

Apresentação para Investidores

Maio / 2013

Saraiva

Saraiva

- Perfil Corporativo
- Visão Geral dos Negócios
- Destaques do Resultado Consolidado
- Varejo
- Editora

A apresentação faz referências e declarações sobre expectativas, planos de crescimento, projeções de resultados e estratégias futuras sobre a Saraiva. Embora essas referências e declarações reflitam o que os administradores acreditam, elas envolvem imprecisões e riscos difíceis de prever, podendo, desta forma, haver resultados ou consequências diferentes daqueles aqui antecipados e discutidos. Estas informações não são garantias de performance futura. Esses riscos e incertezas incluem, mas não são limitados a, habilidade de perceber a dimensão das sinergias projetadas e seus cronogramas, bem como aspectos econômicos, competitivos, governamentais e tecnológicos que possam afetar tanto as operações da Companhia quanto o mercado, produtos, preços e outros fatores detalhados nos documentos da Saraiva arquivados na CVM – Comissão de Valores Mobiliários, cabendo aos interessados ler e avaliar cuidadosamente as expectativas e estimativas aqui contidas. A Saraiva não se obriga a atualizar a apresentação mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.

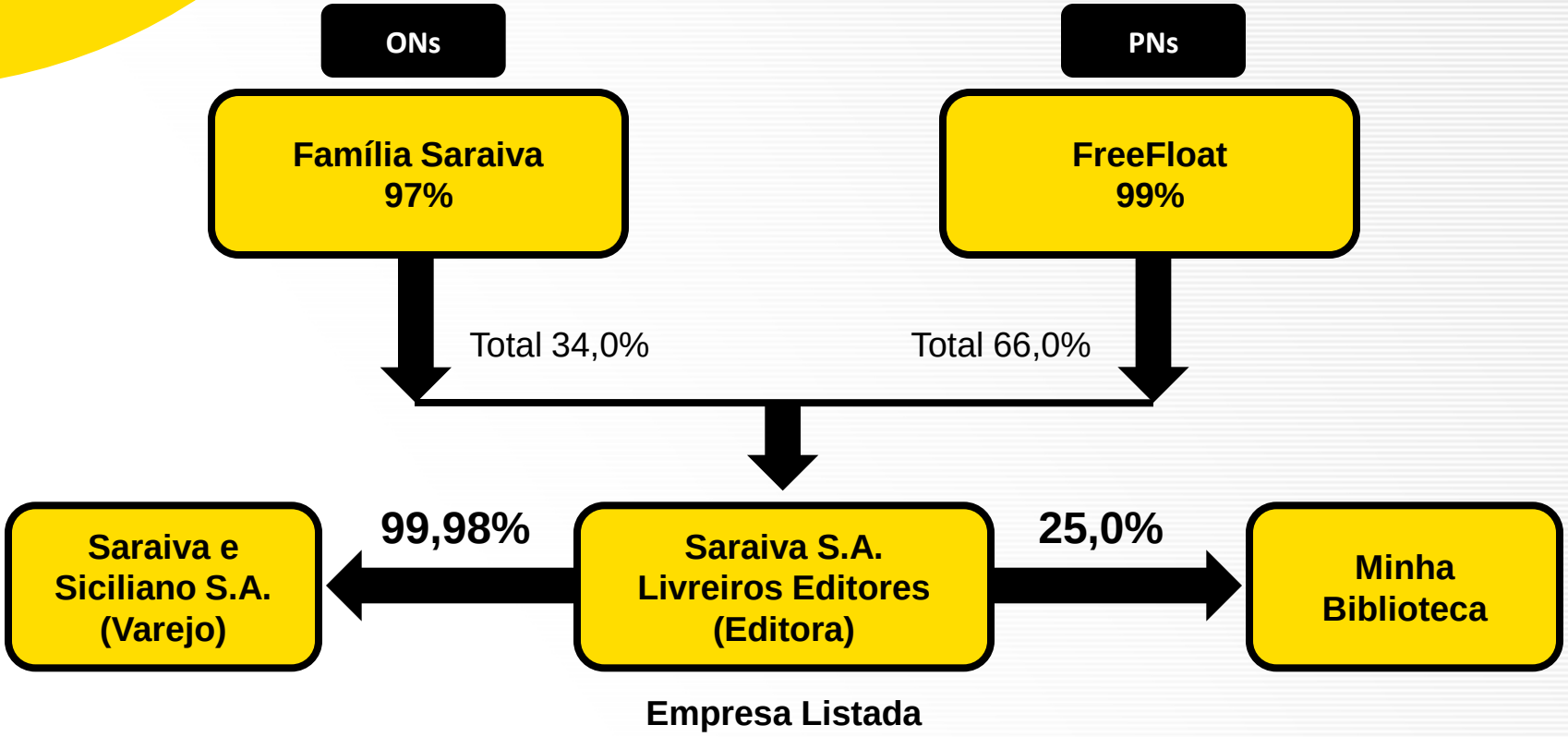
Perfil Corporativo
Visão Geral dos Negócios
Destaques do Resultado Consolidado
Varejo
Editora
Anexos

99 Anos de Solidez e Inovação

- Player relevante em conteúdos didáticos e CTP
- Maior varejista de livros no Brasil
- Iniciativas digitais desde 1993
- Pioneira no conceito Mega Store
- Editora com maior acervo digital (1.700 títulos)
- 4ª maior varejista de tablets no País
- Sistema de Ensino de alta qualidade (96% de renovação)
- Varejista relevante em e-books
- Referência no atendimento ao consumidor

Estrutura Acionária

A Saraiva S.A. Livreiros Editores é uma sociedade anônima de capital aberto, listada na BM&FBovespa há 40 anos e controladora da Saraiva e Siciliano S.A.



Saraiva

Governança Corporativa



- **Nível 2** da BM&FBovespa
- ***Tag along*** de 100% para as ações ordinárias e 90% para as ações preferenciais
- **GVA®:** Gerenciamento de Valor ao Acionista
- Formador de **Mercado**
- **Conselho de Administração** 6 membros:
  3 independentes
- Sistema de **remuneração variável** aos executivos
- Estrutura de capital com **financiamentos do BNDES** desde 1997

SLED4 NÍVEL 2 BM&FBOVESPA

Índice de Ações com Tag Along Diferenciado ITAG

Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada IGC

9 Anos Selo Assiduidade APIMEC-SP Ouro 2012

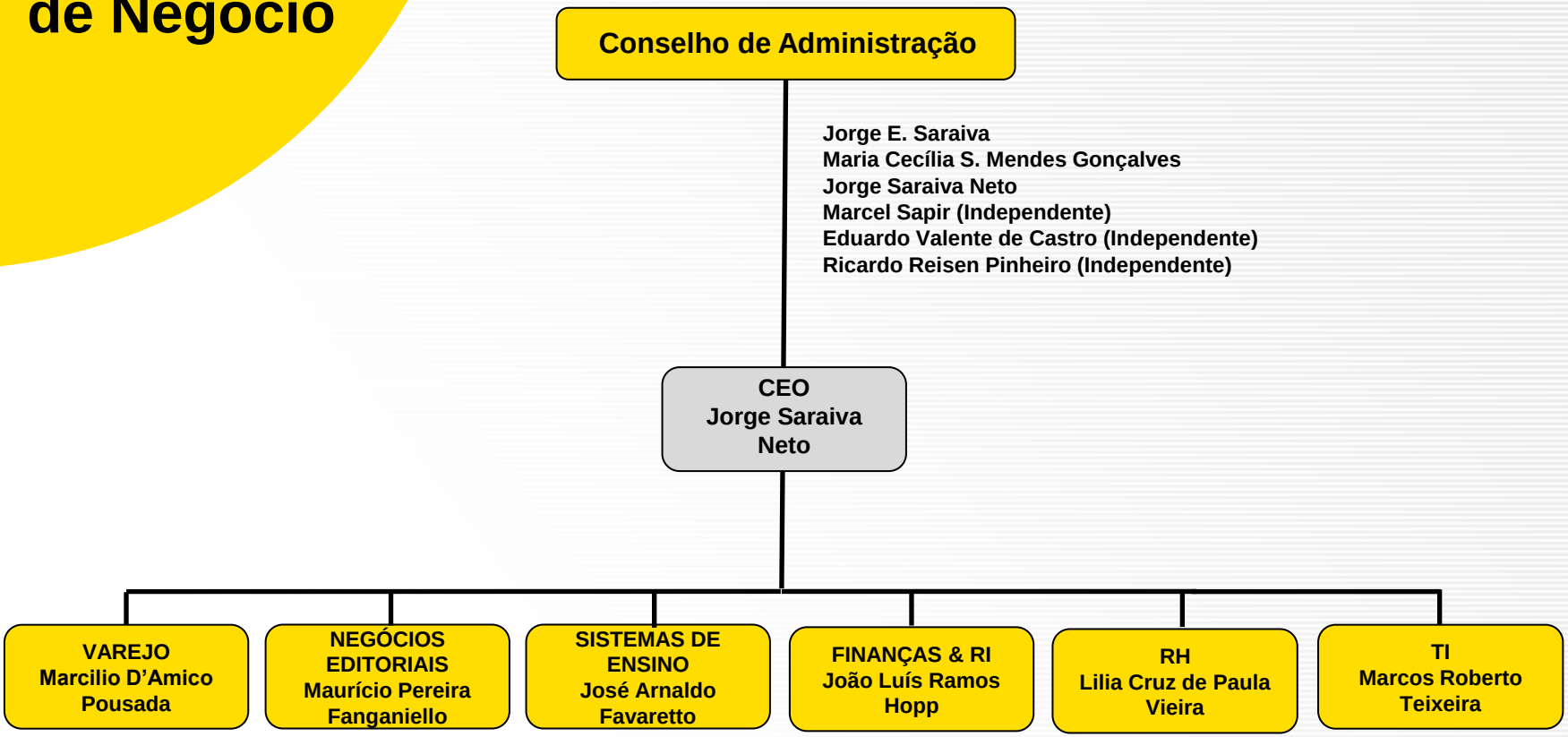
BTGPactual

KPMG cutting through complexity

BNDES O BANCO DO DESENVOLVIMENTO DE TODOS OS BRASILEIROS

Saraiva

Executivos e Unidades de Negócio



Saraiva

Perfil Corporativo

Visão Geral dos Negócios

Destaques do Resultado Consolidado

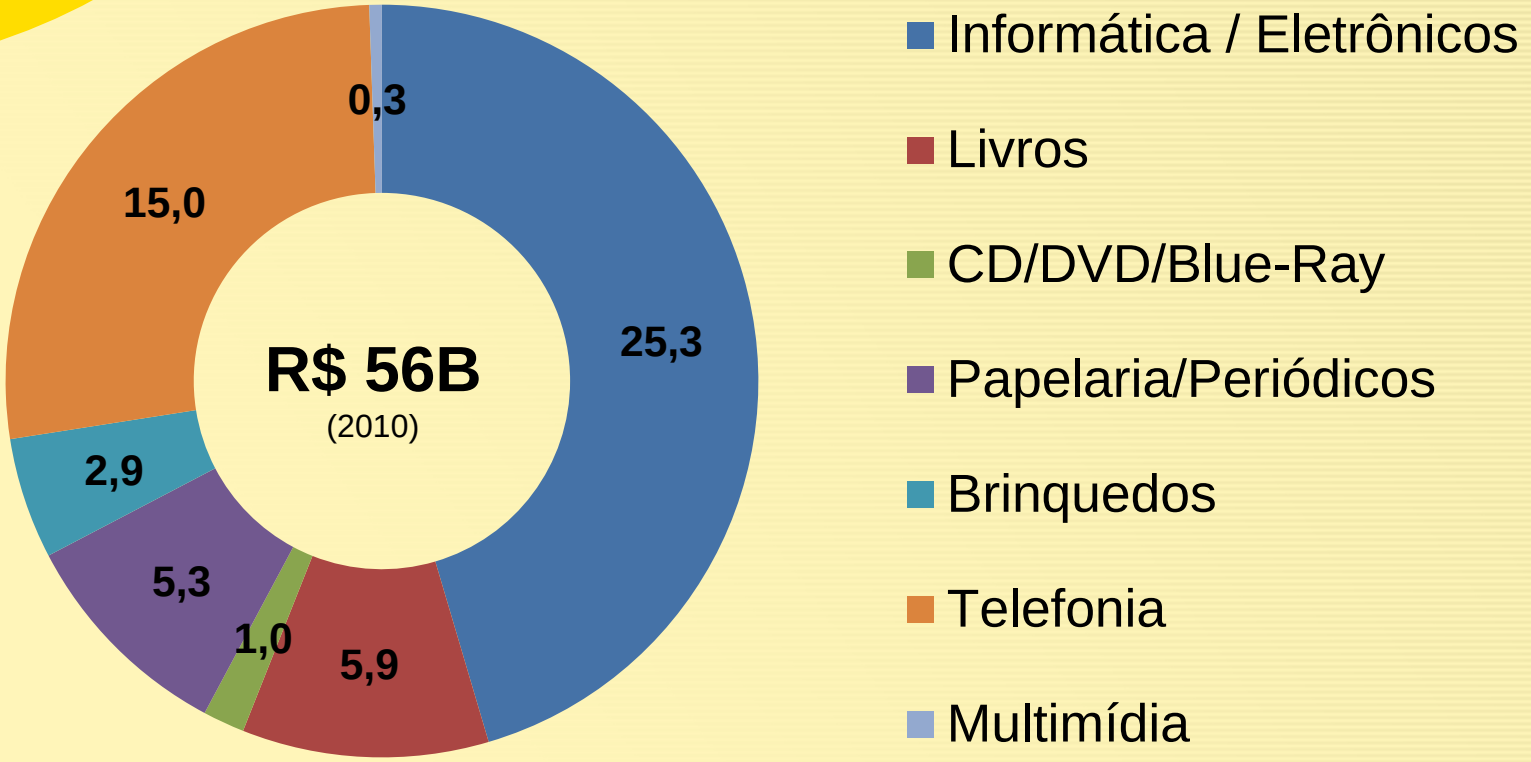
Varejo

Editora

Anexos

Panorama do Varejo no Brasil

Mercado Alvo do Varejo no Brasil



Saraiva

Destaques do Negócio Varejo

ACERVO	• Produtos e serviços ligados a lazer, cultura e informação • Líder na venda de livros • Expertise ímpar no “volta às aulas”
REDE DE LOJAS	• 109 lojas, multiformato • Apple Premium Reseller
RELACIONAMENTO COM O CONSUMIDOR	• 4,6 mil eventos realizados em 2012 • Referência no atendimento ao consumidor
VAREJO ELETRÔNICO	• 2,1 milhões de clientes ativos • 33% do faturamento do Varejo
NEGÓCIO DIGITAL	• MarketShare de 50% na venda de e-books • Mais de 1,6 milhão de downloads do Saraiva Digital Reader



Participantes do Mercado Editorial e Sistemas de Ensino

Didático e Paradidático
- Saraiva
- Ática Scipione
- FTD
- Moderna
- IBEP Nacional
- Editora do Brasil
- SM

Científico, Técnico e Profissional (CTP)
- Saraiva
- RT
- Grupo A
- Atlas
- GEN

Editora Saraiva: várias editoras em uma só empresa

Mercado de R$ 6 bilhões

Obras Gerais
- Saraiva
- Cia. das Letras
- Record
- Rocco

Sistema de Ensino
- Saraiva (Ético e Agora)
- Abril Educação (Anglo, SER, Max e pH)
- Moderna (UNO)
- Pearson (COC, Dom Bosco e Pueri Domus)
- Positivo
- Kroton (Pitágoras)
- Etapa

1



Destaques do Negócio Editorial

DIDÁTICOS

- 16% marketshare
- Grande presença no Programa Nacional do Livro Didático (PNLD)

CTP
(Científicos, Técnicos e Profissionais)

- 15% de marketshare (líder em livros jurídicos)
- Joint venture "Minha Biblioteca" para a comercialização digital em universidades
- Lançamento da plataforma inovadora de serviços de aprendizagem: SSA

SISTEMAS DE ENSINO

- 154 mil alunos (21 estados e DF)
- Catálogo completo, incluindo conteúdo digital

INICIATIVAS DIGITAIS

- 1.700 títulos de livros (maior catálogo digital do Brasil)
- Soluções híbridas (Conecte e Jornadas)
- Solução de avaliação de aprendizagem: Saraiva Acompanha

Movimentos

Uma História de Sucesso com Negócios Estratégicos e Inovações



1914
Fundação da Livraria Saraiva

1917
Fundação da Editora Saraiva



1972
Expansão da rede de lojas

1993
Primeira iniciativa digital



1996
Lançamento da 1ª mega store no Brasil

1998
Aquisição Da Editora Atual

1998
Varejo Eletrônico

2001
Aquisição da Formato



2007
Revelação digital e aquisição da Pigmento (Sistema de Ensino)

2008
Aquisição da Siciliano, 2ª maior rede de lojas

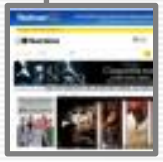
2009
Filmes digitais



2010
Varejo de e-books e iTown

2011
Minha Biblioteca

2011
Marketplace[1]



2012
Marketplace Reverso (Walmart)

2012
SSA (Saraiva Solução de Aprendizagem)

Peculiaridades

Varejo (Livraria)	Editora (Conteúdo)
• Alto crescimento • Forte ambiente competitivo • Correlação com variações macroeconômicas	• Sazonalidade (entre trimestres e entre anos) • Resiliente ao cenário macroeconômico • Conteúdo proprietário: margens mais altas

Perfil Corporativo

Visão Geral dos Negócios

Destaques do Resultado Consolidado

Varejo

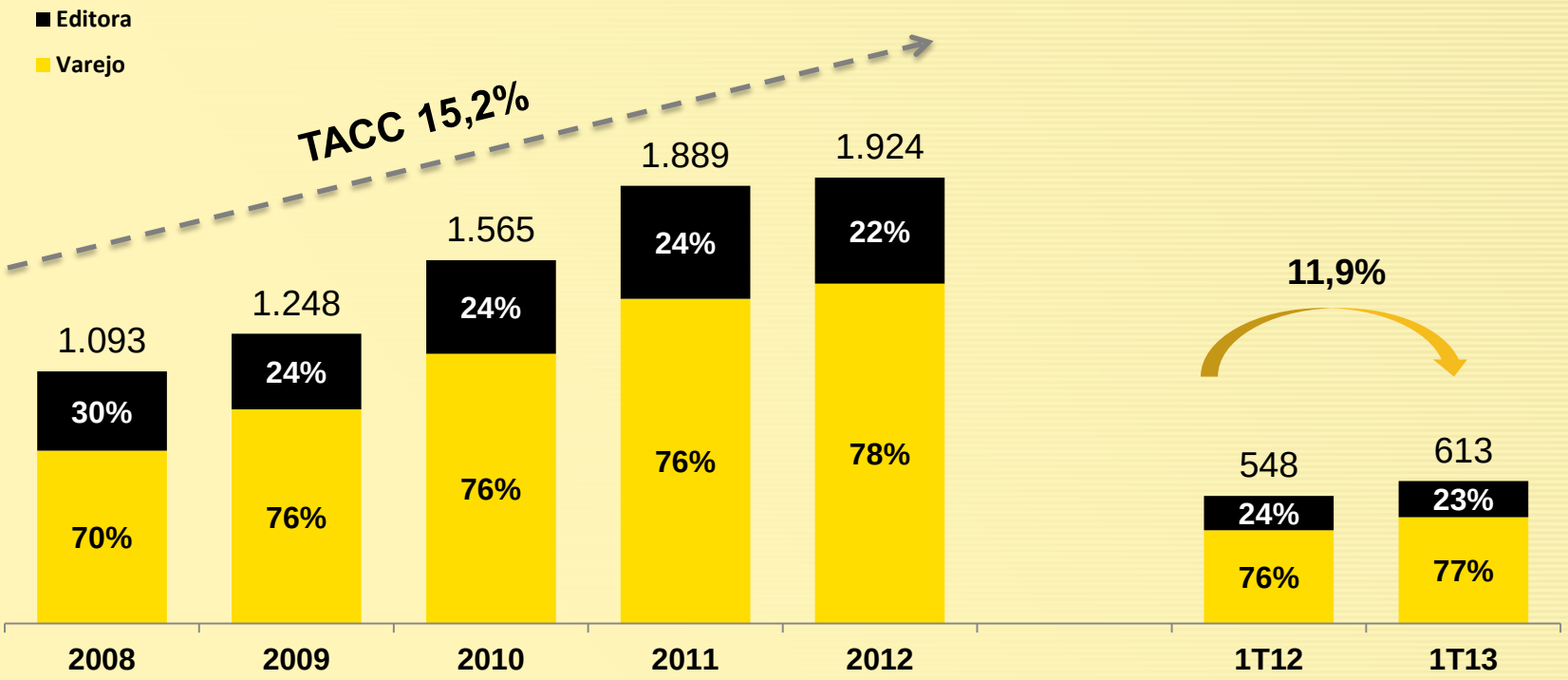
Editora

Anexos

Receita Líquida

Expansão e diversificação dos negócios através de investimentos orgânicos e aquisições, trouxeram o crescimento nos últimos anos…

Receita Líquida por Negócios (R$ milhões)

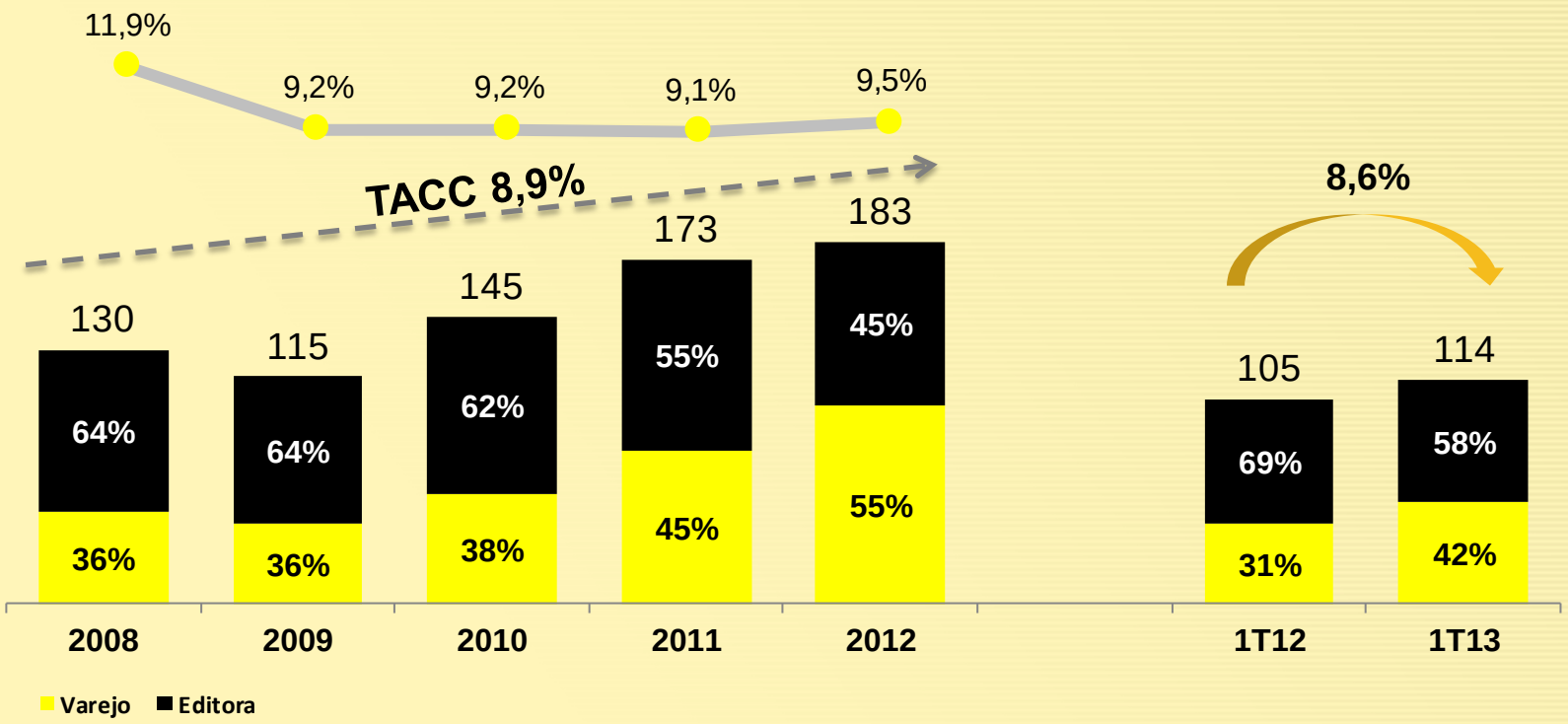


Saraiva

EBITDA

…com crescimento do EBITDA em 8,9% a.a. em quatro anos…

EBITDA[1] (R$ milhões) **e Margem EBITDA** (%)

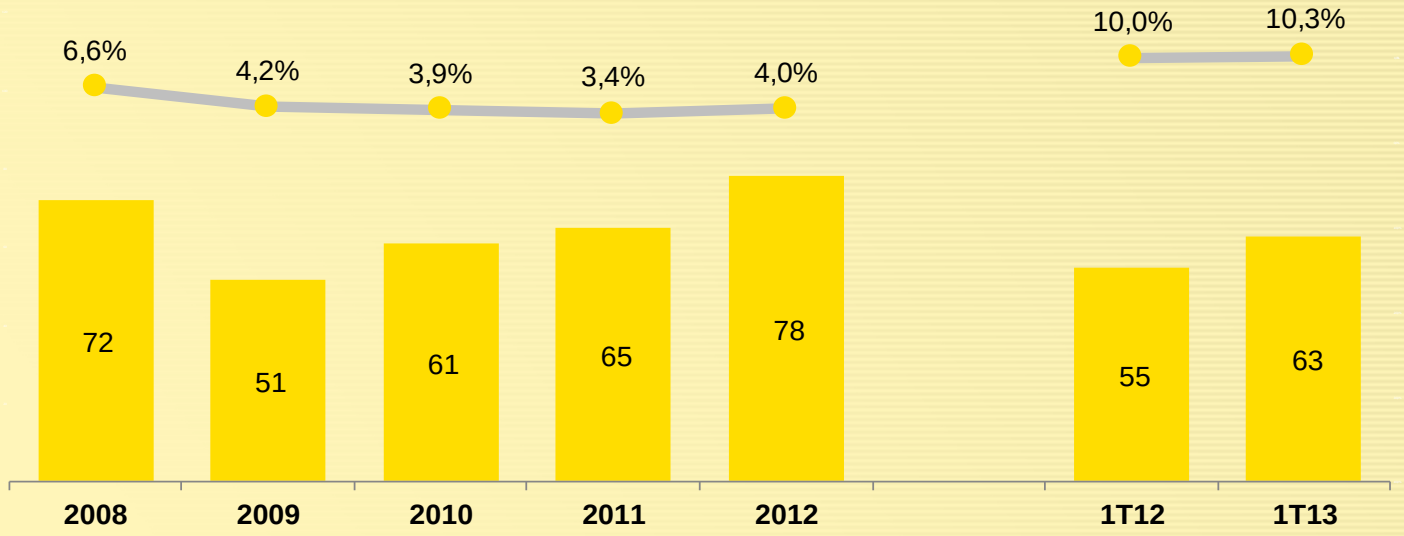


[1] Considera Participação dos Administradores

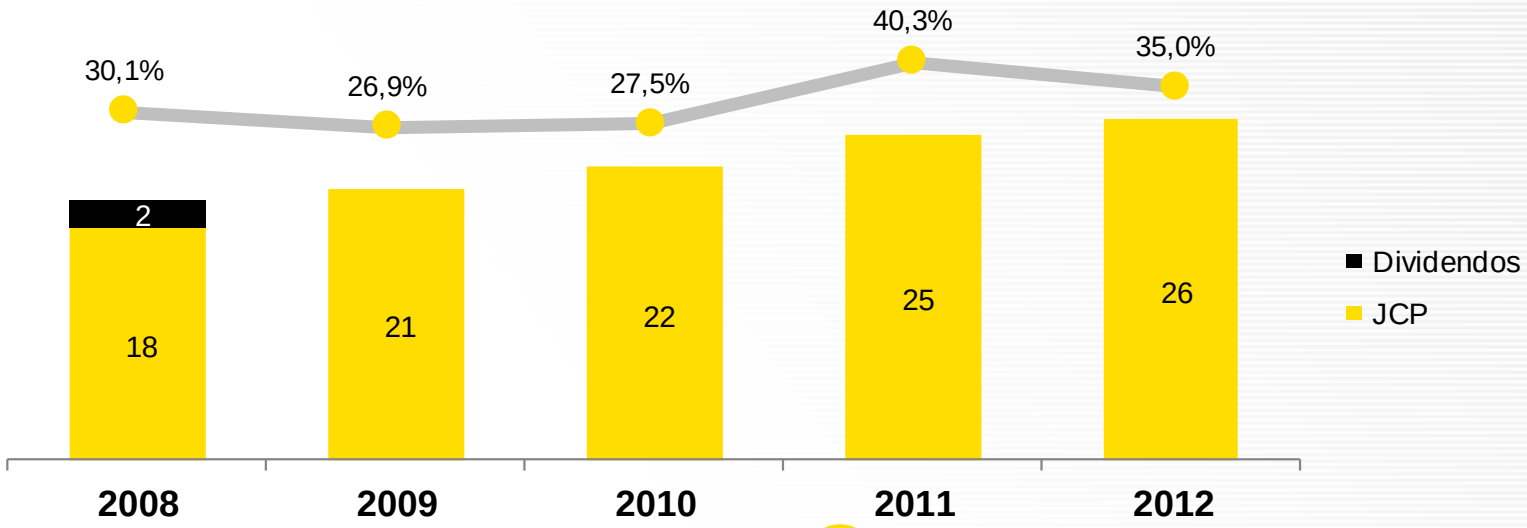
Saraiva

Lucro Líquido e Dividendos

Lucro Líquido (R$ milhões) e **Margem Líquida** (%)



Remuneração aos Acionistas (R$ milhões) e **Pay-out** (%)

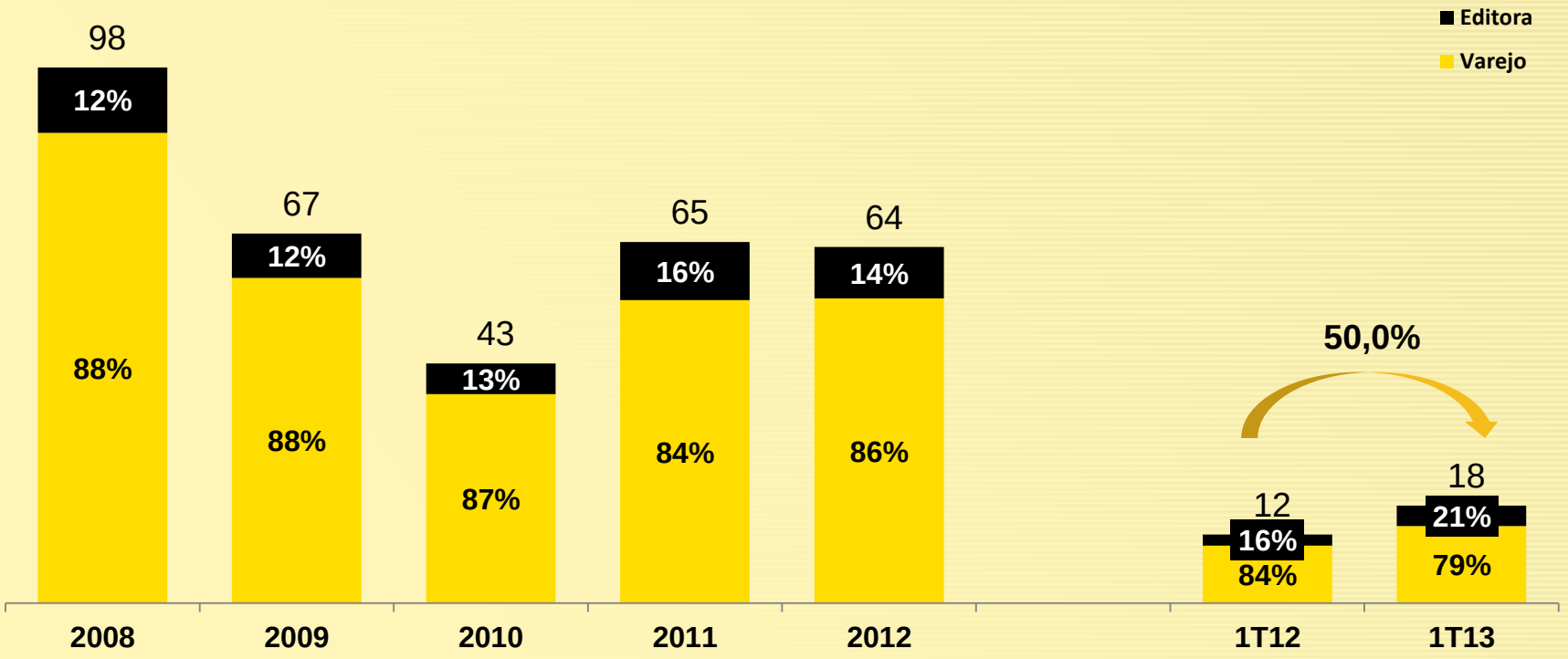


Saraiva

Investimentos

Investimentos focados em aquisições, expansão da rede de lojas e projetos de TI (incluindo digital)

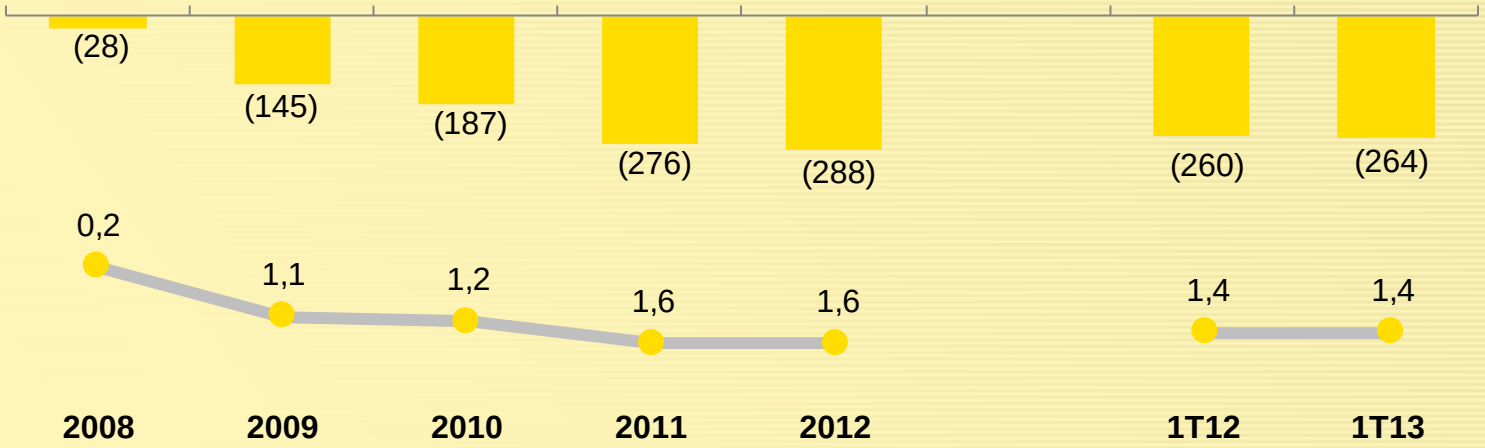
Investimentos (R$ milhões)



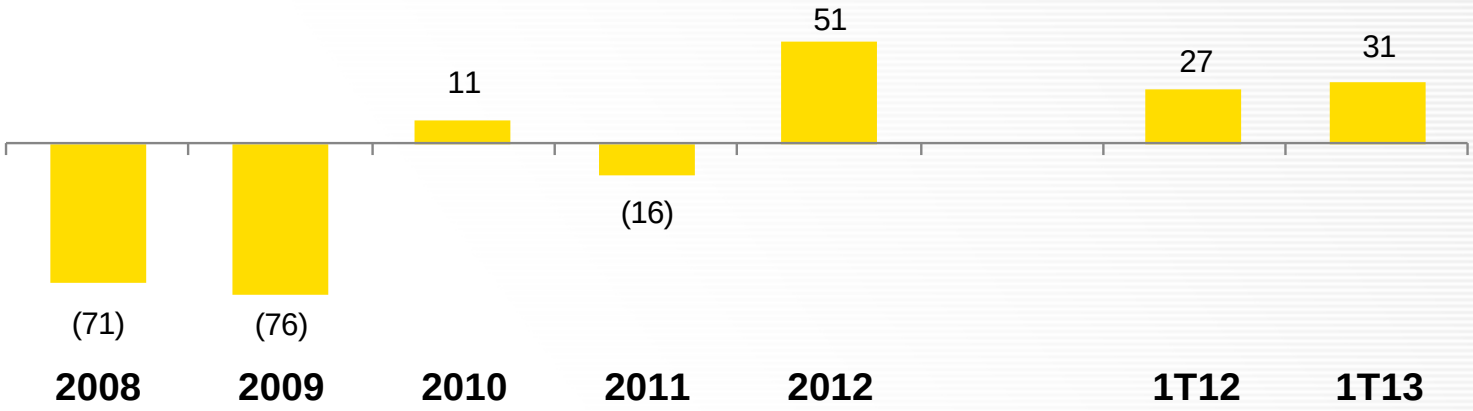
Saraiva

Dívida Líquida e Fluxo de Caixa Livre

Dívida Líquida (R$ milhões) **e Dívida Líquida/EBITDA²**



Fluxo de Caixa Livre¹ (R$ milhões)



¹ Exclui o serviço da divida e o pagamento de dividendos

² EBITDA acumulado nos últimos 12 meses

Saraiva

Perfil Corporativo

Visão Geral dos Negócios

Destaques do Resultado Consolidado

Varejo

Editora

Anexos

Estratégia do Varejo

Como ser relevante em lazer, cultura e entretenimento?

MULTICANAL

Oferecer experiência e operar de maneira integrada entre os canais

SERVIÇOS

Cada vez mais oferecer um amplo portfólio de serviços, enriquecendo a “experiência de compra”

PLATAFORMA DIGITAL

Desenvolver e aprimorar as soluções de venda de conteúdo digital





109 Lojas

- +56 milhões de visitantes (2011)
- +7,2 milhões de clientes Saraiva Plus (programa fidelidade)
- +285 mil cartões de crédito Saraiva (VISA)
- +4,6 mil eventos culturais (2012)

Saraiva.com.br

- +2 milhões de clientes ativos
- +3 milhões de pedidos por ano
- Entrega no mesmo dia
- Entrega gratuita para retirada na loja
- Entrega programada
- 89% dos clientes voltariam a comprar na Saraiva
- +1 milhão de downloads Saraiva Digital Reader

Logística

- Integração entre lojas e Ponto Com
- 3 Centros de Distribuição (2 SP + 1 Salvador)
- 63 milhões de itens entregues por ano

Visão Geral do Varejo

Pilares

Acervo

- Livros
- Papelaria e Periódicos
- Músicas e Filmes
- Games
- Informática
- Filmes, aluguel ou compra
- Brinquedos
- Livros digitais “e-books”
- Eletroportáteis e Beleza & Saúde
- Marketplace:
- Revelação de fotos digitais

Serviços

- Espaço para Café
- Entrega Garantida
- Cartão Fidelidade Saraiva Plus
- Cartão de Crédito Saraiva
- Cursos
- Revista Saraiva: Almanaque
- Ingressos
- Garantia Estendida
- Assistência Técnica
- Recargas de Celular
- Assinatura de Revistas

Relacionamento com o Consumidor

- Pessoal Qualificado
- Eventos
- Site Saraiva Conteúdo
- Redes Sociais
- Multiformato
- Multicanal

Posicionamento da Marca

Foco em proporcionar uma experiência superior em produtos e serviços relacionados com cultura, lazer e entretenimento

Especialistas	Generalistas
Livraria Especialistas	Varejo Geral
Eletrônicos Especialistas	

Saraiva

Posicionamento da Marca

Especialistas	Generalistas
Livraria Especialistas	Varejo Geral
Eletrônicos Especialistas	

Saraiva

Multicanal



Conteúdo digital

Lojas

Plataforma móvel

Varejo Eletrônico

Call center

Saraiva conteúdo

Saraiva

Porque o Multicanal é tão Importante?

A abordagem multicanal permite à Saraiva se relacionar ainda mais com os clientes, aumentando a percepção de valor e alcançando novos clientes com preferências distintas de compra

Exemplo de uma possível experiência cliente usando plataforma Saraiva Multicanal

Saraiva

1. Comprar pela internet



2. Obter cartão de presente para acessar e-books



3. Compartilhar a experiência com amigos no Facebook



4. Ser informado por um amigo sobre um evento em loja da Saraiva



5. Se dirigir a uma loja Saraiva



A Saraiva também oferece serviços de conveniência, como "comprar online, buscar na loja" e "comprar online, trocar na loja", oferecendo aos clientes online um ponto de interação concreto e pessoal

Serviços

Serviços de Conveniência	
Embalagem para Presente	Embalagem especial e cartão de mensagem
Lista de Presentes	Vale presente
Compre no Site, Receba na Loja	Comprar produtos via online e retirar na loja
Compre no site troca na loja	Comprar produtos via online e trocar na loja
COMPRECOM 1CLIQUE	Clientes cadastrados podem comprar produtos online em um clique
Turbo entrega 24h	Comprar produtos até às 18 horas e recebê-los em 24 horas
EntregaExpressa Compre e receba hoje!	Comprar produtos até às 15 horas e recebê-los até às 22 horas

Experiência diferenciada no varejo eletrônico

Seguros e Garantia Estendida	
Cartão de Crédito Saraiva	182.084 cartões de crétido Saraiva ativos, com a marca Visa, incluindo outros benefícios, como seguro perda e roubo
Seguro Saraiva	Assegura pagamento assegurado em caso de desemprego ou morte
Garantia Estendida	Garantia estendida para produtos selecionados

Relacionamento com o Consumidor	
Programa de Afiliados	6.827 parceiros e 50.000 via Lomade oferecendo produtos da Saraiva em seu próprio site e receber taxa por operação executada
Cartão Saraiva Plus	7,2 milhões de membros registrados no programa de fidelidade Saraiva
almanaque Saraiva	Tiragem de 120 mil exemplares da revista mensal distribuida gratuita aos clientes com foco em notícias, eventos, lançamentos e vendas
Nossos Eventos	Mais de 4500 eventos culturais e educacionais por ano realizados nas lojas
Vendas Corporativas Televendas 4003-3390 Central de Atendimento SAC (11) 3933-4000 0800 754 4000	140 funcionários da Saraiva dedicados à assistência ao cliente e outros 40 funcionários para vendas via telefone, de segunda-feira a sábado das 08:00 20:00
suplicy café BARONI	Premium locais e internacionais – espaço do café dentro de 39 Mega Stores

Lojas iTowns: Formato das Lojas

Multiformato: Modelos adaptados para cada mercado

Livros, Periódicos e Papelaria	Músicas e filmes	**Informática e telefonia**	Multimídia (jogos e consoles)	Cauda longa	Eletroportáteis, Beleza & saúde e brinquedos	Conteúdo Digital e Marketplace

ITOWNS

- 7 Lojas
- Até 200 m² de área de vendas
- Apple Premium Reseller
- Produtos Inovadores
- Serviços de Manutenção



Espaço para café	Espaço para eventos / área para crianças	Ingressos e assinaturas de revistas	**Assistência técnica**	Recarga de celular	**Seguros e garantia estendida**	Entrega garantida

Lojas Tradicionais: Formato das Lojas

Multiformato: Modelos adaptados para cada mercado

Livros, Periódicos e Papelaria	Músicas e filmes	Informática e telefonia	Multimídia (jogos e consoles)	Cauda longa	Eletroportáteis, Beleza & saúde e brinquedos	Conteúdo Digital e Marketplace

TRADICIONAIS

- 31 Lojas
- Até 400 m² de área de vendas
- A maioria está localizada em ruas
- 15 mil itens
- Principais Categorias de Produtos:
  Livros, Papelaria e Periódicos



Espaço para café	Espaço para eventos / área para crianças	Ingressos e assinaturas de revistas	Assistência técnica	**Recarga de celular**	Seguros e garantia estendida	**Entrega garantida**

Saraiva

Lojas Novas Tradicionais: Formato das Lojas

Multiformato: Modelos adaptados para cada mercado

Livros, Periódicos e Papelaria	Músicas e filmes	Informática e telefonia	Multimídia (jogos e consoles)	Cauda longa	Eletroportáteis, Beleza & saúde e brinquedos	Conteúdo Digital e Marketplace

NOVAS TRADICIONAIS

- 19 Lojas
- Até 400 m² de área de vendas
- Mix de ruas e shopping centers
- 29 mil itens
- Vende livros, papelaria, periódicos, música e filmes
- Área para crianças



Espaço para café	Espaço para eventos / área para crianças	Ingressos e assinaturas de revistas	Assistência técnica	Recarga de celular	Seguros e garantia estendida	Entrega garantida

Saraiva

Megastore: Formato das Lojas

Multiformato: Modelos adaptados para cada mercado

Livros, Periódicos e Papelaria	Músicas e filmes	Informática e telefonia	Multimídia (jogos e consoles)	Cauda longa	Eletroportáteis, Beleza & saúde e brinquedos	Conteúdo Digital e Marketplace

MEGASTORES

- 52 lojas (todas em Shopping Center, com exceção da loja do Ouvidor)
- Área de vendas até 2.500 m²
- 71 mil itens
- Completo Mix de Produtos
- Área para crianças
- Espaço para café
- Espaço para eventos



Espaço para café	Espaço para eventos / área para crianças	Ingressos e assinaturas de revistas	Assistência técnica	Recarga de celular	Seguros e garantia estendida	Entrega garantida

Varejo Eletrônico

Livros, Periódicos e Papelaria	Músicas e filmes	Informática e telefonia	Multimídia (jogos e consoles)	Cauda longa	Eletroportáteis, Beleza & saúde e brinquedos	Conteúdo Digital e Marketplace

E-COMMERCE

- **Desde 1998**
- **Liderança em vendas de livros**
- **Parte da estratégia multicanal**
- **Acesso para o conteúdo digital**



Espaço para café	Espaço para eventos / área para crianças	Ingressos e assinaturas de revistas	Assistência técnica	Recarga de celular	Seguros e garantia estendida	Entrega garantida

Saraiva

Relacionamento com o Consumidor

O relacionamento com o consumidor transpõe todos os formatos



Pessoal Qualificado



Eventos



Programa de Fidelidade Saraiva Plus



Call Center próprio



Site Saraiva conteúdo





Redes Sociais

Saraiva

Marketplace

Ampliação do mix de produtos com grandes parceiros, sem carregamento de estoques…

…além de ampliar o volume de vendas das grandes categorias com outros parceiros.

perfumes | Saraiva

SaraivaCursos

SEPHORA

cresçaBRASIL

IESDE CURSOS

viajanet

Mundo Educação

aprova concursos

SaraivaViagens

SaraivaAssinaturas

entende EDUCAÇÃO INTERATIVA

SaraivaFlores

EDITORA GLOBO

DIGERATI

AssineAbril.com

Giuliana FLORES

Oculos SHOP.com.br

óculos | Saraiva



Saraiva

Iniciativas Digitais – Revelação Digital

REVELAÇÃO DIGITAL

FILMES

E-books

VAREJO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

REVISTAS



- **Primeira iniciativa digital do varejo (2007)**
- **Faturamento de R$ 5,6 milhões por ano (2012)**

Iniciativas Digitais – Filmes

REVELAÇÃO DIGITAL

FILMES

E-books

VAREJO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

REVISTAS



- **Venda e aluguel de filmes**
- **Pioneira na América Latina (2009)**
- **Alta qualidade de catálogo**

Saraiva

Iniciativas Digitais – E-books

REVELAÇÃO DIGITAL

FILMES

E-books

VAREJO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

REVISTAS



- **Player relevante no Brasil**
- **Catálogo de 16 mil títulos em português**
- **Mais de 1,6 milhão de downloads Saraiva Digital Reader**

Saraiva

Iniciativas Digitais – Varejo para Dispositivos Móveis

REVELAÇÃO DIGITAL

FILMES

E-books

VAREJO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

REVISTAS



- **Disponibiliza o varejo eletrônico para plataformas móveis**

Saraiva

Iniciativas Digitais – Revistas

REVELAÇÃO DIGITAL

FILMES

E-books

VAREJO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

REVISTAS



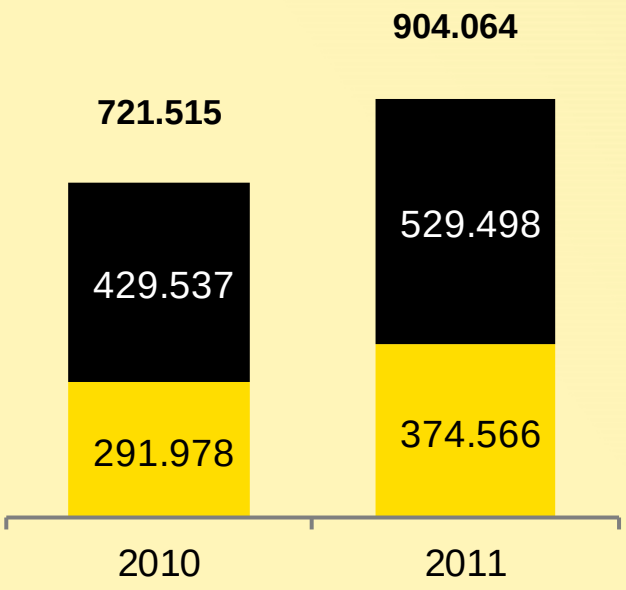
- **Revista "Almanaque Saraiva"**
- **Disponibilizará outras revistas brevemente**

Saraiva

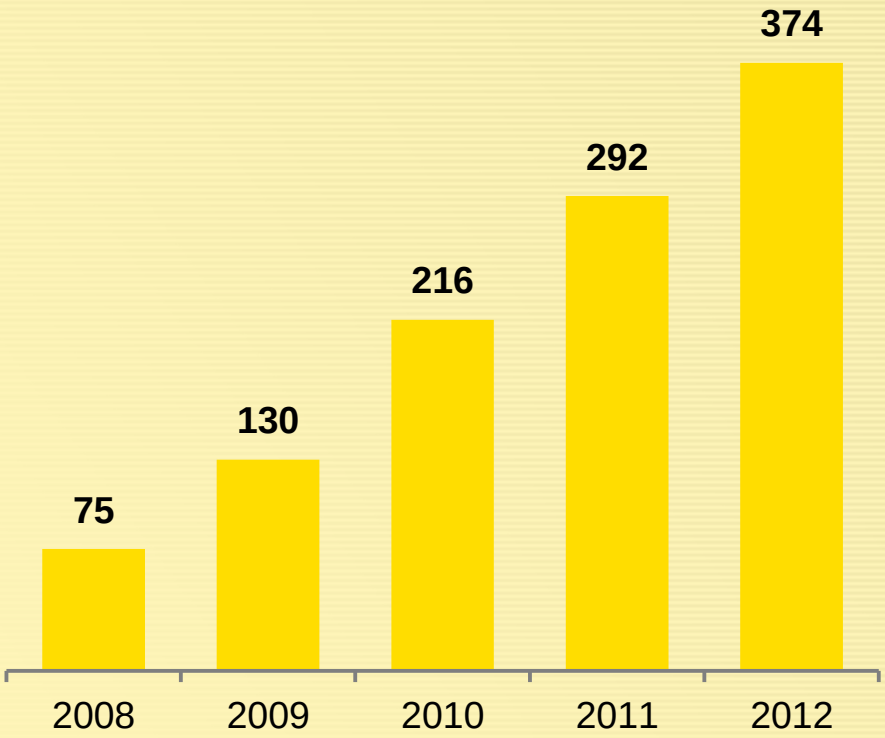
Volta às Aulas

Objetivo:
Superar 1 milhão de livros

Venda em Quantidade



Parceiros



Saraiva

Reconhecimentos no Atendimento ao Consumidor

PROCON

Total de apenas 4 reclamações não atendidas no Procon-SP, em Dez/2011

IBRC
INSTITUTO IBERO-BRASILEIRO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

7ª colocação no ranking das 100 empresas que melhor prestam atendimento aos seus consumidores do IBRC. Pelo 2º ano consecutivo, melhor empresa em atendimento ao cliente no seu segmento

ebit

Classificação Diamante do e-bit

Prêmio Consumidor Moderno
de Excelência em Serviços ao Cliente

Finalista do XIII Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente do Grupo Padrão

ReclameAQUI

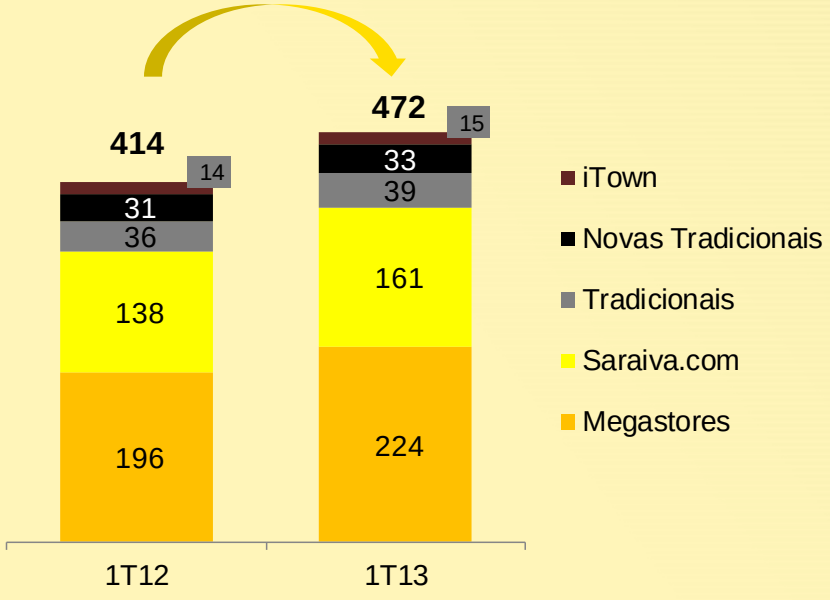
6ª melhor empresa em atendimento ao consumidor no ranking do site ReclameAqui

Decomposição da Receita Líquida do Varejo

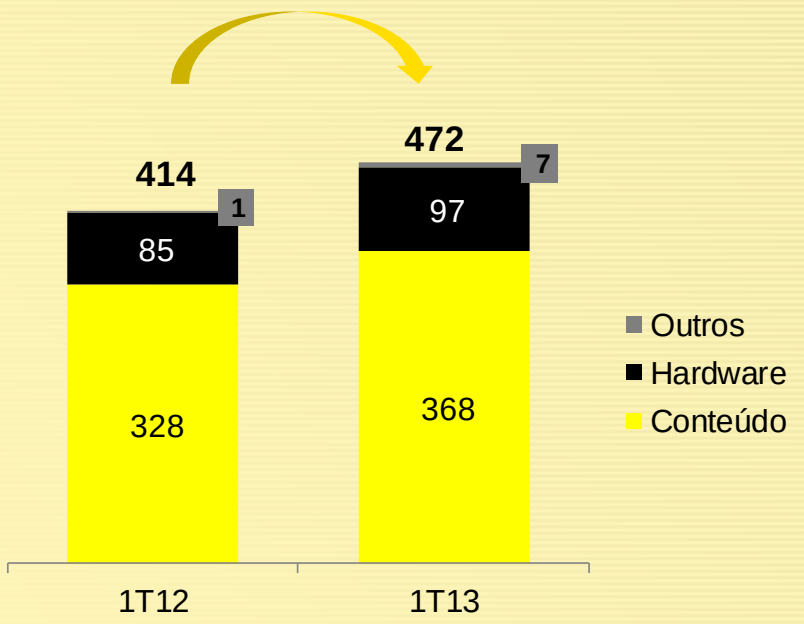
A abordagem multicanal e multiformato, alinhado com o relacionamento com o cliente, sortimento e serviços oferecidos, permitiu o crescimento na última década

Receita Líquida (R$ milhões)

Por Canal (%)



Por Categoria (%)



Saraiva

Perfil Corporativo

Visão Geral dos Negócios

Destaques do Resultado Consolidado

Varejo

Editora

Anexos

Estratégia da Editora

Como ser relevante na oferta de conteúdo de reconhecida qualidade editorial?

CONTEÚDO
Ampliar e aprimorar a oferta de conteúdo (inclusive com serviços)

RELACIONAMENTO
Explicitar a proposta de valor a professores e instituições

MÍDIAS
Disponibilizar conteúdo na mídia que mais satisfaça o consumidor

Visão Geral Editora

OFERTA DE CONTEÚDO

- Didáticos / paradidáticos
- CTP
- Ficção e não-ficção

FORMATOS DE CONTEÚDO

- Físicos
- Digitais
- Híbridos
- Sistemas de Ensino
- Avaliação de aprendizagem

POSICIONAMENTO

- Líder na venda de livros jurídicos
- 15% da venda de didáticos
- 16% da venda de CTP
- Alta qualidade dos sistemas de ensino (renovação de 96%)

Editora Saraiva | Atual Editora | Ético sistema de ensino | Agora sistema de ensino | Editora Saraiva Educação Multimídia | Benvirá | Formato | ARX | Caramelo livros educativos

Sistemas de Ensino

ÉTICO sistema de ensino

Rede Particular

Agora sistema de ensino

Rede Pública

Solução de alta qualidade...

- **Presença Nacional**

  (em 21 estados brasileiros + Distrito Federal)

- **Catalogo completo**

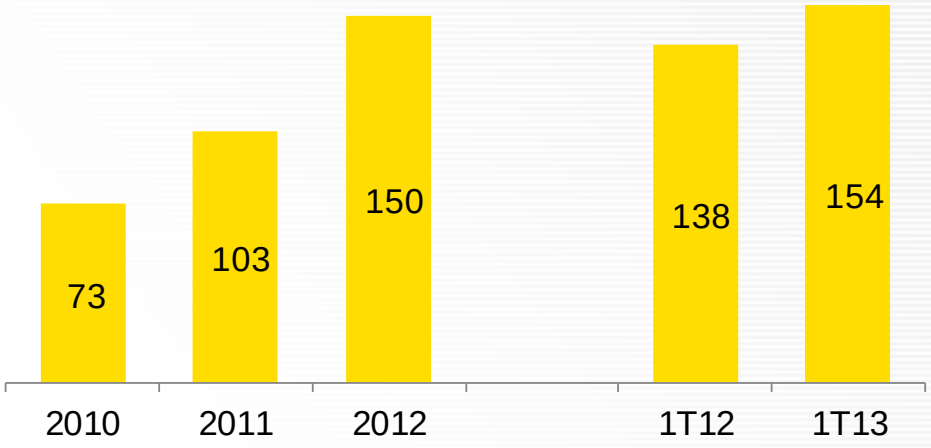
  (pré-escola a pré-vestibular)

- **Alta qualidade editorial e de serviços de apoio à escola**

  (96% de renovação)

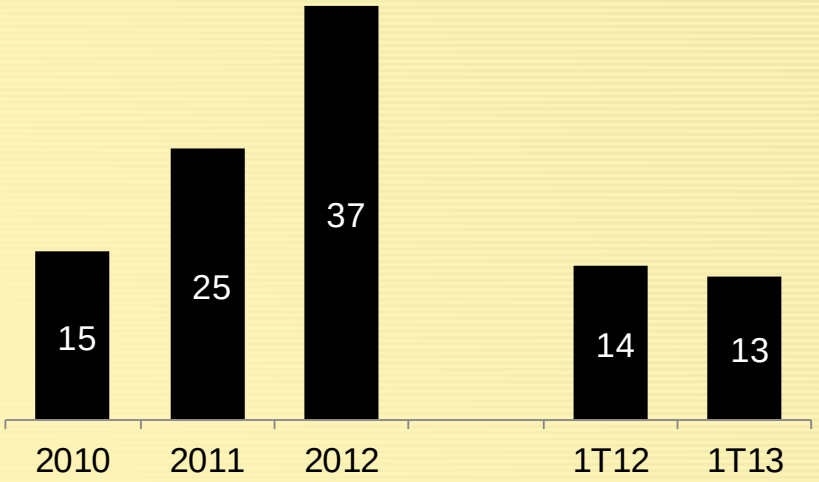
Performance dos Sistemas de Ensino

Base de Alunos (em milhares)





Receita Líquida (R$ milhões)



Saraiva

Minha Biblioteca



- **Plataforma de conteúdo digital fracionado para o mercado universitário**
- **17 instituições já utilizam a solução**
- **45 mil alunos**

Saraiva Solução de Aprendizagem (SSA)

HOPER EDUCAÇÃO

+

SARAIVA

=

SSA



Disponível para os cursos:

- Direito
- Administração

Solução de apoio que engloba:

- Metodologia para melhor eficiência pedagógica (apoio ao professor e maior aprendizagem)
- Inclui os materiais para toda a grade básica
- Solução que desenvolve competências para os testes do Enade e da OAB

Saraiva

Iniciativas Digitais



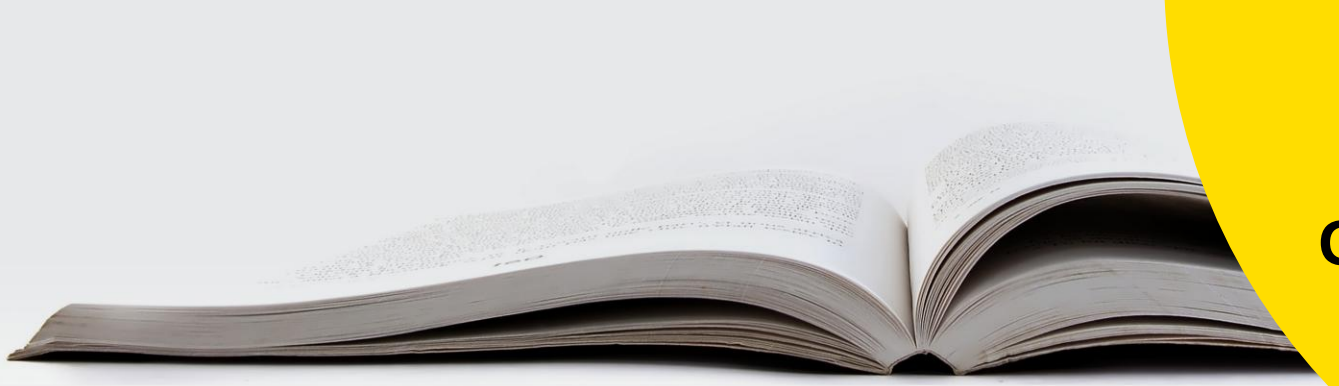
Iniciativas Digitais

- **Série Destino**: softwares de Matemática e Inglês
- **"Saraiva Acompanha":** Plataforma de gerenciamento de aprendizagem e avaliação
- **"Conecte" e "Jornadas":** Combinação entre a mídia impressa e soluções digitais para uso em sala de aula do ensino fundamental II e médio
- Mais de **1.700 títulos** convertidos para o formato digital

PDF Adobe

ePUB

Saraiva



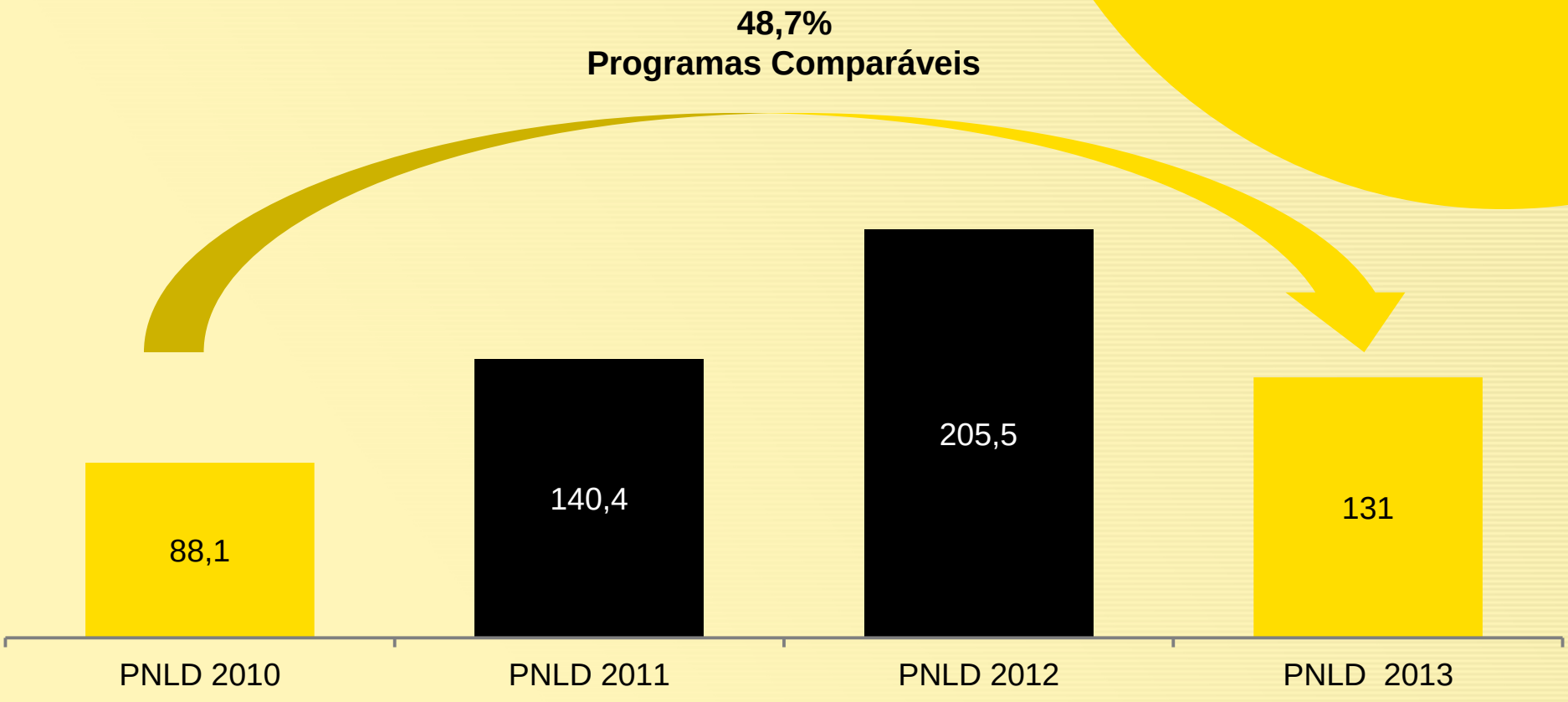
Compras Governamentais

O último Ciclo de Compras do Governo (PNLD):

	1º Ano do Ciclo	2º Ano do Ciclo	3º Ano do Ciclo
	PNLD 2013	**PNLD 2011**	**PNLD 2012**
Total do Programa (milhões de livros)	132,5	135,4	161,9
Reposições (milhões de livros)	72,4	52,9	70,2
Novas Adoções (milhões de livros)	60,1	82,5	91,7
Market Share Novas Adoções	10,0%	15,8%	24,6%
Preço Médio (Novas Adoções)	R$ 4,62	R$ 6,02	R$ 7,23

Compras Governamentais

Contratos (R$ milhões)



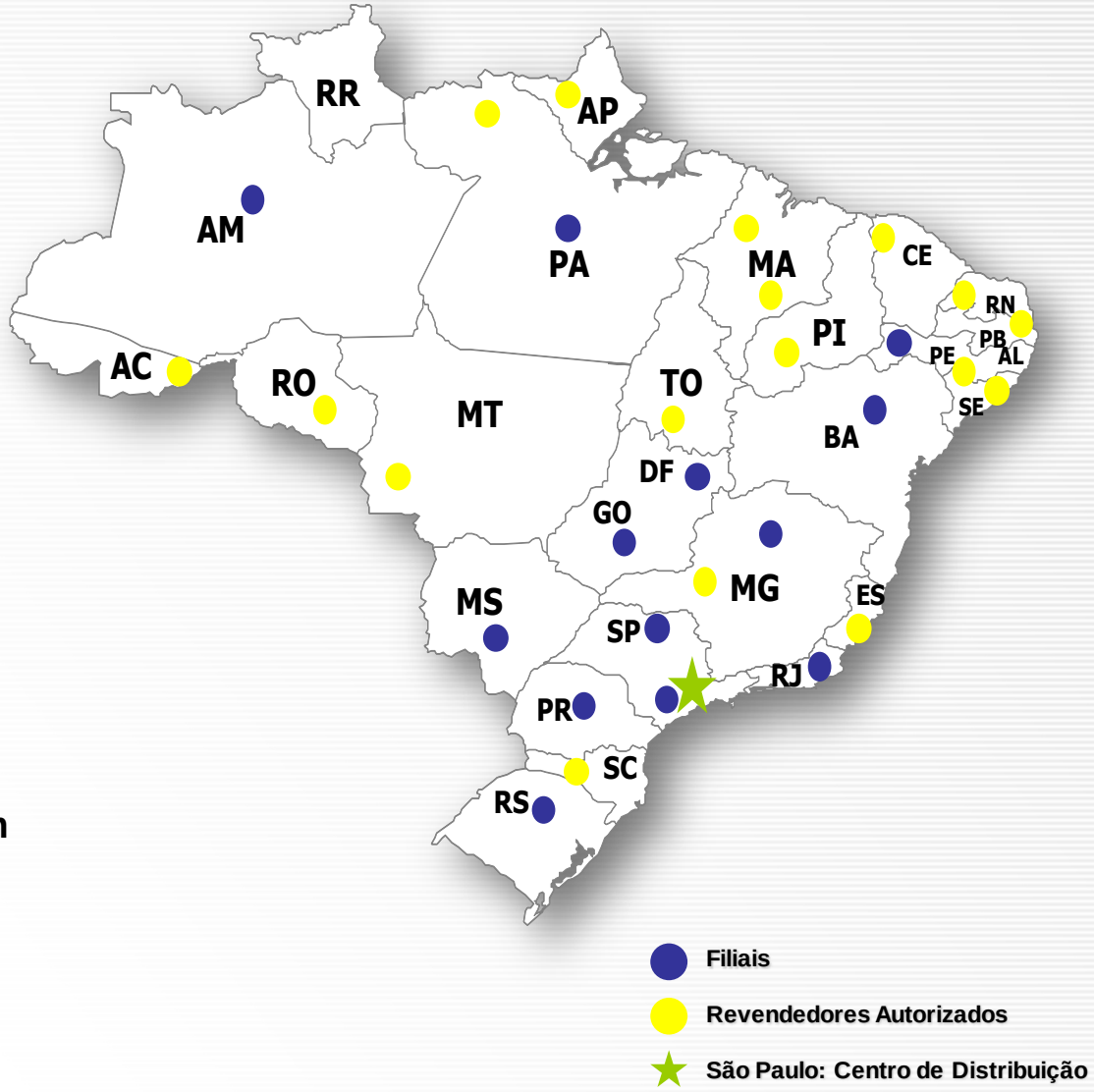
O Programa Nacional do Livro Didático baseia-se em ciclos trienais.

Presença Logística Relevante

Presença Nacional:

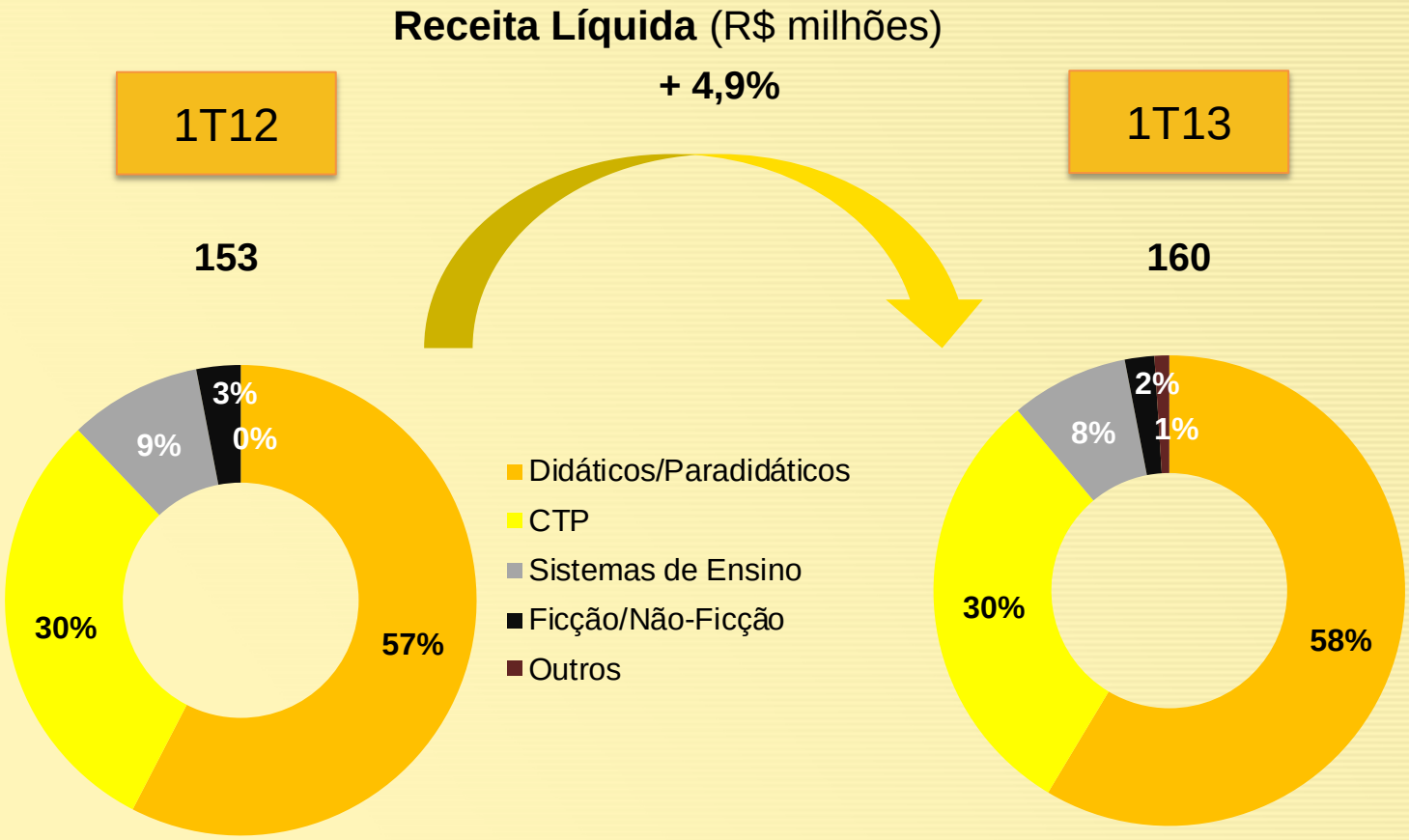
13 filiais e 17 revendedores

- Filiais têm estoques para atender a demanda local e maximizar o esforço de vendas de nossos divulgadores.
- Várias **linhas editoriais permitem diluição de gastos fixos** e criam vantagens competitivas.
- Adoção de livros didáticos no Brasil é decidida de **forma descentralizada**.
- Centro de Distribuição exclusivo para Sistemas de Ensino.



Saraiva

Decomposição da Receita Líquida da Editora



Saraiva

Contatos

João Luís Ramos Hopp
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
Telefone: (11) 3613 3263
e-mail: jlhopp@saraiva.com.br

Agberto Albuquerque Cavalcante
Diretor de Planejamento
Telefone: (11) 3613 3204
e-mail: acavalcante@saraiva.com.br

Site de Relações com Investidores: www.saraivari.com.br

Saraiva

Perfil Corporativo

Visão Geral dos Negócios

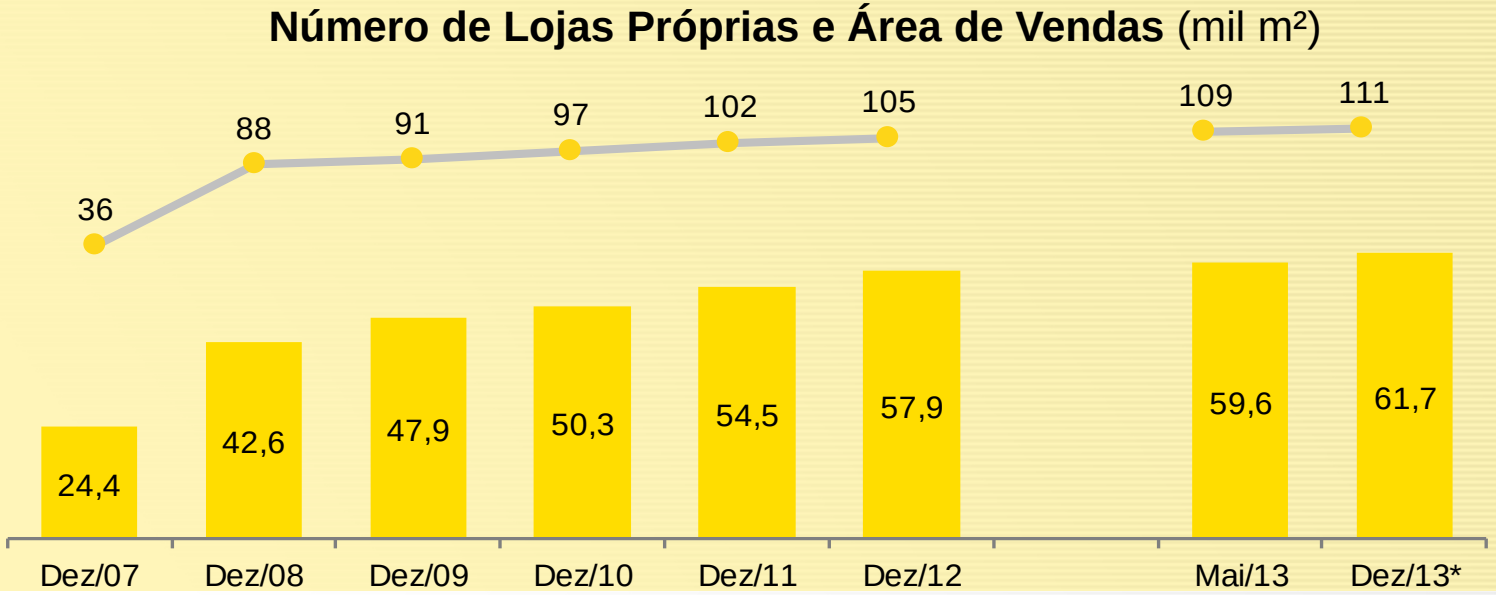
Destaques do Resultado Consolidado

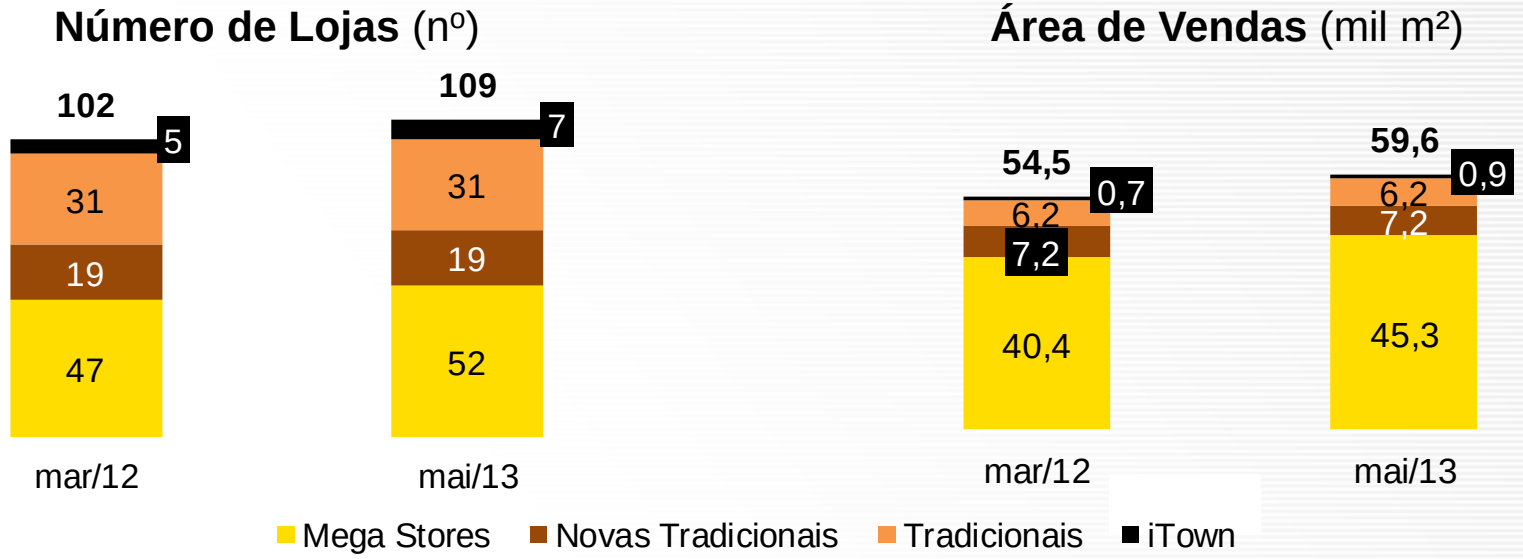
Varejo

Editora

Anexos

Varejo: Crescimento Orgânico



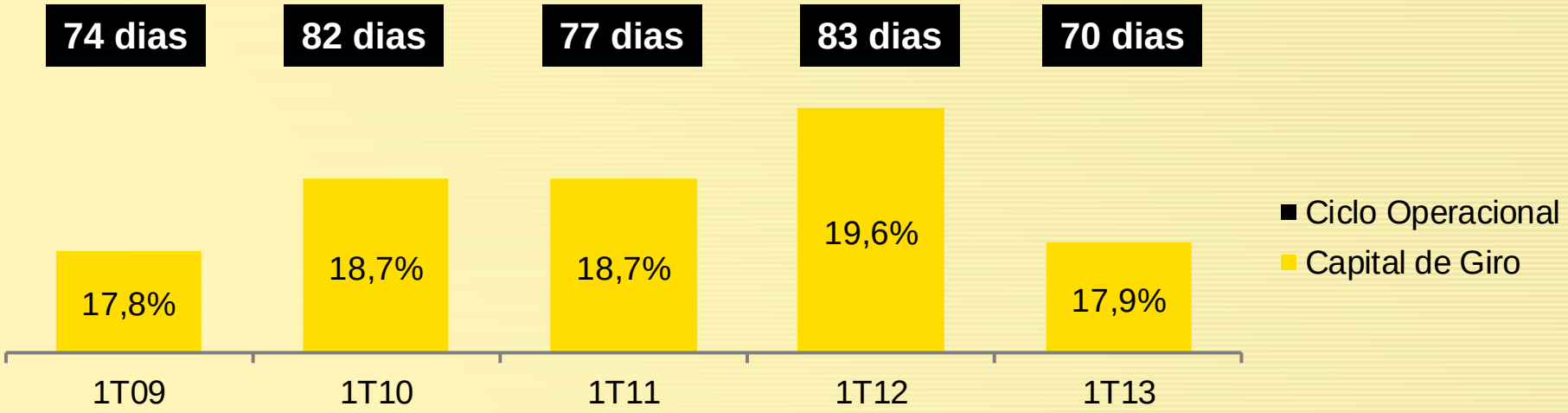


(*) Estimativa do projeto expansão, sujeito a alterações

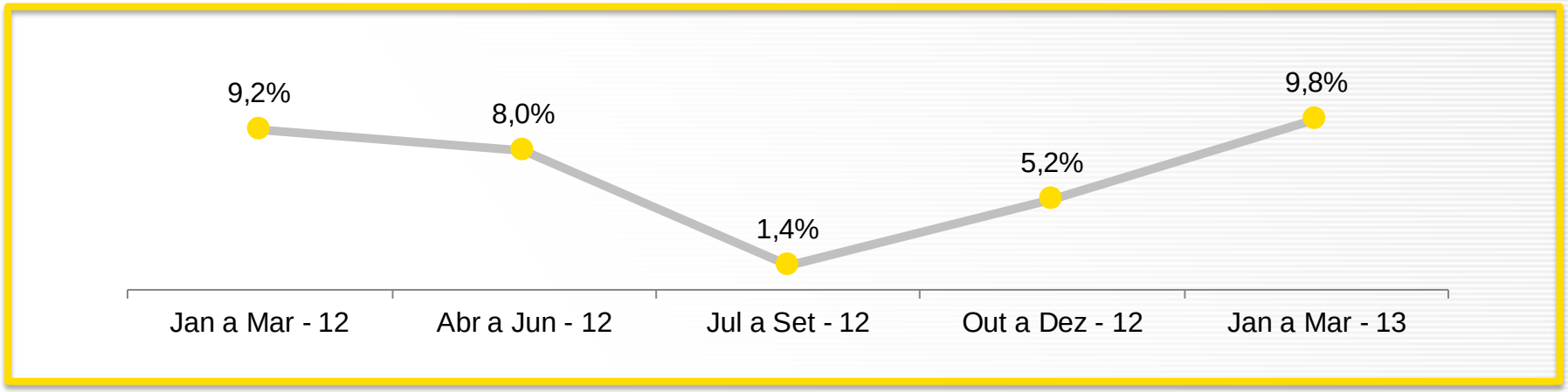
Saraiva

Capital de Giro e Venda de Lojas Comparáveis

Capital de Giro / Receita Líquida (%) **e Ciclo Operacional** (dias)

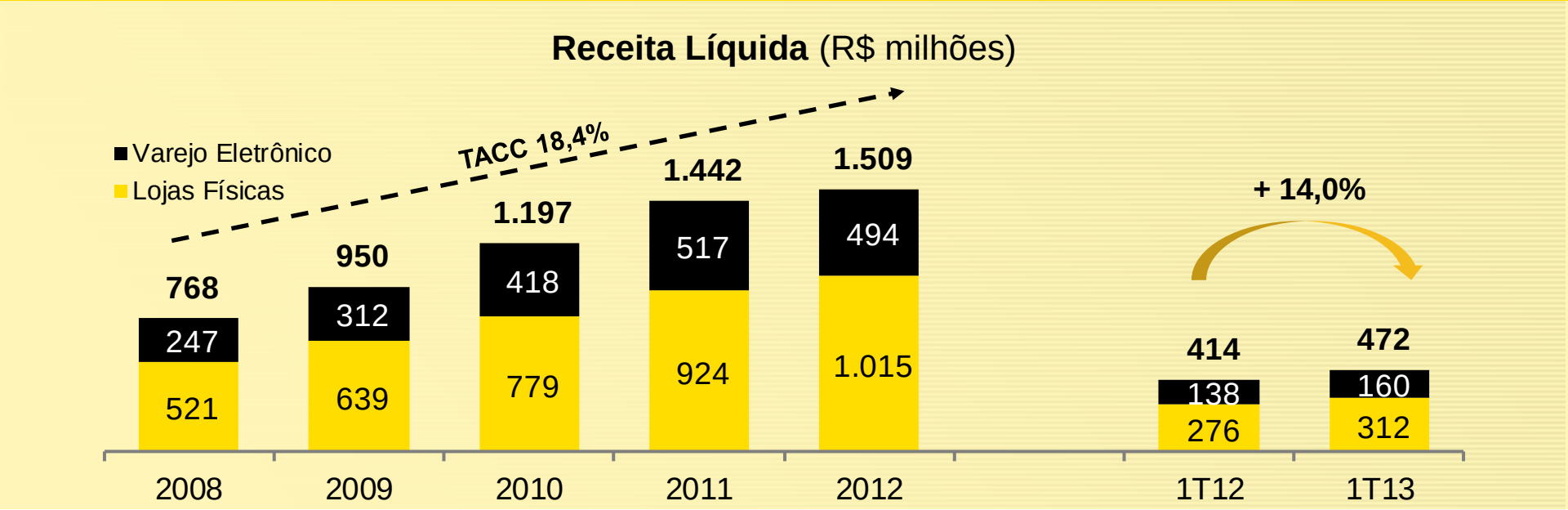


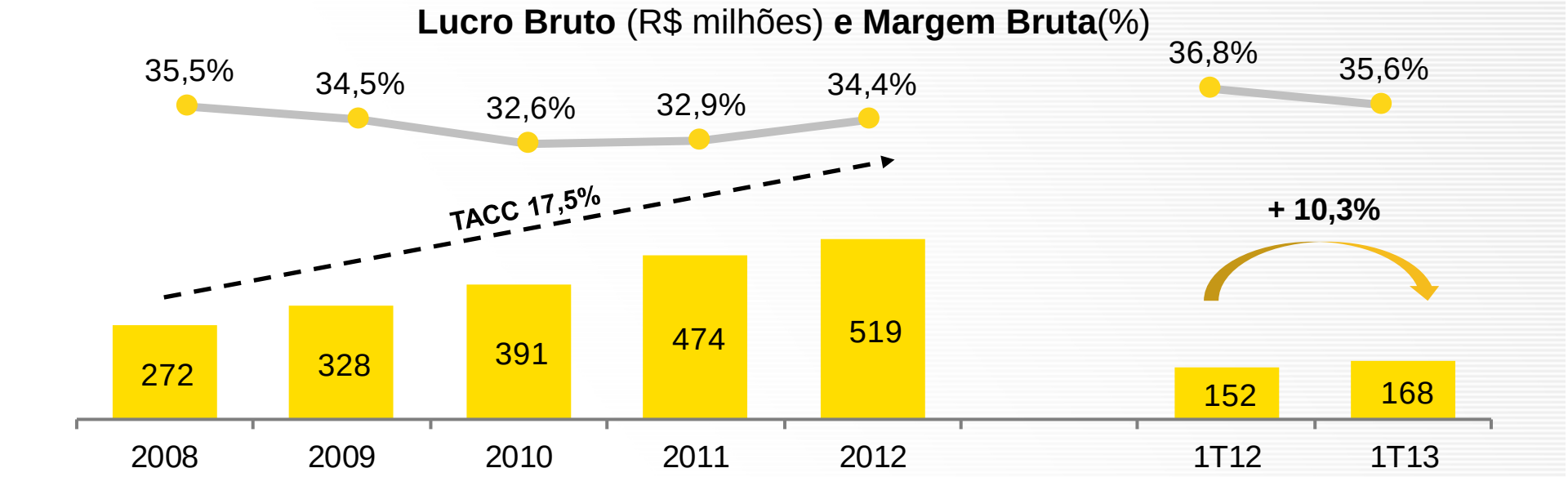
Venda de Lojas Comparáveis (%)



Saraiva

Destaques do Resultado – Varejo

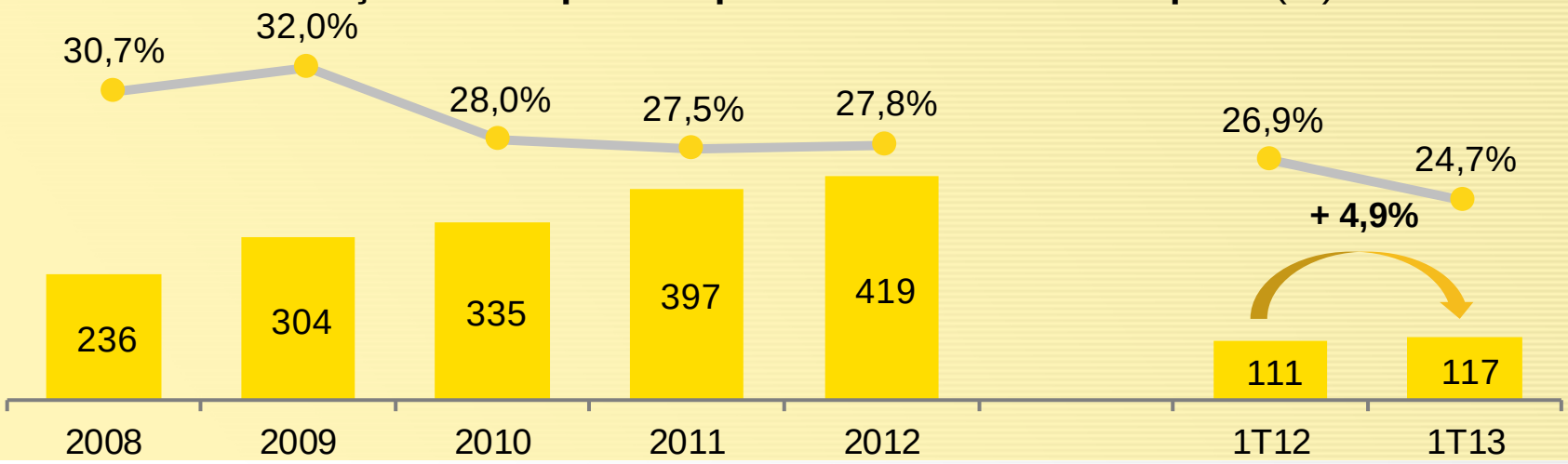




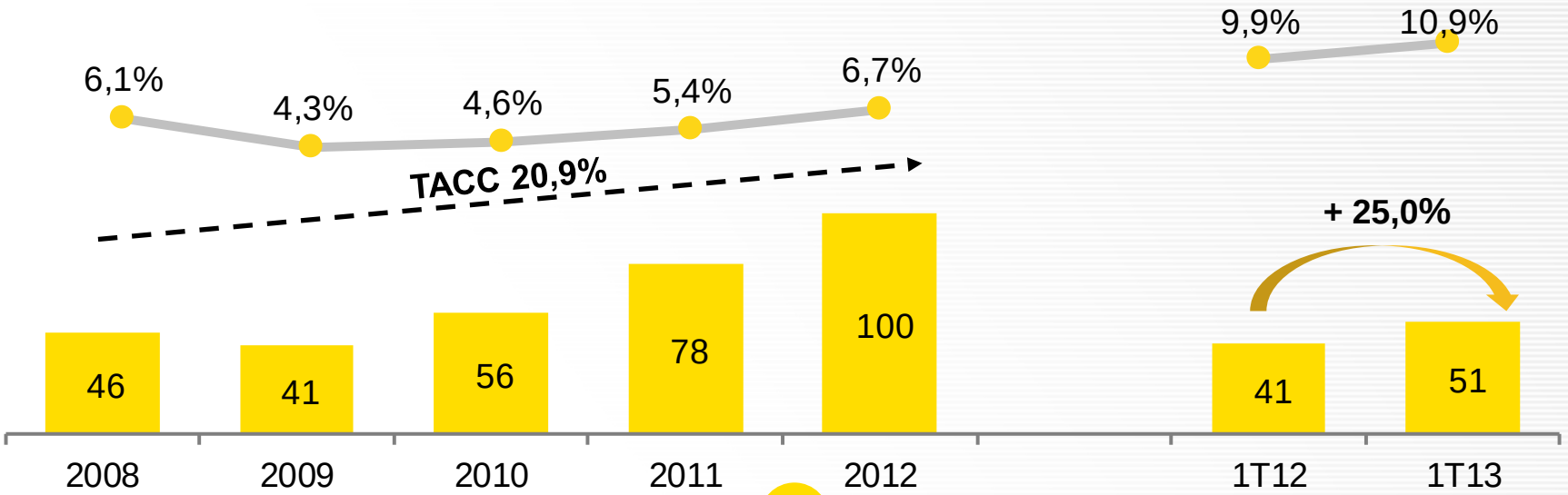
Saraiva

Destaques do Resultado – Varejo

Despesas Operacionais (R$ milhões) **e**
Relação de Despesas Operacionais / Receita Líquida (%)



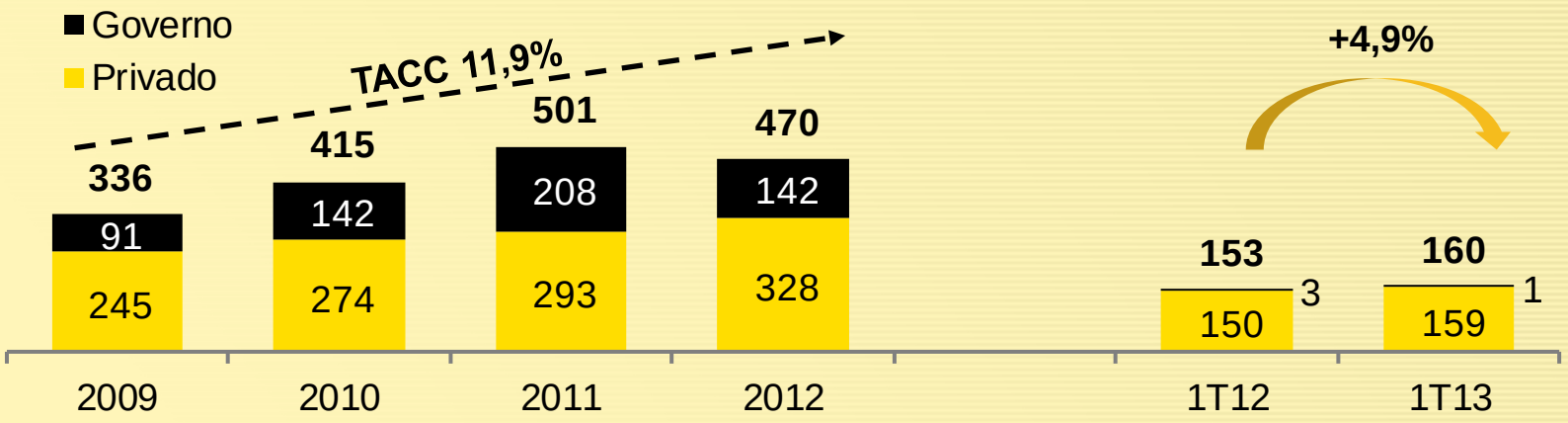
EBITDA (R$ milhões) **e Margem EBITDA** (%)



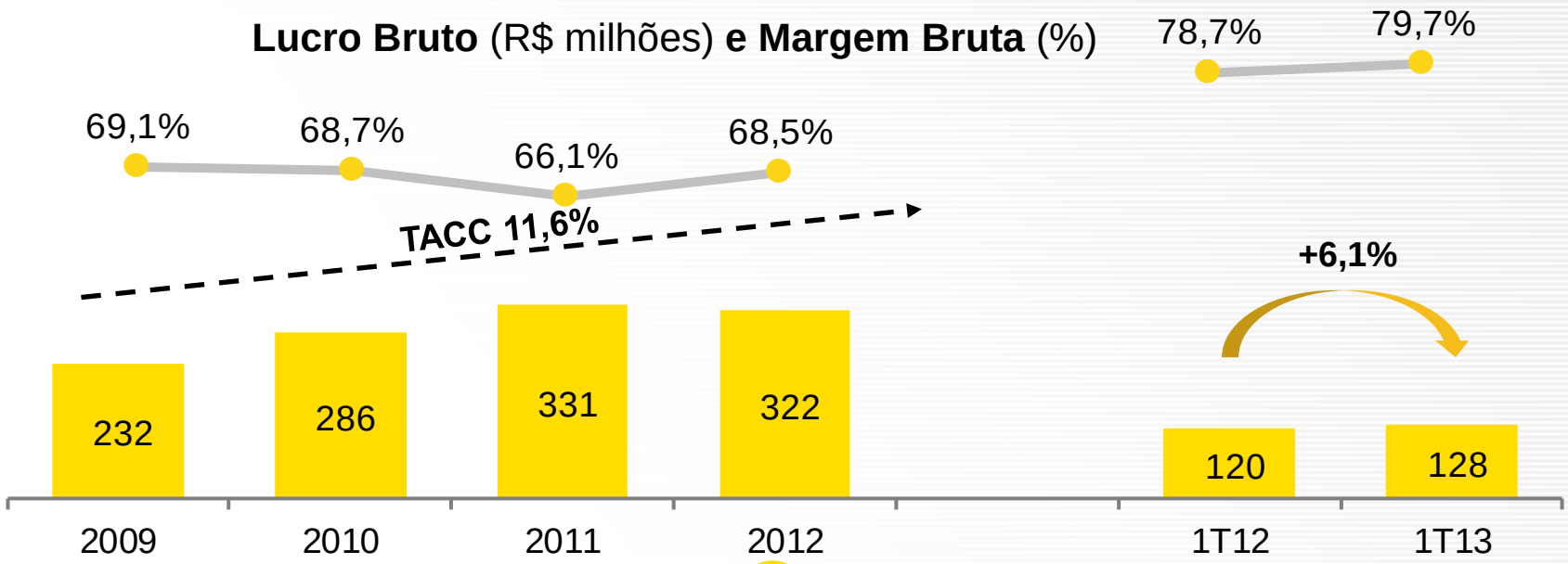
Saraiva

Destaques do Resultado – Editora

Receita Líquida (R$ milhões)



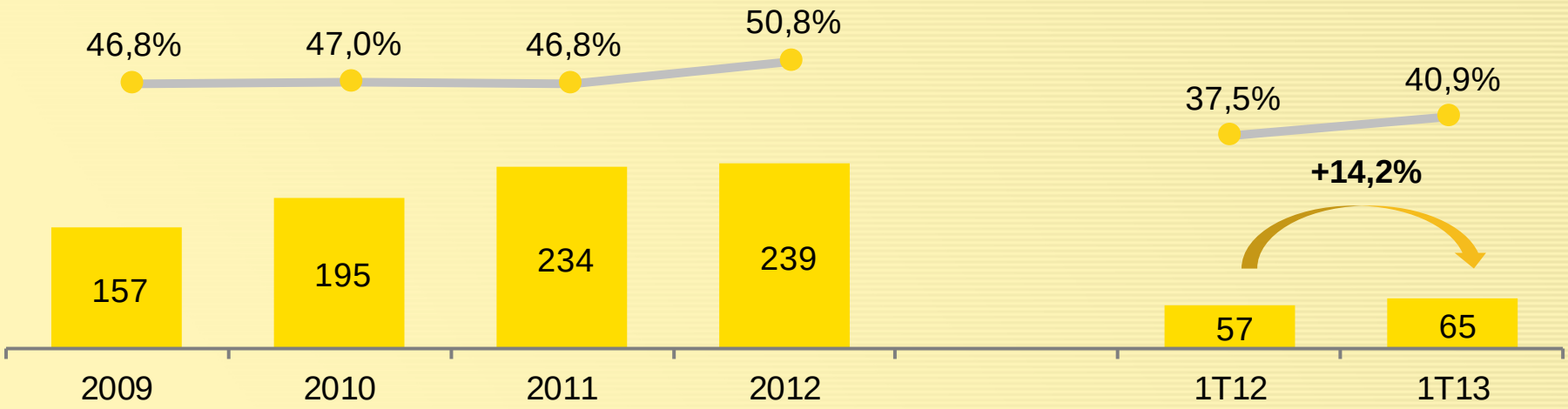
Lucro Bruto (R$ milhões) **e Margem Bruta** (%)



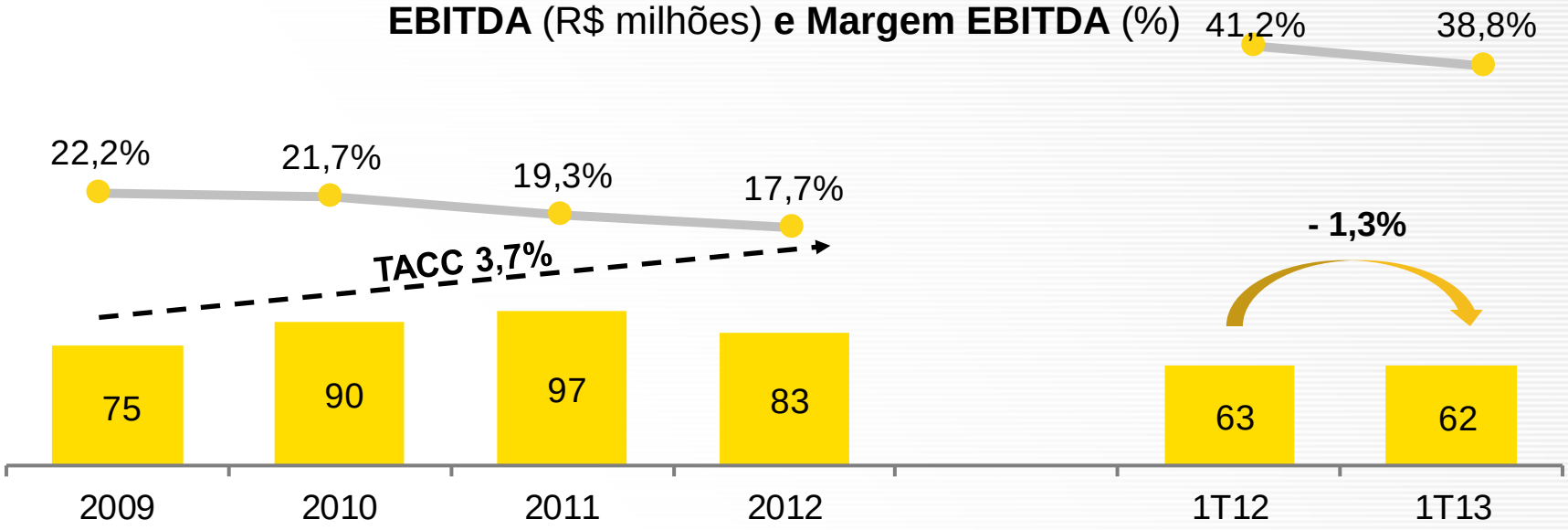
Saraiva

Destaques do Resultado – Editora

Despesas Operacionais (R$ milhões) **e Relação de Despesas Operacionais / Receita Líquida** (%)



EBITDA (R$ milhões) **e Margem EBITDA** (%)



Saraiva