

SENHORES ACIONISTAS,

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

As informações contábeis contidas neste documento referem-se ao quarto trimestre (4T17) e ano de 2017 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

- Novas conquistas de *market share*¹ em duas das principais categorias de atuação: Livros (+1,3 p.p.) e Games (+1,8 p.p.).
- Aceleração do crescimento no canal de *E-commerce*, com incremento de 25,2% nas vendas brutas do 4T17 e 15,3% nas vendas totais de 2017. Com esse desempenho o varejo eletrônico alcançou 37,6% do total de vendas da Companhia em 2017, contra 32,5% em 2016.
- Importante redução de 7,4% nas despesas operacionais recorrentes do 4T17 em relação ao 4T16, fruto do plano de ação para melhoria do resultado implementado no 3T17. No acumulado de 2017, as despesas recorrentes apresentaram redução de 5,4% versus 2016.
- EBITDA no 4T17 de R\$ 22,3 milhões, crescimento de mais de 116% em relação ao 4T16. Excluindo os impactos não recorrentes no período o EBITDA ajustado no 4T17 foi de R\$ 24,4 milhões, crescimento de mais de 136% em relação ao 4T16. A Margem EBITDA ajustada no período foi de 5,1% (+3,0 p.p. versus 4T16). Em termos anuais, o EBITDA ajustado foi de R\$42,8 milhões, representando margem de 2,5% em 2017 (+0,7 p.p. versus 2016).
- Novos ganhos na gestão do capital de giro empregado, com melhora de 2 dias no ciclo operacional.
- Avanços importantes para consolidação do posicionamento estratégico *omnichannel*:
 - Novo crescimento do serviço *Click & Collect*, em que o cliente compra no *E-commerce* para retirar em uma de nossas lojas. Cerca de 20% dos pedidos do site já são realizados nesta modalidade e, dos clientes que optam pelo serviço, 40% realizam uma compra adicional no momento da retirada do produto na loja física;
 - Implementação da fase 2 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, aperfeiçoando a experiência de compra. As vendas por meio dessa ferramenta cresceram 13,4% no 4T17 em relação ao 3T17.
- Reformulação do programa de fidelidade Saraiva Plus, que agora conta com regras ainda mais simples, atraentes e interativas. Após o relançamento do programa, em jun/17, houve incremento de 16,2% na taxa de reativação de clientes, encerrando 2017 com 15,4 milhões de clientes cadastrados (+1,9 milhão clientes nos últimos 12 meses) e cerca de 82,5% de nosso faturamento identificado.
- Expansão das parcerias no âmbito do *marketplace* para venda de produtos em sites de parceiros estratégicos. Atualmente, 70% das compras de nossos produtos por meio do Mercado Livre, por exemplo, foram feitas por consumidores que não eram nossos clientes.
- Continuação da estratégia de transformação do canal lojas físicas ao longo de 2017:
 - Inauguração de 4 unidades alinhadas aos novos conceitos de loja ideal;
 - Encerramento de lojas com baixa perspectiva de geração de valor (representando 5,1% do total de área de vendas);

¹ Dados acumulados do 2017 vs 2016 do mercado expandido da consultoria GFK.

- Otimização do custo operacional e rentabilização das unidades existentes por meio da readequação de área de 3 importantes unidades da rede ao longo de 2017.
- Vencedor da 1ª edição do “Prêmio Black Friday de Verdade” na categoria “Livros, Filmes e Games”. O prêmio tem como objetivo reconhecer, por meio de votação popular, as melhores empresas e as melhores práticas na Black Friday no Brasil.

EVENTOS SUBSEQUENTES

- Expressivo crescimento de 15,3% registrado nas vendas totais nos dois primeiros meses de 2018, período de importante sazonalidade para a Companhia. Enquanto o canal Lojas Físicas (SSS) retomou a curva de crescimento (+4,4%), o canal *E-commerce* acelerou ainda mais o ritmo de crescimento com incremento de 44,0% nas vendas, refletindo o sucesso da Campanha de Volta às Aulas, o tradicional Saldão do início de janeiro, e a importante evolução de iniciativas como o *marketplace* e o serviço Saraiva Entrega.
- Contratação da consultoria Galeazzi no final de fev/18, após uma etapa inicial de diagnóstico, 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.
- Alcançamos no início de 2018 importantes reconhecimentos e premiações:
 - Vencedor, pela 3ª vez consecutiva, do Prêmio “Melhores Serviços do Estadão”, na categoria “Cultura e Entretenimento”;
 - 3ª Companhia mais recomendada no estudo *Customer Experience Report (CX Report)*, em pesquisa realizada pelo IBOPE/CONNECTA;
 - Prêmio E-bit, pela 4ª vez, de Melhores do *E-commerce* na categoria “Mais querida - TOP 5”, e também o 1º lugar no prêmio “Loja Mais Querida - Livros”.

PRINCIPAIS INDICADORES

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

Consolidado	4T17	4T16	A/A	3T17	T/T	2017	2016	A/A
Receita Bruta (Lojas + E-commerce) ¹	529.219	537.444	-1,5%	408.601	29,5%	1.883.326	1.890.859	-0,4%
Lojas	319.770	370.164	-13,6%	249.886	28,0%	1.175.172	1.276.743	-8,0%
E-commerce	209.449	167.280	25,2%	158.716	32,0%	708.153	614.116	15,3%
Receita Líquida (Lojas + E-commerce) ¹	476.842	487.101	-2,1%	374.279	27,4%	1.724.886	1.737.563	-0,7%
Lojas	295.012	341.423	-13,6%	233.265	26,5%	1.093.802	1.190.848	-8,1%
E-commerce	181.831	145.677	24,8%	141.014	28,9%	631.085	546.715	15,4%
Lucro Bruto	161.206	158.077	2,0%	122.051	32,1%	574.801	594.279	-3,3%
Margem Bruta (%)	33,8%	32,5%	1,3 p.p.	32,6%	1,2 p.p.	33,3%	34,2%	-0,9 p.p.
Despesas Operacionais	(138.866)	(147.730)	-6,0%	(148.005)	-6,2%	(560.629)	(562.670)	-0,4%
Despesas Operacionais Recorrentes ¹	(136.766)	(147.730)	-7,4%	(129.742)	5,4%	(532.016)	(562.670)	-5,4%
EBITDA	22.340	10.347	115,9%	(25.954)	-	14.172	31.609	-55,2%
Margem EBITDA (%)	4,7%	2,1%	2,6 p.p.	-6,9%	11,6 p.p.	0,8%	1,8%	-1,0 p.p.
EBITDA Ajustado ²	24.440	10.347	136,2%	(7.691)	-	42.785	31.609	35,4%
Margem EBITDA Ajustada (%) ²	5,1%	2,1%	3,0 p.p.	-2,1%	7,2 p.p.	2,5%	1,8%	0,7 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado antes das Op. Descontinuadas ²	200	(19.430)	-	(20.548)	-	(30.470)	(51.490)	-40,8%
Margem Líquida Ajustada antes das Op. Descontinuadas (%) ²	0,0%	-4,0%	4,0 p.p.	-5,5%	5,5 p.p.	-1,8%	-3,0%	1,2 p.p.
Res. Liq. das Op. Descontinuadas (Liq. impostos)	(1.029)	(2.458)	-58,1%	(836)	23,1%	(2.655)	1.686	-
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado ²	(829)	(21.888)	-96,2%	(21.384)	-96,1%	(33.125)	(49.804)	-33,5%
Margem Líquida Ajustada (%) ²	-0,2%	-4,5%	4,3 p.p.	-5,7%	5,5 p.p.	-1,9%	-2,9%	0,9 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	(2.215)	(21.888)	-89,9%	(33.438)	-93,4%	(52.009)	(49.804)	4,4%
Margem Líquida (%)	-0,5%	-4,5%	4,0 p.p.	-8,9%	8,5 p.p.	-3,0%	-2,9%	-0,1 p.p.
Crescimento Lojas (SSS - %)	-12,5%	-4,6%	-7,9 p.p.	-7,9%	-4,6 p.p.	-7,8%	-4,5%	-3,3 p.p.
Crescimento E-commerce	25,2%	5,0%	20,2 p.p.	17,2%	8,0 p.p.	15,3%	8,9%	6,4 p.p.
Quantidade de Lojas - Final do período	103	113	-8,8%	100	3,0%	103	113	-8,8%
Área de Vendas - Final do período (m ²)	59.594	61.851	-3,6%	59.477	0,2%	59.594	61.851	-3,6%

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\$ 4,8 milhões no 1T17, R\$ 3,5 milhões no 2T17, R\$ 18,3 milhões no 3T17, R\$ 2,1 milhões no 4T17 e R\$ 28,6 milhões em 2017.

COMENTÁRIO DO DESEMPENHO

Iniciamos nosso plano de transformação, em 2015, com foco no cliente e em um varejo mais ágil, sustentável, e voltado para crescimento, competitividade e rentabilidade.

Para suportar essa transformação, temos investido na reestruturação de nossa operação com o objetivo de aumentar a produtividade e assertividade nas tomadas de decisão. Uma das iniciativas foi a criação do Comitê de Estratégia e Inovação (não estatutário) que, mensalmente, reúne líderes da Saraiva e membros independentes como Alberto Serrentino, Gustavo Caetano e Ricardo Durazzo, além de conselheiros e convidados esporádicos, com intuito de criar, acompanhar e desenvolver o plano de transformação da Saraiva.

Dentro desse contexto, nosso foco hoje está centrado em 4 frentes transformadoras: *Omnichannel*, *Customer Centricity*, Transformação Digital e Eficiência Operacional.

Dessa maneira, a evolução do *mindset* da companhia exigiu a revisão do posicionamento da Marca e da Cultura organizacional.

Omnichannel

Com o objetivo de transformar o consumo em uma experiência integrada, em que o universo digital e o off-line dialogam, temos desenvolvido 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. Hoje, cerca de 20% dos pedidos do site já são realizados nesta modalidade. Dos clientes que optam pelo serviço, 40% realizam uma compra adicional no momento da retirada do produto na loja física. **Parceria com a “99”:** para facilitar o deslocamento destes clientes, nós fechamos uma parceria com a maior *startup* de mobilidade urbana do país, a 99. Assim, os clientes recebem um desconto de R\$10,00 (por viagem), em corridas de táxi ou carro particular, para buscar a sua encomenda em nossas lojas.
- **Saraiva Entrega:** caso o cliente deseje algum produto que não esteja disponível fisicamente em uma de nossas lojas, poderá efetuar a compra e receber em casa ou, se preferir, retirar 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.
- **Same Day Delivery (SDD):** os clientes da cidade de São Paulo que comprarem livros por meio do nosso *E-commerce* até às 13 horas poderão optar por receber o pedido até às 22 horas do mesmo dia. Na evolução desta modalidade, estamos com um piloto na loja do shopping Eldorado, em São Paulo, com serviço de *delivery* para **entrega de livros em até 1 hora**, com perspectivas de ampliação para outras categorias e outras lojas/regiões.
- **Turbo entrega:** os clientes que realizarem pedidos em nosso *E-commerce* até às 17 horas recebem suas compras no dia seguinte. O serviço é oferecido em São Paulo, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Curitiba, Porto Alegre, Florianópolis, Vitória, Salvador e Recife.

Em 2017, inauguramos 4 lojas 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 de um canal sob o outro (loja/site). Um bom exemplo é a nova loja em

Franca, no interior do Estado de São Paulo, que, após a abertura, gerou uma receita incremental nas vendas do *E-commerce* da região de 42% frente ao ano anterior.

Customer Centricity

Temos como premissa o foco no cliente. Nesse sentido, buscamos entender 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**, que agora conta com regras ainda mais simples, atraentes e interativas. No novo modelo, o acúmulo de pontos e resgate foi simplificado, favorecendo a estratégia direcionada para o consumidor com base no conhecimento sólido do seu comportamento e preferências. Após o relançamento do programa, em junho de 2017, notamos significativo incremento de 16,2% na taxa de reativação de clientes, reforçando o sucesso do novo modelo. No total, em dezembro de 2017, contávamos com 15,4 milhões de clientes cadastrados (+1,9 milhão clientes nos últimos 12 meses) e cerca de 82,5% de nosso faturamento identificado. Um de nossos objetivos com o Programa é expandir o número de clientes multicanal, que apresentam um gasto médio e frequência de compra 2,5 vezes superiores ao cliente regular.
- Outra iniciativa importante que implementamos no ano de 2017 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.
- 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, ampliamos a **operação de cafés** em nossas lojas, por meio das parcerias estratégicas com a Starbucks, Havanna, Grão Espresso, Nespresso, Feito a Grão, entre outros.
- Ampliamos a **experiência imersiva com foco na categoria de games**. Atualmente, 10 lojas da rede possuem áreas dedicadas exclusivamente à experiência com jogos, com *cockpit* e *notebook gamer*.
- Realizamos mais de 4,7 mil **eventos culturais** em lojas por ano, entre lançamentos, sessões de autógrafos, encontro de fãs, contações de histórias infantis, debates, entre outros.
- 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 mais de 80 lojas da rede.
- Oferecemos o serviço de **garantia estendida**, estendendo a garantia de fábrica mais 12 ou 24 meses. E o **Proteção Saraiva** que configura um seguro para roubo, furto qualificado e quebra acidental.
- Dispomos do serviço de **assistência técnica** autorizada pela Apple em 15 lojas da rede, com equipes especializadas para melhor atender os nossos clientes. Entre as vantagens oferecidas estão manutenção, upgrade de memória e HD, reinstalação do sistema, instalação de softwares e modem, verificação de disco, restauração e atualização de sistema iPod e iPad e mais.

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:

- 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, 70% das compras de nossos produtos por meio do Mercado Livre, por exemplo, foram feitas por consumidores que não eram nossos clientes. Continuamos a evoluir nessa frente por meio da negociação com outros parceiros e expandiremos o nosso **marketplace próprio**, com a integração do carrinho de *checkout* unificado para itens de diversos fornecedores. Operando por meio de metodologia ágil, esta frente é uma das grandes apostas da companhia para 2018.
- Ações de **marketing**:
 - Investimos em LIA (anúncios de inventário local). Em parceria com o Google, a iniciativa 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 das campanhas para otimizar o retorno dos anúncios. A utilização da ferramenta, apenas no 4T17, gerou 2 milhões de visitas.
- Apresentamos novas versões do nosso **e-reader**, com os modelos **Lev neo** e **Lev fit**, e também lançamos o leitor online Lev, plataforma de leitura online, que permite acessar todo o nosso acervo por meio do navegador web do computador, sem a necessidade de fazer download de aplicativo. Nosso ecossistema digital conta ainda com as plataformas de auto publicação (Publique-se!), Audiolivros e venda de cartões pré-pagos de conteúdo.
- Na gestão de categorias, destacamos o sucesso do novo serviço em *Games* com a **venda online de cartões de jogos** e serviços de *streaming*. A oferta de créditos aos principais servidores de conteúdo aos clientes reforça nosso posicionamento e pioneirismo no modelo de entrega do serviço pré-pago online.
- Remodelamos o projeto de **Volta às Aulas**, construindo soluções para agregar serviços e ampliar parcerias e o nível de conversão de vendas.

Eficiência Operacional

O ano de 2017 foi de importantes avanços que contribuem para preparar a empresa para uma nova fase de crescimento de receita e diluição de custos. O rigoroso e 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:**
 - Inauguração de 4 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 lojas com baixa perspectiva de geração de valor (representando 5,1% do total de área de vendas);
 - Otimização do custo operacional e rentabilização das unidades existentes. Em prosseguimento a essa estratégia, realizamos investimentos em **readequação da área**, contribuindo para melhora da rentabilidade da operação e agregando valor à experiência de compra de nossos clientes em 3 importantes unidades da rede ao longo de 2017;
 - Expansão para toda a rede de lojas do **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;
 - Ampliação da categoria **bomboniere**, atualmente presente em 86 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 prevista para o início de 2018 de 2 **novos centros de distribuição**, otimizando o processo de abastecimento de lojas, melhorando a competitividade do *E-commerce* pela redução do *lead time* de entregas, e contribuindo para evitar a acumulação de créditos fiscais.
- **Contratação da consultoria Galeazzi** no final de fev/18, após uma etapa inicial de diagnóstico, 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;
- **Contratação do Sr. José Roberto Beraldo**, que irá atuar como Consultor na Companhia auxiliando na centralização da estratégia e das políticas da área financeira.

A melhora no resultado operacional obtida no 4T17, comparativamente ao 4T16, já demonstra importante inflexão e marca o início de uma nova etapa de geração de valor para a Companhia.

A **receita bruta** total em 2017 atingiu R\$ 1,9 bilhão e ficou praticamente em linha quando comparada com o ano anterior. Os destaques positivos foram o forte crescimento de vendas da operação de *E-commerce* com 15,3% em 2017 e 25,2% no 4T17, e, mais uma vez, o ganho em *market share*² no segmento de livros (+1,3 p.p.), nossa principal categoria de atuação, que conquistou incremento de mercado pelo 5º ano consecutivo. Além disso, o segmento de games continua ganhando força em nossa estratégia de mix de categorias, e alcançou novo aumento na participação de mercado (+1,8 p.p.).

No acumulado de 2017 a **margem bruta** refletiu o cenário competitivo mais acirrado no varejo online e o efeito da maior participação ponderada do canal de *E-commerce* nas vendas totais, recuando 0,9 p.p. Na análise do 4T17, a margem bruta atingiu 33,8%, 1,3 p.p. acima do 4T16, contando com a contribuição dos ganhos de gestão a partir da implementação, no final de ago/17, de um novo sistema de precificação dinâmica para o *E-commerce*.

O Plano de Ação para melhoria da rentabilidade executado no final do 3T17, com perspectiva de gerar economia anual de R\$ 30 milhões, já surtiu efeitos importantes e contribuiu para a expressiva queda de 7,4% observada no desempenho das **despesas** operacionais no 4T17. No acumulado do ano, observamos que as despesas comparáveis apresentaram a importante redução de 5,4%.

O **EBITDA** ajustado, refletindo o plano de ação focado na melhoria de rentabilidade implementado no 3T17, totalizou R\$ 24,4 milhões no 4T17, contra R\$ 10,3 milhões registrados no 4T16. A margem EBITDA ajustada encerrou o 4T17 com margem de 5,1%, 3,0 p.p. acima do 4T16. No acumulado do ano de 2017 o EBITDA ajustado alcançou R\$ 42,8 milhões ante um EBITDA de R\$ 31,6 milhões em 2016, representando um expressivo crescimento de 35,4% com um ganho de 0,7 p.p. na margem EBITDA ajustada.

Na gestão do **capital de giro**, encerramos novamente o período com redução do ciclo operacional, que passou de 79 dias no 4T16 para 77 dias no 4T17. Vale destacar a estratégia adotada para alavancar nosso crescimento de vendas no período de Volta às Aulas, que envolveu diversas ações, em especial um planejamento logístico e de abastecimento que incluiu a antecipação de compras e o reforço dos estoques na virada do ano. Esse posicionamento viabilizou a campanha de entrega de qualquer lista escolar em até 72 horas para toda nossa rede de lojas, contribuindo para o sucesso de vendas nesse importante período sazonal.

Entre as ações estratégicas para garantir a liquidez, é importante ressaltar o foco da Administração na adoção de medidas para dar celeridade à recuperação de créditos tributários acumulados no curso normal dos negócios, assim como, para reduzir a acumulação recorrente de créditos por meio da sua conversão em caixa. Com relação aos créditos restituíveis de Pis e Cofins, estão em curso medidas que objetivam obter manifestação das autoridades federais acerca dos pedidos de restituição pendentes de resposta há mais de um ano, com boas perspectivas de efetividade. Para os créditos acumulados de ICMS originados nas operações de abastecimento das lojas da rede a partir do Estado de São

² Dados acumulados do 2017 vs 2016 do mercado expandido da consultoria GFK.

Paulo, foi instruído, no final de fev/18, processo administrativo para recuperação por meio do sistema e-CredAc, da Secretaria de Fazenda do Estado de São Paulo, em que o Estado analisa a acumulação recorrente de créditos de ICMS e autoriza a transferência dos créditos aprovados para terceiros no mercado secundário. Ainda com relação ao ICMS, como forma de evitar a acumulação de créditos no Estado de São Paulo, estão em andamento ajustes operacionais relevantes no atual modelo logístico de abastecimento, iniciados no final de 2017 e com previsão de conclusão para abr/18. A alteração da malha logística promoverá a descentralização das operações de abastecimento das lojas da rede, e, como consequência, converterá em caixa parte substancial dos créditos atualmente acumulados na escrita fiscal.

Os resultados alcançados no 4T17 demonstraram importante evolução e já refletiram parte dos esforços para a redução de custos com o Plano de Ação para melhoria da rentabilidade implementado no 3T17. Estamos com uma estrutura mais leve e enxuta, com o ciclo operacional melhor ajustado e, aliado a isso, contamos com a implementação e início da maturação das diversas iniciativas alinhadas às frentes transformadoras de operação *omnichannel*, *customer centricity*, transformação digital e eficiência operacional que contribuirão significativamente para a melhoria da rentabilidade.

O importante crescimento das vendas nos primeiros dois meses de 2018 sinaliza a força do nosso posicionamento para a retomada consistente do crescimento e diluição de custos. As sucessivas conquistas de *market share* e a robusta e crescente base de clientes também contribuem para esse sentimento de confiança na perspectiva de melhora dos resultados. 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 4T17 a receita bruta alcançou R\$ 529,2 milhões, representando uma redução de 1,5% quando comparada o valor de R\$ 537,4 milhões no 4T16. A receita líquida seguiu a mesma tendência no trimestre, apresentando uma queda de 2,1%. No acumulado do ano a receita bruta e a receita líquida apresentaram leve queda de 0,4% e 0,7%, respectivamente.

É importante observar que os dados da Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE³ (dez/17) demonstram que o setor de livros, jornais, revistas e papelaria apresenta uma retração de 9,7% no mês de dez/17 e 4,2% no volume acumulado de vendas de 2017. 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 o *market share* em 2017 em 1,3 p.p. em Livros, nossa principal categoria de atuação, e 1,8 p.p. em *Games*.

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 quarto trimestre e ano de 2017, apresentou queda de 13,6% e 8,0%, respectivamente, quando comparadas aos mesmos períodos do ano anterior. A receita líquida teve declínio de 13,6% no 4T17 e de 8,1% no ano.

RECEITA E-COMMERCE – No 4T17 as vendas brutas do site Saraiva.com apresentaram um forte crescimento de 25,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo R\$ 209,4 milhões no período. Em termos acumulados esses valores foram de 15,3% e R\$ 708,2 milhões, respectivamente. As vendas líquidas somaram R\$ 181,8 milhões, um crescimento de 24,8% na comparação em relação ao quarto trimestre de 2016. No ano de 2017 esses valores foram de R\$ 631,1 milhões e 15,4%, respectivamente.

O bom 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 39,6% no 4T17 (*versus* 31,1% no 4T16) e 37,6% em 2017 (*versus* 32,5% em 2016).

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



³ Dados da Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE considerando o índice de Base Fixa divulgado.



RESULTADO BRUTO – O lucro bruto apresentou crescimento no quarto trimestre de 2017, atingindo R\$ 161,2 milhões com um aumento de 1,3 p.p. na margem bruta, que passou de 32,5% no 4T16 para 33,8% no 4T17. No acumulado do ano o resultado bruto atingiu R\$ 574,8 milhões com uma margem de 33,3%, apresentando queda de 3,3% e 0,9 p.p., respectivamente, em relação ao resultado de 2016.

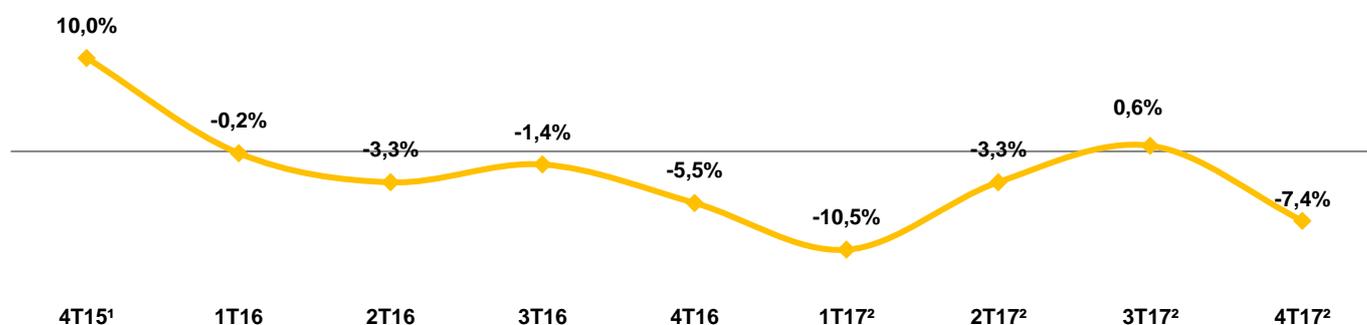
Ao longo de todo o ano de 2017 fomos impactados pelo cenário competitivo mais acirrado no varejo online, que continua aumentando sua participação ponderada em nosso faturamento total. Simultaneamente investimos em novas ferramentas, em especial um novo sistema de precificação dinâmica para o *E-commerce*, visando contribuir para o aumento de vendas e melhor gestão da margem bruta, o que já apresentou resultados positivos no último trimestre do ano, quando tivemos um aumento da margem bruta.

DESPESAS OPERACIONAIS – A linha de despesas operacionais totalizou R\$ 138,9 milhões no 4T17 e R\$ 560,6 milhões em 2017, apresentando redução de 6,0% e 0,4%, respectivamente, em relação aos mesmos períodos do ano anterior.

Excluindo o impacto de despesas extraordinárias de reestruturação apresentamos uma redução ainda maior nos períodos. A linha de despesas operacionais ajustada apresentou queda de 7,4% no 4T17, totalizando R\$ 136,8 milhões, e 5,4%, atingindo R\$ 532,0 milhões em 2017.

Cabe destacar que continuamos focados na racionalização de gastos para a melhora dos resultados, e parte dessa redução apresentada no quarto trimestre já é resultado do nosso plano de ação executado no 3T17.

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 não recorrentes e extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade de R\$ 4,8 milhões no 1T17, R\$ 3,5 milhões no 2T17, R\$ 18,3 milhões no 3T17, e R\$ 2,1 milhões no 4T17.

EBITDA – O EBITDA ajustado refletiu o plano de ação focado na melhoria de rentabilidade implementado no 3T17 e totalizou R\$ 24,4 milhões no 4T17, contra R\$ 10,3 milhões atingido no 4T16. A margem EBITDA ajustada encerrou o trimestre 3,0 p.p. acima do 4T16. No ano de 2017, o EBITDA ajustado alcançou R\$ 42,8 milhões ante um EBITDA de R\$ 31,6 milhões em 2016, representando um crescimento de 35,4% com um ganho de 0,7 p.p. na margem EBITDA ajustada.

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

Varejo	4T17	4T16	A/A	3T17	T/T	2017	2016	A/A
Lucro Líquido (Prejuízo)	(2.215)	(21.888)	-89,9%	(33.438)	-93,4%	(52.009)	(49.804)	4,4%
(+) Resultado financeiro	14.086	13.419	5,0%	13.780	2,2%	48.372	53.647	-9,8%
(+) IR / CSLL	2.009	7.301	-72,5%	(15.795)	-	(18.090)	(6.910)	161,8%
(+) Depreciação e Amortiz.	7.431	9.058	-18,0%	8.665	-14,2%	33.247	36.381	-8,6%
(+) Resultado Líq. de Op. Descontinuadas	1.029	2.458	-58,1%	836	23,1%	2.655	(1.686)	-
(+) Outros ¹	2.100	(1)	-	18.261	-88,5%	28.610	(19)	-
EBITDA Ajustado¹	24.440	10.347	136,2%	(7.691)	-	42.785	31.609	35,4%
<i>Margem EBITDA Ajustada¹</i>	<i>5,1%</i>	<i>2,1%</i>	<i>3,0 p.p.</i>	<i>-2,1%</i>	<i>7,2 p.p.</i>	<i>2,5%</i>	<i>1,8%</i>	<i>0,7 p.p.</i>

Nota: 1. Exclui o impacto de despesas não recorrentes e extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade de R\$ 4,8 milhões no 1T17, R\$ 3,5 milhões no 2T17, R\$ 18,3 milhões no 3T17, R\$ 2,1 milhões no 4T17 e R\$ 28,6 milhões em 2017.

CAPITAL DE GIRO* – A relação capital de giro/receita líquida apresentou melhora, ficando em 15,9%. O ciclo operacional do Varejo foi de 77 dias no 4T17, contra 79 dias no 4T16.

O prazo médio de recebimento passou de 64 dias no 4T16 para 60 dias no 4T17. O prazo médio de cobertura de estoques aumentou 8 dias, passando de 93 dias no 4T16 para 101 dias no 4T17, refletindo, principalmente, a maior formação de estoque em função da estratégia de abastecimento visando o aumento da participação de mercado para o período de Volta às Aulas do início de 2018. O prazo de pagamento a fornecedores melhorou em 7 dias, alcançando 84 dias no 4T17, quando comparado com 77 dias no 4T16.

* 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\$ 14,1 milhões no quarto trimestre e R\$ 48,4 milhões em 2017, representando um aumento de 5,0% no trimestre e uma redução de 9,8% no acumulado em relação ao ano anterior.

LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO – O lucro líquido ajustado da Companhia, antes do resultado líquido de operações descontinuadas, foi de R\$ 0,2 milhão no 4T17 versus prejuízo líquido de R\$ 19,4 milhões no 4T16. Em 2017 o prejuízo líquido ajustado foi de R\$ 30,5 milhões versus prejuízo líquido de R\$ 51,5 milhões em 2016.

INVESTIMENTOS (CAPEX) – Os investimentos efetuados no Varejo totalizaram R\$ 18,6 milhões no 4T17 versus R\$ 9,3 milhões no 4T16. No ano, os investimentos somaram R\$ 53,3 milhões versus R\$ 29,3 milhões em 2016. O volume de investimentos foi direcionado, principalmente, às iniciativas e novas ferramentas para o *E-commerce*, projetos abrangendo a área de Tecnologia da Informação, e abertura/reforma de lojas.

LIQUIDEZ – A tabela seguinte apresenta informações sobre os vencimentos por linha de financiamento na data de 31 de dezembro 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 2018	Até 2019	Até 2020	Após 2020
Tipo de Transação						
Linha BNDES ¹	10,0%	54.778	12.648	12.648	12.648	16.833
Capital de Giro/outros	8,7%	258.849	102.320	114.858	41.671	-
Dívida Bruta Total²	8,9%	313.627	114.969	127.506	54.320	16.833

Nota 1: Custo no 4T17 do saldo do contrato com o BNDES, sem levar em conta o custo de fiança bancária e considerando a TJLP em 7,0% a.a. e SELIC em 6,9% a.a.
Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos.

A tabela a seguir apresenta a dívida líquida consolidada da Saraiva em 31 de dezembro de 2017, que somava R\$ 247,2 milhões, contra R\$ 198,6 milhões em 31 de dezembro de 2016.

Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, encerramos 2017 com uma dívida líquida de R\$ 48,1 milhões contra um caixa líquido de R\$ 152,6 milhões no final de 2016.

Entre os fatores que exercem influência sobre a liquidez da Companhia, o saldo de impostos a recuperar (ICMS, Pis e Cofins), compõem atualmente um valor representativo em nosso balanço. No 4T17 esse saldo aumentou em R\$ 12,0 milhões. Estamos atentos a essa evolução e há várias iniciativas em curso, tanto para a monetização dos créditos acumulados como para mitigar a formação de novos créditos. Nesse sentido, além da boa expectativa de recuperação efetiva de parte dos créditos, visualizamos uma redução significativa na acumulação desses créditos no Estado de São Paulo em decorrência da implantação do novo modelo logístico de abastecimento.

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

Consolidado¹	4T17	4T16	A/A	3T17	T/T
Tipo de Transação					
Empréstimos e Financiamentos ²	313.627	321.592	-2,5%	322.097	-2,6%
(+) Contas a Pagar Aquisição de Empresas	2.477	2.254	9,9%	2.434	1,8%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa / Aplicações Fin.	68.952	125.290	-45,0%	25.442	171,0%
Dívida Líquida Ajustada Antes dos Recebíveis	247.152	198.556	24,5%	299.089	-17,4%
(-) Recebíveis de Cartão de Crédito	199.070	351.152	-43,3%	191.456	4,0%
Dívida Líquida Consolidada Após os Recebíveis	48.082	(152.596)	-	107.633	-55,3%

Nota 1: "Antecipação de Recebíveis" (R\$ 115,2 milhões no 4T17, R\$ 3,2 milhões no 4T16 e \$ 75,1 milhões no 3T17).

Nota 2: Empréstimos líquidos dos instrumentos financeiros derivativos.

NOSSAS LOJAS – No 4T17 a Saraiva contava com 103 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal. Durante 2017, em linha com nossa estratégia de priorizar ativos com maior potencial de geração de valor, concluímos importantes reformas, readequações e inaugurações. No ano, foram realizados *retrofits* e reformas em 4 unidades, ajustando os layouts e o mix de categorias vendidas nas unidades, além de transformação, em jun/17, 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.

Na estratégia de readequação dos espaços de vendas para otimizar os custos operacionais e aumentar a rentabilidade das unidades, foram abertos 7 cafés e realizamos 3 readequações de espaço em importantes unidades durante 2017:

- Reforma da loja localizada no Shopping Iguatemi Campinas, incluindo a parceria de café da Starbucks, em jul/17, passando de uma área de vendas de 1.883 m² para uma área de 1.067 m²;
- Reinauguração da loja localizada no Shopping Rio Sul, em out/17, passando de uma área de vendas de 1.133 m² para uma área de 997 m²;
- Reinauguração da loja localizada no Morumbi, em out/17. A unidade, que agora está em uma localização de maior fluxo de clientes e continua contando com a parceria de café da Starbucks, passou de uma área de vendas de 1.389 m² para uma área de 931 m².

No plano de priorização dos investimentos, inauguramos 5 novas unidades em 2017 e temos mais 4 novas lojas contratadas para 2018, 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 no North Shopping Fortaleza (Fortaleza/CE), com área de vendas de 643 m², em jan/17;
- Loja no Aeroporto de Guarulhos (Guarulhos/SP), com área de vendas de 150 m², reinaugurada em set/17;
- Loja no Park Shopping Canoas (Canoas/RS), com área de vendas de 486 m², em nov/17;
- Loja no Shopping Village Mall (Rio de Janeiro/RJ), com área de vendas de 237 m², em nov/17;
- Loja no Uberlândia Shopping (Uberlândia/MG), com área de vendas de 534 m², em dez/17;
- Loja no Patteo Olinda Shopping (Olinda/PE) com inauguração prevista para abr/18;
- Loja no Recreio Shopping (Rio de Janeiro/RJ) com inauguração prevista para abr/18;
- Loja no Ilha Plaza Shopping (Rio de Janeiro/RJ) com inauguração prevista para mai/18;
- Loja no Shopping Estação Cuiabá (Cuiabá/MT) com inauguração prevista para out/18.

Adicionalmente, já temos programado 4 inaugurações de Cafés e readequações de espaço, *retrofits* e reformas em mais 3 unidades:

- Loja no Shopping Metrô Santa Cruz (São Paulo/SP);
- Loja no Shopping Recife (Recife/PE);
- Loja no Shopping Tijuca (Rio de Janeiro/RJ).

MERCADO DE CAPITAIS

Os indicadores a seguir resumem a movimentação das ações da Saraiva no ano de 2017 em comparação com o ano de 2016.

Indicadores ^(*)	2017	2016	Var.
Quantidade de Negócios Total ¹	85.882	60.543	41,9%
Participação nos Pregões - % ¹	100,0	100,0	-
Quantidade Negociada Média – mil ¹	72.655	55.797	29,8%
Volume negociado Médio – R\$ mil ¹	356.383	214.081	66,5%
Preço da ação (PN) – R\$ ¹	4,24	3,71	14,3%
Preço da ação (ON) – R\$	5,00	10,00	-50,0%
Total de Ações em Circulação – mil	26.686	26.686	-
Valor de Mercado – R\$ milhões	120,4	159,6	-24,6%

Fonte: BM&FBOVESPA

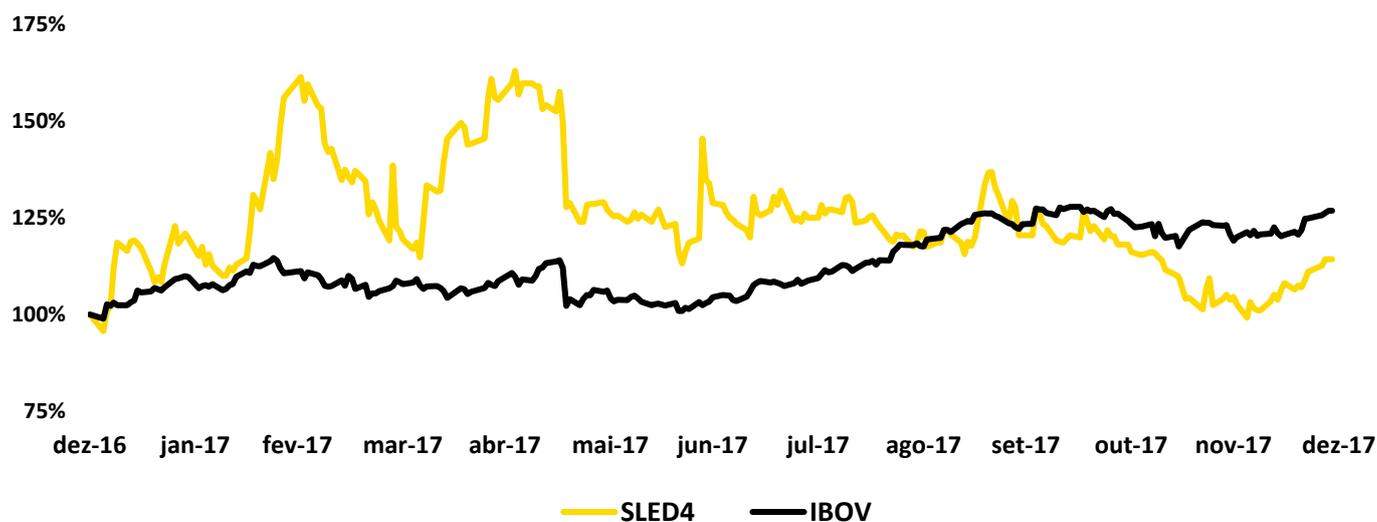
¹ Referente ação PN (SLED4)

(*) Não revisado pelos auditores independentes

As ações preferenciais (SLED4) apresentaram uma valorização de 14,3% durante 2017. No mesmo período o Ibovespa apresentou variação de 26,9%. Em 31/12/2017 o valor de mercado da Saraiva era de R\$ 120,4 milhões.

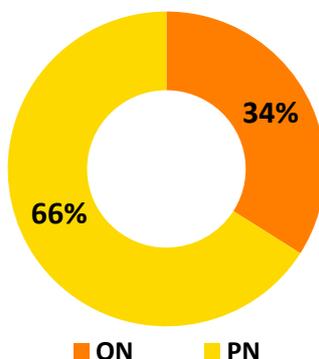
SLED4 versus IBOVESPA

Base 100 = 29/12/2016



ESTRUTURA ACIONÁRIA

O capital social subscrito e realizado da Saraiva era de R\$ 283,0 milhões em 31 de dezembro de 2017, representado por 26.701.745 ações, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal, das quais 9.622.313 são ações ordinárias (ON), e 17.079.432 são ações preferenciais (PN). A Companhia mantém 15.700 ações ordinárias em tesouraria.



DIVIDENDOS

No exercício de 2017 foram pagos R\$ 4,8 milhões, conforme aprovado na AGO/E realizada em 28 de abril de 2017, referente distribuição parcial do dividendo obrigatório retido do exercício social de 2015, correspondente ao valor bruto de R\$ 0,18 por ação, equivalente a 22% do saldo da reserva especial para dividendo obrigatório não distribuído. O saldo remanescente, conforme Fato Relevante divulgado em 2 de agosto de 2017, deverá ser pago em três parcelas anuais no montante de R\$ 5,8 milhões, em datas a serem deliberadas nas AGOs de 2018 a 2020.

COLABORADORES

Finalizamos o ano de 2017 com 3.186 colaboradores (3.860 em dezembro de 2016). As ações estratégicas da área de Recursos Humanos focaram os pilares de desenvolvimento, engajamento, diversidade e eficiência/produktividade. Nesse contexto, os destaques em 2017 foram:

- Implementamos um novo plano de comunicação interna na Saraiva mais aderente e próximo ao público interno;
- Demos continuidade ao projeto de transformação cultural, seguindo com a definição dos novos valores e plano para implementar a nova cultura que suportará a transformação da empresa;
- Implementamos o novo ciclo de gente, avaliando todas as nossas lideranças, escolhendo os nossos talentos internos e mapeando os nossos sucessores com o objetivo de suportar a continuidade do negócio e a nossa transformação;
- Concluímos o primeiro ciclo de treinamentos voltados à alta liderança;
- Implementamos o programa “Gestão de Lojas”, um treinamento sistêmico de toda a operação que visa preparar a nossa força de vendas na atuação de suas funções e desenvolvimento de carreira;
- Implementamos um programa de qualidade e excelência para a nossa Central de Atendimento (SAC) e Logística (CD Cajamar e CD Salvador) com o objetivo de estimular a meritocracia e a cultura de resultados.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

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

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

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

A Análise Geral de Riscos (AGR) foi revisada e aprovada pelo Conselho de Administração da Companhia, apesar de não estar formalmente estabelecida uma Política de Gestão de Riscos. A área de Governança auxilia na gestão do mapeamento, acompanhamento dos planos de ação e no devido tratamento de eventos de risco que possam afetar os negócios da Companhia.

O monitoramento da evolução deste trabalho propiciou a definição de um plano anual de Auditoria Interna para 2017 com foco em riscos, que foi aprovado pela Diretoria de Governança e Presidência da Companhia.

SUSTENTABILIDADE E AÇÕES SOCIAIS

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

O Instituto foi fundado em 2004, principalmente, em decorrência da necessidade de atenuar as dificuldades econômicas de famílias e os seus efeitos em crianças, já que uma escola competente tem o poder de auxiliar na superação de desigualdades socioeconômicas.

Atualmente, o instituto educa 35 crianças, ciente de que o cuidado na primeira infância é importante na medida que uma educação infantil de qualidade propicia benefícios como: aprendizado, afeto, respeito e confiança.

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

AUDITORES INDEPENDENTES

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

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

O valor total contabilizado relacionado a honorários com auditoria externa para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2017 foi de R\$ 462 mil.

ADERÊNCIA À CÂMARA DE ARBITRAGEM DO MERCADO

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

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA SOBRE AS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

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

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA SOBRE O RELATÓRIO DOS AUDITORES INDEPENDENTES

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

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todos os acionistas, clientes, fornecedores, instituições financeiras, colaboradores e comunidades pelo apoio dado em 2017, sem o qual não teríamos construído os avanços conquistados.

São Paulo, 13 de março de 2018.

A Administração

ANEXO – VAREJO

R\$ mil	4T17	4T16	A/A	3T17	T/T
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e equivalentes de caixa / Aplicações financeiras	68.942	125.133	-44,9%	25.411	171,3%
Contas a receber de clientes	206.910	357.494	-42,1%	195.683	5,7%
Estoques	460.541	292.045	57,7%	286.327	60,8%
Impostos e contribuições a recuperar	178.315	173.195	3,0%	195.886	-9,0%
Instrumentos financeiros derivativos	1.010	17.305	-94,2%	48	>500%
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Outros ativos realizáveis a longo prazo	187.377	93.774	99,8%	157.688	18,8%
Instrumentos financeiros derivativos	3.030	4.326	-30,0%	338	>500%
Investimentos	-	135	-100,0%	-	-
Imobilizado	67.140	66.885	0,4%	64.420	4,2%
Intangível	186.111	168.249	10,6%	177.624	4,8%
PASSIVO CIRCULANTE					
Empréstimos e financiamentos	119.635	189.666	-36,9%	95.398	25,4%
Fornecedores	545.884	402.480	35,6%	290.000	88,2%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	-	-
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Partes Relacionadas	-	11.833	-100,0%	-	-
Empréstimos e financiamentos	198.032	146.732	35,0%	227.085	-12,8%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	-	-
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	439.486	481.583	-8,7%	440.167	-0,2%

INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

A Teleconferência sobre os resultados do 4T17 e 2017 da Saraiva, conduzida em português com tradução simultânea, será realizada no dia **15 de março de 2018**, às **15:00** (horário de Brasília) / **14h00** (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): 15h00

US Eastern Standard Time EST (Nova York): 14h00

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: 2474995# (Português) e 8119077# (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.