

## SENHORES ACIONISTAS,

Saraiva S.A. Livreiros Editores (BM&FBOVESPA: SLED3 e SLED4), um dos maiores varejistas de conteúdo com foco em educação e cultura, anuncia seus resultados financeiros para o primeiro trimestre encerrado em 31 de março de 2017 (1T17).

As informações contábeis contidas neste documento referem-se ao primeiro trimestre de 2017 (1T17) 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*<sup>1</sup> na categoria de Livros (+0,2 p.p.).
- Bom desempenho no canal de *E-commerce*, com crescimento de 10,3 % nas vendas brutas do 1T17.
- Redução nas Despesas Operacionais pelo quinto trimestre consecutivo, com queda de 7,4% no 1T17 em relação às despesas do 1T16. Desconsiderando o impacto de R\$ 5 milhões em despesas extraordinárias de reestruturação, a redução atinge 10,7%.
- Crescimento de 27,0% no EBITDA ajustado no 1T17, alcançando R\$ 25 milhões, com margem de 5,0% (+1,1 p.p. vs 1T16).
- O Lucro Líquido Ajustado antes do resultado líquido de operações descontinuadas atingiu R\$ 3,1 milhões no 1T17 contra R\$ 0,5 milhão no 1T16.
- Ganhos na gestão do capital de giro empregado, com melhora de 6 dias no ciclo operacional e redução de 4,8% nos estoques.
- Avanços no posicionamento estratégico como operação multicanal:
  - Reforço do serviço *Click & Collect*, em que o cliente compra no *E-commerce* para retirar em uma de nossas lojas, atingindo 14,9% de todos os pedidos feitos no *E-commerce* no 1T17, contra 11,4% registrados no 1T16;
  - Implementação em todas as nossas unidades do “Saraiva Entrega”, serviço disponível nas lojas e integrado ao *E-commerce*, que permite a venda de produtos não disponíveis nas lojas para entrega onde for mais conveniente ao cliente.
- Inauguração, em jan/17, de uma nova loja localizada no North Shopping, em Fortaleza (643 m<sup>2</sup> de área de vendas), dentro do novo conceito de loja definido pela Administração.
- Reforma da loja localizada no Brascan Open Mall (São Paulo/SP) em mar/17, com readequação do mix de categorias e ampliação dos serviços oferecidos por meio da parceria com o Café Havana.
- Contratação de operação para alongamento do perfil de nossa dívida junto ao Banco do Brasil.
- 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 “Livreria mais querida”;
  - 3º lugar na pesquisa do IBOPE/Conecta para avaliar a satisfação dos consumidores com os principais *E-commerces* do país;

---

<sup>1</sup> Dados acumulados do 1T17 vs 1T16 do mercado expandido da consultoria GFK.

- 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.

## EVENTOS SUBSEQUENTES

- 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 a serem pagos em 3 de julho de 2017, correspondente ao valor bruto de R\$ 0,18 por ação e equivalente a 22% do saldo da reserva especial para dividendo obrigatório não distribuído.
- 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 Havanna e aperfeiçoamento da experiência de compra de nossos clientes.
- Contratação, em mai/17, de operação para alongamento do perfil de nossa dívida junto ao Banco Itaú.
- Formação de um comitê de Inovação (não estatutário), composto por profissionais de reconhecido talento e expertise em varejo e inovação, com objetivo de assessorar e apoiar o Conselho de Administração da Companhia na formulação e análise de iniciativas que contemplem novos produtos, serviços e processos que acelerem o processo de Transformação Digital e contribuam para a geração de valor e perpetuação do negócio.

## PRINCIPAIS INDICADORES

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

Varejo	1T17	1T16	A/A	4T16	T/T
Receita Bruta (Lojas + E-commerce)	541.317	542.342	-0,2%	537.444	0,7%
Lojas	348.081	367.216	-5,2%	370.164	-6,0%
E-commerce	193.237	175.126	10,3%	167.280	15,5%
Receita Líquida (Lojas + E-commerce)	503.436	504.697	-0,2%	487.101	3,4%
Lojas	326.664	346.265	-5,7%	341.423	-4,3%
E-commerce	176.772	158.431	11,6%	145.677	21,3%
Lucro Bruto	161.664	172.651	-6,4%	158.077	2,3%
Margem Bruta (%)	32,1%	34,2%	-2,1 p.p.	32,5%	-0,3 p.p.
Despesas Operacionais	(141.640)	(152.937)	-7,4%	(147.730)	-4,1%
Despesas Operacionais Recorrentes <sup>1</sup>	(136.620)	(152.937)	-10,7%	(147.730)	-7,5%
EBITDA	20.024	19.714	1,6%	10.347	93,5%
Margem EBITDA (%)	4,0%	3,9%	0,1 p.p.	2,1%	1,9 p.p.
EBITDA Ajustado <sup>1</sup>	25.044	19.714	27,0%	10.347	142,0%
Margem EBITDA Ajustada (%) <sup>1</sup>	5,0%	3,9%	1,1 p.p.	2,1%	2,9 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado antes das Op. Descontinuadas <sup>1</sup>	3.113	536	480,8%	(19.430)	-
Margem Líquida Ajustada antes das Op. Descontinuadas (%) <sup>1</sup>	0,6%	0,1%	0,5 p.p.	-4,0%	4,6 p.p.
Res. Liq. das Op. Descontinuadas (Liq. impostos)	481	(270)	-	(2.458)	-
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado <sup>1</sup>	3.594	266	>500%	(21.888)	-
Margem Líquida Ajustada (%) <sup>1</sup>	0,7%	0,1%	0,7 p.p.	-4,5%	5,2 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	281	266	5,6%	(21.888)	-
Margem Líquida (%)	0,1%	0,1%	0,0 p.p.	-4,5%	4,5 p.p.
Crescimento Lojas (SSS - %)	-6,3%	1,1%	-7,4 p.p.	-4,6%	-1,7 p.p.
Crescimento E-commerce	10,3%	10,0%	0,4 p.p.	5,0%	5,4 p.p.
Quantidade de Lojas - Final do período	110	111	-0,9%	113	-2,7%
Área de Vendas - Final do período (m <sup>2</sup> )	61.746	62.214	-0,8%	61.851	-0,2%

Nota: 1. Exclui o impacto de despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade (R\$ 5 milhões) incorridas no 1T17.

# COMENTÁRIO DO DESEMPENHO

---

Nossa receita bruta total permaneceu praticamente estável no 1T17 quando comparada com o mesmo período do ano anterior, desempenho superior ao reportado pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE, com queda de 3,4%<sup>2</sup> no segmento de livros, periódicos, revistas e papelaria. Os nossos destaques positivos foram o crescimento de vendas da operação de *E-commerce* com 10,3% e, mais uma vez, o ganho em *market share*<sup>3</sup> no segmento de livros (+ 0,2 p.p.), nossa principal categoria de atuação.

A margem bruta demonstrou recuo pela primeira vez, desde o 1T15, atingindo 32,1% no 1T17 contra 34,2% no 1T16, e reflete o esforço empreendido na realização de estoques de livros relacionados com o período de volta às aulas (dado que muitas edições serão renovadas para o próximo período) e o cenário competitivo mais acirrado no varejo online.

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 quinto trimestre consecutivo. As despesas operacionais recorrentes (desconsiderando R\$ 5 milhões em despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade) apresentaram uma relevante queda de 10,7% no período.

O EBITDA ajustado apresentou evolução em relação ao resultado obtido no mesmo período de 2016, registrando R\$ 25 milhões, com margem de 5,0% no 1T17 (+1,1 p.p. versus 1T16), em continuidade ao processo de recuperação da rentabilidade.

Vale destacar ainda os contínuos esforços para a redução do capital de giro empregado. Encerramos o 1T17 com redução de 4,8% no nível de estoques e o ciclo operacional foi reduzido em 6 dias, passando de 83 dias no 1T16 para 77 dias no 1T17.

Ao longo do 1T17 ainda recebemos premiações importantes de entidades como Lide, E-bit e Ibope, refletindo a avaliação positiva do público em quesitos como experiência de compra, satisfação dos clientes e nível de serviço prestado aos consumidores.

Iniciamos o ano de 2017 focados na continuidade de nosso plano de transformação, apoiado em três pilares: (i) execução das iniciativas existentes para aumento da eficiência operacional; (ii) geração contínua de novas iniciativas de geração de valor; (iii) consolidação da transformação com a redefinição do propósito da Marca e o desenho da nova Cultura organizacional.

Em sequência ao nosso plano de transformação, podemos destacar no 1T17:

No **canal lojas físicas**, dentro da estratégia de troca de ativos com baixa expectativa de geração de valor por investimentos com boas perspectivas de retorno, inauguramos, em jan/17, mais uma loja dentro do novo modelo definido, com a unidade localizada no North Shopping (643 m<sup>2</sup>) em Fortaleza, e encerramos, em 2017, as atividades das unidades localizadas no IBMEC (127 m<sup>2</sup>) no Rio de Janeiro, na Rua Augusta (216 m<sup>2</sup>) e no Aeroporto de Guarulhos (212 m<sup>2</sup>), em São Paulo.

Com o objetivo de otimizar o custo operacional e melhorar a rentabilidade das unidades existentes, em meados de mar/17 readequamos a loja no Brascan Open Mall (São Paulo/SP), ajustando o mix de categorias e serviços ao público da região e incluímos uma operação de Café Havanna, contribuindo para melhora da rentabilidade da operação e agregando valor à experiência de compra de nossos clientes. Em abr/17 e mai/17, após *retrofits* e ajustes de *layout*, reformamos as operações dos Shoppings Tamboré e Anália Franco, que também passaram a contar com a parceria do Café Havanna.

Demos, também, sequência ao Projeto de sortimento com o objetivo de melhorar a saúde do estoque existente em cada loja e aperfeiçoar os algoritmos de reabastecimento. Após a realização de pilotos em 2016, atingimos o número de 26 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 outros projetos em desenvolvimento, em especial a ampliação da categoria *bomboniere*, que está presente em 62 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, além da ampliação da quantidade de lojas que oferecem o serviço de café, estamos em estudos para ampliar os serviços de Troca Inteligente (buyback), programa em que o

---

<sup>2</sup> Dados acumulados do 1T17 vs 1T16 com Ajuste Sazonal.

<sup>3</sup> Dados acumulados do 1T17 vs 1T16 do mercado expandido da consultoria GFK.

cliente pode oferecer o seu aparelho antigo como forma de pagamento ao comprar um novo produto, presente hoje em 81 lojas e a Assistência Técnica, oferecida em 14 unidades atualmente.

No **canal E-commerce**, seguimos mantendo o foco 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, os esforços ao longo do 1T17 se concentraram nos investimentos para aperfeiçoar a experiência dos clientes na utilização da opção “Compre no site e retire na loja” (14,9% no 1T17 x 11,4% no 1T16), com medidas que favoreçam o *cross-selling*, e na implementação 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. Hoje temos o Saraiva Entrega em 100% de nossas lojas fortalecendo ainda mais nossa operação multicanal.

Além disso, tem contribuído para o crescimento nas vendas do nosso *E-commerce* a estratégia de implementar serviços de curadoria para recomendação de produtos e os novos modelos de exposição que favorecem uma experiência com aumento de conversão, venda adicional e maior interação digital.

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 contará com regras ainda mais simples, atraentes e interativas. Contamos atualmente com 13,6 milhões de clientes cadastrados (+800 mil clientes nos últimos 12 meses) e com quase 84% de nosso faturamento atual identificado. Por meio de ferramentas que viabilizam uma estratégia direcionada para o consumidor com base no conhecimento sólido do seu comportamento e preferências, o relançamento desse programa, previsto para o final do 2T17, visa capturar o relevante potencial de valor que essa base rica de dados e perfis de consumo pode proporcionar.

Outro destaque do período foi a preparação para o lançamento, no início do 2T17, da nova versão do LEV. 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, e fortalecendo ainda mais nosso Ecossistema Digital, que ainda conta com as plataformas de auto publicação (Publique-se!), Audiolivros e venda de cartões pré-pagos de conteúdo.

De maneira geral, mesmo com os desafios da conjuntura econômica, temos conquistado evoluções importantes em nossa operação e permanecemos focados em avançar no projeto de transformação, centrados no cliente e mantendo a constante busca do aumento da rentabilidade e geração de caixa.

## RESULTADOS

---

**RECEITA** – No 1T17 a receita bruta alcançou R\$ 541 milhões, praticamente em linha com o valor de R\$ 542 milhões no 1T16. A receita líquida também ficou próxima ao obtido no mesmo período do ano anterior, somando R\$ 503 milhões no trimestre.

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

O desempenho das vendas é superior ao registrado pela *Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE*, que apresentou queda de 3,4%<sup>4</sup> na categoria de Livros, jornais, revistas e papelaria.

**RECEITA LOJAS FÍSICAS** – A receita bruta de lojas físicas, no primeiro trimestre de 2017, apresentou queda de 5,2% quando comparada ao ano anterior, e 6,3% no conceito de lojas comparáveis.

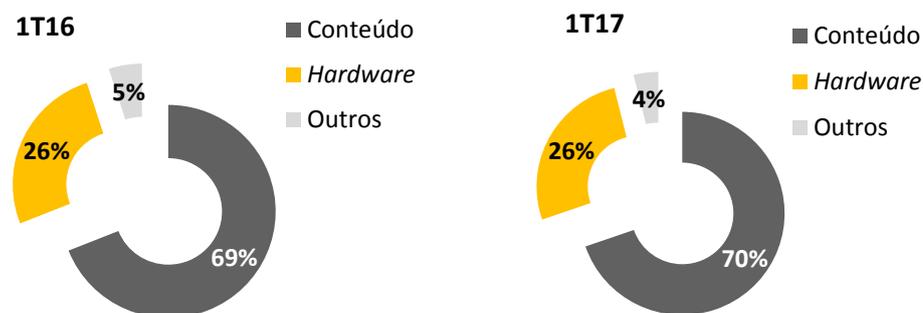
**RECEITA E-COMMERCE** – No 1T17 as vendas brutas do site Saraiva.com foram 10,3% superiores em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo R\$ 193 milhões no período. As vendas líquidas somaram R\$ 177 milhões, um crescimento de 11,6% na comparação em relação ao primeiro trimestre de 2016.

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 35,7% no 1T17 (*versus* 32,3% no 1T16).

---

<sup>4</sup> Dados acumulados do 1T17 vs 1T16 com Ajuste Sazonal.

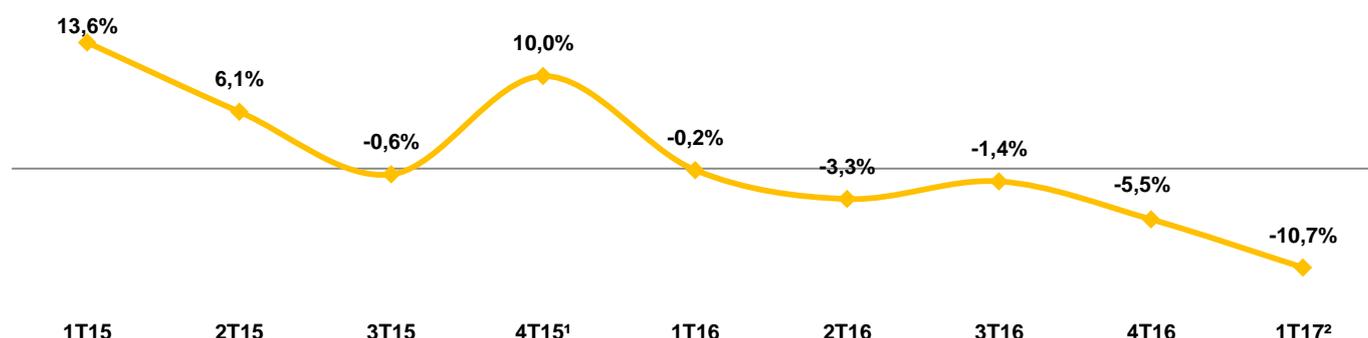
**Gráfico 2. Receita Bruta do Varejo por segmento (R\$ milhões)**



**RESULTADO BRUTO** – O resultado bruto foi de R\$ 162 milhões com uma redução de 2,1 p.p. na margem bruta, que passou de 34,2% no 1T16 para 32,1% no 1T17. Após sucessivos trimestres de melhora na margem bruta, esse desempenho reflete o esforço empreendido na realização de estoques de livros relacionados com o período de volta às aulas (dado que muitas edições serão renovadas para o próximo período) e o cenário competitivo mais acirrado no varejo online.

**DESPESAS OPERACIONAIS** – A linha de despesas operacionais totalizou R\$ 142 milhões no 1T17, representando uma redução de 7,4% se comparado aos R\$ 153 milhões reportados no 1T16. Desconsiderando o impacto de despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade ocorridas no primeiro trimestre de 2017 a redução alcançaria 10,7%. Com redução pelo quinto 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)**



<sup>1</sup> 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

<sup>2</sup> Exclui o impacto de despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade (R\$ 5 milhões) incorridas no 1T17.

**EBITDA** – O EBITDA ajustado totalizou R\$ 25 milhões no 1T17, 27,0% acima do valor atingido no 1T16. A margem EBITDA ajustada encerrou o trimestre em 5,0%, 1,1 p.p. acima do 1T16.

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

Varejo	1T17	1T16	A/A	4T16	T/T
<b>Lucro Líquido (Prejuízo)</b>	<b>281</b>	<b>266</b>	<b>5,6%</b>	<b>(21.888)</b>	<b>-</b>
(+) Resultado financeiro	9.658	9.792	-1,4%	13.419	-28,0%
(+) IR / CSLL	2.142	351	>500%	7.301	-70,7%
(+) Depreciação e Amortiz.	8.424	9.035	-6,8%	9.058	-7,0%
(+) Resultado Líq. de Op. Descontinuadas	(481)	270	-	2.458	-
(+) Outros¹	5.020	-	-	(1)	-
<b>EBITDA Ajustado¹</b>	<b>25.044</b>	<b>19.714</b>	<b>27,0%</b>	<b>10.347</b>	<b>142,0%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada¹</b>	<b>5,0%</b>	<b>3,9%</b>	<b>1,1 p.p.</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,9 p.p.</b>

Nota: 1. Exclui o impacto de despesas extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade (R\$ 5 milhões) incorridas no 1T17.

**CAPITAL DE GIRO\*** – A relação capital de giro/receita líquida apresentou uma leve melhora, ficando em 19,4%. O ciclo operacional do Varejo foi de 77 dias no 1T17, contra 83 dias no 1T16.

O prazo médio de recebimento passou de 59 dias no 1T16 para 64 dias no 1T17, 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 4 dias, passando de 95 dias no 1T16 para 91 dias no 1T17, 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 7 dias, alcançando 78 dias no 1T17, quando comparado com 71 dias no 1T16.

\* 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\$ 9,7 milhões no 1T17, representando leve redução em relação ao 1T16.

**LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO** – O lucro líquido ajustado da Companhia, antes do resultado líquido de operações descontinuadas, foi de R\$ 3,1 milhões no 1T17 versus um lucro líquido de R\$ 0,5 milhão no 1T16.

**INVESTIMENTOS (CAPEX)** – Os investimentos efetuados no Varejo totalizaram R\$ 13 milhões no 1T17 versus R\$ 5 milhões no 1T16.

**LIQUIDEZ** – Concluímos, em mar/17 e mai/17, respectivamente, as operações para alongamento do perfil de nossas dívidas junto ao Banco do Brasil e ao Banco Itaú. Com 1 ano de carência e 2 anos para pagamento do principal, os dois empréstimos totalizam, aproximadamente, R\$ 215 milhões e tem vencimento final programado para 2020.

A tabela seguinte apresenta informações sobre os vencimentos por linha de financiamento na data de 31 de março de 2017 (não contempla o alongamento da dívida junto ao Banco Itaú).

**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
<b>Tipo de Transação</b>						
Linha BNDES <sup>1</sup>	12,2%	62.003	7.596	14.763	14.763	24.881
Capital de Giro/outros	14,7%	220.565	58.749	78.242	66.187	17.387
<b>Dívida Bruta Total<sup>2</sup></b>	<b>14,2%</b>	<b>282.568</b>	<b>66.346</b>	<b>93.005</b>	<b>80.950</b>	<b>42.268</b>

Nota 1: Custo no 1T17 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 12,15% a.a.

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos.

A tabela a seguir apresenta a dívida líquida consolidada da Saraiva em 31 de março de 2017, que somava R\$ 267 milhões, contra R\$ 397 milhões no 1T16 e R\$ 199 milhões no 4T16.

Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, encerramos o 1T17 com um Caixa Líquido de R\$ 93 milhões contra uma dívida de R\$ 191 milhões no 1T16 e um caixa de R\$ 153 milhões no 4T16.

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.

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

Consolidado <sup>1</sup>	1T17	1T16	A/A	4T16	T/T
<b>Tipo de Transação</b>					
Empréstimos e Financiamentos <sup>2</sup>	282.568	572.129	-50,6%	321.592	-12,1%
(+) Contas a Pagar Aquisição de Empresas	2.322	5.117	-54,6%	2.254	3,0%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa / Aplicações Fin.	17.747	180.248	-90,2%	125.290	-85,8%
<b>Dívida Líquida Ajustada Antes dos Recebíveis</b>	<b>267.143</b>	<b>396.998</b>	<b>-32,7%</b>	<b>198.556</b>	<b>34,5%</b>
(-) Recebíveis de Cartão de Crédito	360.558	205.327	75,6%	351.152	2,7%
<b>Dívida Líquida Consolidada Após os Recebíveis</b>	<b>-93.415</b>	<b>191.671</b>	<b>-</b>	<b>-152.596</b>	<b>-38,8%</b>

Nota 1: "Antecipação de Recebíveis" (R\$ 0,5 milhões no 1T17, R\$ 3 milhões no 4T16 e R\$ 152 milhões no 1T16).

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos.

**NOSSAS LOJAS** – No 1T17, a Saraiva contava com 110 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal. Em jan/17 inauguramos uma loja localizada no North Shopping Fortaleza, e reformamos a loja localizada no Brascan Open Mall (São Paulo/SP) em mar/17, onde ajustamos nosso mix de categorias e serviços ao público da região e incluímos uma operação de café (Havanna). Além disso, em abr/17 e mai/17, após *retrofits* e ajustes de *layout*, reformamos as operações dos Shoppings Tamboré e Anália Franco, que também passaram a contar com a parceria do Café Havanna. Neste ano encerramos 3 unidades:

- Loja no aeroporto de Guarulhos (212 m<sup>2</sup> de área de vendas), em jan/17, localizada em São Paulo.
- Loja no IBMEC (127 m<sup>2</sup> de área de vendas), em fev/17, localizada no Rio de Janeiro.
- Loja da Rua Augusta (216 m<sup>2</sup> de área de vendas), em mar/17, localizada em São Paulo.

Além disso, fechamos temporariamente 1 unidade para readequação:

- Loja no Natal Shopping (107 m<sup>2</sup> de área de vendas). Estamos transformando essa unidade em mais uma iTown, loja especializada Apple da Saraiva, com previsão de inauguração para jun/17. A loja reformulada contará com um mix completo de produtos Apple, além do serviço de assistência técnica.

Temos mais 3 novas lojas contratadas, alinhadas aos novos conceitos de loja ideal definido pela Administração e com investimentos/m<sup>2</sup> em média 25% inferiores ao padrão anterior, favorecendo o *payback* mais rápido:

- Uma loja localizada no Park Shopping Canoas (Canoas/RS) com inauguração prevista para out/17, com área de vendas de 430 m<sup>2</sup>;
- Uma loja localizada no Shopping Metro Itaquera (São Paulo/SP) com inauguração prevista para nov/17, com área de vendas de 447 m<sup>2</sup>;
- Uma loja localizada no Shopping Estação Cuiabá (Cuiabá/MT) com inauguração prevista para 2018, com área de vendas de 659 m<sup>2</sup>.

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 uma redução de loja contratada no Shopping Iguatemi Campinas (Campinas/SP), e readequação da loja localizada no Shopping Morumbi (São Paulo/SP).

## ANEXO – VAREJO

R\$ mil	1T17	1T16	A/A	4T16	T/T
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e equivalentes de caixa / Aplicações financeiras	17.725	179.541	-90,1%	125.133	-85,8%
Contas a receber de clientes	365.466	213.751	71,0%	357.494	2,2%
Estoques	282.365	296.643	-4,8%	292.045	-3,3%
Impostos e contribuições a recuperar	170.269	119.751	42,2%	173.195	-1,7%
Instrumentos financeiros derivativos	14.034	53.704	-73,9%	17.305	-18,9%
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Outros ativos realizáveis a longo prazo	120.900	138.123	-12,5%	93.774	28,9%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	4.326	-100,0%
Investimentos	135	135	-	135	-
Imobilizado	66.861	70.360	-5,0%	66.885	0,0%
Intangível	173.257	119.934	44,5%	168.249	3,0%
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e financiamentos	112.395	429.407	-73,8%	189.666	-40,7%
Fornecedores	373.998	336.177	11,3%	402.480	-7,1%
Instrumentos financeiros derivativos	-	8.834	-	-	-
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Partes Relacionadas	-	-	-	11.833	-100,0%
Empréstimos e financiamentos	184.207	155.025	18,8%	146.732	25,5%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	-	-
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>484.399</b>	<b>518.703</b>	<b>-6,6%</b>	<b>481.583</b>	<b>0,6%</b>

# INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

---

A Teleconferência sobre os resultados do 1T17 da Saraiva, conduzida em português com tradução simultânea, será realizada no dia **16 de maio 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](http://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: 2250170# (Português) e 8176162# (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.*