



**SARAIVA**  
**RELEASE DE RESULTADOS 3T15**

## SENHORES ACIONISTAS,

Saraiva S.A. Livreiros Editores (BM&FBOVESPA: SLED3 e SLED4), um dos maiores varejistas de conteúdo com foco em educação e cultura e uma das mais importantes editoras do Brasil, anuncia seus resultados financeiros para o terceiro trimestre, encerrado em 30 de setembro de 2015.

As informações contábeis contidas neste documento referem-se ao **terceiro trimestre de 2015 (3T15)** e as comparações feitas em relação ao mesmo período do ano anterior, exceto quando indicado de outra forma.

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

O segmento editorial, em função do contrato de compra e venda, celebrado em 18 de junho de 2015, está apresentado nas informações trimestrais individuais e consolidadas como ativo mantido para a venda e, portanto, as informações financeiras não estão refletidas no Relatório da Administração.

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

## DESTAQUES VAREJO

- A Receita Líquida do Varejo somou R\$ 386 milhões (queda de 4,3% em relação ao 3T14).
- As vendas comparáveis da rede de lojas físicas (SSS) mostraram crescimento de 0,8% no 3T15 *versus* 3T14.
- Margem bruta de 32,6% no 3T15, 170 bps acima do obtido no 3T14 (30,9%), crescendo pelo segundo trimestre consecutivo.
- Despesas Operacionais 0,6% inferiores no 3T15 quando comparadas com o 3T14, refletindo o plano de ação voltado à racionalização de gastos.
- O EBITDA no 3T15 foi negativo em R\$ 5 milhões (3T14 negativo em R\$ 7 milhões).
- Geração de Fluxo de Caixa Livre (antes do resultado financeiro) positiva em R\$ 38 milhões no 3T15, superior aos R\$ 16 milhões registrados no 3T14.
- Fechamento da unidade localizada no Shopping Liberty Mall, na cidade de Brasília, em linha com a estratégia de encerrar operação de lojas com baixa perspectiva de geração de valor.
- Primeiro lugar na categoria Livrarias no prêmio Índice de Experiência Estadão, do jornal O Estado de S. Paulo, que elegeu os melhores prestadores de serviços do Brasil.

## DESTAQUES NEGÓCIOS EDITORIAIS

- Divulgação do resultado final do PNLD 2016, onde a Saraiva alcançou um volume total de venda de 15,3 milhões de livros, correspondente a R\$ 120 milhões. Vale destacar o *market share* de 18,1% para a nova escolha do ensino fundamental I, que representou um expressivo crescimento em relação aos 10% obtidos no último programa comparável.

## EVENTOS SUBSEQUENTES

- No início de novembro, o CADE aprovou, sem restrições, a venda de 100% dos ativos editoriais e de educação para a Somos Educação. Conforme contrato de compra e venda assinado em 18 de junho de 2015, o valor da transação (*Enterprise Value*) é de R\$ 725 milhões, corrigidos pelo CDI entre a assinatura e o fechamento da transação, com expectativa de conclusão até o final de 2015.
- Ao longo do mês de outubro, dentro do nosso plano de redução de despesas, desocupamos um imóvel onde ficavam as nossas áreas de Televendas e Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), transferindo-as para a nossa sede.

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

Varejo	9M15	9M14	A/A	3T15	3T14	A/A	2T15	T/T
Receita Bruta	1.355.474	1.385.407	-2,2%	415.546	426.723	-2,6%	415.033	0,1%
Receita Líquida	1.274.401	1.306.202	-2,4%	385.776	402.985	-4,3%	389.984	-1,1%
Lojas	890.451	892.977	-0,3%	270.033	268.555	0,6%	275.754	-2,1%
<i>E-commerce</i>	383.949	413.225	-7,1%	115.743	134.430	-13,9%	114.230	1,3%
Lucro Bruto	420.005	424.207	-1,0%	125.694	124.373	1,1%	129.869	-3,2%
Margem Bruta (%)	33,0%	32,5%	0,5 p.p.	32,6%	30,9%	1,7 p.p.	33,3%	-0,7 p.p.
Despesas Operacionais	(421.617)	(396.260)	6,4%	(130.850)	(131.698)	-0,6%	(137.532)	-4,9%
EBITDA	-1.612	27.947	-	(5.156)	(7.325)	-29,6%	(7.663)	-32,7%
Margem EBITDA (%)	-0,1%	2,1%	-2,3 p.p.	-1,3%	-1,8%	0,5 p.p.	-2,0%	0,6 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido <sup>1</sup>	(58.663)	(23.361)	151,1%	(26.474)	(20.468)	29,3%	(23.134)	14,4%
Margem Líquida (%)	-4,6%	-1,8%	-2,8 p.p.	-6,9%	-5,1%	-1,8 p.p.	-5,9%	-0,9 p.p.
Crescimento Lojas (SSS)	-1,1%	8,4%	-9,5 p.p.	0,8%	2,9%	-2,1 p.p.	2,9%	-2,1 p.p.
Crescimento <i>E-commerce</i>	-7,1%	0,2%	-7,3 p.p.	-13,9%	1,7%	-15,6 p.p.	-5,8%	-8,1 p.p.
Cresc. <i>E-commerce</i> ex-eletro	-4,9%	2,1%	-6,9 p.p.	-13,7%	4,0%	-17,6 p.p.	-1,5%	-12,2 p.p.
Quantidade de Lojas - Final do período	114	115	-0,9%	114	115	-0,9%	114	0,0%
Área de Vendas - Final do período (m²)	62.692	62.956	-0,4%	62.692	62.956	-0,4%	62.692	0,0%

Nota: 1. Lucro líquido antes da equivalência patrimonial

## COMENTÁRIO DO DESEMPENHO

---

Os indicadores de atividade econômica e da confiança do consumidor continuam demonstrando queda e refletem o ambiente recessivo que estamos atravessando. Mesmo diante de um cenário macroeconômico bastante desafiador, o desempenho obtido no 3T15 começa a mostrar sinais importantes de melhoria da eficiência operacional.

No conceito mesmas lojas, tivemos crescimento de 0,8% no período, desempenho superior ao demonstrado pela Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE, com o varejo registrando, no 3T15 versus o 3T14, queda de 5,7% no geral e de 12,2% nas categorias livros, revistas e papelaria. A *performance* de vendas de nossas lojas tem mostrado a resiliência do nosso negócio, refletindo o atual posicionamento de mercado e a força e tradição da nossa marca.

Entendemos que, mesmo diante da crise, existem oportunidades interessantes para agregar valor ao nosso modelo de negócios e ampliar a experiência de compra de nossos clientes. Ações como o Projeto 25, que já transformou o sortimento em 22 das 25 lojas programadas para recebê-lo, com a introdução das categorias *games* e telefonia, em investimentos conjuntos com a indústria, continuam a obter resultados promissores em termos de aumento das vendas por m<sup>2</sup>.

Ainda na estratégia de sortimento, temos alguns projetos em desenvolvimento, com destaque para o início do *rollout* da categoria “bomboniere”, previsto para o 4T15. Além disso, estamos em fase de estudos para outras categorias e temos expectativa de implementar alguns projetos piloto ao longo de 2016.

Dentro das ações de melhoria da experiência de compra dos nossos clientes, implementamos um projeto diferenciado com venda assistida na categoria *games* em três lojas, com resultados iniciais bem positivos.

Um destaque importante do resultado do 3T15 foi a continuidade da melhora da margem bruta, tendo alcançado 32,6% no trimestre, um aumento de 170 bps quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Esse desempenho reflete o plano de ação que vem sendo desenvolvido, com a estruturação das áreas de abastecimento e planejamento comercial e o aperfeiçoamento das ferramentas e algoritmos que tem contribuído para maior assertividade na precificação e sortimento. Vale lembrar ainda o contexto extremamente competitivo enfrentado, em especial no canal de *e-commerce*, o que valoriza ainda mais o resultado obtido. Reiteramos o nosso compromisso na comercialização de produtos e serviços com rentabilidade, combinando a satisfação dos clientes com geração de valor aos acionistas.

O 3T15 marca uma importante inflexão no comportamento das despesas. Mesmo em um ambiente com pressões inflacionárias, conseguimos iniciar o processo de captura de eficiência das ações desenvolvidas a partir do início do ano e alcançamos redução do nível de despesas em relação ao mesmo período do ano anterior. Estamos cientes de que a busca contínua de ganhos de eficiência por meio da racionalização de gastos e mudança de processos é fundamental para a melhoria dos nossos resultados. Além da implementação do orçamento matricial realizada no 1S15, agregamos diversas outras medidas, em especial a renegociação de contratos e ações de melhoria de produtividade. Esperamos com esse conjunto de medidas uma redução anualizada, excluindo despesas não recorrentes e custos de implantação, de cerca de R\$ 50 milhões.

Demos continuidade aos esforços no desenvolvimento de ações que reflitam os pilares que definirão o sucesso da estratégia de nossos negócios: Experiência do Cliente, Gestão de Estoques, Nível de Despesas, Instrumentos de Gestão e Engajamento dos Colaboradores. Toda a empresa está mobilizada, focada e envolvida com metas claras para que tenhamos excelência em cada um desses alicerces.

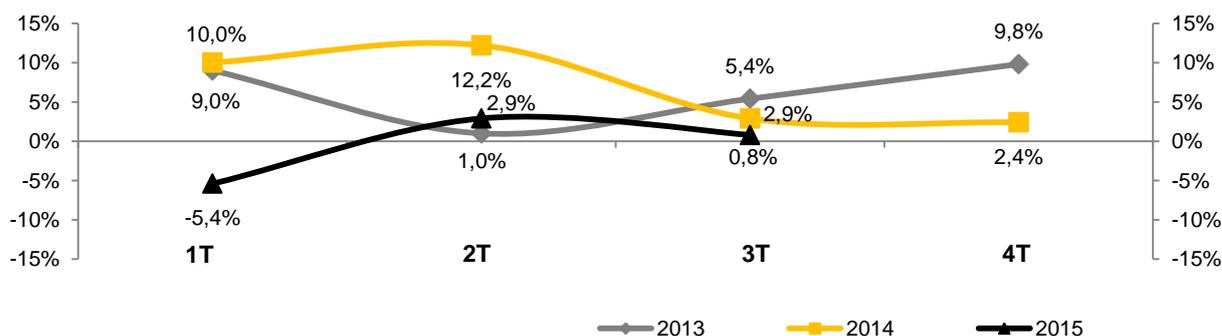
Em linhas gerais, o resultado do 3T15 nos deixa ainda mais confiantes para a construção de bases sólidas visando garantir nosso crescimento sustentável. As vendas tiveram desempenho razoável se analisarmos na perspectiva do contexto macroeconômico. Melhoramos a margem bruta e colhemos os primeiros frutos com as iniciativas para redução de despesas. E o mais importante, apresentamos uma significativa melhora na geração de fluxo de caixa livre. Estamos cientes de que a deterioração do cenário econômico deve proporcionar desafios ainda maiores nos próximos meses, mas temos convicção de que estamos preparando a Saraiva para um novo ciclo de geração de valor.

# RESULTADOS SEGMENTO DE NEGÓCIOS VAREJO

**RECEITA** – A receita líquida do Varejo somou R\$ 386 milhões no 3T15, queda de 4,3% na comparação anual.

**RECEITA LOJAS FÍSICAS** – A receita de vendas de lojas cresceu 0,6% no 3T15 e 0,8% no conceito de lojas comparáveis. Analisando relativamente no contexto da forte retração econômica, o desempenho é positivo e supera indicadores de mercado importantes, como o dado de vendas do comércio varejista, que registrou queda de 5,7% no 3T15 *versus* o 3T14 (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 1,7% em setembro (fonte: Ibope).

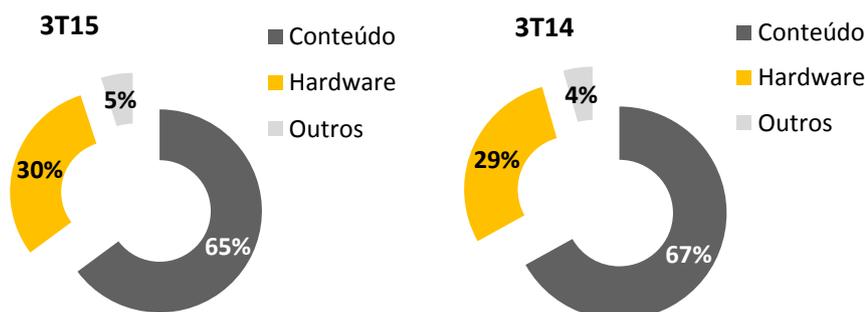
**Gráfico 1. Desempenho das Vendas – Crescimento Nominal das Lojas Comparáveis (por trimestre)**



**RECEITA E-COMMERCE** – No 3T15, as vendas por meio do site Saraiva.com somaram R\$ 116 milhões, queda de 13,9% na comparação anual. Excluindo a venda de eletroeletrônicos e eletroportáteis, o volume de vendas recuou 13,7% na comparação com o 3T14, devido à baixa demanda, e ao direcionamento da Companhia na preservação das margens, com oferta de produtos e serviços acompanhada de rentabilidade.

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 30% no 3T15 (*versus* 33% no 3T14).

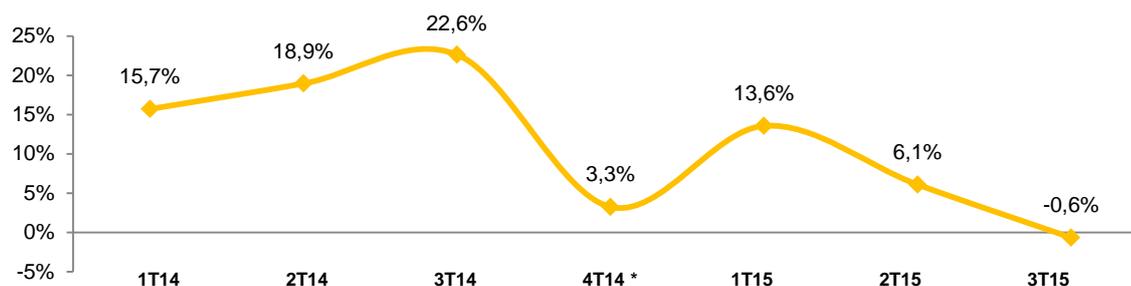
**Gráfico 2. Receita Bruta do Varejo por segmento (R\$ milhões)**



**RESULTADO BRUTO** – O resultado bruto do Varejo atingiu, no 3T15, R\$ 126 milhões, 1,1% superior ao resultado do 3T14. A margem bruta apresentou importante aumento de 170 bps, passando de 30,9%, no 3T14, para 32,6%, no 3T15.

**DESPESAS OPERACIONAIS** – A linha de despesas operacionais no Varejo totalizou R\$ 131 milhões, representando uma queda de 0,6% se comparado aos R\$ 132 milhões reportados no 3T14 e recuo de 4,9% comparado ao trimestre imediatamente anterior. Conforme o esperado, o conjunto de ações que vem sendo executado começou a surtir efeitos importantes no 3T15 e permanecemos focados na busca por ganhos contínuos de eficiência. Por isso a expectativa é de continuidade na melhoria da produtividade por meio da otimização de gastos e mudanças de processos.

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



\* Exclusão dos itens não recorrentes reportados no 4T13

**EBITDA** – O EBITDA do Varejo totalizou resultado negativo de R\$ 5 milhões no 3T15 *versus* R\$ 7 milhões negativos no 3T14.

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

Varejo	9M15	9M14	A/A	3T15	3T14	A/A	2T15	T/T
<b>Lucro Líquido (Prejuízo)<sup>1</sup></b>	<b>(58.663)</b>	<b>(23.361)</b>	<b>151%</b>	<b>(26.474)</b>	<b>(20.468)</b>	<b>29%</b>	<b>(23.134)</b>	<b>14%</b>
(+) Resultado financeiro	58.607	36.397	61%	25.764	14.296	80%	17.844	44%
(+) IR / CSLL	(28.666)	(10.324)	178%	(13.071)	(9.611)	36%	(11.526)	13%
(+) Depreciação e amortização	27.110	25.235	7%	8.625	8.458	2%	9.153	-6%
<b>EBITDA</b>	<b>(1.612)</b>	<b>27.947</b>	<b>-</b>	<b>(5.156)</b>	<b>(7.325)</b>	<b>-30%</b>	<b>(7.663)</b>	<b>-33%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>-0,1%</b>	<b>2,1%</b>	<b>-2,3p.p.</b>	<b>-1,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>0,3p.p.</b>	<b>-2,0%</b>	<b>0,6p.p.</b>

Nota: 1. Lucro líquido antes da equivalência patrimonial

**CAPITAL DE GIRO** – A relação capital de giro/receita líquida passou de 21,6%, no 3T14, para 22,3%, no 3T15. O ciclo operacional do Varejo foi de 91 dias no 3T15 contra 90 dias no 3T14. O contas a receber passou de 55 dias, no 3T14, para 57 dias, no 3T15. O prazo médio de cobertura de estoques aumentou em sete dias, passando de 98 dias, no 3T14, para 105 dias, no 3T15. O prazo de pagamento a fornecedores aumentou sete dias, passando de 64 dias, no 3T14, para 71 dias, no 3T15. Continuamos com as iniciativas para a redução do ciclo operacional, com foco na liberação do capital empregado, com expectativa de capturar os ganhos a partir de 2016.

**RECEITA (DESPESA) FINANCEIRA LÍQUIDA** – O resultado financeiro líquido foi uma despesa de R\$ 26 milhões no 3T15 contra R\$ 14 milhões no 3T14, refletindo o aumento do saldo médio da dívida e também o aumento das taxas de referência para o endividamento bancário (SELIC e TJLP).

**LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO** – O prejuízo líquido do Varejo, antes da equivalência patrimonial, foi de R\$ 26 milhões no 3T15 *versus* prejuízo líquido de R\$ 20 milhões no 3T14, por conta dos efeitos mencionados.

**INVESTIMENTOS (CAPEX)** – Os investimentos efetuados no Varejo totalizaram R\$ 5 milhões no 3T15 *versus* R\$ 12 milhões no 3T14. 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** – Em 30 de setembro de 2015, o Varejo possuía R\$ 152 milhões em caixa e equivalentes contra R\$ 70 milhões em comparação ao saldo no 3T14, e R\$ 18 milhões no 2T15.

Vale destacar a melhora no perfil da dívida bancária total, excluindo-se o empréstimo de mútuo entre Varejo e Editora, que agora conta com 59% dos vencimentos concentrados no longo prazo. No 3T14 esse montante era de 13% e no 2T15 chegou a 54%.

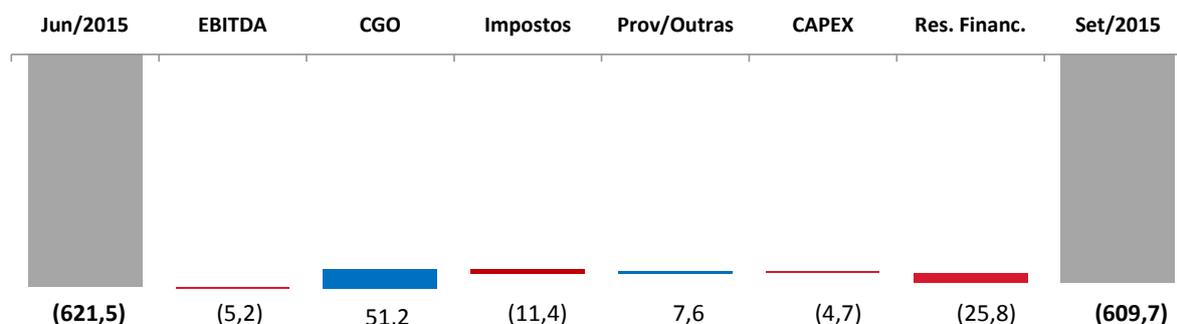
O endividamento líquido também apresentou melhora no período, refletindo a melhor geração de caixa, reduzindo de R\$ 621 milhões no 2T15 para R\$ 610 milhões no 3T15 (-2%). Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, que possuem liquidez imediata, a dívida líquida encerrou o 3T15 em R\$ 388 milhões *versus* R\$ 342 milhões no 2T15.

Tabela 3. Evolução dos principais indicadores de endividamento do VAREJO monitorados pela Companhia (R\$ mil)

Varejo	3T15	3T14	A/A	2T15	T/T
<b>Tipo de Transação</b>					
Linha BNDES	57.877	85.218	-32%	78.593	-26%
Capital de Giro/outros	662.179	420.900	57%	558.046	19%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>720.056</b>	<b>506.118</b>	<b>42%</b>	<b>636.640</b>	<b>13%</b>
Mútuo com Editora	151.878	-	-	92.810	64%
Curto Prazo	235.515	439.829	-46%	249.193	-5%
Longo Prazo	332.663	66.289	402%	294.637	13%
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>151.771</b>	<b>69.947</b>	<b>117%</b>	<b>18.015</b>	<b>&gt;500%</b>
Contas a Pagar Aquisição de Empresas	2.942	-	-	2.845	3%
Antecipação de Recebíveis	38.468	2.541	>500%	-	-
<b>Dívida Líquida Antes dos Recebíveis</b>	<b>609.696</b>	<b>438.712</b>	<b>39%</b>	<b>621.470</b>	<b>-2%</b>
Recebíveis de Cartão de Crédito	221.710	252.111	-12%	279.748	-21%
<b>Dívida Líquida Após os Recebíveis</b>	<b>387.986</b>	<b>186.601</b>	<b>108%</b>	<b>341.721</b>	<b>14%</b>
<b>Patrimônio Líquido (PL)</b>	<b>157.819</b>	<b>269.814</b>	<b>-42%</b>	<b>230.044</b>	<b>-31%</b>

O gráfico a seguir demonstra os principais direcionadores de variação da dívida líquida no trimestre.

Gráfico 4. Decomposição da Dívida Líquida Antes dos Recebíveis 3T15 versus 2T15 (R\$ milhões)



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

Tabela 4. Fontes de financiamento para capital de giro e investimentos utilizadas e respectivos vencimentos (R\$ mil)

Varejo	Custo médio	Total	Até 2015	Até 2016	Até 2017	Após 2017
<b>Tipo de Transação</b>						
Linha BNDES <sup>1</sup>	11,0%	57.877	-	3.004	9.983	44.890
Capital de Giro/outros	16,1%	662.179	221.550	206.534	156.813	77.282
<b>Dívida Total</b>	<b>15,7%</b>	<b>720.056</b>	<b>221.550</b>	<b>209.538</b>	<b>166.796</b>	<b>122.172</b>

Nota 1: Custo médio ao final do 3T15 do saldo do contrato com o BNDES (2014), sem levar em conta o custo de fiança bancária e considerando a TJLP em 6,5% a.a. e SELIC em 14,25% a.a.

A tabela a seguir apresenta a dívida líquida consolidada do Grupo Saraiva em 30 de setembro de 2015 (incluindo os ativos e passivos mantidos para venda), que somava R\$ 786 milhões contra R\$ 575 milhões no 3T14 e R\$754 milhões no 2T15.

Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, a dívida líquida encerrou o 3T15 em R\$ 564 milhões contra R\$323 milhões no 3T14 e R\$ 474 milhões no 2T15.

**Tabela 5. Evolução dos principais indicadores de endividamento CONSOLIDADO monitorados pela Companhia (R\$ mil)**

<b>Consolidado</b>	<b>3T15</b>	<b>3T14</b>	<b>A/A</b>	<b>2T15</b>	<b>T/T</b>
<b>Tipo de Transação</b>					
Empréstimos e Financiamentos (Varejo)	720.056	506.118	42%	636.640	13%
(+) Contas a Pagar Aquisição de Empresas	2.942	-	-	2.845	3%
(+) Antecipação de Recebíveis	38.468	2.541	>500%	0	-
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa (Varejo)	151.771	69.947	117%	18.015	>500%
<b>Dívida Líquida Varejo</b>	<b>609.696</b>	<b>438.712</b>	<b>39%</b>	<b>621.470</b>	<b>-2%</b>
(-) Mútuo com Editora	151.878	-	-	92.810	64%
(+) Passivos Mantidos p/ Venda (Saraiva Educação)	325.608	-	-	329.349	-1%
(-) Ativos Mantidos p/ Venda (Saraiva Educação)	5.521	-	-	20.619	-73%
(+) Empréstimos e Financiamentos (Editora)	22.313	217.284	-90%	65.356	-66%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa (Editora)	14.462	80.835	-82%	148.632	-90%
<b>Dívida Líquida Consolidada Antes dos Recebíveis</b>	<b>785.756</b>	<b>575.161</b>	<b>37%</b>	<b>754.114</b>	<b>4%</b>
Recebíveis de Cartão de Crédito	221.710	252.111	-12%	279.748	-21%
<b>Dívida Líquida Consolidada Após os Recebíveis</b>	<b>564.046</b>	<b>323.050</b>	<b>75%</b>	<b>474.364</b>	<b>19%</b>

**NOSSAS LOJAS** – No 3T15, a Saraiva contava com 114 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal, sendo três delas em formato aeroporto.

Para o 4T15, não temos expectativa de abertura de lojas. As unidades de Viracopos, cuja contratação ocorreu no início de 2014, com cerca de 400 m<sup>2</sup>, estão com as obras do aeroporto atrasadas, ainda sem data de inauguração definida.

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. Houve encerramento das atividades da loja localizada no Shopping Liberty Mall, em Brasília, e temos previsão de fechamento de mais uma loja em 2015.

**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 486 mil títulos em língua estrangeira e 57 mil títulos em português.

**PUBLIQUE-SE!** – O Publique-se! completou, no 3T15, o total de 4,5 mil livros publicados *versus* 3,0 mil livros publicados até o 3T14. 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 11,8 milhões de clientes associados ao final do 3T15 *versus* 10,1 milhões de clientes no 3T14.

# SARAIVA EDUCAÇÃO

---

A Saraiva Educação, denominação atual dos ativos editoriais e de educação aglutinados em uma única sociedade, por meio de reorganização societária dos acervos líquidos anteriormente distribuídos na Editora Saraiva e na Editora Érica, atua nos segmentos de educação básica e educação superior, além da linha de *trade*.

Possuindo relevância destacada no mercado editorial brasileiro, 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. Atua no mercado por meio dos selos Saraiva, Atual, Formato, Benvirá, Caramelo e os sistemas de ensino Ético e Agora, além das operações da Editora Érica.

A Saraiva Educação tem investido de modo a 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. Dessa forma, tem buscado oferecer soluções estruturadas e com maior valor agregado, adicionando tecnologia e serviços aos consagrados conteúdos desenvolvidos por seus grandes autores, promovendo novos negócios que adicionam receitas recorrentes e ampliam a base de alunos.

Um destaque importante do período foi o excelente desempenho obtido no PNLD 2016, alcançando o *market share* de 18% na nova escolha do ensino fundamental I. Esse resultado reflete a assertividade nos investimentos realizados nos últimos anos com o objetivo de ampliar a relevância da Saraiva nesse segmento.

O valor total do contrato no âmbito do PNLD 2016 (reposição e nova escolha) alcançou R\$ 120 milhões. Desse total, faturamos R\$ 66 milhões no 3T15, sendo que R\$ 9 milhões foram pagos no próprio trimestre e temos expectativa de receber a diferença no 4T15. O restante do contrato, no valor de R\$ 54 milhões, está sendo faturado no 4T15, com previsão de recebimento entre o 4T15 e o 1T16.

Houve, dentro do contexto da otimização da estrutura de capital da Companhia, a assinatura do contrato de compra e venda da Saraiva Educação para a Somos Educação (anteriormente denominada Abril Educação).

Destacamos o empenho e comprometimento de todos os colaboradores na preparação e organização deste movimento para o fechamento da operação de compra e venda, que esperamos que se concretize, provavelmente no encerramento do 4T15, após o cumprimento das condições precedentes usuais para esse tipo de transação.

## ANEXO - VAREJO

<i>R\$ mil</i>	<b>3T15</b>	<b>3T14</b>	<b>A/A</b>	<b>2T15</b>	<b>T/T</b>
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e bancos	151.771	69.947	117,0%	18.015	>500%
Contas a receber de clientes	229.174	255.495	-10,3%	286.245	-19,9%
Estoques	335.737	321.580	4,4%	345.437	-2,8%
Impostos e contribuições a recuperar	160.503	132.659	21,0%	151.488	6,0%
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Realizável a longo prazo	118.489	63.120	87,7%	101.688	16,5%
Investimentos	24.223	190	>500%	6.152	293,7%
Imobilizado	75.726	83.701	-9,5%	79.055	-4,2%
Intangível	119.683	122.341	-2,2%	120.701	-0,8%
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e financiamentos	235.516	439.829	-46,5%	249.193	-5,5%
Fornecedores	219.677	225.335	-2,5%	196.834	11,6%
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empresas controladora e controladas	151.878	-	-	92.810	63,6%
Empréstimos e financiamentos	332.663	66.289	401,8%	294.637	12,9%
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>157.819</b>	<b>269.814</b>	<b>-41,5%</b>	<b>230.044</b>	<b>-31,4%</b>

# INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

---

A Teleconferência sobre os resultados do 3T15 da Saraiva, conduzida em português com tradução simultânea, será realizada no dia 13 de novembro de 2015, 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](http://www.saraivari.com.br)

## TELECONFERÊNCIA EM PORTUGUÊS COM TRADUÇÃO SIMULTÂNEA PARA O INGLÊS

### Horários:

Brasil BRT (Brasília): 10h30

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

Greenwich Mean Time GMT (Londres): 12h30

Central European Time CET (Madri): 13h30

### 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: 2545248# (Português) e 1896920# (Inglês)*

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

### PLATAFORMA DE WEBCAST

Português: <http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=MdVdLy2u8ZKcxh6BVfTaZg%3D%3D>

Inglês: <http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=Y7j0iMR3T1RU0auYqjWUKg%3D%3D>

**Webcast:** [www.saraivari.com.br](http://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 o território nacional. A Saraiva também edita e comercializa conteúdo, primordialmente voltado à educação, nas formas impressa, digital e por meio de sistema de ensino, da educação infantil 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.*