

SENHORES ACIONISTAS,

Saraiva S.A. Livreiros Editores (B3: SLED3 e SLED4), um dos maiores varejistas de conteúdo com foco em educação e cultura, anuncia seus resultados financeiros para o segundo trimestre de 2018 (2T18).

As informações contábeis contidas neste documento referem-se ao segundo trimestre de 2018 com comparações feitas em relação ao mesmo período do ano anterior, exceto quando indicado de outra forma.

As informações contábeis 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 principal categoria de atuação, Livros (+0,1 p.p).
- Novo crescimento no canal de *E-commerce*, com incremento de 2,5% nas vendas brutas do 2T18. Com esse desempenho o varejo eletrônico alcançou 38,4% do total de vendas da Companhia no 2T18, contra 36,6% no 2T17.
- Melhora de 6 dias no Prazo Médio de Recebimento de clientes.
- Avanços importantes para consolidação do posicionamento estratégico *omnichannel*:
 - Serviço *Click & Collect*, em que o cliente compra no *E-commerce* para retirar em uma de nossas lojas. Cerca de 14,9% dos pedidos do site são realizados nesta modalidade e, dos clientes que optam pelo serviço, 20% realizam uma compra adicional no momento da retirada do produto na loja física;
 - Incremento no 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, aperfeiçoando a experiência de compra. As vendas por meio dessa ferramenta cresceram mais de 300% no 2T18 em relação ao 2T17.
- Programa de fidelidade Saraiva Plus, que teve incremento de 11% na taxa de reativação de clientes quando comparado ao mesmo período do ano anterior, encerrando o 2T18 com 16,4 milhões de clientes cadastrados (+1,85 milhão clientes nos últimos 12 meses) e cerca de 83% de nosso faturamento identificado (+3,0 p.p. vs 1T18).
- Início, em jun/18, da operação do nosso *marketplace* próprio, onde as lojas parceiras vendem seus produtos no site da Saraiva. Operando por meio de metodologia ágil, o novo serviço faz parte da estratégia da Saraiva para proporcionar uma experiência completa aos seus clientes com um maior sortimento de produtos. O novo canal, que conta com curadoria de produtos e conteúdo, trará ainda mais benefícios à Companhia e aos seus clientes, contribuindo para o aumento de receitas operacionais e para a melhora do capital de giro da Saraiva.
- Expansão das parcerias no âmbito do *marketplace* para venda de produtos em sites de parceiros estratégicos. Atualmente, 65% das compras de nossos produtos nesse canal foram feitas por consumidores que não eram nossos clientes.
- Alcançamos no 2T18 importantes reconhecimentos e premiações:
 - Pelo 4º ano consecutivo a Saraiva, em pesquisa realizada pelo Datafolha na cidade de São Paulo, foi a Companhia mais citada na categoria Livraria;
 - Pelo 3º ano consecutivo a Saraiva venceu o “Prêmio BR Week 2018”, que avaliou as melhores redes varejistas, no segmento de “Livrarias e Papelarias”.
- Aprovação, em AGO/E realizada em 26 de abril de 2018, da distribuição de dividendos no valor de R\$ 5,8 milhões a serem pagos em 18 de dezembro de 2018, equivalente a 33% do saldo da reserva especial para dividendo obrigatório não distribuído. De acordo com o Fato Relevante enviado em 2 de agosto de 2017, a administração da Companhia e seus acionistas controladores se comprometeram, em processo administrativo em curso na CVM, a distribuir, em datas deliberadas nas AGOs de 2018 a 2020, o saldo remanescente do dividendo mínimo obrigatório referente ao exercício de 2015.

¹ Dados acumulados do 2T18 vs 2T17 do mercado expandido da consultoria GFK.

EVENTOS SUBSEQUENTES

- Como resultado do processo de otimização da Estrutura de Capital, em jul/18, a Companhia concluiu uma etapa inicial do reperfilamento da dívida, possibilitando a liberação de recebíveis em garantia no montante de, aproximadamente, R\$ 40 milhões junto aos bancos.
- Início da operação, em ago/18, do novo centro de distribuição em Extrema (MG). Esta nova estrutura, juntamente aos outros dois centros de distribuição em Cajamar (SP) e Salvador (BA), trará maior eficiência à malha logística, agilidade nas entregas e velocidade no abastecimento, além de concentrar a operação de eletrônicos para as regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste.

PRINCIPAIS INDICADORES

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

Consolidado	2T18	2T17	A/A	1T18	T/T	1S18	1S17	A/A
Receita Bruta (Lojas + E-commerce) ¹	395.339	404.189	-2,2%	608.414	-35,0%	1.003.753	945.506	6,2%
Lojas	243.567	256.170	-4,9%	354.138	-31,2%	597.705	605.517	-1,3%
E-commerce	151.772	148.020	2,5%	254.276	-40,3%	406.048	339.989	19,4%
Receita Líquida (Lojas + E-commerce) ¹	364.565	370.329	-1,6%	570.371	-36,1%	934.936	873.765	7,0%
Lojas	227.973	237.622	-4,1%	335.637	-32,1%	563.611	565.525	-0,3%
E-commerce	136.592	132.706	2,9%	234.734	-41,8%	371.326	308.240	20,5%
Lucro Bruto	107.681	129.880	-17,1%	179.677	-40,1%	287.358	291.544	-1,4%
Margem Bruta (%)	29,5%	35,1%	-5,5 p.p.	31,5%	-2,0 p.p.	30,7%	33,4%	-2,6 p.p.
Despesas Operacionais	(137.146)	(132.118)	3,8%	(155.087)	-11,6%	(292.233)	(273.758)	6,7%
Despesas Operacionais Recorrentes ¹	(137.146)	(130.350)	5,2%	(151.522)	-9,5%	(288.668)	(266.971)	8,1%
EBITDA	(29.465)	(2.238)	>500%	24.590	-	(4.875)	17.786	-
Margem EBITDA (%)	-8,1%	-0,6%	-7,5 p.p.	4,3%	-12,4 p.p.	-0,5%	2,0%	-2,6 p.p.
EBITDA Ajustado ²	(29.465)	(470)	>500%	28.156	-	(1.309)	24.573	-
Margem EBITDA Ajustada (%) ²	-8,1%	-0,1%	-8,0 p.p.	4,9%	-13,0 p.p.	-0,1%	2,8%	-3,0 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado antes das Op. Descontinuadas ²	(36.725)	(14.199)	158,6%	3.763	-	(32.962)	(11.086)	197,3%
Margem Líquida Ajustada antes das Op. Descontinuadas (%) ²	-10,1%	-3,8%	-6,2 p.p.	0,7%	-10,7 p.p.	-3,5%	-1,3%	-2,3 p.p.
Res. Líq. das Op. Descontinuadas (Líqu. impostos)	(932)	(1.271)	-26,7%	(90)	>500%	(1.022)	(790)	29,4%
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado ²	(37.657)	(15.470)	143,4%	3.673	-	(33.984)	(11.876)	186,1%
Margem Líquida Ajustada (%) ²	-10,3%	-4,2%	-6,2 p.p.	0,6%	-11,0 p.p.	-3,6%	-1,4%	-2,3 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	(37.657)	(16.637)	126,3%	1.320	-	(36.337)	(16.356)	122,2%
Margem Líquida (%)	-10,3%	-4,5%	-5,8 p.p.	0,2%	-10,6 p.p.	-3,9%	-1,9%	-2,0 p.p.
Crescimento Lojas (SSS - %)	-4,6%	-4,6%	0,0 p.p.	4,3%	-8,9 p.p.	0,4%	-5,2%	5,6 p.p.
Crescimento E-commerce	2,5%	8,6%	-6,1 p.p.	32,5%	-29,9 p.p.	19,4%	9,2%	10,3 p.p.
Quantidade de Lojas - Final do período	104	111	-6,3%	102	2,0%	104	111	-6,3%
Área de Vendas - Final do período (m ²)	60.420	62.026	-2,6%	59.376	1,8%	60.420	62.026	-2,6%

Nota: 1. Considera a receita proveniente do Saraiva Entrega no canal Lojas Físicas.

Nota: 2. Exclui o impacto de despesas não recorrentes e extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade de R\$ 3,6 milhões no 1T18, R\$ 1,8 milhões no 2T17 e R\$ 6,8 milhões no 1S17.

Visão Estratégica

De acordo com a evolução do *mindset* da companhia de revisão do posicionamento da Marca e da Cultura organizacional, em 2018 continuamos investindo na reestruturação de nossa operação com o objetivo de aumentar a produtividade e assertividade nas tomadas de decisão.

Dentro de nosso plano de transformação, nosso foco continua centrado nas frentes *Omnichannel*, *Customer Centricity*, Transformação Digital e Eficiência Operacional, buscando sólidos ganhos em *Market Share* e rentabilidade.

Omnichannel

Com o objetivo de transformar o consumo em uma experiência integrada, em que o universo digital e o *off-line* dialogam, desenvolvemos iniciativas importantes que visam aprimorar a experiência *omnichannel* do consumidor, independente do canal de compra.

Nossas ações têm como pilar de diferenciação o aprimoramento dos serviços, propiciando maior conveniência e praticidade no processo de compra, além de desafiar o *last mile* de entrega ao cliente. Continuamos evoluindo em diversas modalidades destes serviços, destacando-se:

- **Click & Collect:** o cliente compra em nosso *E-commerce* e retira em uma de nossas lojas sem custo. No ano, cerca de 15,6% dos pedidos do site foram realizados por meio desta modalidade. Dos clientes que optam pelo serviço, no momento da retirada do produto, 20% realizam uma compra adicional na loja física.
- **Saraiva Entrega:** o cliente compra em uma de nossas lojas e recebe em casa ou, se preferir, retira na própria loja. Nossa proposta é disponibilizar a oferta de todo catálogo da Saraiva em qualquer um de nossos pontos de venda, independentemente do formato, tamanho, perfil ou localização da loja. No segundo trimestre de 2018, o faturamento atribuído ao serviço mais que triplicou em relação ao mesmo período de 2017.
- **Turbo entrega:** os clientes que realizarem pedidos em nosso *E-commerce* até às 15 horas recebem suas compras no dia seguinte. Entre as capitais que contam com o serviço estão: São Paulo (SP), Belo Horizonte (MG), Rio de Janeiro (RJ), Curitiba (PR), Porto Alegre (RS), Florianópolis (SC), Vitória (ES), Salvador (BA) e Recife (PE).

No segundo trimestre de 2018, **inauguramos três unidades**, nos shoppings Recreio (Rio de Janeiro/RJ), Patteo Olinda (Olinda/PE) e Ilha Plaza (Rio de Janeiro/RJ), com novo projeto arquitetônico, mais moderno e atrativo, e com menores investimentos em relação ao modelo anterior, favorecendo o *payback* mais rápido. Este novo conceito de lojas foi definido a partir de estudos mais aprofundados sobre o perfil e comportamento de compra do consumidor, o cenário competitivo da região, presença de instituições de ensino e a influência entre os principais canais (Loja Física/*E-commerce*).

Em três unidades abertas recentemente, North Shopping Fortaleza (Fortaleza/CE), Franca Shopping (Franca/SP) e Shopping Nova Iguaçu (Nova Iguaçu/RJ), verificamos que o bairro em torno das lojas e a cidade onde a unidade está localizada apresentaram variações de faturamento do *E-commerce*, frente ao mesmo período do ano anterior, superiores às verificadas no Estado de localização da loja e no país em geral, reforçando a assertividade de nossa estratégia *omnichannel*. Além da cidade de Franca, citada anteriormente, aqui podemos destacar os bairros ao redor do North Shopping (Fortaleza/CE), onde observa-se um crescimento expressivo do faturamento do *e-commerce* (+59% após 12 meses) após a abertura da nova unidade.

Customer Centricity

Temos como premissa o foco no cliente. Nesse sentido, entendemos melhor as necessidades do nosso público, proporcionando experiências de compra mais personalizadas e relevantes, que mais se adequam às suas necessidades.

Neste quesito, podemos destacar:

- Continuamos a investir no **Saraiva Plus, um dos maiores programas de fidelidade do varejo nacional**. Nosso modelo favorece a estratégia direcionada para o consumidor com base no conhecimento sólido do seu comportamento e preferências. Notamos significativo incremento de 11% na taxa de reativação de clientes em relação ao mesmo período do ano anterior, reforçando o sucesso do novo modelo. Em jun/18, contávamos com 16,4 milhões de clientes cadastrados (+2,9% vs 1T18) e cerca de 83% de nosso faturamento identificado.
- Com o propósito de convidar o público a experimentar a Saraiva não apenas como um local de compras, mas também como uma opção de entretenimento e lazer para toda a família, continuamos ampliando a **operação de cafés** em nossas lojas, por meio das parcerias estratégicas com a Starbucks, Havanna, Grão Espresso, Nespresso, Feito a Grão, Sterna, entre outros. Durante o segundo trimestre de 2018 inauguramos a operação do Café Havanna no Shopping Tijuca (Rio de Janeiro/RJ), e já temos mais duas programadas com a Sterna Café, nos Shoppings São Caetano (São Caetano/SP) e Eldorado (São Paulo/SP) para os próximos meses.
- Continuamos a **experiência imersiva com foco na categoria de games**. Atualmente, 14 lojas da rede possuem áreas dedicadas exclusivamente à experiência com jogos, com *cockpit* e *notebook gamer*.
- Contamos com o serviço de **Troca Inteligente**, que permite a utilização de *smartphone* ou *tablet* usados como desconto na compra de um aparelho novo, em 84 lojas da rede, e ainda oferecemos o serviço de **garantia estendida** e o **Proteção Saraiva**, que configura em um seguro para roubo, furto qualificado e quebra accidental.
- Dispomos, também, do serviço de **assistência técnica** autorizada pela Apple em 15 lojas da rede. Com equipes qualificadas para melhor atender os nossos clientes, oferecemos uma ampla gama de serviços focados em soluções especializadas.
- Durante o segundo trimestre de 2018, tivemos importantes **eventos e parcerias** que contribuem para aperfeiçoar ainda mais a experiência de nossos clientes. No período, realizamos, aproximadamente, 1,8 mil eventos no com temas como: tarde de autógrafos, lançamentos de produtos, hora da criança, encontro de fãs, Workshop nas lojas iTown, além de inauguração de lojas.

Transformação Digital

Estamos evoluindo na implementação de uma cultura digital, proporcionando uma crescente interação entre a Saraiva e o cliente. Dessa forma, o consumidor tem uma experiência unificada em todos os pontos de contato com a marca, independentemente da plataforma e do formato escolhido.

Nesse sentido, temos investido em:

- Início, em jun/18, da expansão do nosso **marketplace próprio**, onde as lojas parceiras vendem e tem oportunidade de expor seus produtos para os visitantes de nosso site. Operando por meio de metodologia ágil, o novo canal faz parte da estratégia da Saraiva para proporcionar uma experiência completa aos seus clientes com uma maior variedade e diversidade de produtos e serviços, que conversam e complementam o nosso DNA. Para a implementação, realizamos estudos de identificação elegendo os parceiros de acordo com o perfil de seu público, com produtos que completam nosso mix, e que tenham sinergia com as preferências e desejos dos clientes, além de coerência com a nossa própria marca. O novo canal, que conta com curadoria de produtos e conteúdo, trará

ainda mais benefícios à Companhia e aos seus clientes, contribuindo para o aumento de receitas operacionais e para a melhora do capital de giro da Saraiva.

- Expansão das parcerias no âmbito do **marketplace** para venda de produtos em sites de parceiros estratégicos, como Walmart, Mercado Livre e B2W, entre outros. Atualmente, 65% das compras de nossos produtos nesse canal foram feitas por consumidores que não eram nossos clientes. Continuamos a evoluir nessa frente por meio da negociação com outros parceiros, que serão anunciados em breve.
- Implantação **tecnologia de inteligência artificial** para melhora na experiência e atendimento dos nossos clientes. O uso do *chatbot* propicia atendimento 24h com tempo médio de resposta reduzido, agilizando ainda mais as demandas dos clientes.

Eficiência Operacional

Alcançamos importantes avanços que contribuem para preparar a empresa para uma nova fase de crescimento de receita e diluição de custos. O contínuo controle de despesas, rígido processo de seleção de projetos para investimento, e a equilibrada gestão do capital de giro, são pilares constantemente trabalhados para viabilizar a geração de valor. Com esse foco, podemos destacar:

- **Transformação do canal lojas físicas:**
 - Três novas unidades alinhadas aos **novos conceitos de loja ideal**, com investimentos em capex/m², em média, 25% inferiores ao modelo anterior, favorecendo a aceleração do *payback*;
 - Encerramento de uma unidade com **baixa perspectiva de geração de valor**;
 - **Projeto de Sortimento**, aperfeiçoando os algoritmos de reabastecimento, melhorando a assertividade dos estoques existentes em cada loja, dentro do processo de evolução contínua na gestão de estoques da Companhia;
 - Categoria **bomboniere**, atualmente presente em 82 lojas da rede, e redesenho da categoria de acessórios e aventura e lazer, com readequação de exposição, experimentação e sortimento.
- **Gestão logística e sistema de abastecimento:**
 - Ajustes no modelo de distribuição com a instalação de **Transit Points** em regiões estratégicas (Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Bahia e Pernambuco), resultando em redução de custos de transporte e melhoria de *lead time* de entrega tanto para abastecimento das lojas físicas, como para entrega de produtos vendidos pelo site;
 - Revisão do planejamento da malha logística e de abastecimento, com implementação do **novo centro de distribuição** em Extrema (MG), otimizando o processo de abastecimento de lojas, melhorando a competitividade do *E-commerce* pela redução do *lead time* de entregas, e contribuindo para reduzir o acúmulo de créditos fiscais e aumentar a eficiência operacional.
- **Consultoria Galeazzi:**
 - Contratada no início de 2018, com o objetivo de gerar ganhos contínuos de eficiência operacional, **revisando e otimizando processos** e assegurando que a estrutura possa suportar maiores vendas com diluição efetiva de custos. Com a expectativa de geração de resultados ainda em 2018, iniciamos a implementação de diversas frentes de trabalho:
 - Sortimento;
 - Abastecimento;
 - *Pricing*;
 - Maximização de Resultados Operacionais;
 - Estoque/Logística Interna;
 - Transporte e Frete;
 - Indicadores de Desempenho; e
 - Suporte à equipe financeira.

Comentário do Desempenho

Como importante ação para suportar os planos estratégicos, a Companhia tem adotado uma série de medidas focadas no **fortalecimento do caixa operacional**, com base em três pilares principais:

- **Geração de Resultado Operacional:**
 - Crescimento das vendas, impulsionado pela revisão de estratégia de marketing e sortimento;
 - Maior eficácia na distribuição de produtos por meio da reestruturação da área de abastecimento;
 - Redução das Despesas Gerais e Administrativas; e, por consequência,
 - Melhoria do EBITDA e do Resultado Líquido.
- **Otimização da Estrutura de Capital** objetivando o alinhamento dos fluxos de pagamentos ao ciclo de sazonalidade da Companhia por meio do reperfilamento de passivos com instituições financeiras.
- **Aumento da eficiência na gestão de créditos tributários** a partir de ações executadas internamente e com o auxílio de consultorias:
 - Implementação de iniciativas de monetização;
 - Redução da geração de créditos por meio de revisões e otimizações na malha logística.

Temos ciência que os resultados do segundo trimestre de 2018, fortemente impactados pela greve de caminhoneiros e período de Copa do Mundo, ficaram aquém do esperado, mas continuamos implementando um importante plano focado na melhoria da rentabilidade para que possamos reverter rapidamente esse cenário. Estamos com uma estrutura mais leve e enxuta, com o ciclo operacional melhor ajustado e, aliado a isso, contamos com a implementação e maturação das diversas iniciativas alinhadas às frentes transformadoras de operação *omnichannel*, *customer centricity*, transformação digital e eficiência operacional, que contribuirão significativamente para a melhoria dos resultados da Companhia.

As sucessivas conquistas de *market share* e a robusta e crescente base de clientes contribuem para esse sentimento de confiança e, em conjunto com o início da retomada da recuperação econômica, temos convicção que estamos estruturados e preparados para capturar ganhos importantes de escala que contribuirão para aumento da rentabilidade e geração de caixa.

RESULTADOS

RECEITA – No 2T18 a receita bruta alcançou R\$ 395,3 milhões, queda de 2,2% quando comparada o valor de R\$ 404,2 milhões no 2T17. A receita líquida seguiu a mesma tendência no trimestre, apresentando redução de 1,6%. O efeito da greve dos caminhoneiros, que se estendeu por, aproximadamente, 10 dias, e o menor fluxo nos dias de jogos da Copa do Mundo, impactaram o desempenho do período.

Adicionalmente, é importante observar que os dados da Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE² (jun/18) demonstram que o setor de livros, jornais, revistas e papelaria apresenta uma retração de 9,6% no volume acumulado de vendas do ano. Considerando que a mesma pesquisa já demonstra recuperação em outros setores relevantes do varejo nacional, além de recentes divulgações com melhora de importantes indicadores econômicos, estamos diante de um cenário que favorece a perspectiva de retomada para nossos principais setores de atuação. Cabe destacar que, mesmo nesse cenário adverso, conseguimos aumentar ligeiramente o *market share* no segmento de livros (+0,1 p.p.), nossa principal categoria de atuação.

Como a nossa proposta de geração de valor tem por premissa a estratégia *omnichannel*, visando proporcionar uma experiência diferenciada independente do canal de contato com a empresa, passa a fazer cada vez mais sentido analisar o resultado de vendas de forma agregada, consolidando os canais de lojas físicas e *E-commerce*. Durante o processo de compra existem diversas iniciativas em que o cliente inicia o contato por um canal, mas conclui a venda em outro, como, por exemplo, por meio do Saraiva Entrega e do *Click and Collect*.

RECEITA LOJAS FÍSICAS – A receita bruta de lojas físicas, no segundo trimestre de 2018, atingiu R\$ 243,6 milhões, o que representa queda de 4,9% quando comparadas ao mesmo período do ano anterior. Em termos de lojas comparáveis apresentamos um declínio de 4,6% no período. A receita líquida, seguindo a mesma linha, apresentou redução de 4,1% no mesmo período.

RECEITA E-COMMERCE – No 2T18 as vendas brutas do site Saraiva.com, mesmo impactadas fortemente pela greve de caminhoneiros, apresentaram crescimento de 2,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo R\$ 151,8 milhões. As vendas líquidas somaram R\$ 136,6 milhões, aumento de 2,9% na comparação em relação ao segundo trimestre de 2017.

O desempenho nas vendas do *E-commerce* é resultado das ações desenvolvidas para melhoria da experiência do usuário e tem acelerado com iniciativas como a ampliação do *Click & Collect* e as recentes parcerias estratégicas para fortalecer a presença no *Marketplace*. Essa *performance* proporcionou maior participação ponderada em relação ao total das vendas, atingindo 38,4% no 2T18 (*versus* 36,6 % no 2T17).

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



² Dados da Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE considerando o índice de Base Fixa divulgado.



RESULTADO BRUTO – O lucro bruto apresentou redução de 17,1% no segundo trimestre de 2018, atingindo R\$ 107,7 milhões, com declínio de 5,5 p.p. na margem bruta, que passou de 35,1% no 2T17 para 29,5% no 2T18.

Continuamos impactados pelo cenário competitivo mais acirrado no varejo online, que continua aumentando sua participação ponderada em nosso faturamento total. Simultaneamente, investimos em novas ferramentas, em especial um novo sistema de precificação dinâmica para o *E-commerce*, visando contribuir para o aumento de vendas e melhor gestão da margem bruta.

DESPESAS OPERACIONAIS – A linha de despesas operacionais totalizou R\$ 137,1 milhões no 2T18, apresentando aumento de 3,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. Excluindo os valores não recorrentes incorridos no segundo trimestre de 2017, o aumento seria de 5,2%.

Cabe destacar que continuamos focados na racionalização de gastos para a melhora dos resultados e, durante o segundo trimestre de 2018, fomos impactados, principalmente, pelas linhas variáveis incorridas em: Logística, onde já estamos em renegociação com nossos fornecedores da cadeia de distribuição e estamos revisando nossa política de frete; Pessoal, devido, principalmente à rescisões extraordinárias no período; e *Marketplace*, que teve uma participação maior sobre o total de nossas vendas no período aumentando os valores pagos de comissão aos parceiros.

EBITDA – O EBITDA, fortemente impactado pelos fatores citados anteriormente, totalizou R\$ 29,5 milhões negativos no 2T18, com uma margem 7,5 p.p. abaixo do 2T17. Excluindo os valores não recorrentes incorridos no segundo trimestre de 2017, a redução na margem EBITDA seria de 8,0 p.p.

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

Consolidado	2T18	2T17	A/A	1T18	T/T	1S18	1S17	A/A
Lucro Líquido (Prejuízo)	(37.657)	(16.637)	126,3%	1.320	-	(36.337)	(16.356)	122,2%
(+) Resultado financeiro	15.525	10.848	43,1%	12.439	24,8%	27.964	20.506	36,4%
(+) IR / CSLL	(17.338)	(6.446)	169,0%	1.620	-	(15.718)	(4.304)	265,2%
(+) Depreciação e Amortiz.	9.076	8.727	4,0%	9.121	-0,5%	18.197	17.151	6,1%
(+) Resultado Líq. Op. Descontinuadas/Outros	932	1.271	-26,7%	90	>500%	1.022	790	29,4%
EBITDA	(29.465)	(2.238)	>500%	24.590	-	(4.875)	17.786	-
Margem EBITDA (%)	-8,1%	-0,6%	-7,5 p.p.	4,3%	-12,4 p.p.	-0,5%	2,0%	-2,6 p.p.
(+) Despesas Não-Recorrentes ¹	-	1.768	-100,0%	3.565	-100,0%	3.565	6.787	-47,5%
EBITDA Ajustado	(29.465)	(470)	>500%	28.156	-	(1.309)	24.573	-
Margem EBITDA Ajustada (%)	-8,1%	-0,1%	-8,0 p.p.	4,9%	-13,0 p.p.	-0,1%	2,8%	-3,0 p.p.

Nota: 1. Despesas não recorrentes e extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade.

CAPITAL DE GIRO* – A relação capital de giro/receita líquida apresentou melhora, ficando em 13,5%. O ciclo operacional do Varejo foi de 59 dias no 2T18, contra 73 dias no 2T17.

O prazo médio de recebimento passou de 63 dias no 2T17 para 57 dias no 2T18. O prazo médio de cobertura de estoques aumentou 17 dias, passando de 92 dias no 2T17 para 109 dias no 2T18, mas foi compensado pela melhora no prazo de pagamento a fornecedores, que aumentou em 25 dias, alcançando 107 dias no 2T18, quando comparado com 82 dias no 2T17.

* 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\$ 15,5 milhões no segundo trimestre de 2018, contra R\$ 10,8 milhões no segundo trimestre de 2017.

LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO – O prejuízo líquido da Companhia, antes do resultado líquido de operações descontinuadas, foi de R\$ 36,7 milhões no 2T18 versus prejuízo líquido ajustado de R\$ 14,2 milhões no 2T17.

INVESTIMENTOS (CAPEX) – Os investimentos efetuados totalizaram R\$ 15,7 milhões no 2T18 versus R\$ 8,9 milhões no 2T17. O volume de investimentos, que tende a ter uma redução com o passar do ano, foi direcionado, principalmente, às iniciativas e novas ferramentas para o *E-commerce*, projetos abrangendo a área de Tecnologia da Informação, e abertura de lojas, que irão contribuir para uma maior eficiência nos resultados futuros da companhia.

LIQUIDEZ – A tabela seguinte apresenta informações sobre os vencimentos por linha de financiamento na data de 30 de junho de 2018.

Tabela 3. Fontes de financiamento para capital de giro e investimentos utilizadas e respectivos vencimentos (R\$ mil)

Consolidado	Custo médio (a.a)	Total	Até 2018	Até 2019	Até 2020	Após 2020
Tipo de Transação						
Linha BNDES ¹	8,7%	46.976	5.289	10.577	10.577	20.533
Capital de Giro/outros	7,9%	249.211	91.188	116.439	41.584	-
Dívida Bruta Total²	8,0%	296.187	96.477	127.017	52.161	20.533

Nota 1: Custo no 2T18 do saldo do contrato com o BNDES, sem levar em conta o custo de fiança bancária e considerando a TJLP em 6,8% a.a. e SELIC em 6,5% a.a.

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos.

Em jul/18, a Companhia, por meio de sua estratégia de otimização da estrutura de capital, concluiu a etapa inicial da renegociação focada no reperfilamento da dívida, possibilitando a liberação de recebíveis em garantia no montante de R\$ 20 milhões junto ao Banco Itaú por meio da liquidação da dívida, e R\$ 20 milhões junto ao Banco do Brasil por meio da alteração do tipo de garantia com a instituição.

A tabela a seguir apresenta a dívida líquida consolidada da Saraiva em 30 de junho de 2018, que somava R\$ 249,5 milhões, contra R\$ 284,4 milhões em 31 de março de 2018, e R\$ 233,0 milhões em 30 de junho de 2017.

Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, encerramos o 2T18 com uma dívida líquida de R\$ 59,0 milhões contra R\$ 61,3 milhões no 1T18 e R\$ 38,6 milhões no 2T17.

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

Consolidado ¹	2T18	2T17	A/A	1T18	T/T
Tipo de Transação					
Empréstimos e Financiamentos ²	296.187	297.207	-0,3%	312.421	-5,2%
(+) Contas a Pagar Aquisição de Empresas	2.557	2.380	7,4%	2.517	1,6%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa / Aplicações Fin.	49.215	66.587	-26,1%	30.541	61,1%
Dívida Líquida Ajustada Antes dos Recebíveis	249.529	233.000	7,1%	284.397	-12,3%
(-) Recebíveis de Cartão de Crédito	190.480	194.445	-2,0%	223.120	-14,6%
Dívida Líquida Consolidada Após os Recebíveis	59.049	38.555	53,2%	61.277	-3,6%

Nota 1: "Antecipação de Recebíveis" (R\$ 71,8 milhões no 2T18, R\$ 97,8 milhões no 2T17 e R\$ 141,4 milhões no 1T18).

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos.

NOSSAS LOJAS – No 2T18 a Saraiva contava com 104 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal. Em 2018, em linha com nossa estratégia de priorizar ativos com maior potencial de geração de valor, encerramos duas unidades:

- Loja no Aeroporto Afonso Pena (Curitiba/PR), em mar/18;
- Loja no Aeroporto de Manaus (Manaus/AM), em abr/18.

No plano de priorização dos investimentos, inauguramos três novas unidades e temos mais uma contratada para 2018, alinhada 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 no Recreio Shopping (Rio de Janeiro/RJ), com área de vendas de 266 m², em abr/18;
- Loja no Patteo Olinda Shopping (Olinda/PE), com área de vendas de 579 m², em abr/18;
- Loja no Ilha Plaza Shopping (Rio de Janeiro/RJ), com área de vendas de 213 m², em jun/18;
- Loja no Shopping Estação Cuiabá (Cuiabá/MT) com inauguração prevista para out/18.

Adicionalmente, inauguramos, em jun/18, operação do Café Havanna no Shopping Tijuca (Rio de Janeiro/RJ), e já temos mais duas programadas com a Sterna Café, nos Shoppings São Caetano (São Caetano/SP) e Eldorado (São Paulo/SP), para os próximos meses.

ANEXO – VAREJO

R\$ mil	2T18	2T17	A/A	1T18	T/T
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e equivalentes de caixa / Aplicações financeiras	39.247	62.086	-36,8%	30.539	28,5%
Contas a receber de clientes	204.968	199.680	2,6%	236.262	-13,2%
Estoques	325.910	298.504	9,2%	402.953	-19,1%
Impostos e contribuições a recuperar	174.567	190.150	-8,2%	176.893	-1,3%
Instrumentos financeiros derivativos	20.024	-	-	1.789	>500%
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Outros ativos realizáveis a longo prazo	235.123	136.232	72,6%	206.926	13,6%
Instrumentos financeiros derivativos	-	3.311	-100,0%	2.981	-100,0%
Investimentos	-	135	-100,0%	-	-
Imobilizado	67.019	65.439	2,4%	70.097	-4,4%
Intangível	203.491	175.112	16,2%	194.333	4,7%
PASSIVO CIRCULANTE					
Empréstimos e financiamentos	234.880	36.829	>500%	151.879	54,6%
Fornecedores	484.083	312.673	54,8%	506.270	-4,4%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	-	-
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Partes Relacionadas	-	-	-	-	-
Empréstimos e financiamentos	81.330	263.689	-69,2%	165.312	-50,8%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	-	-
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	406.803	470.330	-13,5%	442.327	-8,0%

INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

A Teleconferência sobre os resultados do 2T18 da Saraiva, conduzida em português com tradução simultânea, será realizada no dia **15 de agosto de 2018**, às **10:30** (horário de Brasília) / **09h30** (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): 09h30

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: +1 646 828-8246

Senha: **SARAIVA**

Replay: +55 11 3193-1012 ou 2820-4012 (disponível por 7 dias)

Códigos de acesso: 5867963# (Português) e 7142493# (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 *omnichannel*, 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.