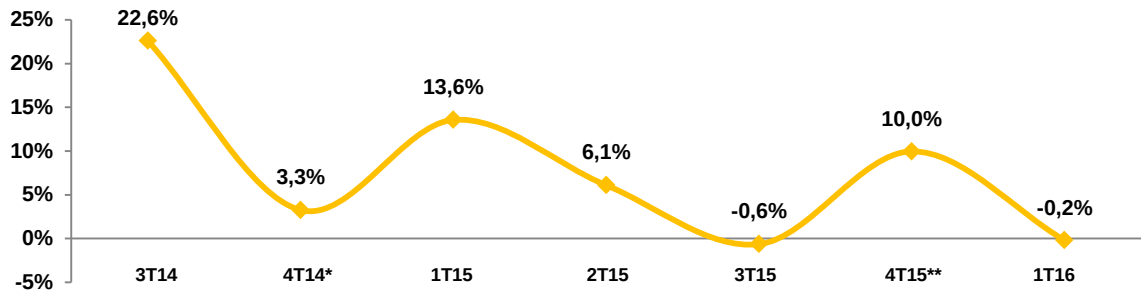
Gráfico 2. Receita Bruta do Varejo por segmento (R$ milhões)



RESULTADO BRUTO – O resultado bruto do Varejo atingiu, no 1T16, R$ 173 milhões, 5,0% superior ao resultado do 1T15. A margem bruta apresentou aumento de 120 bps, passando de 33,0%, no 1T15, para 34,2%, no 1T16. Mesmo considerando o efeito do INSS sobre o faturamento no período, a margem bruta cresceu 0,5 p.p., para 33,5%.

DESPESAS OPERACIONAIS – A linha de despesas operacionais totalizou R$ 153 milhões no 1T16, valor em linha com o número reportado no 1T15. Se excluirmos o efeito do retorno da incidência do INSS sobre a folha de pagamento no valor de aproximadamente R$ 6,3 milhões (no 1T15 incidia sobre o faturamento), haveria uma importante queda de 4,3% em relação ao 1T15. O resultado 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)



* Exlusão dos itens não recorrentes reportados no 4T13
** 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 do Varejo totalizou R$ 20 milhões no 1T16 *versus* R$ 11 milhões no 1T15, um crescimento de 76%. A margem EBITDA encerrou o trimestre em 3,9%, 170 bps acima do 1T15.

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

Varejo	1T16	1T15	A/A
Lucro Líquido (Prejuízo)	**266**	**(9.055)**	**-**
(+) Resultado financeiro	9.792	14.999	-34,7%
(+) IR / CSLL	351	(4.069)	-
(+) Depreciação e amortização	9.035	9.332	-3,2%
(+) Resultado Líq. de Op. Descontinuadas	270	-	-
EBITDA	**19.714**	**11.207**	**75,9%**
Margem EBITDA	**3,9%**	**2,2%**	**1,7 p.p.**

CAPITAL DE GIRO * – A relação capital de giro/receita líquida ficou estável em 21,2%, no 1T16 comparado com o 1T15. O ciclo operacional do Varejo foi de 83 dias no 1T16 contra 87 dias no 1T15. O contas a receber passou de 56 dias, no 1T15, para 59 dias, no 1T16, refletindo maior participação da categoria de telefonia. O prazo médio de cobertura de estoques reduziu em 7 dias, passando de 102 dias, no 1T15, para 95 dias, no 1T16. O prazo de pagamento a fornecedores manteve-se estável em 71 dias, no 1T16, comparado com o 1T15.

* 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$ 10 milhões no 1T16 contra R$ 15 milhões no 1T15. Essa redução refletiu maiores disponibilidades de recursos em caixa e a receita com os recursos remunerados retidos em *escrow*.

LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO – O lucro líquido da Companhia foi de R$ 0,3 milhão no 1T16 *versus* um prejuízo líquido de R$ 9 milhões no 1T15.

INVESTIMENTOS (CAPEX) – Os investimentos efetuados no Varejo totalizaram R$ 5 milhões no 1T16 *versus* R$ 4 milhões no 1T15. 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]	**11,3%**	**59.748**	2.354	8.595	14.010	34.789
Capital de Giro/outros	**16,7%**	**512.382**	264.989	161.140	81.194	5.060
Dívida Bruta Total[2]	**16,2%**	**572.130**	**267.343**	**169.735**	**95.203**	**39.849**

Nota 1: Custo médio ao final do 4T15 do saldo do contrato com o BNDES (2014), sem levar em conta o custo de fiança bancária e considerando a TJLP em 7,0% 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 31 de março de 2016, que somava R$ 549 milhões, contra R$ 711 milhões no 1T15 e R$515 milhões no 4T15.

Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, a dívida líquida encerrou o 1T16 em R$ 343 milhões contra R$385 milhões no 1T15 e R$ 294 milhões no 4T15.

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

Consolidado	1T16	1T15	A/A	4T15	T/T
Tipo de Transação					
Empréstimos e Financiamentos[1]	572.130	846.639	-32%	592.639	-3%
(+) Contas a Pagar Aquisição de Empresas	5.117	4.556	12%	5.018	2%
(+) Antecipação de Recebíveis	152.015	0	-	106.916	42%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa / Aplicações Fin.	180.248	140.372	28%	189.016	-5%
Dívida Líquida Ajustada Antes dos Recebíveis	**549.014**	**710.823**	**-23%**	**515.557**	**6%**
(-) Recebíveis de Cartão de Crédito	205.696	324.901	-37%	222.036	-7%
Dívida Líquida Consolidada Após os Recebíveis	**343.319**	**385.922**	**-11%**	**293.521**	**17%**

Nota 1: 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. Já a parcela em garantia para ajuste de preço continua retida e tem previsão de liberação até agosto/16.

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 (Divida 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 a Receber em 2016 *	**133.897**

**** Escrow Account***	**133.897**
(-) Depósito em Garantia para Ajuste de Preço[1]	133.897

Nota: 1. Previsto para recebimento até agosto/16, refere-se aos ajustes usuais para esse tipo de transação

NOSSAS LOJAS – No 1T16, a Saraiva contava com 111 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal.

No dia 28 de abril, inauguramos a loja no shopping Nova Iguaçu no Rio de Janeiro.

Nosso foco continua sendo a extração de maior valor dos ativos existentes e renegociação ou fechamento de lojas sem perspectiva de geração futura de valor. No mês de abril, em negociações com a concessionária responsável pela construção do novo terminal no Aeroporto de Viracopos, optamos pelo encerramento do contrato das 5 lojas que seriam abertas, com a respectiva devolução dos valores já investidos.

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 59 mil títulos em português.

PUBLIQUE-SE! – O Publique-se! completou, no 1T16, o total de 9,8 mil livros publicados *versus* 5,7 mil livros publicados até o 1T15. A vantagem dessa ferramenta é a comercialização do livro digital no maior *site* de varejo de conteúdo do Brasil. Mais de 12 milhões de visitantes têm acesso ao acervo de produtos e às obras do Publique-se! mensalmente.

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 12,8 milhões de clientes associados ao final do 1T16 *versus* 11,1 milhões de clientes no 1T15.

ANEXO – VAREJO

R$ mil	1T16	1T15	A/A	4T15	T/T
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e equivalentes de caixa / Aplicações financeiras	179.541	16.196	>500%	185.906	-3,4%
Contas a receber de clientes	213.750	331.231	-35,5%	230.829	-7,4%
Estoques	296.643	347.458	-14,6%	289.024	2,6%
Impostos e contribuições a recuperar	119.751	140.820	-15,0%	135.030	-11,3%
Instrumentos financeiros derivativos	27.291	-	-	37.658	-27,5%
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Outros ativos realizáveis a longo prazo	85.298	83.884	1,7%	106.714	-20,1%
Instrumentos financeiros derivativos	26.413	-	-	45.591	-42,1%
Investimentos	135	190	-28,9%	135	0,0%
Imobilizado	70.360	80.902	-13,0%	72.977	-3,6%
Intangível	119.933	122.192	-1,8%	120.851	-0,8%
PASSIVO CIRCULANTE					
Empréstimos e financiamentos	429.407	347.078	23,7%	311.109	38,0%
Fornecedores	336.177	254.183	32,3%	327.744	2,6%
Instrumentos financeiros derivativos	8.835	-	-	-	-
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empresas controladora e controladas	-	4.002	-100,0%	128.055	-100,0%
Empréstimos e financiamentos	155.025	220.735	-29,8%	331.696	-53,3%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	**518.703**	**247.216**	**109,8%**	**362.087**	**43,3%**

INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

A Teleconferência sobre os resultados do 1T16 da Saraiva, conduzida em português com tradução simultânea, será realizada no dia **13 de maio de 2016**, 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

Horário
Brasil BRT (Brasília): 10h30
US Eastern Standard Time EST (Nova York): 9h30

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: 2181022# (Português) e 5211481# (Inglês)

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

Português: http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=m%2BgzcyC%2FPUBDGwgZizCbNQ%3D%3D
Inglês: http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=HvyDb5%2BDZXhw%2F9vmZ8P88w%3D%3D

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.