

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 quarto trimestre e ano, encerrado em 31 de dezembro de 2016.

As informações contábeis contidas neste documento referem-se ao quarto trimestre (4T16) e ano de 2016 Consolidados, e as comparações feitas em relação às informações do Varejo do quarto trimestre (4T15) e ano de 2015, 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 examinada pelos auditores independentes.

DESTAQUES

- Importantes conquistas de *market share*¹, com ganhos nas principais categorias de atuação: Livros (+1,2 p.p.), Telefonia (+0,1 p.p.) e *Games/consoles* (+2,6 p.p.). Mesmo diante do quadro recessivo, nossas vendas superaram as principais referências em nossos mercados de atuação.
- Bom desempenho no canal de *E-commerce*, com crescimento de 5,0% nas vendas brutas do 4T16 e 8,9% no ano.
- Continuidade da melhora da margem bruta pelo sétimo trimestre consecutivo. A margem bruta do Varejo foi de 32,5% no 4T16, 0,2 p.p. acima do obtido no 4T15 (32,2%). Em termos anuais, a margem bruta do Varejo demonstrou relevante ganho e atingiu 34,2% em 2016, 1,4 p.p. acima do obtido em 2015 (32,8%).
- Redução nas Despesas Operacionais, com queda de 5,5% no 4T16 em relação às despesas recorrentes do 4T15. Desconsiderando o impacto do INSS, que voltou a incidir sobre a folha de pagamento a partir de nov/15, a redução alcançaria 6,8%, refletindo queda pelo quarto trimestre consecutivo. No acumulado de 2016, as despesas tiveram queda nominal de 2,6% e 6,0% desconsiderando o efeito do INSS.
- O EBITDA no 4T16 foi de R\$ 10 milhões, demonstrando ganho em relação ao EBITDA ajustado de R\$ 5 milhões no 4T15. A Margem EBITDA no período foi de 2,1% (+1,2 p.p. versus o 4T15). Em termos anuais, o EBITDA foi de R\$ 32 milhões com margem de 1,8% em 2016 (+1,7 p.p. versus 2015).
- Avanço na ampliação da oferta de serviços e melhoria da experiência em nossas lojas, com a inclusão de novas parcerias de Cafés com renomados operadores e o fortalecimento dos serviços de Assistência Técnica Apple (presente em 14 lojas) e do serviço de Troca Inteligente (existente em 81 lojas).
- Reforço de nosso posicionamento estratégico como operação multicanal, com o aprimoramento do serviço *Click & Collect*, em que o cliente compra no *E-commerce* e recebe onde for mais conveniente, com avanço para 13,1% em 2016 contra 9,9% registrados em 2015.
- Implementação em todas as nossas unidades do “Saraiva Entrega”, serviço lançado no 3T16, disponível nas lojas e integrado ao *E-commerce*, que permite a venda de produtos não disponíveis nas lojas para entrega onde for mais conveniente para o cliente.
- Conclusão, no 4T16, da mudança do ponto da loja localizada no Shopping Iguatemi Alphaville (Barueri/SP) e a redução das áreas ocupadas pelas lojas localizadas no Shopping Salvador (Salvador/BA) e Shopping Crystal (Curitiba/PR), otimizando o custo operacional nestas unidades.
- Inauguração em dez/16 de uma loja localizada em Franca, importante cidade do interior de São Paulo. Com 260 m² de área de vendas, os resultados iniciais têm sido animadores e reforçam o posicionamento dentro da estratégia de expansão em cidades médias.
- Como resultado do foco da Companhia no aprimoramento contínuo da experiência de compra de seus clientes, temos avaliação “Nível Ótimo” no site “Reclame Aqui” (base fev/17), plataforma referência para reputação das empresas sobre o nível de serviço prestado aos consumidores.
- Conclusão da venda da operação editorial com o recebimento de R\$ 22 milhões (base 30/12/2015) em dez/16, relativo à última parcela que estava depositada (*escrow account*) em garantia de ajuste de preço.
- A Saraiva foi a única livraria não europeia convidada a integrar o *International Summit of Leading Booksellers*, fórum internacional que reúne livrarias europeias de diversos países, líderes em seus respectivos mercados e que promove *benchmarking* de informações e dados estratégicos, além da troca de melhores práticas, novas experiências e acesso a importantes tendências de mercados, categorias e de consumo.

¹ Dados acumulados de 2016 vs 2015 do mercado expandido da consultoria GFK.

EVENTOS SUBSEQUENTES

- Inauguração em jan/17, de uma nova loja localizada no North Shopping, em Fortaleza. Com 643 m² de área de vendas, a Megastore oferece uma experiência completa de nosso mix de produtos e serviços.
- Encerramento, em fev/17, das atividades da loja no IBMEC (127 m² de área de vendas), localizada no Rio de Janeiro.
- Alcançamos no início de 2017 importantes reconhecimentos e premiações:
 - Prêmio LIDE de Varejo, Consumo & Shopping Centers, na categoria “atuação digital no varejo e shopping centers”. Promovido pelo LIDE, Grupo de Líderes Empresariais, o prêmio é um reconhecimento aos líderes do setor;
 - Prêmio E-bit, pela 3ª vez, de Melhores do *E-commerce* na categoria “Uma das cinco lojas mais queridas”, e também o 1º lugar no prêmio “Livraria mais querida”;
 - 3º lugar na pesquisa do IBOPE/Conecta para avaliar a satisfação dos consumidores com os principais *E-commerces* do país;
 - 1º lugar no ranking de cartões de crédito de lojas com o melhor custo-benefício no Brasil. Em parceria com o Banco do Brasil e a Visa, o cartão de crédito Saraiva obteve o melhor resultado segundo uma pesquisa da consultoria CVA Solutions realizada em nov/16 e divulgada em fev/17.

PRINCIPAIS INDICADORES

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

Varejo	2016	2015	A/A	4T16	4T15	A/A	3T16	T/T
Receita Bruta (Lojas + <i>E-commerce</i>)	1.890.859	1.898.263	-0,4%	537.444	542.789	-1,0%	406.098	32,3%
Lojas	1.276.743	1.334.569	-4,3%	370.164	383.401	-3,5%	270.677	36,8%
<i>E-commerce</i>	614.116	563.693	8,9%	167.280	159.388	5,0%	135.422	23,5%
Receita Líquida (Lojas + <i>E-commerce</i>)	1.737.563	1.773.443	-2,0%	487.101	499.043	-2,4%	374.721	30,0%
Lojas	1.190.848	1.246.283	-4,4%	341.423	355.832	-4,0%	253.017	34,9%
<i>E-commerce</i>	546.715	527.160	3,7%	145.677	143.211	1,7%	121.704	19,7%
Lucro Bruto ¹	594.279	580.869	2,3%	158.077	160.864	-1,7%	129.401	22,2%
Margem Bruta (%) ¹	34,2%	32,8%	1,4 p.p.	32,5%	32,2%	0,2 p.p.	34,5%	-2,1 p.p.
Despesas Operacionais ²	(562.670)	(577.925)	-2,6%	(147.730)	(156.308)	-5,5%	(129.012)	14,5%
EBITDA ²	31.609	2.944	>500%	10.347	4.556	127,1%	405	>500%
Margem EBITDA (%) ²	1,8%	0,2%	1,7 p.p.	2,1%	0,9%	1,2 p.p.	0,1%	2,0 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido antes das Op. Descontinuadas	(51.490)	(81.698)	-37,0%	(19.430)	(23.035)	-15,6%	(15.795)	23,0%
Margem Líquida antes das Op. Descontinuadas (%)	-3,0%	-4,6%	1,6 p.p.	-4,0%	-4,6%	0,6 p.p.	-4,2%	0,2 p.p.
Res. Líq. das Op. Descontinuadas (Líq. impostos)	1.686	320.692	-99,5%	(2.458)	217.238	-	2.706	-
Lucro (Prejuízo) Líquido ³	(49.804)	238.994	-	(21.888)	194.203	-	(13.089)	67,2%
Margem Líquida (%) ³	-2,9%	13,5%	-16,3 p.p.	-4,5%	38,9%	-43,4 p.p.	-3,5%	-1,0 p.p.
Crescimento Lojas (SSS- %) ⁴	-4,5%	-1,7%	-2,8 p.p.	-4,6%	-2,9%	-1,7 p.p.	-7,5%	2,9 p.p.
Crescimento <i>E-commerce</i>	8,9%	-4,3%	13,2 p.p.	5,0%	1,7%	3,3 p.p.	8,1%	-3,2 p.p.
Quantidade de Lojas - Final do período	113	112	0,9%	113	112	0,9%	113	0,0%
Área de Vendas - Final do período (m ²)	61.851	62.424	-0,9%	61.851	62.424	-0,9%	62.171	-0,5%

Nota: 1. Exclui os efeitos da mudança de estimativa para obsolescência dos estoques (-R\$ 58 milhões) de Dez/15.

Nota: 2. Exclui os efeitos do resultado da venda dos ativos editoriais concluída em Dez/15 (+R\$403 milhões), despesas extraordinárias do 4T15 (-R\$19 milhões) e o resultado de equivalência patrimonial em Dez/15.

Nota: 3. Lucro líquido antes da equivalência patrimonial em Dez/15.

Nota: 4. 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

Logo após a definição do processo de venda da operação editorial ocorrida em 2015, iniciamos um robusto projeto de transformação da Saraiva. Na primeira fase, desenvolvemos planos de ação apoiados em pilares estruturantes que entendemos serem decisivos para o sucesso da estratégia de nossos negócios: Experiência do Cliente, Gestão de Estoques, Nível de Despesas, Instrumentos de Gestão e Engajamento dos Colaboradores. Nesta etapa o principal foco foi no engajamento e inclusão da cultura de projetos multidisciplinares orientados ao resultado. Em 2016, iniciamos uma segunda etapa com foco em aprimorar a rentabilidade e geração de caixa a partir de um diagnóstico com visão 360 graus e uma série de iniciativas para melhoria da eficiência operacional. A partir de 2017, iniciamos a terceira etapa com foco na execução disciplinada das iniciativas existentes e na promoção de um ambiente que favoreça a geração contínua de iniciativas de geração de valor, ao mesmo tempo em que consolidaremos a transformação com a redefinição do propósito da Marca e o desenho da nova Cultura organizacional.

No **canal lojas físicas**, o plano de transformação envolve principalmente:

- Definição do **novo modelo ideal de loja** para expansão, identificado a partir dos atuais estudos de rentabilidade:
 - Projeto arquitetônico moderno, atrativo e democrático, contribuindo para o aumento do tempo de permanência do cliente na loja;
 - Investimentos em capex/m², em média, 25% inferiores ao modelo anterior, favorecendo o *payback*;
 - Potenciais inaugurações também em regiões com maior concentração de público das classes B/C e cidades médias;
 - Revisão da área média ideal, podendo variar conforme a região e o ponto específico.
- **Otimização do custo operacional** e rentabilização das unidades existentes:
 - Ao longo de 2016 foram cinco lojas que tiveram investimentos em readequação de área, contribuindo para melhora da rentabilidade da operação e agregando valor à experiência de compra de nossos clientes. Para 2017, seguiremos com essa estratégia e já temos outras reduções contratadas;
 - Projeto de sortimento com o objetivo de melhorar a saúde do estoque existente em cada loja e aperfeiçoamento dos algoritmos de reabastecimento. Realizamos um piloto em três unidades no segundo semestre de 2016 com resultados promissores e temos previsão de expansão para toda a rede ao longo de 2017. Ainda na gestão de sortimento, ampliamos o projeto de venda assistida em *games* para sete lojas em 2016, o que tem contribuído para o bom desempenho dessa categoria, e também continuamos com outros projetos em desenvolvimento, como a ampliação da categoria *bomboniere*, hoje presente em 38 lojas e com expectativa de expansão este ano.
- **Ampliação da oferta de serviços** que agregam importante valor à experiência de compra de nossos clientes e contribuem para a fidelização e rentabilização da operação:
 - Fechamos novas parcerias para o serviço de Café em 2016 com as operadoras Havanna e Grão Espresso e temos expectativa de ampliar significativamente a operação em 2017. Para as lojas mais compactas, iniciamos parceria com a Nespresso e implementamos o serviço por meio de máquinas de autoatendimento;
 - Serviço de Troca Inteligente (*buyback*). Por meio desse programa o cliente pode oferecer o seu aparelho antigo (celulares e *tablets*) como forma de pagamento ao comprar um novo produto. Presente atualmente em 81 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;
 - Fortalecemos nossa operação de Assistência Técnica Apple (atualmente presente em 14 unidades) e temos desenvolvido análises de viabilidade visando ampliar o número de lojas que ofertam esse serviço.

No **canal E-commerce**, o plano de transformação abrange:

- **Multicanalidade** como pilar de diferenciação:
 - Temos investido para aperfeiçoar a experiência dos clientes na utilização da opção compre no site e retire na loja (13,1% em 2016 x 9,9% em 2015), com medidas que favoreçam o *cross-selling*;
 - Iniciamos durante o 3T16 o projeto Saraiva Entrega, no qual o cliente, por meio do acesso ao nosso estoque do *E-commerce*, pode comprar qualquer produto que não esteja disponível na loja

para receber onde for mais conveniente. Hoje temos o Saraiva Entrega em 100% de nossas lojas fortalecendo ainda mais nossa operação multicanal;

- Investimos também no aprimoramento de nosso website mobile e no serviço de checagem da disponibilidade dos produtos das lojas por meio da geolocalização, integrando assim ainda mais nossos canais de vendas.

▪ **Melhoria da experiência** do usuário:

- Criamos páginas com conteúdos específicos para públicos segmentados e curadoria para a seleção e recomendação de produtos;
- Aumento do desempenho das ferramentas de busca;
- Testes de usabilidade com clientes reais nas lojas físicas ou de modo remoto.

Dentro do plano de transformação temos também um objetivo claro que abrange toda a Companhia, a **transformação digital**:

- Encerramos o exercício de 2016 com 13,8 milhões de clientes cadastrados em nosso programa de fidelidade Saraiva Plus, representando um crescimento de 1,5 milhão de clientes nos últimos 12 meses, contribuindo ainda mais para encorpar este, que é um dos maiores programas de fidelidade do varejo nacional. Quase 80% de nosso faturamento atual é identificado, gerando uma base rica de dados e perfis de consumo. Ao longo de 2016 desenvolvemos estudos para a remodelagem do Saraiva Plus (que será relançado no 2T17) e estamos investindo em ferramentas para que essas informações sejam utilizadas dentro do contexto de transformação digital que envolve toda a organização, no sentido de que tenhamos a estratégia direcionada para o consumidor com base no conhecimento sólido do seu comportamento e preferências.
- Fortalecemos nosso Ecossistema digital:
 - Ampliação do catálogo de livros digitais disponível no LEV, nosso leitor digital (*e-reader*) portátil, alavancando o potencial de geração de valor na categoria;
 - O Publique-se!, nossa ferramenta de auto publicação, obteve melhorias de navegação e na proposta comercial e completou 16 mil livros publicados;
 - Fortalecemos a plataforma de Audiolivros Saraiva, em parceria com a Ubook, pioneira em audiolivros digitais no Brasil;
 - Reforçamos nosso posicionamento no mercado de venda de cartões pré-pagos de conteúdo (principalmente *games*) e crescemos 28% em 2016.

Outra estratégia importante, com potencial relevante, é fortalecer nosso posicionamento em **serviços financeiros**, permeando todos nossos canais de atuação:

- Reforçamos 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 parceria com o Banco do Brasil e a Visa, nosso cartão de crédito Saraiva, que oferece condições exclusivas aos nossos clientes, ficou em primeiro lugar no ranking de cartões de crédito de lojas com o melhor custo-benefício no Brasil, segundo uma pesquisa da consultoria CVA Solutions realizada em nov/16 e divulgada em fev/17. Estamos desenvolvendo estudos em parceria com o Banco do Brasil para potencializar ainda mais a adesão e utilização dessa importante ferramenta de crédito e fidelização.

Os primeiros resultados do Plano de Transformação são consistentes:

- O desempenho de vendas da Saraiva, mesmo diante do ambiente econômico recessivo, tem refletido a força da marca e a consistência do modelo de operação, com *desempenho* superior aos indicadores de mercado e importantes conquistas de *market share*. Enquanto a categoria “livros, jornais, revistas e papelaria” apresentou queda de 16,1% em 2016, segundo a PMC do IBGE, nossas vendas ficaram praticamente estáveis no período, com uma variação de -0,4%. No mercado de livros (nossa principal categoria de atuação), encerramos o mês de dezembro de 2016 com 24,7% de *market share* em valor, representando um crescimento de 1,2 p.p. em relação ao ano anterior;
- Nossa margem bruta vem crescendo consistentemente pelo sétimo trimestre consecutivo, quando comparamos com o mesmo período do ano anterior, mesmo navegando em um ambiente competitivo mais acirrado;
- 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 apresentou queda pelo quarto trimestre consecutivo;

- O EBITDA apresentou importante evolução em relação ao resultado obtido em 2015, registrando R\$ 32 milhões com margem de 1,8% em 2016 (+1,7 p.p. versus 2015), e iniciando o processo de recuperação da rentabilidade;
- Os principais indicadores do nível de satisfação dos nossos clientes demonstraram consistente evolução e reconhecimento do público, tanto nas premiações recebidas de diversas instituições que avaliam a experiência de compra (Data Folha, E-bit, Lide, Ibope, Estadão e BR Week), como nas plataformas referência para reputação das empresas sobre o nível de serviço prestado aos consumidores (Reclame Aqui e E-bit).

Permanecemos absolutamente focados em avançar no projeto de transformação e na continuidade do aumento da eficiência operacional para conquistar ganhos importantes e sustentáveis de rentabilidade.

RESULTADOS

RECEITA – No 4T16 a receita bruta do varejo alcançou R\$ 537 milhões, uma redução de 1,0% quando comparada com o valor de R\$ 543 milhões no 4T15. A receita líquida do Varejo somou R\$ 487 milhões no 4T16, redução de 2,4% em relação aos R\$ 499 milhões reportados no 4T15.

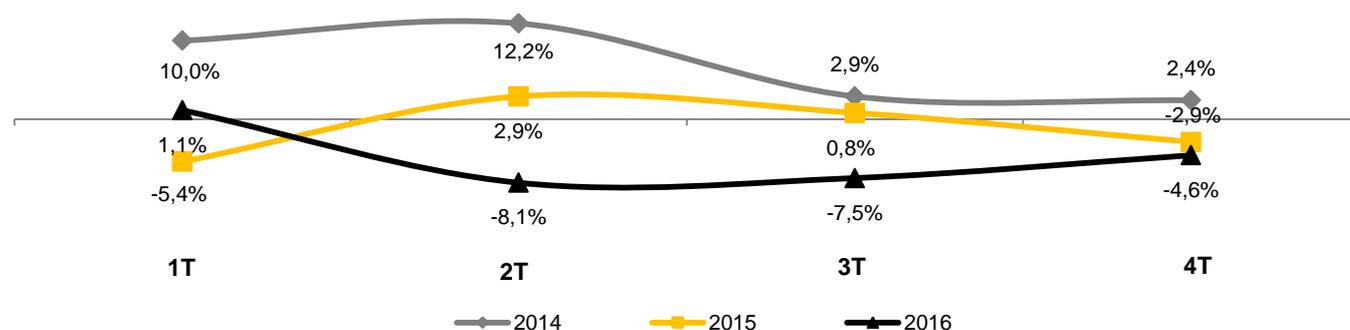
Cabe destacar que esse desempenho é superior ao registrado pela *Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE*, que apresentou queda de 5,5% no 4T16 e 6,2% no ano de 2016 no desempenho geral do comércio e reduções expressivas na categoria de Livros, jornais, revistas e papelaria (13,5% no 4T16 e 16,1% no total do ano).

RECEITA LOJAS FÍSICAS – A receita bruta de lojas físicas, no quarto trimestre de 2016, apresentou queda de 3,5% quando comparada ao ano anterior, e -4,6% no conceito de lojas comparáveis. No acumulado do ano a queda foi de 4,3% e 4,5%, respectivamente.

A receita líquida teve declínio de 4,0% no 4T16 e de 4,4% no ano, 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 3,5% no movimento de shopping centers em 2016, segundo Abrasce/FX

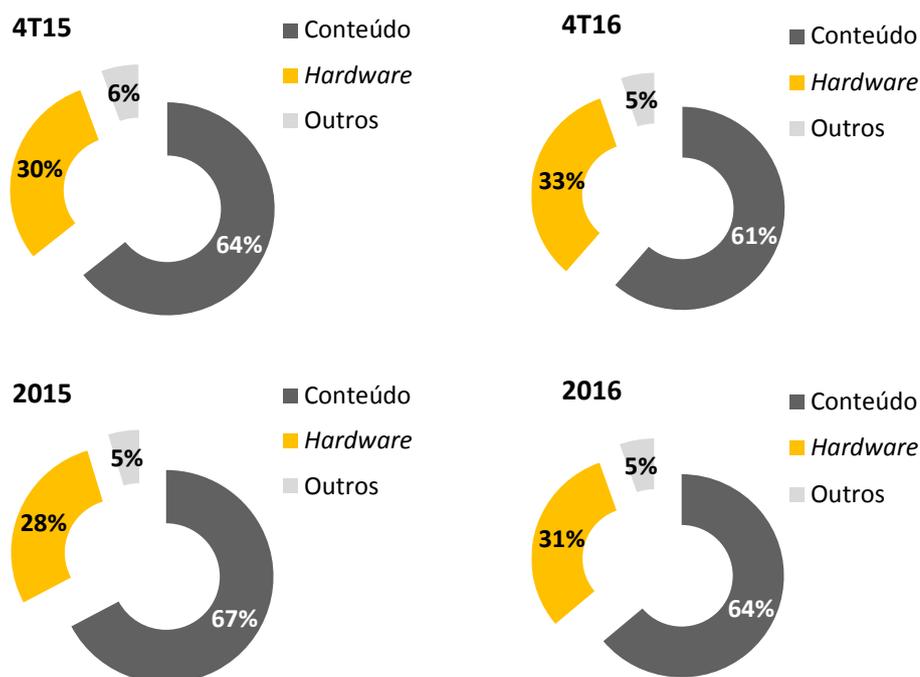
Gráfico 1. Desempenho das Vendas – Crescimento Nominal das Lojas Comparáveis (por trimestre)



RECEITA E-COMMERCE – No 4T16 as vendas brutas do site Saraiva.com foram 5,0% superiores em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo R\$ 167 milhões no período. Em termos acumulados esses valores foram de 8,9% e R\$ 614 milhões, respectivamente. As vendas líquidas somaram R\$ 146 milhões no 4T16, um crescimento de 1,7% na comparação em relação ao mesmo trimestre de 2015. No ano de 2016 esses valores foram de R\$ 547 milhões e 3,7%, respectivamente.

O bom desempenho nas vendas do *E-commerce* é resultado das ações desenvolvidas para melhoria da experiência do usuário 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 31,1% no 4T16 (*versus* 29,4% no 4T15). No acumulado do ano a participação ficou em 32,5%.

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

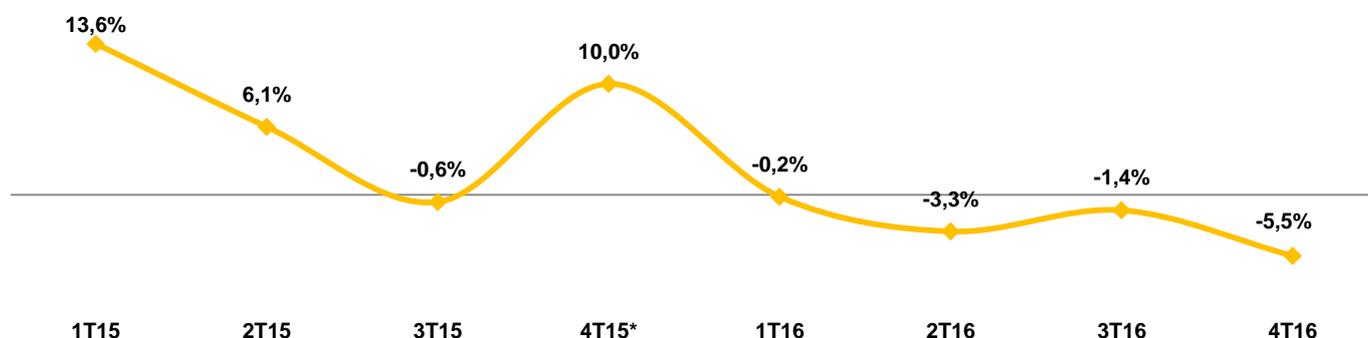


RESULTADO BRUTO – O resultado bruto atingiu R\$ 158 milhões com um aumento de 0,2 p.p. na margem bruta, que passou de 32,2% no 4T15 para 32,5% no 4T16. Mesmo considerando o efeito do INSS sobre o faturamento no período, a margem bruta cresceu 0,1 p.p.

No acumulado do ano o resultado bruto atingiu R\$ 594 milhões, 2,3% superior ao resultado de 2015. A margem bruta apresentou aumento de 1,4 p.p., passando de 32,8% em 2015 para 34,2% em 2016. Considerando o efeito do INSS sobre o faturamento no período, a margem bruta cresceu 0,9 p.p.

DESPESAS OPERACIONAIS – A linha de despesas operacionais totalizou R\$ 148 milhões no 4T16, representando uma redução de 5,5% se comparado aos R\$ 156 milhões reportados no 4T15. Desconsiderando o efeito do retorno da incidência do INSS sobre a folha de pagamento no valor de R\$ 2 milhões (até out/15 incidia sobre o faturamento), o resultado seria uma importante queda de 6,8% em relação ao 4T15. Em termos acumulados essas reduções foram de 2,6% e 6,0%, respectivamente. Esse desempenho é fruto dos esforços da Companhia na melhoria da produtividade por meio da otimização de gastos, revisão de contratos e mudanças de processos, e mostra-se ainda mais relevante diante do contexto 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\$ 10 milhões no 4T16 versus R\$ 5 milhões no 4T15. A margem EBITDA encerrou o trimestre em 2,1%, 1,2 p.p. acima do 4T15. No ano de 2016 o EBITDA alcançou R\$ 32 milhões ante um EBITDA de R\$ 3 milhões em 2015.

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

Varejo	2016	2015	A/A	4T16	4T15	A/A	3T16	T/T
Lucro Líquido (Prejuízo)¹	(49.804)	238.994	-	(21.888)	194.203	-	(13.089)	67,2%
(+) Resultado financeiro	53.647	89.380	-40,0%	13.419	30.773	-56,4%	13.098	2,5%
(+) IR / CSLL	(6.910)	(40.333)	-82,9%	7.301	(11.667)	-	(6.119)	-
(+) Depreciação e Amortiz.	36.381	35.595	2,2%	9.058	8.485	6,8%	9.222	-1,8%
(+) Resultado Líq. de Op. Descontinuadas	(1.686)	(320.692)	-99,5%	2.458	(217.238)	-	(2.706)	-
(+) Outros	(19)	-	-	(1)	-	-	(1)	0,0%
EBITDA²	31.609	2.944	>500%	10.347	4.556	127,1%	405	>500%
Margem EBITDA²	1,8%	0,2%	1,7 p.p.	2,1%	0,9%	1,2 p.p.	0,1%	2,0 p.p.

Nota: 1. Lucro líquido antes da equivalência patrimonial em Dez/15.

Nota: 2. Exclui os efeitos do resultado da venda dos ativos editoriais concluída em Dez/15 (+R\$403 milhões), a mudança de estimativa para obsolescência dos estoques (-R\$ 58 milhões) e as despesas extraordinárias do 4T15 (-R\$19 milhões).

CAPITAL DE GIRO* – A relação capital de giro/receita líquida apresentou uma leve melhora, ficando em 19,8%. O ciclo operacional do Varejo foi de 79 dias no 4T16, contra 86 dias no 4T15. O prazo médio de recebimento passou de 58 dias no 4T15 para 64 dias no 4T16, refletindo maior demanda de prazo de pagamento por parte dos consumidores e alterações no mix de categorias vendidas. O prazo médio de cobertura de estoques reduziu em 7 dias, passando de 100 dias no 4T15 para 93 dias no 4T16, demonstrando que as iniciativas para maior eficiência na gestão do sortimento e abastecimento estão trazendo importante resultado. O prazo de pagamento a fornecedores melhorou em 5 dias, alcançando 77 dias no 4T16, quando comparado com 72 dias no 4T15.

* 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 4T16 contra R\$ 31 milhões no 4T15, refletindo o menor endividamento médio do período. Em 2016 o resultado financeiro foi uma despesa de R\$ 54 milhões contra R\$ 89 milhões em 2015. Essa redução reflete a readequação da estrutura de capital da Companhia.

LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO – O prejuízo líquido da Companhia, antes do resultado líquido de operações descontinuadas, foi de R\$ 19 milhões no 4T16 versus um prejuízo líquido ajustado de R\$ 23 milhões no 4T15. Em 2016 o prejuízo líquido foi de R\$ 51 milhões versus prejuízo líquido ajustado de R\$ 82 milhões em 2015.

INVESTIMENTOS (CAPEX) – Os investimentos efetuados no Varejo totalizaram R\$ 9 milhões no 4T16 versus R\$ 8 milhões no 4T15. No ano, os investimentos somaram R\$ 29 milhões versus R\$ 22 milhões em 2015. Cabe destacar para efeito de comparação que o volume investido em 2015 foi atipicamente reduzido em razão do cenário econômico e da necessidade de redução do nível de endividamento.

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 2017	Até 2018	Até 2019	Após 2019
Tipo de Transação						
Linha BNDES ¹	12,4%	62.978	9.632	15.142	15.142	23.062
Capital de Giro/outros	15,5%	258.613	165.990	84.428	5.919	2.277
Dívida Bruta Total²	14,9%	321.592	175.622	99.569	21.060	25.339

Nota 1: Custo médio ao final do 4T16 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 13,65% a.a.

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos

A tabela a seguir apresenta a dívida líquida consolidada da Saraiva em 31 de dezembro de 2016, que somava R\$ 199 milhões, contra R\$ 409 milhões no 4T15 e R\$ 285 milhões no 3T16.

Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, encerramos o 4T16 com um Caixa Líquido de R\$ 153 milhões contra uma dívida de R\$ 187 milhões no 4T15 e de R\$ 3 milhões no 3T16.

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	4T16	4T15	A/A	3T16	T/T
Tipo de Transação					
Empréstimos e Financiamentos ²	321.592	592.639	-45,7%	360.706	-10,8%
(+) Contas a Pagar Aquisição de Empresas	2.254	5.018	-55,1%	2.183	3,3%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa / Aplicações Fin.	125.290	189.016	-33,7%	78.330	60,0%
Dívida Líquida Ajustada Antes dos Recebíveis	198.556	408.641	-51,4%	284.559	-30,2%
(-) Recebíveis de Cartão de Crédito	351.152	222.036	58,2%	281.907	24,6%
Dívida Líquida Consolidada Após os Recebíveis	-152.596	186.605	-	2.652	-

Nota 1: "Antecipação de Recebíveis" (R\$3 milhões no 4T16, R\$ 9 milhões no 3T16 e R\$ 107 milhões no 4T15).

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 mai/16. Com relação à parcela em garantia para ajuste de preço, houve liberação parcial no início de jul/16, e final em dez/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 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 Recebido pela Saraiva - Garantia de Ajuste de Preço em Dez/16	22.382
(-) Valor Recebido pela Somos Educação - Garantia de Ajuste de Preço em Dez/16	20.465
Valor Líquido da Transação	494.620
Valor Líquido da Transação Recebido pela Saraiva	460.885

NOSSAS LOJAS – No 4T16, a Saraiva contava com 113 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal. Em dez/16 inauguramos uma loja em Franca, importante cidade do interior de São Paulo. Já em 2017 inauguramos, em janeiro, uma loja localizada no North Shopping Fortaleza, e reinauguramos a loja localizada no Brascan Open Mall (São Paulo/SP) no último dia 15 de março, onde ajustamos nosso mix de categorias e serviços ao público da região e instalamos uma operação de café (Havanna).

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

- Uma loja localizada no Park Shopping Canoas (RS) com inauguração prevista para out/17 e com área de vendas de 430 m²;
- Uma loja localizada no Shopping Metro Itaquera (SP) com inauguração prevista para o nov/17 e com área de vendas de 447 m²;
- Uma loja localizada no Shopping Estação Cuiabá (MT) com inauguração prevista para 2018 e com área de vendas de 659 m².

Nosso foco continua sendo a extração de maior valor dos ativos existentes. Nesse contexto, ainda em 2017 pretendemos seguir com essa estratégia e já temos reduções de lojas contratadas nos Shoppings Tamboré (Barueri/SP) e Iguatemi Campinas (Campinas/SP).

Encerramos, em fev/17, as atividades da loja no IBMEC (127 m² de área de vendas), localizada no Rio de Janeiro.

LEV – O leitor digital (*e-reader*) portátil da Saraiva, LEV, lançado em ago/14, 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 4T16, o total de 16 mil livros publicados versus 11 mil livros publicados até o 4T15. A vantagem dessa ferramenta é a comercialização do livro digital no maior site de varejo de conteúdo do Brasil. Em média no trimestre, mais de 11 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 13,8 milhões de clientes associados ao final do 4T16 versus 12,3 milhões de clientes no 4T15.

MERCADO DE CAPITAIS

Os indicadores a seguir resumem a movimentação das ações da Saraiva no ano de 2016 em comparação com o ano de 2015.

Indicadores ^(*)	2016	2015	Var.
Quantidade de Negócios ¹	60.543	102.585	-41,0%
Participação nos Pregões - % ¹	100,0	100,0	0,0%
Quantidade Negociada – mil ¹	55.797	51.112	9,2%
Volume negociado – R\$ mil ¹	214.081	231.031	-7,3%
Preço da ação (PN) – R\$ ¹	3,71	4,93	-24,7%
Preço da ação (ON) – R\$	10,00	5,00	100,00%
Total de Ações em Circulação – mil	26.686	26.686	0,0%
Valor de Mercado – R\$ milhões	159,6	132,2	20,7%

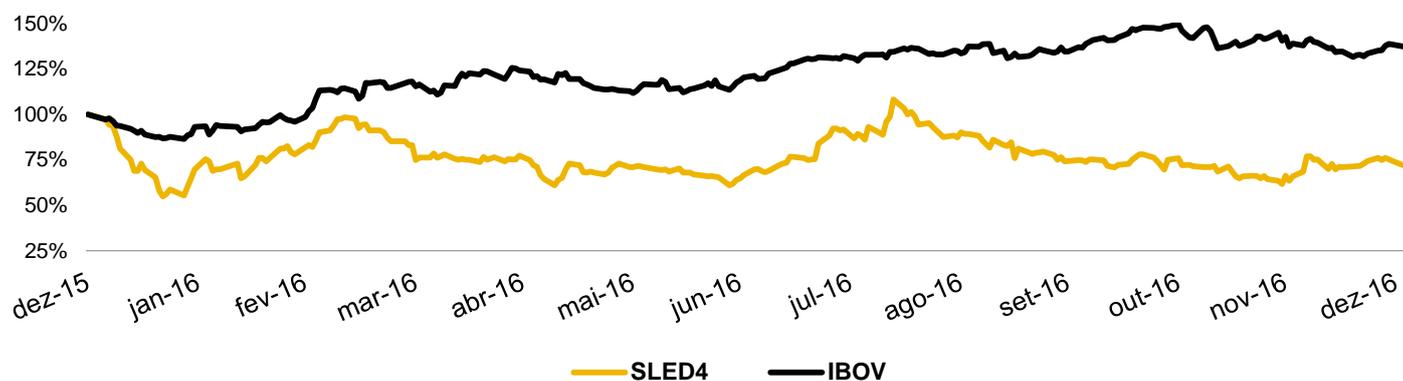
Fonte: BM&FBOVESPA

¹ Referente ação PN (SLED4)

(*) Não revisado pelos auditores independentes

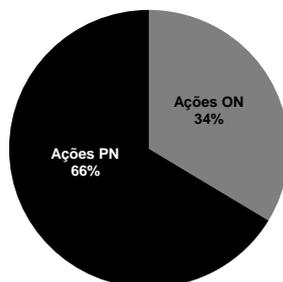
As ações preferenciais (SLED4) apresentaram uma desvalorização de 24,7% durante 2016. No mesmo período o Ibovespa apresentou variação positiva de 38,9%. Em 31/12/2016 o valor de mercado da Saraiva era de R\$ 159,6 milhões.

SLED4 versus IBOVESPA
Base 100 = 30/12/2015



ESTRUTURA ACIONÁRIA

O capital social subscrito e realizado da Saraiva era de R\$ 279,9 milhões em 31 de dezembro de 2016, representado por 26.701.745 ações, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal, das quais 9.622.313 são ações ordinárias (ON), e 17.079.432 são ações preferenciais (PN). A Companhia mantém 15.700 ações ordinárias em tesouraria.



DIVIDENDOS

O Conselho de Administração, em reunião realizada no dia 27 de março de 2017, apresentou proposta de distribuição do dividendo obrigatório retido do exercício social de 2015 no valor de R\$ 4,8 milhões, correspondente ao valor bruto de R\$ 0,18 por ação e equivalente a 22% do saldo da Reserva Especial para Dividendo Obrigatório Não Distribuído, constituída nos termos do art. 202, §§ 4º e 5º, da Lei nº 6.404/76, conforme deliberação tomada na Assembleia Geral Ordinária da Companhia realizada em 28/04/2016. O Conselho de Administração propôs, também, fixar o dia 15 de dezembro de 2017 como a data de pagamento desses dividendos. Cabe esclarecer que a matéria deverá ser objeto de deliberação pela Assembleia Geral Ordinária prevista para ocorrer em 28/04/2017.

COLABORADORES

Finalizamos o ano de 2016 com 3.860 colaboradores (4.531 em dezembro de 2015). As ações estratégicas da área de Recursos Humanos focaram os pilares de desenvolvimento, engajamento, diversidade e eficiência/produktividade. Nesse contexto, os destaques em 2016 foram:

- Criação do novo portal corporativo, visando melhorar os canais internos de comunicação;
- Implementação do “Jeito Saraiva de Atender”, importante orientação e padronização dos times de lojas;
- Lançamento da nova plataforma de EAD (ensino a distância) para treinamento, acessível a todos os colaboradores. Diversos cursos foram disponibilizados, com mais de 3,4 mil participações em 2016 e 93% de índice de favorabilidade;
- Início da implantação do Projeto de Cultura, com o objetivo de identificar a cultura atual e realinhar os valores, processos e símbolos de acordo com o propósito e a cultura desejada, para assegurar o sucesso do programa de transformação da Companhia.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Em linha com as melhores práticas de Governança Corporativa, desde o final de 2013, a Companhia possui uma área de Governança, responsável por concentrar e organizar os controles internos da Companhia. Essa Diretoria possui também uma área de Proteção de Ativos subdividida em Prevenção de Perdas, Canal de Denúncias e Processos de Inventário.

A Auditoria Interna estabeleceu como meta aplicar as melhores práticas, em linha com empresas que possuem alto nível de governança no mercado. Desta forma, ficou estabelecida a estruturação e direcionamento dos trabalhos da Auditoria Interna com foco em riscos, priorizando aqueles mais críticos e que impactam diretamente os objetivos de negócios e planejamento estratégico da Companhia.

Foi iniciada no final de 2014 e realizada durante o ano de 2015 uma Análise Geral de Riscos (AGR), com o objetivo de identificar, classificar e detalhar os principais riscos envolvidos nas atividades, áreas e estrutura da Companhia e qualificadores de risco que evidenciam sua exposição.

A Análise Geral de Riscos (AGR) foi revisada e aprovada pelo Conselho de Administração da Companhia, apesar de não estar formalmente estabelecida uma Política de Gestão de Riscos. A área de Governança auxilia a

Administração no mapeamento, análise e no devido tratamento dos eventos de risco que possam afetar os negócios da Companhia.

O resultado desse projeto propiciou a definição de um plano anual de Auditoria Interna para 2016 com foco em riscos, que foi aprovado pela Diretoria de Governança e Presidência da Companhia.

SUSTENTABILIDADE E AÇÕES SOCIAIS

A Saraiva também canaliza recursos para o Instituto Jorge Saraiva (IJS), uma instituição de ensino sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento integral de crianças com idades entre dois e cinco anos, em seus aspectos físico, psicológico, intelectual e cognitivo.

Fundado em 2004, a primeira sede do Instituto foi instalada no bairro da Lapa, em São Paulo, e atendia inicialmente 40 crianças. Em 2008, transferiu suas instalações para a região da Freguesia do Ó, na capital paulista, ampliando sua capacidade de atendimento para 100 alunos.

Proporcionando uma alternativa de educação à comunidade, é destinado às famílias que desejam vivenciar um aprendizado de qualidade e que buscam uma formação humanista e crítica, voltada à promoção da autonomia.

De acordo com as Diretrizes e Bases da Educação Nacional e o Estatuto da Criança e do Adolescente, oferece atendimento de maternal e pré-escola, ambos em horário integral. Por meio de atividades lúdicas, os alunos são estimulados a exercitar suas capacidades motoras, a fazer descobertas e iniciar o processo de alfabetização.

AUDITORES INDEPENDENTES

As Demonstrações Contábeis Individuais e Consolidadas foram examinadas pela Grant Thornton Auditores Independentes (“Grant Thornton”).

A contratação de auditores independentes está fundamentada nos princípios que resguardam a independência do auditor, que consistem em: (a) o auditor não deve auditar seu próprio trabalho; (b) não exercer funções gerenciais; e (c) não advogar pela Saraiva ou prestar quaisquer serviços que possam ser considerados proibidos pelas normas vigentes.

O valor total contabilizado relacionado a honorários com auditoria externa para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2016 foi de R\$ 516 mil.

ADERÊNCIA À CÂMARA DE ARBITRAGEM DO MERCADO

Com a adesão ao Nível 2, a Companhia, seus acionistas e administradores obrigam-se a resolver, por meio de arbitragem, todos os conflitos estabelecidos na Cláusula Compromissória constante do Estatuto Social nos termos do Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado da BM&FBOVESPA.

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA SOBRE AS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

Em cumprimento ao disposto no artigo 25 da Instrução CVM n. 480/09, a Diretoria declara que revisou, discutiu e concorda com as Demonstrações Contábeis Individuais e Consolidadas da Companhia, autorizando sua conclusão nesta data.

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA SOBRE O RELATÓRIO DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Em cumprimento ao disposto no artigo 25 da Instrução CVM n. 480/09, a Diretoria declara que revisou, discutiu e concorda com as opiniões expressas no relatório dos auditores independentes sobre as Demonstrações Contábeis Individuais e Consolidadas, emitido nesta data.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todos os acionistas, clientes, fornecedores, instituições financeiras, colaboradores e comunidades pelo apoio dado em 2016, sem o qual não teríamos construído os avanços conquistados.

São Paulo, 27 de março de 2017.
A Administração

ANEXO – VAREJO

<i>R\$ mil</i>	4T16	4T15	A/A	3T16	T/T
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e equivalentes de caixa / Aplicações financeiras	125.133	185.906	-32,7%	78.316	59,8%
Contas a receber de clientes	357.494	230.829	54,9%	288.857	23,8%
Estoques	292.045	289.024	1,0%	299.104	-2,4%
Impostos e contribuições a recuperar	173.195	135.030	28,3%	162.137	6,8%
Instrumentos financeiros derivativos	17.305	37.344	-53,7%	17.420	-0,7%
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Outros ativos realizáveis a longo prazo	93.774	106.400	-11,9%	87.323	7,4%
Instrumentos financeiros derivativos	4.326	45.905	-90,6%	8.443	-48,8%
Investimentos	135	135	0,0%	135	0,0%
Imobilizado	66.885	72.977	-8,3%	68.038	-1,7%
Intangível	168.249	120.851	39,2%	117.128	43,6%
PASSIVO CIRCULANTE					
Empréstimos e financiamentos	189.666	310.795	-39,0%	180.355	5,2%
Fornecedores	402.480	327.744	22,8%	256.925	56,7%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	-	-
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Partes Relacionadas	11.833	128.055	-90,8%	-	0,0%
Empréstimos e financiamentos	146.732	332.011	-55,8%	177.546	-17,4%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	0,0%	-	0,0%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	481.583	362.087	33,0%	492.158	-2,1%

INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

A Teleconferência sobre os resultados do 4T16 da Saraiva, conduzida em português com tradução simultânea, será realizada no dia **29 de março de 2017**, 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: 4046245# (Português) e 3412338# (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.