

Release de Resultados
2T14

SARAIVA ANUNCIA RESULTADOS DO 2T14

PARA DIVULGAÇÃO IMEDIATA – São Paulo, 14 de agosto de 2014 – Saraiva S.A. Livreiros Editores (Bovespa: SLED3 e SLED4), uma das mais importantes editoras do Brasil e um dos maiores varejistas de conteúdo com foco em educação e cultura, anuncia hoje seus resultados financeiros para o segundo trimestre encerrado em 30 de junho de 2014.

DESTAQUES – 2T14 E 1S14

- Manutenção do bom crescimento do volume de vendas. Receita bruta consolidada aumentou 9% na comparação anual, somando R\$431 milhões no 2T14 e R\$1,1 bilhão no 1S14. Esse valor representa 45% do ponto médio do guidance estabelecido para o ano de 2014.
- O resultado bruto consolidado atingiu R\$145 milhões no 2T14, 8% superior ao do ano anterior. A margem bruta apresentou redução de 0,6 ponto percentual, de 36,3% no 2T13 para 35,7% no 2T14.
- O EBITDA consolidado ajustado apresentou melhora de 18% na comparação anual, totalizando R\$32 milhões negativos no 2T14. Já no 1S14, o EBITDA consolidado ajustado somou R\$87 milhões (+14% vs 1S13). O resultado representa 44% do ponto médio do guidance estabelecido para o ano de 2014.
- O Prejuízo Líquido ajustado atingiu R\$32 milhões no 2T14, comparado a R\$39 milhões no 2T13.
- Em 13 de fevereiro de 2014, a Saraiva anunciou um programa de recompra de ações. Até o dia 30 de junho de 2014, a Companhia já havia recomprado 1.081.300 ações preferenciais (SLED4) e 400 ações ordinárias (SLED3) de sua emissão, representativas em conjunto de 3,8% do capital total da empresa.
- A relação entre a dívida líquida ajustada e o EBITDA ajustado (excluindo não recorrentes) foi de 3,2x na posição de 30 de junho de 2014, estável em relação ao 1T14.

DESTAQUES NEGÓCIOS EDITORIAIS

- 74% de aprovação das obras submetidas pela Editora Saraiva no PNLD/2015, versus 66% obtidos no programa referência (PNLD/2012).
- Expansão do portfólio de soluções que reúnem conteúdo e tecnologia, com o lançamento de plataformas de aprendizagem adaptativas e colaborativas voltadas à preparação para os exames da OAB.
- Disponibilização de sua recém-lançada plataforma de ensino a distância oferecida a instituições de ensino superior.
- A receita bruta alcançou R\$28 milhões no 2T14 e ficou estável na comparação anual. O resultado de nossos negócios tem uma forte sazonalidade, especialmente na Editora, com concentração bastante expressiva das vendas no primeiro e quarto trimestres.
- O EBITDA ajustado totalizou resultado negativo de R\$32 milhões versus resultado negativo de R\$43 milhões no 2T13. A melhora de 26% é resultado das medidas de reestruturação da companhia iniciadas em 2013.

DESTAQUES VAREJO

- SSS (vendas comparáveis da rede de lojas físicas), com crescimento de 12,2% no trimestre.
- Inauguração de 3 unidades no Varejo, sendo duas delas no formato Aeroporto.
- O programa Saraiva Plus chega a 9,7 milhões de associados.
- A receita bruta alcançou R\$412,0 milhões no 2T14, representando crescimento de 11% vs 2T13.
- O EBITDA ajustado totalizou -R\$638 mil versus R\$5 milhões no 2T13.

EVENTOS SUBSEQUENTES

- Conclusão com êxito do plano de contratação de nova linha de financiamento com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para a captação de R\$629 milhões em empréstimos para financiar um amplo programa de investimentos da empresa para o período de 2013 a 2016.
- Lançamento do LEV, o primeiro leitor digital (e-reader) portátil que vem com uma Saraiva dentro.
- Criação do 7º programa de opções de compra de ações. O programa terá como objetivo alinhar interesses dos administradores, investidores e acionistas.

Tabela 1. Principais Indicadores Grupo Saraiva (R\$000, exceto quando indicado)

Consolidado	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Receita Bruta	1.133.066	1.029.006	10%	430.933	394.008	9%	702.133	-39%
Receita Líquida	1.077.333	982.293	10%	406.946	369.482	10%	670.387	-39%
Lucro Bruto	463.153	430.089	8%	145.174	134.286	8%	317.979	-54%
Margem Bruta (%)	43,0%	43,8%	-0,8 p.p.	35,7%	36,3%	-0,7 p.p.	47,4%	-11,8 p.p.
Despesas Operacionais	397.571	355.265	12%	189.345	173.329	9%	208.226	-9%
EBITDA	65.582	74.824	-12%	(44.171)	(39.043)	13%	109.753	-
Margem EBITDA (%)	6,1%	7,6%	-1,5 p.p.	-10,9%	-10,6%	-0,3 p.p.	16,4%	-27,2 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	87.306	76.563	14%	(31.628)	(38.789)	-18%	118.934	-
Margem EBITDA	8,1%	7,8%	0,3 p.p.	-7,8%	-10,5%	2,7 p.p.	17,7%	-25,5 p.p.
Lucro (Prej.) Líq. Ajust.	33.705	25.076	34%	(31.811)	(39.254)	-19%	65.516	-
Margem Líquida	3,1%	2,6%	0,6 p.p.	-7,8%	-10,6%	2,8 p.p.	9,8%	-17,6 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	11.981	23.337	-49%	(44.354)	(39.507)	12%	56.335	-
Margem Líquida (%)	1,1%	2,4%	-1,3 p.p.	-10,9%	-10,7%	-0,2 p.p.	8,4%	-19,3 p.p.

Nota 1: EBITDA Ajustado excluindo o efeito da provisão para bônus e as despesas não recorrentes com a reestruturação.

ÍNDICE

Principais Indicadores	4
Perspectivas	5
Projeções	8
Saraiva Resultado Consolidado	9
Resultados Segmento de negócios Varejo	12
Resultado Segmento de negócios Editoriais	15
Informações Teleconferência de Resultados	17
Demonstrativo de Resultados Consolidado	18
Balanco Patrimonial Consolidado	19
Demonstrativo de Resultados da Editora	20
Demonstrativo de Resultados do Varejo	21
Glossário	22

CONTATO IMPRENSA

Patrícia Barra e Bastos
Tel.: (55 11) 3613-3570
patricia.bastos@saraiva.com.br
www.saraivari.com.br

CONTATO INVESTIDORES

Luciana Doria Wilson
Tel.: (55 11) 3613-3215
ldwilson@saraiva.com.br
www.saraivari.com.br

PRINCIPAIS INDICADORES

As vendas da Companhia apresentam uma sazonalidade marcante, com maior concentração do resultado em dois períodos ao longo do ano: (1) no primeiro trimestre de cada ano fiscal, quando se vende mais para o setor privado, por conta da maior demanda no período de volta às aulas, e (2) no quarto trimestre devido às compras governamentais de livros didáticos na Editora, e vendas para o Natal no Varejo. A seguir apresentamos os nossos principais indicadores operacionais e financeiros por segmento de negócio.

Tabela 2. Principais Indicadores Varejo (R\$000, exceto quando indicado)

Varejo	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Receita Bruta	958.684	866.334	11%	411.711	372.250	11%	546.973	-25%
Receita Líquida	903.217	819.920	10%	387.767	347.850	11%	515.450	-25%
Lojas	624.423	539.549	16%	266.657	227.974	17%	357.766	-25%
E-commerce	278.794	280.371	-1%	121.110	119.876	1%	157.684	-23%
Lucro Bruto	299.834	280.460	7%	123.612	112.409	10%	176.222	-30%
Margem Bruta (%)	33,2%	34,2%	-1,0 p.p.	31,9%	32,3%	-0,4 p.p.	34,2%	-2,3 p.p.
Despesas Operacionais	264.562	225.599	17,3%	129.625	108.980	18,9%	134.937	-4%
EBITDA	35.272	54.861	-36%	(6.013)	3.429	-	41.285	-
Margem EBITDA (%)	3,9%	6,7%	-2,8 p.p.	-1,6%	1,0%	-2,5 p.p.	8,0%	-9,6 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	46.894	54.861	-15%	(638)	3.429	-	47.532	-
Margem EBITDA Ajustado ¹ (%)	5,2%	6,7%	-1,5 p.p.	-0,2%	1,0%	-1,2 p.p.	9,2%	-9,4 p.p.
Lucro (Prej.) Líq. Ajust.	8.729	15.495	-44%	(11.155)	(8.608)	30%	19.884	-
Margem Líquida Ajustada (%)	1,0%	1,9%	-0,9 p.p.	-2,9%	-2,5%	-0,4 p.p.	3,9%	-6,7 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	-2.893	15.495	-	(16.530)	(8.608)	92,0%	13.637	-
Margem Líquida (%)	-0,3%	1,9%	-2,2 p.p.	-4,3%	-2,5%	-1,8 p.p.	2,6%	-6,9 p.p.
Crescimento Lojas (SSS)	11%	5,5%	-	12,2%	1,0%	-	10,0%	-
Crescimento E-commerce	-0,6%	15,9%	-	+1,0%	16,1%	-	-1,8%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	114	109	5%	114	109	5%	112	2%
Área de Vendas - Final do Período (m²)	62.191	59.741	4%	62.191	59.741	4%	61.085	2%

Nota 1: EBITDA Ajustado excluindo o efeito da provisão para bônus e as despesas não recorrentes com a reestruturação.

Tabela 3. Principais Indicadores Editora, incluindo dados da Editora Érica, adquirida em junho de 2013 (R\$000)

Editora	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Receita Bruta	208.014	188.932	10%	28.176	28.610	-2%	179.838	-84%
Receita Líquida	207.748	188.633	10%	28.133	28.484	-1%	179.615	-84%
Mercado Privado	204.826	181.252	13%	27.503	22.592	22%	177.323	-84%
Governo	2.922	7.381	-60%	630	5.892	-89%	2.292	-73%
Lucro Bruto	162.348	148.696	9%	20.821	21.126	-1%	141.527	-85%
Margem Bruta(%)	78,1%	78,8%	-0,7 p.p.	74,0%	74,2%	-0,2 p.p.	78,8%	-4,8 p.p.
Despesas Operacionais	133.009	129.965	2%	59.720	64.509	-7%	73.289	-19%
EBITDA	29.339	18.731	57%	-38.899	-43.383	-10%	68.238	-
Margem EBITDA (%)	14,1%	9,9%	4,2 p.p.	-	-	-	38,0%	-
EBITDA Ajustado ¹	39.441	20.470	93%	-31.731	-43.129	-26%	71.172	-
Margem EBITDA Ajustado ¹ (%)	19,0%	10,9%	8,1 p.p.	-	-	-	39,6%	-
Lucro (Prej.) Líq. Ajust.	24.308	8.384	190%	(21.270)	(31.539)	-33%	45.578	-
Margem Líquida Ajustada (%)	11,7%	4,4%	7,3 p.p.	-75,6%	-110,7%	35,1 p.p.	25,4%	-101,0 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido ²	14.206	6.645	114%	(28.438)	(31.793)	-11%	42.644	-
Margem Líquida (%)	6,8%	3,5%	3,3 p.p.	-	-	-	31,4%	-

Nota 1: EBITDA Ajustado excluindo o efeito da provisão para bônus e as despesas não recorrentes com a reestruturação 2. Lucro antes da equivalência patrimonial.

Tabela 4. Principais Indicadores Balanço Patrimonial (R\$000, exceto quando indicado)

Consolidado	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Caixa e Equivalentes de Caixa	12.142	16.401	-26%	29.968	-59%
Dívida Total	418.687	324.149	29%	433.974	-4%
Dívida Líquida	406.545	307.748	32%	404.006	1%
Dívida Líquida Ajustada ¹	526.122	421.762	25%	486.230	8%
Ativo Total	1.258.728	1.203.096	5%	1.426.124	-12%
Patrimônio Líquido (PL)	488.956	531.737	-8%	571.854	-14%
Dívida Líquida/PL	83%	58%	25,3 p.p.	71%	12,1 p.p.
Dív. Líq. Ajustada ¹ /EBITDA	6,1	2,4	3,7	5,3	0,8
Dív. Líq. / EBITDA Ajustado ²	2,5	1,7	0,8	2,2	0,3
Dív. Líq. Ajustada ¹ /EBITDA ajustado ²	3,2	2,4	0,8	2,7	0,5

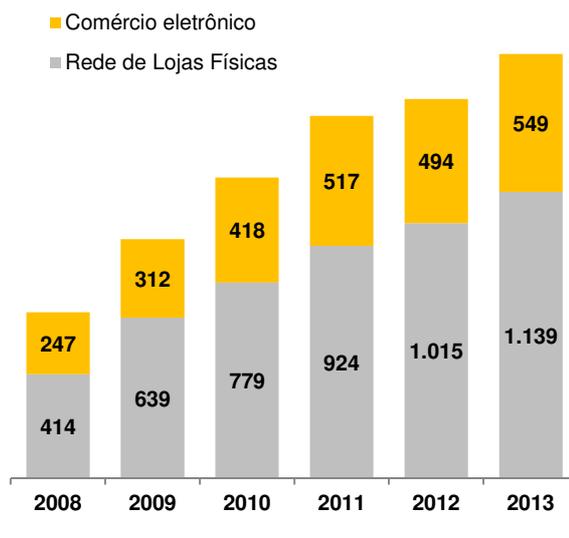
Nota 1: inclui antecipação de recebíveis e obrigação com aquisição. 2 EBITDA Ajustado excluindo o efeito da provisão para bônus e as despesas não recorrentes com a reestruturação

PERSPECTIVAS

O Grupo Saraiva cria e distribui conteúdo, tecnologia e serviços e é referência na produção de conteúdo com foco em educação. Com 114 lojas em 17 estados brasileiros e Distrito Federal, possui a maior rede varejista de conteúdo, cultura e entretenimento do País. Apresentamos mais um trimestre de sólido crescimento de vendas do Varejo, com SSS de 12,2% no 2T14. A despeito do desempenho econômico fraco, o resultado representa o melhor desempenho de vendas da rede de lojas em 13 trimestres, com destaque para a venda de livros e dispositivos móveis, que permitem o acesso a conteúdo, como *smartphones* e *tablets*.

Desde 1998, data de lançamento da sua plataforma de e-commerce, uma das primeiras do país, a Saraiva opera com uma abordagem integrada e multicanal - que oferece ao cliente produtos e serviços tanto no www.saraiva.com.br como nas lojas físicas - com a utilização da rede de lojas para a retirada de produtos vendidos no site (5% das vendas online), bem como a possibilidade de compra no site e troca na loja. Buscamos proporcionar uma experiência de compra única e uniforme. Neste sentido, cabe destacar a boa performance de vendas da Saraiva no Dia das Mães, com experiência exclusiva de compra padronizada, independente do canal que o consumidor tenha escolhido para efetuar suas compras. Como resultado desta abordagem multicanal, a Companhia tem conseguido crescer em ambos os canais de maneira consistente. A receita do canal online tem representado 1/3 do faturamento do varejo nos últimos 5 anos.

Figura 1. Desempenho de Vendas (2008-2013)



A mudança dos centros de distribuição (terceirizado e próprio) da região de Barueri para o novo centro logístico com operação própria foi concluída no prazo e no orçamento previsto. O novo centro logístico localizado na região de Cajamar, em São Paulo, foi desenvolvido no modelo de locação em linha com a estratégia de expansão *asset light* (baixo investimento em capital). Ao final do trimestre, o novo centro de distribuição respondia por 100% das entregas do e-commerce da Saraiva. A partir de setembro, vislumbra-se, em conjunto com significativo aumento da capacidade de armazenagem, uma importante melhora na eficiência operacional.

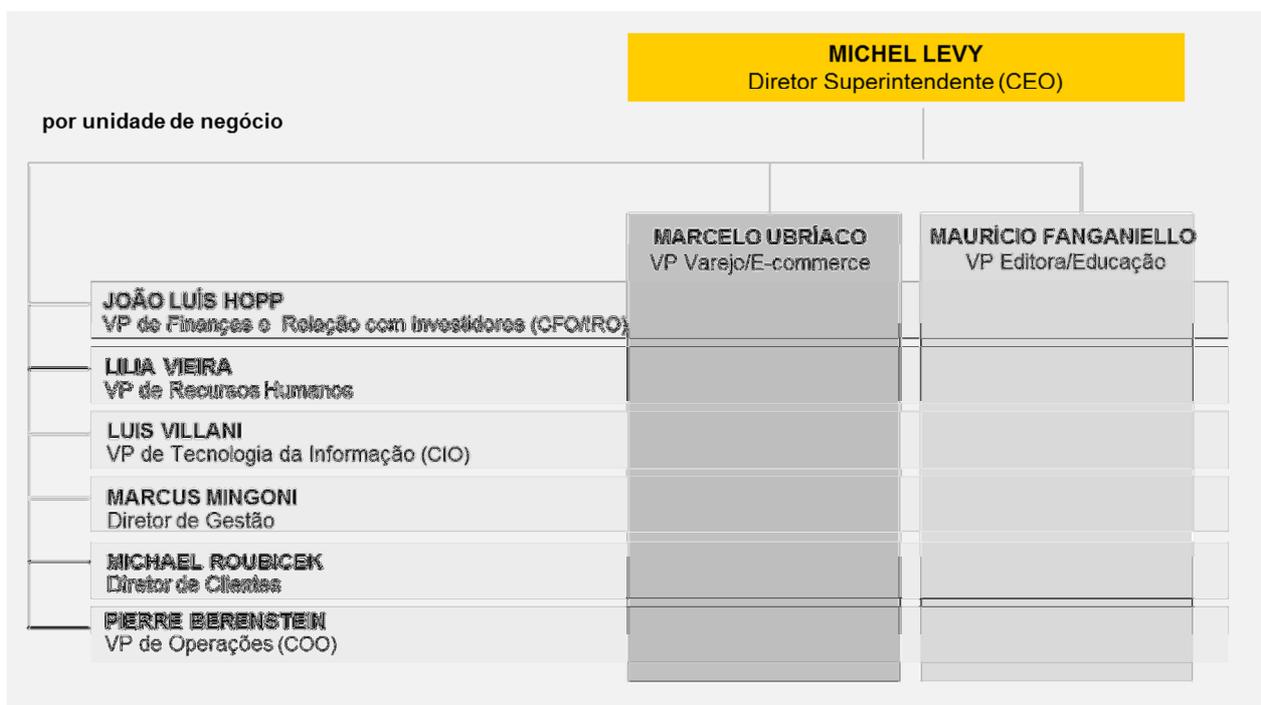
A Companhia anunciou no início do mês de agosto o lançamento do LEV, seu primeiro leitor digital (*e-reader*) portátil. Seu principal diferencial é ser o único dispositivo para leitura digital que já vem com uma Saraiva dentro - dando acesso ao maior acervo de títulos digitais em língua portuguesa disponível no País. São mais de 30 mil títulos em português e 450 mil em língua estrangeira no formato digital. O lançamento do LEV faz parte da estratégia do Grupo em oferecer educação, cultura e entretenimento em qualquer dispositivo e formato, acessíveis a qualquer hora e lugar. O novo produto é oferecido dentro de uma abordagem multicanal e estará disponível para experimentação em toda a rede de lojas espalhadas pelo Brasil. Com o objetivo de levar o acesso e a melhor experiência de leitura ao cliente, o dispositivo LEV foi desenvolvido exclusivamente para a Saraiva pela Bookeen, líder europeu em *eReading* e pelo C.E.S.A.R. (Centro de Estudos Avançados do Recife), que atuou em conjunto com a equipe da Saraiva na criação de software aberto e na sua integração com a biblioteca de livros digitais e loja da Saraiva.

Nota 1: Convergência Midiática é um conceito desenvolvido por Henry Jenkins sobre uma tendência (padrões) à qual os meios de comunicação estão aderindo para poder se adaptar à internet, e consiste em usar este suporte como canal para distribuição de seu produto.

A estratégia da Saraiva permanece pautada no fortalecimento de seu modelo de negócios e de seu posicionamento competitivo. No marco dos 100 anos, revisamos a nossa essência, fortalecendo a cultura organizacional, que é baseada na crença de que a empresa pode ser uma importante promotora de transformação social e contribuir para o desenvolvimento humano por meio do foco em educação, cultura e entretenimento.

Para estimular e dar apoio ao movimento de expansão do nosso modelo de negócios, estabelecemos uma nova estrutura organizacional (apresentada na figura 2). Nesse sentido, foram criadas novas estruturas corporativas e reforçadas as já existentes, de forma a dar maior suporte e eficiência às operações. Ao mesmo tempo, reforçamos as iniciativas de *compliance* e de Tecnologia da Informação, visando promover contínuas melhorias nos nossos procedimentos e tecnologias. Para o êxito e a consecução dos objetivos sociais da Companhia e dos interesses de seus acionistas, destacamos a criação do 7º Programa de Opções de Compra de Ações. O Programa terá como objetivo alinhar interesses dos administradores, investidores e acionistas.

Figura 2. Nova Estrutura Organizacional



Como parte da estratégia de expansão dos negócios editoriais, a Companhia promoveu uma série de mudanças importantes², decisivas para direcionar a empresa para o novo ciclo de geração de valor, com foco em maior ganho de produtividade e aumento na participação de mercado. Cabe destacar que as iniciativas executadas no controle das despesas da Editora, ao longo de 2013, já começam a mostrar seus primeiros resultados.

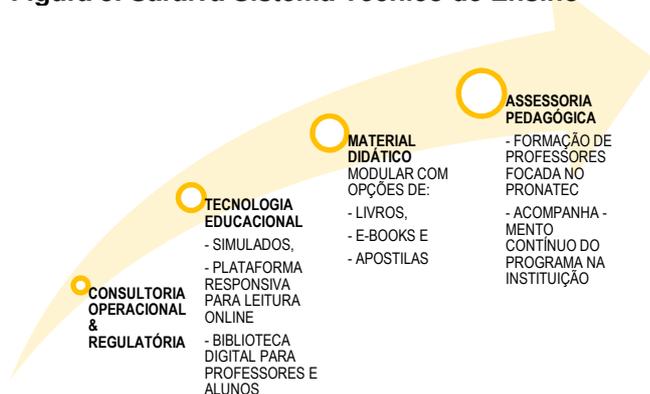
As ações corretivas necessárias, que incluem medidas estruturais para entregar resultados sólidos na unidade de varejo aos nossos acionistas, em conjunto com a satisfação dos clientes, são mais recentes. Entre as medidas, destacamos uma maior eficiência dos processos do negócio e eficácia com projetos de Tecnologia da Informação, que visam apoiar as demandas da operação por indicadores mais precisos para navegar em ambientes de negócios mais complexos e dinâmicos, tendo como meta o crescimento rentável de nossas operações.

Nota 2: Entre as principais iniciativas destacamos: (1) a utilização da segmentação no planejamento da estratégia de atendimento a clientes, permitindo a atuação focada nos diversos canais, com níveis de serviços adequados; (2) reorganização da área de marketing, com especialistas para cada linha de negócio editorial; (3) criação de área de gestão educacional, consolidando as atividades de assessoria pedagógica e de inteligência de mercado; (4) unificação dos selos Saraiva e Atual; (5) revisão do portfólio de produtos; (6) eliminação de redundâncias; e (7) atuação da área comercial, tanto com o negócio livros didáticos como com sistemas de ensino, sob um único comando.

A Saraiva segue investindo em estratégias de marketing que propiciem vantagens competitivas, em termos de valor percebido pelo cliente, com destaque para o marketing estratégico de relacionamento por meio do programa Saraiva Plus – que após 9 anos desde sua implementação chega a 9,7 milhões de associados. Para mapear e atender as necessidades e expectativas de milhares de consumidores e entregar valor superior aos clientes, a Companhia identificou a necessidade de alinhamento de toda a estrutura organizacional, para permitir uma maior integração do nosso programa de fidelidade às demais áreas estratégicas e funcionais da Companhia, tais como marketing, gestão da marca, operações, precificação, finanças, TI/CRM e gestão de conteúdo digital. Cabe destacar que essa abordagem requer um tempo de maturação e esperamos capturar essas oportunidades a partir de 2015.

Reforçando a nossa estratégia de inovação com a oferta de serviços, tecnologia e conteúdos personalizados, desenvolvidos por grandes autores, passamos a atuar como parceiros de grupos educacionais de ensino superior. Recentemente anunciamos a expansão de nosso portfólio de soluções de aprendizagem, por meio da oferta dos seguintes novos modelos de negócios: (1) plataforma de aprendizagem adaptativa, (2) acesso a biblioteca digital, (3) plataforma customizada de EaD - conteúdo e metodologia para educação a distância, (4) Saraiva Sistema de Ensino Técnico (SET) e (5) aprendizagem ativa (Saraiva Solução de Aprendizagem). O investimento na oferta de conteúdo, serviços personalizados e tecnologia educacional de apoio ao ensino e aprendizagem reflete a estratégia do Grupo Saraiva em apoiar novas formas de ensinar e aprender que respondam aos desafios da educação.

Figura 3. Saraiva Sistema Técnico de Ensino



Ressaltam-se também as boas perspectivas oriundas da entrada da Saraiva no ensino técnico, por meio da aquisição da Editora Érica. Este movimento está alinhado à estratégia de diversificação e aumento da relevância da Saraiva no mercado educacional brasileiro. Evoluímos o nosso modelo de negócios com o lançamento do SET, anunciado após a aquisição da Editora Érica no 2T13. A solução é voltada para grupos educacionais e visa atender a demanda no âmbito do PRONATEC - Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego.

No mercado público, ocorreu, em junho deste ano, a divulgação da lista de obras da Editora Saraiva aprovadas pela Secretaria de Educação Básica, orientada pelo Ministério da Educação (MEC), no Programa Nacional do Livro Didático para 2015 (PNLD/2015), com novas adoções destinadas ao Ensino Médio. Das 23 obras inscritas pela Editora Saraiva no PNLD/2015, para 11 disciplinas (de um total de 12 que fazem parte do programa), foram aprovadas 17, o que representa 74% de aprovação das obras submetidas, versus 66% obtidos no programa referência (PNLD/2012). Para as novas adoções, estimamos mercado potencial de cerca de 83,4 milhões de exemplares para atender cerca de 7 milhões de alunos do ensino médio, segmento no qual, tradicionalmente, a Editora tem obtido bons resultados. Também haverá aquisição de livros para reposição e complementação no ensino fundamental. Espera-se a negociação deste contrato para setembro deste ano, com subsequente produção, entrega e faturamento previstos em sua maioria para o 4T14.

Por fim, conforme mencionado em nossa última Divulgação de Resultados, concluímos com êxito o plano de contratação de nova linha de financiamento com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para a captação de R\$629 milhões em empréstimos. Os recursos, em sua maioria, provenientes do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura – PROCULT, com foco em projetos associados à educação e cultura, visam financiar um amplo programa de investimentos da empresa para o período de 2013 a 2016. A nova captação resultará em uma melhora na gestão dos passivos financeiros, visando tanto a melhoria do custo, como o alongamento do prazo médio da dívida da Companhia e a suavização do perfil de vencimentos.

PROJEÇÕES

Cabe destacar, mais uma vez, que o resultado de nossos negócios apresenta uma forte sazonalidade, especialmente na Editora, com concentração expressiva das vendas no primeiro e quarto trimestres.

Em bases consolidadas, a venda bruta reportada no 1S14 aumentou 10% na comparação anual, somando R\$431 milhões no 2T14 e R\$1,1 bilhão no 1S14. O resultado representa 45% do ponto médio do *guidance* estabelecido para o ano de 2014.

Tabela 5. Venda Bruta Estimada para o ano de 2014

	2014	1S14	% total
Vendas Brutas Consolidadas	R\$2,4 – 2,6 bilhões	R\$1,1 bilhão	45%

O EBITDA consolidado ajustado, que exclui as despesas não recorrentes e a provisão para bônus foi de R\$87 milhões no 1S14. O resultado representa 41% do ponto médio do *guidance* estabelecido para o ano de 2014. A margem EBITDA ajustada passou de 7,8% no 1S13, para 8,1% no 1S14.

Tabela 6. EBITDA Estimado para o ano de 2014

	2014	1S14	% total
EBITDA consolidado ajustado	R\$190 – 210 milhões	R\$87 milhões	41%

A relação entre a dívida líquida ajustada (representada pela totalidade dos empréstimos, financiamentos, obrigações com aquisição e antecipações de recebíveis descontada do saldo de caixa) e o EBITDA ajustado (excluindo não recorrentes e provisão para bônus) foi de 3,2x na posição de 30 de junho de 2014 versus 2,7x em 31 de março de 2014. A Companhia divulga dívida líquida ajustada com este conceito porque é a métrica que utiliza para medir a sua necessidade de caixa.

Tabela 7. Valores do indicador Dívida Líquida Ajustada sobre o EBITDA projetado para o ano de 2014

	2014	2T14	1T14
Dív. Líquida ajustada/EBITDA ajustado	< 2,8x	3,2x	2,7x

SARAIVA RESULTADO CONSOLIDADO

Os comentários apresentados a seguir, sobre o desempenho operacional do Grupo Saraiva, referem-se aos números consolidados, que incluem os resultados operacionais da Editora e do Varejo.

RECEITA - A receita líquida consolidada cresceu 10%, de R\$369 milhões no 2T13 para R\$407 milhões no 2T14. Esse desempenho reflete o aumento do volume de vendas da divisão de varejo.

Tabela 8. Receita Líquida por Segmento de negócio (R\$mil, exceto quando indicado)

	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Editora ¹	207.748	188.633	10%	28.133	28.484	-1%	179.615	-84%
Varejo	903.217	819.920	10%	387.767	347.850	11%	515.450	-25%
Eliminações ²	(33.632)	(26.260)	28%	(8.954)	(6.852)	31%	(24.678)	-64%
Total³	1.077.333	982.293	10%	406.946	369.482	10%	670.387	-39%

Nota: 1. Incluindo o resultado da Editora Érica. 2. A Editora vende livros de sua edição para o Varejo. Para a publicação dos números consolidados é necessário, portanto, ajustar o valor das vendas consolidadas por conta das transações entre as duas unidades de negócio do Grupo Saraiva. 3. Receita Líquida Consolidada.

RESULTADO BRUTO – O resultado bruto consolidado atingiu R\$145 milhões no 2T14, 8% superior ao resultado do ano anterior. A margem bruta apresentou uma redução de 0,6 ponto percentual, passando de 36,3% no 2T13 para 35,7% no 2T14, por conta do *mix* de produtos vendidos no Varejo e o aumento de sua participação na receita consolidada.

DESPESAS OPERACIONAIS – As despesas operacionais apresentaram expansão de 9% nos últimos doze meses, resultado em linha com o crescimento da receita. Esse acréscimo ocorreu por conta das despesas relacionadas à expansão da rede de lojas, do reforço das estruturas corporativas de apoio à operação, em particular tecnologia da informação, inteligência de mercado e comunicação, bem como dos investimentos em novos negócios. Com isso, a relação despesas operacionais sobre receita líquida consolidada ficou estável, na comparação anual.

Tabela 9. Despesas Operacionais por Segmento de negócio (R\$mil, exceto quando indicado)

	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Editora	133.009	129.965	2%	59.720	64.509	-7%	73.289	-19%
Varejo	264.562	225.599	17%	129.625	108.980	19%	134.937	-4%
Eliminações	-	(299)	-100%	-	(160)	-100%	-	-
Total	397.571	355.265	12%	189.345	173.329	9%	208.226	-9%

As despesas gerais e administrativas atingiram R\$57 milhões no 2T14 contra R\$51 milhões no 2T13, um aumento de 12%. A relação despesas gerais e administrativas sobre a receita líquida atingiu 13,9% no 2T14, praticamente estável em relação aos 13,7% no 2T13. Excluindo a provisão para bônus, que passou a ser constituída mensalmente a partir do 4T13, o volume de G&A foi menor em 5% na comparação anual. Excluindo a provisão para bônus e as despesas não recorrentes com a reestruturação, o recuo de G&A foi de 16%.

Tabela 10. Despesas Gerais e Administrativas (G&A) por Segmento de negócio (R\$mil)

	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Editora	41.959	38.358	9%	21.092	22.906	-8%	20.867	1%
Varejo	65.245	45.935	42%	31.911	24.376	31%	33.334	-4%
Outras despesas	2.898	2.746	6%	1.628	1.444	13%	1.270	28%
Total G&A	110.102	87.039	26%	54.631	48.726	12%	55.471	-2%
Editora	35.840	36.619	-2%	17.907	22.652	-21%	17.933	0%
Varejo	58.586	45.935	28%	27.980	24.376	15%	31.685	-12%
Total ex provisão bônus	94.426	82.554	14%	45.887	47.028	-2%	51.843	-11%
Editora	31.857	36.619	-13%	13.924	22.652	-39%	20.158	-31%
Varejo	53.623	45.935	17%	26.536	24.376	9%	28.167	-6%
Total ex provisão bônus e excluindo não-recorrentes	85.480	82.554	4%	40.460	47.028	-14%	48.325	-16%

EBITDA – O EBITDA foi negativo em R\$44 milhões no 2T14, um aumento de 13% em comparação aos R\$39 milhões negativos no ano anterior, devido à redução na margem bruta e pelo efeito de despesas operacionais já mencionadas. Já o EBITDA ajustado totalizou resultado negativo de R\$32 milhões, uma melhora de 18% quando comparado ao resultado reportado no 2T13, por conta da redução da margem bruta.

Tabela 11. EBITDA Consolidado (R\$mil, exceto quando indicado)

	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Lucro Líquido	11.981	23.337	-49%	-44.354	-39.507	12%	56.335	-
(+) Resultado financeiro	26.687	15.751	69%	12.375	8.443	47%	14.312	-14%
(+) IR / CSLL	5.400	12.804	-58%	-22.732	-19.576	16%	28.132	-
(+) Depreciação	21.635	22.897	-6%	10.625	11.580	-8%	11.010	-3%
(+) Provisão para Bônus ¹	12.778	1.739	-	7.116	254	-	5.663	26%
(+) Equivalência Patrimonial	-120	32	-	-82	18	-	-38	116%
(+) Part. não controladora	-1	3	-	-3	-1	200%	2	-
(+) Despesas não recorrentes	8.945	0	-	5.427	0	-	3518	54%
EBITDA Ajustado	87.306	76.563	14%	-31.628	-38.789	-18%	118.934	-
Mg EBITDA Ajustada	8,1%	7,8%	0,3 p.p.	-7,8%	-10,5%	2,7 p.p.	17,70%	-25,5 p.p.
Receita Líquida	1.077.333	982.293	10%	406.946	369.482	10%	670.387	-39%
EBITDA	65.582	74.824	-12%	-44.171	-39.043	13%	109.753	-
Mg EBITDA	6,1%	7,6%	-1,5 p.p.	-10,9%	-10,6%	-0,3 p.p.	16,40%	-27,3 p.p.

Nota 1. Despesas não caixa. A Companhia reconhece um passivo e uma despesa de participação nos resultados e pagamento de bônus, calculado com base em metas qualitativas e quantitativas definidas pela administração e registrado mensalmente a partir do 4T13 em contas de benefícios a empregados no resultado do exercício. O pagamento desses proventos ocorre no mês de abril do exercício subsequente ao de apuração dos resultados e o respectivo atingimento das metas corporativas e individuais dos colaboradores.

RECEITA (DESPESA) FINANCEIRA LÍQUIDA – O resultado financeiro foi negativo em R\$12 milhões no 2T14, contra R\$8 milhões no 2T13. No 2T14, as despesas financeiras somaram R\$15 milhões versus R\$9 milhões no 2T13, refletindo o aumento do saldo médio da dívida.

LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO – No 2T14, o prejuízo líquido consolidado foi de R\$44 milhões, aumento de 12% quando comparado ao 2T13. A margem líquida ficou estável na comparação anual em -11,1% no 2T14. O prejuízo líquido consolidado ajustado foi de R\$32 milhões, uma melhora de 19% quando comparado ao 2T13.

INVESTIMENTOS (CAPEX) – Os investimentos promovidos pelo Grupo Saraiva totalizaram R\$15 milhões no 2T14 e R\$32 milhões no 1S14, com foco em: (i) tecnologia da informação e logística; (ii) novas lojas / novos formatos; e (iii) desenvolvimento de novos modelos para a comercialização de obras editoriais em novas mídias. Nos mesmos períodos de 2013, os valores foram de R\$32 milhões e R\$58 milhões, respectivamente.

LIQUIDEZ – Em 30 de junho de 2014, a Companhia possuía cerca de R\$12 milhões em caixa e equivalentes, redução de R\$18 milhões em comparação ao saldo em 1T14. O endividamento bruto em 30 de junho era de R\$419 milhões, redução de R\$15 milhões se comparado ao final do 1T14. Com isso, a dívida líquida totalizou R\$406,5 milhões ao final do 2T14 e a relação dívida líquida / EBITDA ajustado fechou o período em 2,5 vezes, representando um aumento de 0,3x na comparação com o 1T14.

Tabela 12. Evolução dos principais indicadores de endividamento monitorados pela Companhia (R\$000)

Consolidado	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Caixa e Equivalentes de Caixa	12.142	16.401	-26%	29.968	-59%
Dívida Total	418.687	324.149	29%	433.974	-4%
Curto Prazo	339.733	131.600	158%	309.652	10%
Longo Prazo	78.954	192.549	-59%	124.322	-36%
Endividamento Líquido	406.545	307.748	32%	404.006	1%
Endividamento Líquido Ajustado ¹	526.122	421.762	25%	486.230	8%
Patrimônio Líquido (PL)	488.956	531.737	-8%	571.854	-14%
Dívida Líquida/PL	83%	58%	25,3p.p.	71%	12,1p.p.

Nota 1: inclui antecipação de recebíveis e obrigação com aquisição.

Além das modalidades de empréstimos e linha de financiamentos contratadas, a Companhia utilizou antecipação de recebíveis para financiar seu capital de giro, conforme demonstrado a seguir. O volume de recebíveis antecipados totais (cartão) aumentou, totalizando R\$114 milhões no 2T14.

Tabela 13. Fontes de financiamento para capital de giro e para investimentos utilizadas

Fontes de Financiamento	Perfil	Classificação	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Linhas Bancárias - Capital de Giro	CP e	Passivo	325.398	165.811	96%	324.406	1%
Antecipação de Recebíveis ¹			113.792	81.250	40%	71.955	58%
Linha BNDES	CP e	Passivo	91.166	155.462	-41%	107.247	-15%
Total			530.356	402.523	32%	503.608	3%

Cabe destacar que o saldo foi influenciado pelos investimentos no trimestre, programa de recompra de ações e pagamento de dividendos.

O programa de recompra de ações foi anunciando em fevereiro de 2014. A duração é de 365 dias, sendo que a quantidade de ações que podem ser adquiridas foi limitada a 8,35% das ações em circulação no mercado. Até 30 de junho de 2014, 68% do programa foi realizado, o que representa a aquisição de 1.081.300 ações preferenciais e 400 ações ordinárias.

O pagamento de juros sobre o capital próprio da Saraiva e o programa de recompra são parte integrante da estratégia da Companhia, que visa à contínua criação de valor aos acionistas no longo prazo, combinado ao uso eficiente de sua geração de caixa a uma administração competente de sua estrutura de capital.

DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA – A dívida líquida ajustada, que inclui a operação de antecipação de recebíveis, totalizou R\$526 milhões ao final do 2T14, aumento de R\$40 milhões se comparado ao 1T14. Assim, a relação entre a dívida líquida ajustada e o EBITDA ajustado (excluindo não recorrentes de 2013), utilizada para medir a necessidade de caixa da empresa, foi de 3,2x na posição de 30 de junho de 2014 versus 2,7x no 1T14.

Tabela 14. Evolução dos principais indicadores de endividamento monitorados pela Companhia

Consolidado	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Dívida Líquida ¹ / EBITDA Ajustado ²	2,5	1,7	1,7	2,2	-0,2
Dívida Líquida Ajustada ¹ / EBITDA	6,1	2,4	3,7	5,3	0,7
Dívida Líquida Ajustada¹ / EBITDA Ajustado²	3,2	2,4	2,1	2,7	0,0

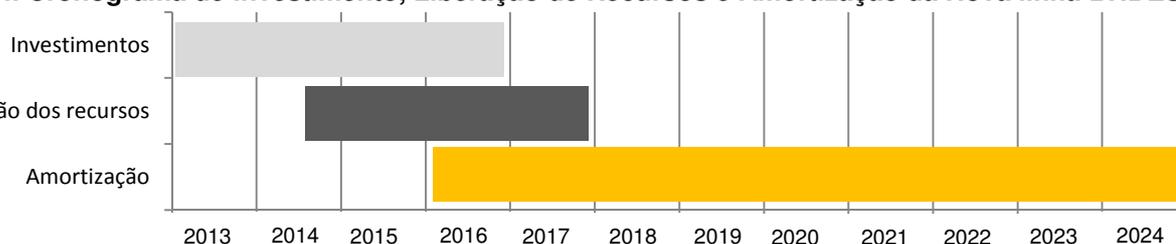
Nota 1: Inclui antecipação de recebíveis e obrigação com aquisição. 2 EBITDA ajustado excluindo não recorrentes.

Em agosto, o BNDES firmou com a Companhia nova linha de financiamento no montante de R\$629 milhões. Os recursos, em sua maioria, provenientes do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura – PROCULT, com foco em projetos associados à educação e cultura, visam financiar um amplo programa de investimentos da empresa para o período de 2013 a 2016.

A nova captação resultará em uma melhora na gestão dos passivos financeiros, visando tanto a melhoria do custo como o alongamento do prazo médio da dívida da Companhia e a suavização do perfil de vencimentos. A respectiva liberação dos recursos foi estabelecida em tranches – sendo cerca de 30% no segundo semestre de 2014, 30% em 2015, 25% em 2016 e o saldo remanescente em 2017.

Conforme demonstrado no gráfico a seguir, o prazo de amortização será de até 10 anos (2014 a 2024), incluindo a carência de 24 a 36 meses sobre o montante principal, representando um prazo médio de liquidação (*duration*) de 59 meses, significativamente maior que o prazo médio da carteira atual de aproximadamente 10 meses.

Figura 4. Cronograma de Investimento, Liberação de Recursos e Amortização da Nova linha BNDES

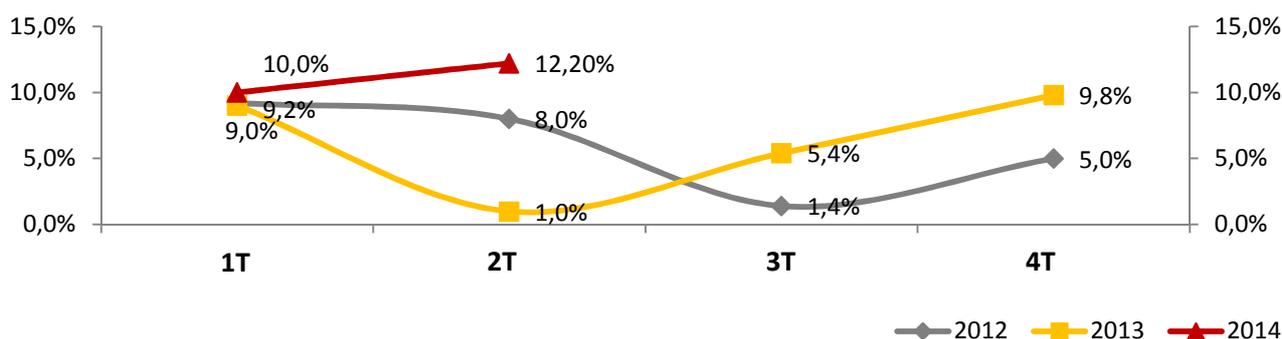


O contrato tem 67% de indexação à TJLP e o restante à taxa Selic, com taxa efetiva de 8,11% a.a. (sem considerar o custo de fiança bancária) considerando a TJLP em 5% a.a. e SELIC em 11% a.a.

RESULTADOS SEGMENTO DE NEGÓCIOS VAREJO

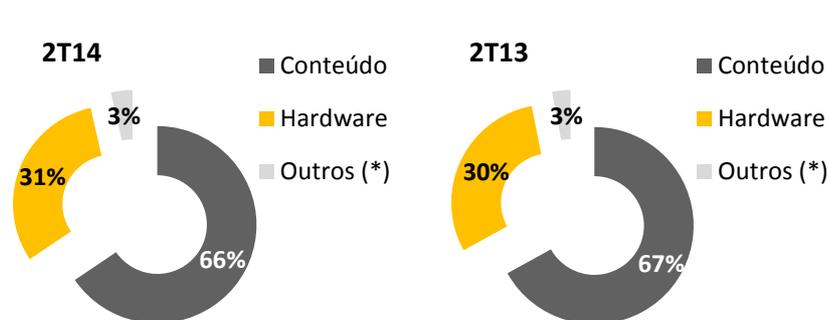
RECEITA – A receita bruta da operação de varejo alcançou R\$388 milhões no 2T14, representando crescimento de 12% quando comparada ao mesmo período do ano anterior. Conforme demonstrado no gráfico abaixo, a receita líquida de vendas de lojas comparáveis registrou aumento de 12,2% no trimestre versus 2T13, enquanto o mercado de livros registrou a expansão de 4,1% nas vendas, segundo dados da pesquisa mensal do comércio (PMC). A Saraiva, em parceria com a Panini, atuou com a venda exclusiva do Box Premium - Álbum de figurinhas da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™ e superou a expectativa de vendas de artigos relacionados ao mundial. Foram comercializados, aproximadamente, 1 milhão de kits, além da realização de cerca de 250 eventos de troca de cromos adesivos nas lojas.

Figura 5. Desempenho das Vendas - Crescimento Nominal das Lojas Comparáveis – por Trimestre



A Companhia optou deliberadamente por parar de vender eletroeletrônicos, nas condições comerciais atuais, pelo fato de a venda gerar valor econômico negativo. Com isso, a divisão de comércio eletrônico obteve aumento de 1,0% na receita líquida em comparação ao ano anterior, atingindo R\$121 milhões. Excluindo a venda de eletroeletrônicos, o crescimento das vendas do comércio eletrônico foi de 5,8% quando comparado ao ano anterior.

Figura 6. Receita Bruta do Varejo por segmento (R\$ milhões)



RESULTADO BRUTO – O resultado bruto do Varejo atingiu, no 2T14, R\$124 milhões, 10% superior ao resultado do 2T13. A margem bruta apresentou redução de 0,4 ponto percentual, passando de 32,3% no 2T13 para 31,9% no 2T14, por conta do mix de produtos vendidos, com crescimento da participação de *smartphones* e *tablets*.

DESPESAS OPERACIONAIS – As despesas operacionais no Varejo, que constituem gastos com departamento comercial, marketing, propaganda, fretes, embalagens e aluguéis, apresentaram aumento de 19% para R\$130 milhões, contra R\$109 milhões no 2T13. O desempenho se deve (i) ao aumento nas despesas com pessoal, e (ii) às despesas relacionadas aos investimentos em novas lojas e TI.

As despesas gerais e administrativas somaram, no 2T14, R\$34 milhões, ou 8,6% das vendas líquidas, aumento de 29% na comparação anual. Já a linha de despesas comerciais totalizou, no 2T14, R\$98 milhões contra R\$85 milhões no 2T13. A relação despesas com vendas sobre receita líquida do Varejo apresentou um aumento de 0,9 ponto percentual, totalizando 25,3% no 2T14 contra 24,4% no 2T13.

EBITDA – O EBITDA do Varejo totalizou resultado negativo de R\$6,0 milhões no 2T14 versus R\$3,4 milhões positivo no 2T13. O resultado se deve à queda da margem bruta, assim como o impacto do aumento das despesas, conforme mencionado acima. O EBITDA ajustado totalizou -R\$638 mil, contra R\$3,4 milhões no 2T13, principalmente por conta da redução da margem bruta.

Tabela 15. EBITDA Varejo (R\$ mil, exceto quando indicado)

	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Lucro Líquido (Prejuízo)	-2.893	15.495	-	-16.530	-8.608	92%	13.637	-
(+) Resultado financeiro	22.101	12.252	80%	10.447	6.644	57%	11.654	-10%
(+) IR / CSLL	-713	8.153	-	-8.159	-4.260	92%	7.446	-
(+) Depreciação e Amortiz.	16.777	18.961	-12%	8.229	9.653	-15%	8.548	-4%
(+) Provisão para Bônus ¹	6.659	-	0%	3.931	-	0%	2.729	44%
(+) Equivalência Patrimonial	-	-	0%	-	-	0%	-	0%
(+) Part. dos minoritários	-	-	0%	-	-	0%	-	0%
(+) Despesas não recorrentes	4.962	-	0%	1.444	-	0%	3.518	-59%
EBITDA Ajustado	46.894	54.861	-15%	-638	3.429	-	47.532	-
Mg EBITDA Ajustada	5,2%	6,7%	-22%	-0,2%	1,0%	-	9,20%	-9,4 p.p.
Receita Líquida	903.217	819.920	10%	387.767	347.850	11%	515.450	-25%
EBITDA	35.272	54.861	-36%	-6.013	3.429	-	41.285	-
Mg EBITDA	3,9%	6,7%	-42%	-1,6%	1,0%	-	8,0%	-9,6 p.p.

Nota 1. Despesas não caixa. A Companhia reconhece um passivo e uma despesa de participação nos resultados e pagamento de bônus, calculado com base em metas qualitativas e quantitativas definidas pela administração e registrado mensalmente em contas de benefícios a empregados no resultado do exercício. O pagamento desses proventos ocorre no mês de abril do exercício subsequente ao de apuração dos resultados e o respectivo atingimento das metas corporativas e individuais dos colaboradores.

LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO – O prejuízo líquido do Varejo foi de R\$17 milhões no 2T14, por conta dos efeitos mencionados.

CAPITAL DE GIRO – O ciclo operacional do Varejo alcançou 88 dias no 2T14, contra 71 dias no 2T13. O contas a receber permaneceu estável em 55 dias no 2T14. O prazo médio de cobertura de estoques aumentou em 10 dias, passando de 87 dias no 2T13 para 97 dias no 2T14. O prazo de pagamento a fornecedores diminuiu 7 dias, passando de 70 dias, no 2T13, para 63 dias, no 2T14.

DESTAQUES VAREJO – Nesse segundo trimestre, a Saraiva inaugurou 3 lojas: a Mega Store no Shopping Iguatemi Esplanada, na região de Sorocaba, e 2 lojas em Aeroportos. Atualmente, a Saraiva conta com 114 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal, sendo três delas no formato Aeroporto.

Tabela 16. Novas Lojas Inauguradas no 2T14

Data	Formato	Local	Cidade	Estado
Abril/2014	Megastore	Shopping Iguatemi Esplanada	Sorocaba	SP
Abril/2014	Aeroporto	Aeroporto Eduardo Gomes	Manaus	AM
Junho/2014	Aeroporto	Aeroporto Afonso Pena	Curitiba	PR

Em dezembro de 2013, a Saraiva assinou contrato de exclusividade para operar 5 novas lojas no Aeroporto Internacional de Viracopos, em Campinas, São Paulo. Com inauguração prevista para o 2S14, as unidades vão integrar a expansão do terminal do Aeroporto Internacional. Acreditamos ser este um posicionamento estratégico em um novo nicho para a Companhia, com excelentes perspectivas de retorno.

Tabela 17. Novas Lojas Planejadas para 2014

Data	Formato	Local	Cidade	Estado
Ago-Dez/2014	Aeroporto	Aeroporto Internacional de Viracopos	Campinas	SP
Outubro/2014	Megastore	Shopping Vila Velha	Vila Velha	ES
Outubro/2014	Megastore	Shopping Passeio das Águas	Goiânia	GO

E-COMMERCE - A Companhia atualmente investe em uma nova plataforma de comércio eletrônico, mais flexível para permitir o desenvolvimento interno (*web development in-house*). Com layout customizado e conteúdo exclusivo Saraiva, a plataforma contará com funcionalidades que permitam maximizar a experiência dos usuários, visando gerar mais conversões e uma percepção de valor superior sobre o nosso e-commerce. Desenvolvido sobre a base do Magento, a nova plataforma de e-commerce contará com ambiente administrativo completo e reúne as melhores práticas de comércio eletrônico. Esperamos lançar a nova plataforma, que inclui versão mobile, no 4T14.

MARKETPLACE - A Saraiva anunciou parceria com o Walmart.com para comercializar cerca de 1,5 milhão de produtos que integram o acervo de livros, CDs, DVDs e itens de papelaria da maior rede de varejo de conteúdo e entretenimento do País. Com o acordo, toda a experiência de compra e serviço dos consumidores será realizada dentro da loja do Walmart.com.br. Já a disponibilidade dos produtos e o processo logístico serão de responsabilidade da Saraiva, contando com a expertise da rede neste tipo de operação. Esta é a primeira vez que a Saraiva passa a operar o modelo *marketplace* reverso, dispondo seus produtos no site do parceiro. O modelo Marketplace Saraiva foi lançado em 2011, ampliando aos clientes da Saraiva a oferta de produtos de categorias com os quais não atua. Hoje, o portfólio conta com Saraiva Assinaturas, Saraiva Cosméticos, Saraiva Cursos, Saraiva Flores, Saraiva Ingressos, Saraiva Óculos, Saraiva Perfumes, Saraiva Pet e Saraiva Música, para venda de instrumentos musicais.

PUBLIQUE-SE! - O Publique-se completou um ano com 2 mil livros publicados. A vantagem da ferramenta é a comercialização do livro digital no maior site de varejo de livros do Brasil. São mais de 15 milhões de visitantes acessando o site de comércio eletrônico mensalmente, com acesso a todo o acervo de produtos e às obras do Publique-se.

SARAIVA PLUS - Outra iniciativa de destaque é o cartão de fidelização de clientes, denominado Saraiva Plus, uma importante ferramenta de relacionamento com os clientes das Lojas Físicas e da *saraiva.com.br*. A análise das informações geradas pela utilização por parte dos clientes possibilitará identificar os hábitos de compra e preferências de cada um dos usuários do programa, agregar maior valor à experiência de compra dos clientes, antecipar o atendimento às suas necessidades e, assim, alavancar nossas vendas. O programa de fidelização Saraiva Plus contava com 9,7 milhões de clientes associados ao final do 2T14.

eREADER – Reitera-se o foco contínuo no desenvolvimento deste segmento, de modo a prover uma experiência digital que supere as expectativas dos consumidores. No início de agosto, a Saraiva anunciou o lançamento do LEV, seu primeiro leitor digital (e-reader) portátil, que já vem com a plataforma de livros digitais acessível para pesquisa e compra, alavancando o potencial de geração de valor na categoria de livros digitais disponíveis no ecossistema Saraiva – que conta com o maior acervo de títulos digitais em língua portuguesa do País.

LIVROS DIGITAIS – A Saraiva apresentou uma evolução consistente do catálogo de livros digitais, tendo alcançado mais de 30 mil títulos em língua portuguesa (+58% vs 2T13) e mais de 450 mil títulos em língua estrangeira (+80% vs 2T13), aliado à melhora da experiência de compra e uso.

RESULTADOS SEGMENTO DE NEGÓCIOS EDITORIAIS

Cabe mencionar que as receitas da Editora, em função do setor em que atua, são fortemente concentradas no primeiro trimestre (devido à época de Volta às Aulas, no mercado privado). Já no quarto trimestre, as vendas da Editora são influenciadas pelo ciclo de compras de livros didáticos no âmbito do PNLD, no segmento público.

RECEITA – No 2T14, a receita líquida da Editora, incluindo o resultado da Editora Érica, totalizou R\$28 milhões, registrando um leve recuo de 2% em relação ao mesmo período do ano anterior, com destaque para a linha de negócios editoriais voltada para científico, técnicos e profissionais. O desempenho de vendas da Editora refletiu o aumento de 11% nas vendas de livros jurídicos no 2T14 versus 2T13, que respondeu por 62% do faturamento do período. O resultado apresentado é fruto do bem sucedido desenvolvimento e divulgação do catálogo para o mercado privado.

Destacamos ainda a retomada do crescimento da solução de Sistemas de Ensino, com 176 mil alunos (+14% versus 2T13). No 2T14, a receita líquida da unidade de Sistemas de Ensino totalizou R\$6 milhões, registrando um aumento de 13% em relação ao mesmo período do ano anterior e representando 22% das vendas registradas no período.

RESULTADO BRUTO – O resultado bruto da Editora atingiu, no 2T14, R\$21 milhões, 3% superior ao resultado reportado no 2T13. A margem bruta apresentou uma leve melhora de 0,5 ponto percentual, passando de 73,5% no 2T13 para 74,0% no 2T14.

DESPESAS OPERACIONAIS – As despesas operacionais da Editora representaram redução de 6% na comparação anual. Esse comportamento é explicado, em boa medida, pelas medidas corretivas relacionadas ao processo de reestruturação iniciado em 2013. A linha de despesas gerais e administrativas atingiu, no 2T14, R\$21 milhões, resultado 8% inferior ao 2T13. As despesas com vendas somaram R\$37 milhões no 2T14, recuo de 8% na comparação quando comparado aos R\$40 milhões reportados no 2T13. No semestre, as despesas com vendas mantiveram-se estáveis, mesmo com um aumento da receita líquida da ordem de 10% no período.

EBITDA – O EBITDA da Editora atingiu resultado negativo de R\$39 milhões. Já o EBITDA ajustado foi negativo em R\$32 milhões, contra EBITDA de R\$43 milhões negativo no 2T13. A melhora de 26% reflete os primeiros resultados do processo de reestruturação iniciado em 2013. No acumulado do semestre, a margem EBITDA ajustada das operações editoriais apresentou uma melhora de 9,2 p.p., passando de 10,0% no 1S13 para 19,2% no 1S14.

Tabela 18. EBITDA Editora incluindo dados da Editora Érica (R\$ mil, exceto quando indicado)

	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Lucro Líquido (Prejuízo)	11.981	23.337	-49%	-44.354	-39.507	12%	56.335	-
(+) Resultado financeiro	4.586	3.499	31%	1.928	1.799	7%	2.658	-27%
(+) IR / CSLL	6.330	4.651	36%	-14.464	-15.316	-6%	20.794	-
(+) Depreciação e Amort.	4.217	3.936	7%	2.075	1.927	8%	2.142	-3%
(+) Provisão para Bônus ¹	6.119	1.739	0%	3.185	254	0%	2.934	9%
(+) Equivalência Patrimonial	2.225	-16.692	-	15.916	7.714	106%	-13.691	-
(+) Despesas não-recorrentes	3.983			3.983				
EBITDA Ajustado	39.441	20.470	93%	-31.731	-43.129	-26%	71.172	-
Mg EBITDA Ajustada	19,2%	10,0%	9,2 p.p.	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	39,60%	-39,6
Receita Líquida	207.748	188.633	10%	28.133	28.484	-1%	179.615	-84%
EBITDA	29.339	18.731	57%	-38.899	-43.383	-10%	68.238	-
Mg EBITDA	14,1%	10,0%	4,2 p.p.	-138,3%	-152,1%	13,8 p.p.	38,00%	-176,3

Nota 1. Despesas não caixa. A Companhia reconhece um passivo e uma despesa de participação nos resultados e pagamento de bônus, calculado com base em metas qualitativas e quantitativas definidas pela administração e registrado mensalmente em contas de benefícios a empregados no resultado do exercício. O pagamento desses proventos ocorre no mês de abril do exercício subsequente ao de apuração dos resultados e o respectivo atingimento das metas corporativas e individuais dos colaboradores.

LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO – O prejuízo líquido da Editora antes da equivalência patrimonial atingiu, no 2T14, R\$29 milhões, uma melhora de 7%, portanto, quando comparado ao prejuízo de R\$32 milhões reportado no 2T13.

SSA - Dentre as diversas iniciativas destinadas a novas formas de produção e comercialização de conteúdo, destaca-se o SSA (Saraiva Solução de Aprendizagem), implementado em 11 IES (Instituições de Ensino Superior) versus 5 no 2T13. Esta solução é fruto de uma parceria firmada com a Hoper Educação e combina uma metodologia com foco na aprendizagem, utilizando o destacado conteúdo da Editora, por meio de um Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA). Lançada no final de 2012, a solução está disponível para os cursos de Administração, Ciências Contábeis, Direito e Tecnológicos. A metodologia tem sido bem recebida nas instituições de ensino, o que indica boas perspectivas em termos de resultados. O SSA é atualmente utilizado em 11 instituições de ensino superior.

SOLUÇÃO PERSONALIZADA EaD – Buscando oferecer uma solução completa para Educação a Distância, reunimos: (1) conteúdo de qualidade reconhecida; (2) flexibilidade – possibilidade de contratação de módulos que compõem os 20% dos cursos presenciais; e (3) tecnologia educacional de ponta. Ao longo do 2T14, foi celebrado o segundo contrato com uma Instituição de Ensino Superior para fornecimento de conteúdo na modalidade de EaD, no formato impresso e digital, incluindo uma plataforma de gestão de aprendizagem customizada. Parcerias com novas IES relacionadas ao mercado de EaD poderão ser brevemente anunciadas.

PNLD – Ocorreu, em junho deste ano, a divulgação da lista de obras da Editora Saraiva aprovadas pela Secretaria de Educação Básica, orientada pelo Ministério da Educação (MEC), no PNLD/2015, com novas adoções destinadas ao Ensino Médio. Das 23 obras inscritas pela Editora Saraiva no PNLD/2015, para 11 disciplinas (de um total de 12 que fazem parte do programa), foram aprovadas 17 obras, o que representa 74% de aprovação das obras submetidas, versus 66% obtidos no programa referência (PNLD/2012). Para a próxima etapa do processo, os professores devem informar no sistema eletrônico do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), no período de 22 de agosto a 1º de setembro, quais os livros mais adequados ao método de ensino de cada escola. Serão escolhidas obras didáticas destinadas a alunos e professores, de português, matemática, história, geografia, física, química, biologia, filosofia, sociologia, língua estrangeira (inglês e espanhol) e arte. Espera-se a negociação deste contrato para setembro deste ano, com subsequente produção, entrega e faturamento previstos em sua maioria para o 4T14.

ENSINO TÉCNICO - Ressaltam-se também as boas perspectivas oriundas da entrada da Saraiva no segmento técnico de ensino, segmento com amplas perspectivas de crescimento, por meio da aquisição da Editora Érica no 2T13. Este movimento está alinhado à estratégia de diversificação e o aumento da relevância da Saraiva no mercado editorial brasileiro. No 2T14, evoluímos o nosso modelo de negócios com o lançamento do SET – Saraiva Sistema Técnico de Ensino. Já são aproximadamente 21 mil alunos do PRONATEC utilizando o SET.

ENSINO ADAPTATIVO – A Saraiva firmou parceria com uma Instituição de Ensino Superior num projeto piloto que visa preparar alunos para o Exame da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), por meio de uma plataforma de ensino adaptativo. Essa estratégia faz parte do posicionamento do Grupo, que visa fornecer conteúdo, tecnologia e serviços de forma integrada para instituições de ensino.

BIBLIOTECA VIRTUAL - A iniciativa da Minha Biblioteca, formada por uma joint venture com outras 3 editoras brasileiras focadas em Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP), consiste em uma plataforma de conteúdo digital fracionado para o mercado universitário. O projeto apresentou importantes resultados, com um total de 61 instituições de ensino já atendidas, um crescimento de 221% com relação ao ano anterior.

INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

A Teleconferência sobre os resultados do 2T14 da Saraiva, conduzida em português, será realizada no dia 15 agosto de 2014, as 10h30 (horário de Brasília) / 9h30 (horário de NY). A Teleconferência conduzida em inglês será realizada nesta mesma data, as 12h00 (horário de Brasília) / 11h00 (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

Data: 15 de agosto de 2014

Horário: 10h30 (horário de Brasília) / 9h30 (horário de NY)

Telefone (Brasil): +55 11 2188 0155

Telefone (EUA): +1 646 843 6054

Telefone (demais localidades): 1 866 890 2584

Código de acesso: Saraiva

Para ouvir o replay da teleconferência pelo telefone, acesse os seguintes números de replay (disponíveis por 7 dias):

Português: +55 11 2188 0155 Senha: Saraiva Português

Inglês: +55 11 2188 0155 Senha: Saraiva English

TELECONFERÊNCIA EM INGLÊS

Data: 15 de agosto de 2014

Horário: 12h00 (horário de Brasília) / 11h00 (horário de NY)

Telefone (Brasil): +55 11 2188 0155

Telefone (EUA): +1 646 843 6054

Telefone (demais localidades): 1 866 890 2584

Código de acesso: Saraiva

Para ouvir o replay da teleconferência pelo telefone, acesse os seguintes números de replay (disponíveis por 7 dias):

Português: +55 11 2188 0155 Senha: Saraiva Português

Inglês: +55 11 2188 0155 Senha: Saraiva English

Para acompanhar a teleconferência pela Internet, conecte-se pela Plataforma de Webcast:

PLATAFORMA DE WEBCAST

Português: <http://webcast.mzvaluemonitor.com/Cover.aspx?PlatformId=1964>

Inglês: <http://webcast.mzvaluemonitor.com/Cover.aspx?PlatformId=1964>

Webcast: www.saraivari.com.br

SOBRE A SARAIVA

A Saraiva, empresa focada em educação, cultura e entretenimento, está presente em todas as fases da vida de seus clientes. A empresa opera por meio do conceito multicanal, 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 território nacional. A empresa também edita e comercializa conteúdo, primordialmente voltado à educação, nas formas impressa, digital e através de sistema de ensino, incluindo da pré-escola ao ensino superior, além de conteúdo direcionado a técnicos e profissionais.

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.

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Receita Bruta	1.133.066	1.029.006	10%	430.933	394.008	9%	702.133	-39%
Deduções	55.733	46.713	19%	23.987	24.526	-2%	31.746	-24%
Receita Líquida	1.077.333	982.293	10%	406.946	369.482	10%	670.387	-39%
Custo dos Produtos e das Mercadorias e dos Serviços Vendidos	614.180	552.204	11%	261.772	235.196	11%	352.408	-26%
Resultado Bruto	463.153	430.089	8%	145.174	134.286	8%	317.979	-54%
Despesas com vendas	287.469	268.226	7%	134.714	124.603	8%	152.755	-12%
Despesas Gerais e Administrativas	114.148	92.581	23%	56.642	50.558	12%	57.506	-2%
Outras Receitas/Despesas	(4.046)	(5.542)	-27%	(2.011)	(1.832)	10%	-2.035	-1%
Resultado de Eq. Patrimonial	(120)	32	-	(82)	18	-	-38	116%
Despesas / Receitas Operacionais	397.451	355.297	12%	189.263	173.347	9%	208.188	-9%
Depreciação e Amortização	21.635	22.897	-6%	10.625	11.580	-8%	11.010	-3%
Resultado antes dos Resultados Financeiros e dos Impostos	44.067	51.895	-15%	54.714	50.641	8%	98.781	-45%
Resultado Financeiro	26.687	15.751	69%	12.375	8.443	47%	(14.312)	-
Receitas Financeiras	(3.922)	(2.783)	41%	(2.172)	(1.055)	106%	(1.750)	24%
Despesas Financeiras	30.609	18.534	65%	14.547	9.498	53%	16.062	-9%
Resultado antes dos Impostos IR e Contribuição Social	17.380	36.144	-52%	67.089	59.084	14%	84.469	-21%
IR e Contribuição Social	5.400	12.804	-58%	(22.732)	(19.576)	16%	28.132	-
Lucro (Prejuízo) Líquido	11.980	23.340	-49%	44.357	39.508	12%	56.337	-21%
Atribuível à:								
Participação controladora								
Participação não controladora	11.981	23.337	-49%	(44.354)	39.507	-	56.335	-
	(1)	3	-	(3)	1	-	2	-
EBITDA ¹	65.582	74.824	-12%	(44.171)	(39.043)	13%	109.753	-

Nota 1: O EBITDA representa o lucro líquido antes de resultado financeiro, contribuição social, imposto de renda, depreciação e amortização. Não é uma medida utilizada segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil ou os princípios contábeis geralmente aceitos de outros países, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados, e não deve ser considerado uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional da Companhia ou uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado, e esta definição de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA conforme definido por outras companhias.

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Ativo total	1.258.728	1.203.096	5%	1.426.124	-12%
CIRCULANTE	879.149	798.431	10%	1.055.190	-17%
Caixa e equivalentes de caixa	12.142	16.401	-26%	29.968	-59%
Contas a receber de clientes	213.696	210.126	2%	396.356	-46%
Estoques	492.753	429.862	15%	471.915	4%
Impostos e contribuições a recuperar	142.002	95.754	48%	136.533	4%
Outros créditos	13.444	19.732	-32%	17.782	-24%
Despesas antecipadas	5.112	26.556	-81%	2.636	94%
NÃO CIRCULANTE	379.579	404.665	-6%	370.934	2%
Realizável a longo prazo	77.507	86.611	-11%	72.973	6%
Impostos de renda e contribuição social diferidas	9.344	-	-	4.813	94%
Depósitos judiciais	30.015	28.726	4%	28.342	6%
Impostos a recuperar	32.541	52.917	-39%	34.748	-6%
Outros créditos	5.607	4.968	13%	5.070	11%
Investimentos	834	678	23%	752	11%
Em controlada	-	-	-	-	-
Em controlada em conjunto	269	113	138%	113	138%
Outros	565	565	0%	639	-12%
Imobilizado	116.678	123.997	-6%	115.144	1%
Intangível	184.560	193.379	-5%	182.065	1%
Passivo total	1.258.728	1.203.096	5%	1.426.124	-12%
CIRCULANTE	645.914	431.105	50%	688.854	-6%
Fornecedores	228.093	225.682	1%	255.220	-11%
Empréstimos e financiamentos	339.733	131.600	158%	309.652	10%
Empréstimos com partes relacionadas	-	-	-	-	-
Obrigações sociais e trabalhistas	43.265	29.208	48%	50.142	-14%
Impostos e contribuições a recolher	3.141	2.910	8%	3.193	-2%
Imposto de renda e contribuição social	134	127	6%	12.922	-99%
Direitos autorais a pagar	4.924	3.789	30%	18.013	-73%
Participação dos administradores	1.331	1.739	-23%	1.695	-21%
Dividendos e juros sobre o capital próprio	58	63	-8%	2.763	-98%
Receita Diferida - programa de fidelização	4.434	4.152	7%	5.587	-21%
Arrendamento operacional - locação de lojas	8.279	7.021	18%	8.509	-3%
Outras obrigações	12.522	24.814	-50%	21.158	-41%
NÃO CIRCULANTE	123.858	240.254	-48%	165.416	-25%
Empréstimos e financiamentos	78.954	192.549	-59%	124.322	-36%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	21.167	30.941	-32%	19.206	10%
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	18.051	16.529	9%	17.949	1%
Outras obrigações	5.686	235	>500%	3.939	44%
PATRIÔNIO LÍQUIDO	488.956	531.737	-8%	571.854	-14%
Capital social	279.901	279.901	0%	279.901	0%
Ações em tesouraria	(24.166)	(4.923)	391%	(5.168)	368%
Reservas de lucros	209.907	222.083	-5%	209.907	0%
Ajustes avaliação patrimonial	11.279	11.279	0%	11.279	0%
Dividendos adicionais proposto	-	-	-	19.543	-100%
Lucros acumulados	11.981	23.337	-49%	56.335	-79%
Patrimônio líquido atribuído aos controladores	-	-	-	-	-
Participação não controladora	54	60	-10%	57	-5%

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS - EDITORA

	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Receita Bruta	208.014	188.932	10%	28.176	28.610	-2%	179.838	-84%
Deduções	266	299	-11%	43	126	-66%	223	-81%
Receita Líquida	207.748	188.633	10%	28.133	28.484	-1%	179.615	-84%
Custo das Mercadorias Vendidas	45.400	39.937	14%	7.312	7.358	-1%	38.088	-81%
Resultado Bruto	162.348	148.696	9%	20.821	21.126	-1%	141.527	-85%
Despesas com vendas	86.867	86.646	0%	36.709	39.997	-8%	50.158	-27%
Despesas Gerais e Administrativas	41.959	38.358	9%	21.092	22.906	-8%	20.867	1%
Outras Receitas/Despesas	4.183	4.961	-16%	1.919	1.606	19%	2.264	-15%
Resultado de Eq. Patrimonial	-756	-16.589	-95%	15.011	7.817	92%	-15.767	-
Despesas / Receitas Operacionais	132.253	113.376	17%	74.731	72.326	3%	57.522	30%
Depreciação e Amortização	4.217	3.936	7%	2.075	1.927	8%	2.142	-3%
Resultado antes dos Resultados Financeiros e dos Impostos	25.878	31.384	-18%	55.985	53.127	5%	81.863	-32%
Resultado Financeiro	4.586	3.499	31%	1.928	1.799	7%	2.658	-27%
Receitas Financeiras	-2.218	-2.501	-11%	(1.151)	-993	16%	-1.067	8%
Despesas Financeiras	6.804	6.000	13%	3.079	2.792	10%	3.725	-17%
Resultado antes dos Impostos IR e Contribuição Social	21.292	27.885	-24%	57.913	54.926	5%	79.205	-27%
IR e Contribuição Social	6.330	4.651	36%	(14.464)	-15.316	-6%	20.794	-
Resultado Líquido antes da participação de minoritários	14.962	23.234	-36%	43.449	-39.610	-	58.411	-26%
Participação de Minoritários								
Lucro (Prejuízo) Líquido	14.962	23.234	-36%	(43.449)	-39.610	10%	58.411	-
EBITDA¹	29.339	18.799	56%	-38.899	-43.315	-10%	68.238	-

Nota 1: O EBITDA representa o lucro líquido antes de resultado financeiro, contribuição social, imposto de renda, depreciação e amortização. Não é uma medida utilizada segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil ou os princípios contábeis geralmente aceitos de outros países, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados, e não deve ser considerado uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional da Companhia ou uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado, e esta definição de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA conforme definido por outras companhias.

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS - VAREJO

	1S14	1S13	A/A	2T14	2T13	A/A	1T14	T/T
Receita Bruta	958.684	866.334	11%	411.711	372.250	11%	546.973	-25%
Deduções	55.467	46.414	20%	23.944	24.400	-2%	31.523	-24%
Receita Líquida	903.217	819.920	10%	387.767	347.850	11%	515.450	-25%
Custo das Mercadorias Vendidas	603.383	539.460	12%	264.155	235.441	12%	339.228	-22%
Resultado Bruto	299.834	280.460	7%	123.612	112.409	10%	176.222	-30%
Despesas com vendas	200.602	181.879	10%	98.005	84.766	16%	102.597	-4%
Despesas Gerais e Administrativas	67.954	49.212	38%	33.540	24.376	38%	34.414	-3%
Outras Receitas/Despesas	-3.994	-5.492	-27%	-1.920	(162)	>500%	-2.074	-7%
Resultado de Eq. Patrimonial							-	
Despesas / Receitas Operacionais	264.562	225.599	17%	129.625	108.980	19%	134.937	-4%
Depreciação e Amortização	16.777	18.961	-12%	8.229	9.653	-15%	8.548	-4%
Resultado antes dos Resultados	18.495	35.900	-48%	(14.242)	6.224	-	32.737	-
Resultado Financeiro	22.101	12.252	80%	10.447	6.644	57%	11.654	-10%
Receitas Financeiras	-2.191	-627	249%	-1.024	(270)	279%	-1.167	-12%
Despesas Financeiras	24.292	12.879	89%	11.471	6.914	66%	12.821	-11%
Resultado antes dos Impostos	(3.606)	23.648	-	(24.689)	12.868	-	21.083	-
IR e Contribuição Social	-713	8.153	-	-8.159	(4.260)	92%	7.446	-
Lucro (Prejuízo) Líquido	(2.893)	15.495	-	(16.530)	8.608	-	13.637	-
EBITDA¹	35.272	54.861	-36%	-6.013	3.429	-	41.285	-

Nota 1: O EBITDA representa o lucro líquido antes de resultado financeiro, contribuição social, imposto de renda, depreciação e amortização. Não é uma medida utilizada segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil ou os princípios contábeis geralmente aceitos de outros países, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados, e não deve ser considerado uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional da Companhia ou uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado, e esta definição de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA conforme definido por outras companhias.

GLOSSÁRIO

ABRELIVROS – Associação Brasileira de Editores de Livros Escolares é uma entidade sem fins lucrativos que orienta, defende e protege os interesses das editoras de livros educativos do país e de seus associados, representando as empresas junto aos governos e outras instâncias.

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

CNE – O Conselho Nacional de Educação atua no desempenho das funções e atribuições do poder público federal em matéria de educação.

EBITDA - De acordo com a Instrução CVM 527, a definição de EBITDA (LAJIDA) é Lucro Antes do Resultado Financeiro Líquido, Imposto de Renda incluindo Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, Depreciação e Amortização.

Ensino Básico – A educação básica é o primeiro nível do ensino escolar no país e compreende três etapas: a educação infantil (para crianças com até 5 anos), o ensino fundamental (para alunos de 6 a 14 anos) e o ensino médio (para alunos de 15 a 17 anos).

Ensino superior – Educação realizada em universidades, faculdades, institutos politécnicos, escolas superiores outras instituições que conferem graus acadêmicos ou profissionais.

Ensino Técnico – Nível intermediário entre o Ensino Básico e o Ensino Superior, ou um substituto para o Ensino Superior. Seu objetivo é capacitar alunos que concluem o Ensino Fundamental ou o Ensino Médio para o mercado de trabalho.

FNDE - Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - Unidade Administrativa Responsável pela execução do PNLD.

Hoper – Hoper Educação, conjunto de empresas de consultoria especializadas no segmento da educação pública e privada no Brasil.

MEC – O Ministério da Educação é o órgão federal responsável pela política nacional de Educação Infantil; Fundamental, Média e Profissional; Superior; de Jovens e Adultos; Especial; e a Distância.

MecDaisy – O MecDaisy trata-se de uma ferramenta tecnológica que permite a produção de livros em formato digital acessível. Possibilita a geração de livros digitais falados e sua reprodução em áudio, gravado ou sintetizado e apresenta facilidade de navegação pelo texto, permitindo a reprodução sincronizada de trechos selecionados, o recuo e o avanço de parágrafos e a busca de seções ou capítulos.

OED – Objetos educacionais digitais são conteúdos audiovisuais, produzidos no âmbito do programa PNLD, com o objetivo de proporcionar ao aluno experiências que vão além da utilização da leitura e da escrita. O conteúdo do livro impresso deve ser integrado a objetos educacionais digitais, incluindo vídeos, animações jogos e simuladores.

Programa Nacional de Livros Didáticos – Programa voltado à distribuição de obras didáticas aos estudantes de rede pública de ensino brasileiro de ensino fundamental e médio. O processo de avaliação, aquisição e distribuição dos livros, no âmbito do PNLD, é feito pelo FNDE com recursos financeiros do Orçamento Geral da União e da arrecadação do salário-educação. Todo o processo de avaliação pedagógica, seleção das obras e elaboração do Guia de Livros Didático é coordenada pela Secretaria de Educação Básica do MEC.

Pronatec– O Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) foi criado pelo Governo Federal, em 2011, com o objetivo de ampliar a oferta de cursos de educação profissional e tecnológica.

SEB – Secretaria de Educação Básica

SSA – solução didática de apoio ao ensino de Direito e Administração de Empresas. Trata-se de metodologia desenvolvida para apoiar o trabalho do professor em sala de aula e garantir maior aprendizagem dos alunos, contemplando uma ampla gama de atividades articuladas com o conteúdo curricular, capazes de desenvolver nos estudantes as habilidades e competências necessárias para um melhor desempenho nas provas e avaliações oficiais, como, por exemplo, o ENADE e a OAB.

O Grupo Saraiva participa do segmento editorial, com a comercialização de livros e conteúdo, por meio da Saraiva S.A. Livreiros Editores (“Editora”), da Editora Érica Ltda. (“Érica”) e da Minha Biblioteca Ltda. (“Minha Biblioteca”), e do segmento varejista de produtos ligados a cultura, lazer e informação, por meio da Saraiva e Siciliano S.A. (“Varejo”).