

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 segundo trimestre encerrado em 30 de junho de 2017 (2T17).

As informações contábeis contidas neste documento referem-se ao segundo trimestre de 2017 (2T17) 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 examinada pelos auditores independentes.

DESTAQUES

- Nova conquista de *market share*¹ na categoria de Livros (+1,7 p.p.);
- Bom desempenho no canal de *E-commerce*, com crescimento de 9,4% nas vendas brutas do 2T17;
- Redução nas Despesas Operacionais pelo sexto trimestre consecutivo, com queda de 2,0% nas despesas excluindo gastos extraordinários de reestruturação;
- Ganhos na gestão do capital de giro empregado, com melhora de 6 dias no ciclo operacional;
- Avanços no posicionamento estratégico como operação multicanal, com destaque para o crescimento do serviço *Click & Collect*, em que o cliente compra no *E-commerce* para retirar em uma de nossas lojas, atingindo 17,2% de todos os pedidos feitos no *E-commerce* no 2T17, contra 13,3% registrados no 2T16;
- Reformulação do programa de fidelidade Saraiva Plus, que passou a contar com regras ainda mais simples, atraentes e interativas, e que alcançou 14,3 milhões de clientes cadastrados ao final do 2T17, significando acréscimo de 1,5 milhão quando comparado ao 2T16;
- Conclusão, no final de jun/17, da transformação da unidade localizada no Natal Shopping em mais uma iTown, loja especializada Apple da Saraiva;
- Reforma das operações dos Shoppings Tamboré (Barueri/SP) e Anália Franco (São Paulo/SP). As duas lojas passaram por *retrofits* e ajustes de layout para inclusão da parceria com o Café Havanna e aperfeiçoamento da experiência de compra de nossos clientes;
- Contratação de operação para alongamento do perfil de nossa dívida junto ao Banco Itaú;
- Aprovação, em AGO/E realizada em 28 de abril de 2017, da proposta de distribuição parcial 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;
- Manutenção da avaliação “Nível Ótimo” no site “Reclame Aqui” (base jun/17), plataforma referência para reputação das empresas sobre nível de serviço prestado aos consumidores. Outras conquistas e importantes reconhecimentos e premiações foram:
 - Prêmio do jornal Folha de S. Paulo “*O melhor de São Paulo – Serviços*” via voto popular, pela 3ª vez consecutiva, na categoria “Livreria”;
 - Prêmio “*BR Week 2017 – As Melhores Performances do Varejo Brasileiro*”, que avaliou as redes varejistas com base em indicadores de *performance* e desempenho, no segmento de “Livrerias e Papelarias”, e também na categoria “Melhor gestão de clientes”.

¹ Dados acumulados do 2T17 vs 2T16 do mercado expandido da consultoria GFK.

EVENTOS SUBSEQUENTES

- Como resultado do foco da Companhia no aprimoramento contínuo da experiência de compra de seus clientes, registramos por dois meses consecutivos a avaliação RA1000, nível máximo de reputação que pode ser alcançado no site Reclame Aqui;
- Em jul/17, 1º lugar no ranking de empresa mais inovadora no setor “Varejo – Livrarias e Papelarias”, pelo estudo “Empresas Mais Inovadoras na Prestação de Serviços ao Cliente”, conduzido pela DOM Strategy Partners;
- Conclusão, em jul/17, da reforma da loja localizada no Shopping Iguatemi Campinas/SP, readequando o tamanho da loja para otimizar o custo operacional e melhorar a rentabilidade.

PRINCIPAIS INDICADORES

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

Varejo	1S17	1S16	A/A	2T17	2T16	A/A	1T17	T/T
Receita Bruta (Lojas + E-commerce)	945.506	947.317	-0,2%	404.189	404.975	-0,2%	541.317	-25,3%
Lojas	603.141	635.902	-5,2%	255.060	268.686	-5,1%	348.081	-26,7%
E-commerce	342.365	311.415	9,9%	149.129	136.289	9,4%	193.237	-22,8%
Receita Líquida (Lojas + E-commerce)	873.765	875.741	-0,2%	370.329	371.044	-0,2%	503.436	-26,4%
Lojas	563.226	596.408	-5,6%	236.561	250.142	-5,4%	326.664	-27,6%
E-commerce	310.539	279.333	11,2%	133.767	120.901	10,6%	176.772	-24,3%
Lucro Bruto	291.544	306.801	-5,0%	129.880	134.150	-3,2%	161.664	-19,7%
Margem Bruta (%)	33,4%	35,0%	-1,7 p.p.	35,1%	36,2%	-1,1 p.p.	32,1%	3,0 p.p.
Despesas Operacionais	(273.758)	(285.928)	-4,3%	(132.118)	(132.991)	-0,7%	(141.640)	-6,7%
Despesas Operacionais Recorrentes ¹	(266.971)	(285.928)	-6,6%	(130.350)	(132.991)	-2,0%	(136.620)	-4,6%
EBITDA	17.786	20.857	-14,7%	(2.238)	1.143	-	20.024	-
Margem EBITDA (%)	2,0%	2,4%	-0,3 p.p.	-0,6%	0,3%	-0,9 p.p.	4,0%	-4,6 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	24.573	20.857	17,8%	(470)	1.143	-	25.044	-
Margem EBITDA Ajustada (%) ¹	2,8%	2,4%	0,4 p.p.	-0,1%	0,3%	-0,4 p.p.	5,0%	-5,1 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado antes das Op. Descontinuadas ¹	(11.086)	(16.265)	-31,8%	(14.199)	(16.801)	-15,5%	3.113	-
Margem Líquida Ajustada antes das Op. Descontinuadas (%) ¹	-1,3%	-1,9%	0,6 p.p.	-3,8%	-4,5%	0,7 p.p.	0,6%	-4,5 p.p.
Res. Líq. das Op. Descontinuadas (Líqu. impostos)	(790)	1.438	-	(1.271)	1.708	-	481	-
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado ¹	(11.876)	(14.827)	-19,9%	(15.470)	(15.093)	2,5%	3.594	-
Margem Líquida Ajustada (%) ¹	-1,4%	-1,7%	0,3 p.p.	-4,2%	-4,1%	-0,1 p.p.	0,7%	-4,9 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	(16.356)	(14.827)	10,3%	(16.637)	(15.093)	10,2%	281	-
Margem Líquida (%)	-1,9%	-1,7%	-0,2 p.p.	-4,5%	-4,1%	-0,4 p.p.	0,1%	-4,5 p.p.
Crescimento Lojas (SSS - %)	-6,0%	-3,0%	-3,0 p.p.	-5,4%	-8,1%	2,7 p.p.	-6,3%	0,9 p.p.
Crescimento E-commerce	9,9%	11,6%	-1,7 p.p.	9,4%	13,8%	-4,4 p.p.	10,3%	-0,9 p.p.
Quantidade de Lojas - Final do período	111	112	-0,9%	111	112	-0,9%	110	0,9%
Área de Vendas - Final do período (m ²)	62.026	62.795	-1,2%	62.026	62.795	-1,2%	61.746	0,5%

Nota: 1. Exclui o impacto de despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade de R\$ 5,0 milhões no 1T17, R\$ 1,8 milhões no 2T17 e R\$ 6,8 milhões no 1S17.

COMENTÁRIO DO DESEMPENHO

Nossa receita bruta total permaneceu praticamente estável no 2T17 quando comparada com o mesmo período do ano anterior. Os nossos destaques positivos foram o crescimento de vendas da operação de *E-commerce* com 9,4% e, mais uma vez, o ganho em *market share*² no segmento de livros (+ 1,7 p.p.), nossa principal categoria de atuação. Além disso, a categoria de games também conquistou importante aumento na participação de mercado (+ 2,0 p.p.).

A margem bruta recuou 1,1 p.p., atingindo 35,1% no 2T17, e reflete o cenário competitivo mais acirrado no varejo online e a forte base de comparação do 2T16, que alcançou 36,2% no período.

Um destaque importante foi novamente o comportamento das despesas, que tem refletido os esforços na revisão de processos, renegociação de contratos e rigoroso controle de custos, e apresentou queda pelo sexto trimestre consecutivo. As despesas operacionais recorrentes (desconsiderando R\$ 1,8 milhão em despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade) apresentaram queda de 2,0% no período.

Vale destacar ainda os contínuos esforços para a redução do capital de giro empregado. Encerramos o 2T17 com redução em 6 dias do ciclo operacional, passando de 79 dias no 2T16 para 73 dias no 2T17.

Ao longo do 2T17 ainda recebemos premiações importantes das entidades Folha de São Paulo e BR Week, refletindo a avaliação positiva do público em quesitos como experiência de compra, satisfação dos clientes e nível de serviço prestado aos consumidores.

Na análise de desempenho por canal, temos observado *performance* bem distinta entre as lojas físicas e o *E-commerce*.

O **canal lojas físicas** tem sido mais impactado pelos efeitos da crise econômica e pelo fluxo de clientes em shopping centers, que ainda não apresenta uma evolução significativa. A receita bruta em lojas físicas manteve o desempenho já verificado no 1T17 e apresentou redução de 5,1% no 2T17. Diante desse cenário, além das ações em curso no âmbito do Projeto de Transformação, estamos desenvolvendo um plano de ação focado em aumentar o fluxo de clientes, melhorar a experiência de compra e incrementar a taxa de conversão nas lojas:

- Investimento em LIA (anúncios de inventário local). Em parceria com o Google, é uma modalidade de anúncio na web para lojas físicas com recursos de geolocalização, em que os usuários se conectam com nossos anúncios disponíveis nas lojas mais próximas;
- Utilização da ferramenta *Google Store Visits*, que mensura as visitas às lojas físicas após o impacto dos anúncios de Links Patrocinados, possibilitando o gerenciamento para otimizar o retorno dos anúncios;
- Em linha com a estratégia de desenvolvimento de nossa plataforma multicanal, iniciamos a fase 2 do projeto Saraiva Entrega. Além de viabilizar a venda de qualquer produto não encontrado na loja (Fase 1 implementada no início de 2017), as novas funcionalidades, previstas para o 3T17, possibilitarão reservar produto do estoque de outras lojas e também permitir vendas do site utilizando o estoque da própria loja para retirada.

Com o objetivo de otimizar o custo operacional e melhorar a rentabilidade das unidades existentes, em jul/17 concluímos a reforma da loja do Shopping Iguatemi Campinas (Campinas/SP) readequando a área de vendas. Temos, também, programada a conclusão do *retrofit* da loja localizada no Shopping Interlagos (São Paulo/SP), em set/17, e a readequação das lojas no Shopping Rio Sul (Rio de Janeiro/RJ) e no Shopping Morumbi (São Paulo/SP), em out/17, contribuindo para melhora da rentabilidade da operação e agregando valor à experiência de compra de nossos clientes.

Em sequência ao Projeto de sortimento, com o objetivo de melhorar a saúde do estoque existente em cada loja e aperfeiçoar os algoritmos de reabastecimento, expandimos para 38 lojas com o projeto ativo, e temos previsão de expansão para toda a rede ao longo de 2017. Ainda na gestão de sortimento, continuamos com a ampliação da categoria *bomboniere*, atualmente presente em 84 lojas, e o redesenho da categoria de acessórios e aventura e lazer, com readequação da exposição, experimentação e sortimento.

Na estratégia de oferta de serviços que agregam importante valor à experiência de compra de nossos clientes e contribuem para a fidelização e rentabilização da operação, ampliamos as unidades que oferecem o serviço de café, com 4 novas operações já inauguradas em 2017, e mais 2 operações previstas para set/17. Além disso, temos previsão de ampliação dos serviços de Troca Inteligente (buyback), programa em que o cliente pode oferecer o seu

² Dados acumulados do 2T17 vs 2T16 do mercado expandido da consultoria GFK.

aparelho antigo como forma de pagamento ao comprar um novo produto, presente hoje em 84 lojas, e da Assistência Técnica Apple, oferecida em 14 unidades atualmente.

O desempenho do **canal E-commerce** continuou demonstrando um crescimento consistente, com incremento de 9,4% na receita bruta do 2T17. Seguimos mantendo a estratégia de focar na Multicanalidade como pilar de diferenciação, com objetivo de proporcionar uma experiência *All-Line*, centrada na jornada do cliente para que a interação com a nossa Marca seja eficiente e diferenciada, independente do canal de contato.

Nesse sentido, vale destacar o crescimento da opção “Compre no site e retire na loja” (17,2% no 2T17 x 13,3% no 2T16), ressaltando que temos investido em ações que favoreçam o *cross-selling*. Outro destaque do 2T17 foi o aperfeiçoamento do 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.

Durante o 2T17 iniciamos o projeto para ampliar as parcerias estratégicas para venda de nossos produtos em sites de parceiros. Com previsão de implementação ainda em 2017, estaremos presentes em outras plataformas de grande fluxo de clientes, fortalecendo nosso posicionamento de liderança e referência no mercado de livros online.

Outra iniciativa importante desenvolvida ao longo do 2T17, e que será implementada até set/17, foi a criação da funcionalidade “Leia enquanto espera”, que permite que o cliente tenha acesso digital aos primeiros capítulos dos livros físicos adquiridos em nosso *E-commerce* enquanto aguarda o recebimento do produto.

Na jornada de **transformação digital** da Saraiva, merece destaque a reformulação de nosso programa de fidelidade Saraiva Plus, um dos maiores programas de fidelidade do varejo nacional, que agora conta com regras ainda mais simples, atraentes e interativas. Nosso novo modelo facilita o resgate e viabiliza uma estratégia direcionada para o consumidor com base no conhecimento sólido do seu comportamento e preferências, o que possibilita capturar o relevante potencial de valor que essa base rica de dados e perfis de consumo pode proporcionar. Atualmente contamos com 14,3 milhões de clientes cadastrados (+1,5 milhão clientes nos últimos 12 meses) e com mais de 83% de nosso faturamento atual identificado.

Outro destaque do período foi o lançamento da nova versão do LEV, que vem obtendo um ótimo desempenho em vendas. Com novos recursos, visual mais moderno e ainda mais leve, nosso leitor digital (*e-reader*) portátil vem com uma plataforma de livros digitais acessível para pesquisa e compra, alavancando o potencial de geração de valor na categoria de livros digitais. Em paralelo, lançamos em jul/17, nosso novo webreader, plataforma de leitura online da rede, que permite acessar todo o acervo da Saraiva por meio do navegador web do computador, sem a necessidade de fazer download de aplicativo. Esses lançamentos reforçam ainda mais nossa estratégia de oferecer para os clientes uma experiência completa no ecossistema digital da Saraiva, que ainda conta com as plataformas de auto publicação (Publique-se!), Audiolivros e venda de cartões pré-pagos de conteúdo.

De forma geral, registramos novos avanços importantes no controle e redução de despesas e na gestão do capital de giro. Em que pese o faturamento e a margem terem tido desempenho abaixo da expectativa, temos convicção que o foco no avanço do projeto de transformação e os planos de ação para melhoria da experiência de compra de nossos clientes e aumento da eficiência operacional continuarão surtindo efeitos positivos e contribuirão para aumento da rentabilidade e geração de caixa.

RESULTADOS

RECEITA – No 2T17 a receita bruta alcançou R\$ 404 milhões, em linha com o valor de R\$ 405 milhões no 2T16. A receita líquida também ficou próxima ao obtido no mesmo período do ano anterior, somando R\$ 370 milhões no trimestre.

Cabe destacar, que mesmo nesse cenário de estabilidade nas vendas, conseguimos aumentar o *market share* em 1,7 p.p. em Livros, nossa principal categoria de atuação, e 2,0 p.p. em Games.

RECEITA LOJAS FÍSICAS – A receita bruta de lojas físicas, no segundo trimestre de 2017, apresentou queda de 5,1% quando comparada ao ano anterior, e 5,4% no conceito de lojas comparáveis.

RECEITA E-COMMERCE – No 2T17 as vendas brutas do site Saraiva.com foram 9,4% superiores em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo R\$ 149 milhões no período. As vendas líquidas somaram R\$ 134 milhões, um crescimento de 10,6% na comparação em relação ao segundo trimestre de 2016.

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, atingindo 36,9% no 2T17 (*versus* 33,7% no 2T16).

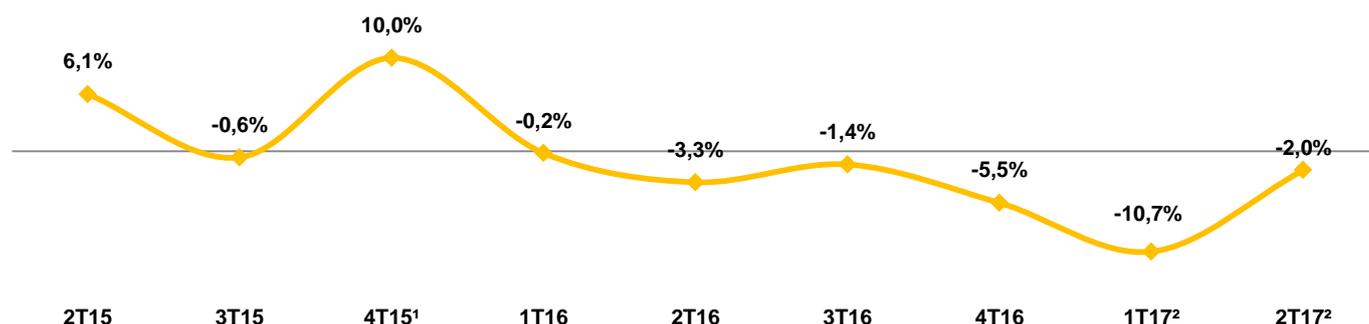
Gráfico 2. Receita Bruta do Varejo por segmento (R\$ milhões)



RESULTADO BRUTO – O resultado bruto refletiu a forte base de comparação do 2T16 atingindo R\$ 130 milhões com uma redução de 1,1 p.p. na margem bruta, que passou de 36,2% no 2T16 para 35,1% no 2T17. Ao longo do segundo trimestre de 2017 continuamos impactados pelo cenário competitivo mais acirrado no varejo online, que continua aumentando sua participação ponderada em nosso faturamento total.

DESPESAS OPERACIONAIS – A linha de despesas operacionais totalizou R\$ 132 milhões no 2T17, queda de 0,7% quando comparada aos R\$ 133 milhões reportados no 2T16. Desconsiderando o impacto de despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade ocorrido no segundo trimestre de 2017, a redução alcança 2,0%. Com redução pelo sexto trimestre consecutivo, esse desempenho nas despesas é fruto dos esforços da Companhia na melhoria da produtividade por meio da otimização de gastos, revisão de contratos e mudanças de processos.

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



¹ 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

² Exclui o impacto de despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade de R\$ 5,0 milhões no 1T17 e R\$ 1,8 milhões no 2T17.

EBITDA – O EBITDA ajustado totalizou um valor negativo de R\$ 0,5 milhão no 2T17, contra R\$ 1,1 milhão positivo atingido no 2T16. A margem EBITDA ajustada encerrou o trimestre 0,4 p.p. abaixo do 2T16.

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

Varejo	1S17	1S16	A/A	2T17	2T16	A/A	1T17	T/T
Lucro Líquido (Prejuízo)	(16.356)	(14.827)	10,3%	(16.637)	(15.093)	10,2%	281	-
(+) Resultado financeiro	20.506	27.130	-24,4%	10.848	17.338	-37,4%	9.658	12,3%
(+) IR / CSLL	(4.304)	(8.092)	-46,8%	(6.446)	(8.443)	-23,7%	2.142	-
(+) Depreciação e Amortiz.	17.151	18.101	-5,2%	8.727	9.066	-3,7%	8.424	3,6%
(+) Resultado Líq. de Op. Descontinuadas	790	(1.438)	-	1.271	(1.708)	-	(481)	-
(+) Outros ¹	6.786	(17)	-	1.767	(17)	-	5.020	-64,8%
EBITDA Ajustado¹	24.573	20.857	17,8%	(470)	1.143	-	25.044	-
Margem EBITDA Ajustada¹	2,8%	2,4%	0,4 p.p.	-0,1%	0,3%	-0,4 p.p.	5,0%	-5,1 p.p.

Nota: 1. Exclui o impacto de despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade de R\$ 5,0 milhões no 1T17, R\$ 1,8 milhões no 2T17 e R\$ 6,8 milhões no 1S17.

CAPITAL DE GIRO* – A relação capital de giro/receita líquida apresentou uma leve melhora, ficando em 17,6%. O ciclo operacional do Varejo foi de 73 dias no 2T17, contra 79 dias no 2T16.

O prazo médio de recebimento passou de 60 dias no 2T16 para 63 dias no 2T17, 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 se manteve estável em 92 dias no 2T17. O prazo de pagamento a fornecedores melhorou em 9 dias, alcançando 82 dias no 2T17, quando comparado com 73 dias no 2T16.

* 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\$ 11 milhões no 2T17, representando significativa redução de 37,4% em relação ao 2T16, refletindo o menor nível de endividamento e a queda da taxa Selic.

LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO – O prejuízo líquido ajustado da Companhia, antes do resultado líquido de operações descontinuadas, foi de R\$ 14 milhões no 2T17 versus prejuízo líquido de R\$ 17 milhões no 2T16.

INVESTIMENTOS (CAPEX) – Os investimentos efetuados no Varejo totalizaram R\$ 9 milhões no 2T17 versus R\$ 6 milhões no 2T16.

LIQUIDEZ – Durante o 2T17 concluímos a operação para alongamento do perfil de nossa dívida junto ao Banco Itaú. Com 1 ano de carência e 2 anos para pagamento do principal, o empréstimo tem vencimento final programado para 2020.

A tabela seguinte apresenta informações sobre os vencimentos por linha de financiamento na data de 30 de junho de 2017.

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	11,4%	60.789	5.754	14.312	14.312	26.411
Capital de Giro/outros	12,3%	236.418	2.823	76.051	115.507	42.037
Dívida Bruta Total²	12,1%	297.207	8.577	90.363	129.819	68.448

Nota 1: Custo no 2T17 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 10,15% a.a.

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos.

A tabela a seguir apresenta a dívida líquida consolidada da Saraiva em 30 de junho de 2017, que somava R\$ 233 milhões, contra R\$ 311 milhões no 2T16.

Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, encerramos o 2T17 com uma dívida líquida de R\$ 39 milhões contra uma dívida líquida de R\$ 96 milhões no 2T16.

É importante ressaltar que a variação na posição de caixa reflete a sazonalidade da operação, devido à formação do estoque para os eventos *Black Friday* e Natal (novembro e dezembro) e Volta às Aulas (novembro a fevereiro), cujos pagamentos aos fornecedores acontecem no primeiro semestre do ano seguinte.

Entre os fatores que exercem influência sobre a liquidez da Companhia, o saldo de impostos a recuperar, que aumentou em R\$ 17 milhões no 2T17, é objeto de um conjunto de medidas que têm sido intensificadas pela Administração nos últimos anos, voltadas à sua realização, que incluem ajustes importantes no atual modelo logístico de abastecimento.

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

Consolidado ¹	2T17	2T16	A/A	1T17	T/T
Tipo de Transação					
Empréstimos e Financiamentos ²	297.207	500.317	-40,6%	282.568	5,2%
(+) Contas a Pagar Aquisição de Empresas	2.380	2.110	12,8%	2.322	2,5%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa / Aplicações Fin.	66.587	191.224	-65,2%	17.747	275,2%
Dívida Líquida Ajustada Antes dos Recebíveis	233.000	311.203	-25,1%	267.143	-12,8%
(-) Recebíveis de Cartão de Crédito	194.445	215.418	-9,7%	360.558	-46,1%
Dívida Líquida Consolidada Após os Recebíveis	38.555	95.785	-59,7%	-93.415	-

Nota 1: "Antecipação de Recebíveis" (R\$ 98 milhões no 2T17, R\$ 0,5 milhão no 1T17 e R\$ 96 milhões no 2T16).

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos.

NOSSAS LOJAS – No 2T17, a Saraiva contava com 111 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal. Em jun/17, concluímos a transformação da loja localizada no Natal Shopping em uma iTown (107 m² de área de vendas), loja especializada Apple da Saraiva que conta com um mix completo de produtos da marca, além do serviço de assistência técnica, que estará operando até o final do mês de ago/17. Concluímos, também, a reforma das operações dos Shoppings Tamboré (Barueri/SP) e Anália Franco (São Paulo/SP), em abr/17 e mai/17, respectivamente. As duas lojas passaram por *retrofits* e ajustes de layout para inclusão da parceria com o Café Havana e aperfeiçoamento da experiência de compra de nossos clientes.

Temos mais 5 novas lojas contratadas, alinhadas aos novos conceitos de loja ideal definido pela Administração e com investimentos/m² em média 25% inferiores ao padrão anterior, favorecendo o *payback* mais rápido:

- Loja localizada no aeroporto de Guarulhos (Guarulhos/SP), retornando a operação no maior aeroporto do país, em uma localização mais nobre e de maior fluxo de clientes, com previsão de reinauguração para set/17 e 152 m² de área de vendas;
- Loja localizada no Shopping Metro Itaquera (São Paulo/SP) com inauguração prevista para out /17, com área de vendas de 447 m²;
- Loja localizada no Park Shopping Canoas (Canoas/RS) com inauguração prevista para nov/17, com área de vendas de 430 m²;
- Loja localizada no Shopping Village Mall (Rio de Janeiro/RJ), com inauguração prevista para dez/17, com área de vendas de 242 m²;
- Loja localizada no Shopping Estação Cuiabá (Cuiabá/MT) com inauguração prevista para 2018, com área de vendas de 659 m².

Nosso foco continua sendo a extração de maior valor dos ativos existentes. Nesse contexto, reinauguramos, em jul/17, a loja do Shopping Iguatemi Campinas (Campinas/SP) otimizando o espaço de vendas dessa unidade, e temos programado adequações de espaço em mais duas importantes unidades ainda em 2017: (i) loja localizada no Shopping Morumbi (São Paulo/SP) e (ii) loja localizada no Shopping Rio Sul (Rio de Janeiro/RJ), e, em set/17, a conclusão do *retrofit* da loja do Shopping Interlagos (São Paulo/SP).

ANEXO – VAREJO

R\$ mil	2T17	2T16	A/A	1T17	T/T
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e equivalentes de caixa / Aplicações financeiras	62.086	190.874	-67,5%	17.725	250,3%
Contas a receber de clientes	199.680	223.152	-10,5%	365.466	-45,4%
Estoques	298.504	269.472	10,8%	282.365	5,7%
Impostos e contribuições a recuperar	190.150	134.821	41,0%	170.269	11,7%
Instrumentos financeiros derivativos	-	12.980	-100,0%	14.034	-100,0%
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Outros ativos realizáveis a longo prazo	136.232	83.820	62,5%	120.900	12,7%
Instrumentos financeiros derivativos	3.311	14.569	-77,3%	-	-
Investimentos	135	135	0,0%	135	-
Imobilizado	65.439	68.904	-5,0%	66.861	-2,1%
Intangível	175.112	118.828	47,4%	173.257	1,1%
PASSIVO CIRCULANTE					
Empréstimos e financiamentos	36.829	267.471	-86,2%	112.395	-67,2%
Fornecedores	312.673	168.829	85,2%	373.998	-16,4%
Instrumentos financeiros derivativos	-	5.398	-100,0%	-	0,0%
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Partes Relacionadas	-	587	-100,0%	-	-
Empréstimos e financiamentos	263.689	224.377	17,5%	184.207	43,1%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	0,0%	-	-
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	470.330	500.429	-6,0%	484.399	-2,9%

INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

A Teleconferência sobre os resultados do 2T17 da Saraiva, conduzida em português com tradução simultânea, será realizada no dia **15 de agosto de 2017**, às 09h30 (horário de Brasília) / 08h30 (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): 09h30

US Eastern Standard Time EST (Nova York): 08h30

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: 8152452# (Português) e 5861941# (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.