

## SENHORES ACIONISTAS,

Saraiva Livreiros S.A. – em Recuperação Judicial (“Companhia”) (B3: SLED3 e SLED4), controladora de Saraiva e Siciliano S.A. – em Recuperação Judicial (“Varejo”), uma das maiores redes varejistas de conteúdo com foco em educação e cultura, anuncia seus resultados financeiros para o segundo trimestre (2T19) e primeiro semestre de 2019 (1S19).

As informações contábeis contidas neste documento referem-se ao segundo trimestre (2T19) e primeiro semestre de 2019 (1S19) comparadas aos mesmos períodos do ano anterior, exceto quando indicado de outra forma.

As informações contábeis Individuais e Consolidadas foram preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relatório Financeiro (“*International Financial Reporting Standards – IFRS*”) e práticas contábeis adotadas no Brasil.

Toda e qualquer informação não contábil ou derivada de números não contábeis não foram revisadas pelos auditores independentes.

## Processo de Recuperação Judicial

---

A Companhia ajuizou, em nov/18, pedido de recuperação judicial junto à 2ª Vara de Falências e Recuperações Judiciais do Foro Central da Comarca de São Paulo, Estado de São Paulo, com o objetivo de reorganizar as obrigações junto aos seus credores. Optamos por esse movimento devido à necessidade de buscar proteção para a repactuação do passivo da Saraiva, e, deste modo, garantir a perenidade da operação.

A crise econômica iniciada em 2015 foi um dos mais desafiadores períodos da história recente do país no campo econômico com repercussão significativa nas operações da Companhia e responde, em boa parte, pelo pedido de recuperação judicial.

A Companhia adotou, nos últimos anos, várias iniciativas para reverter os efeitos negativos causados pela crise econômica: no final de 2015, concluiu a venda do seu segmento editorial e, com a persistência do cenário de crise econômica nos anos seguintes, implementou um robusto projeto de transformação conquistando, no início de 2018, crescimento das vendas brutas e *Market Share* nas categorias de Livros, Games, e no segmento de Volta as Aulas. Outras medidas emergenciais foram realizadas no início de nov/18, na construção de um plano de reestruturação visando tornar a operação enxuta, dinâmica e voltada para a obtenção de rentabilidade operacional e fortalecimento do caixa.

No entanto, os impactos causados pela crise econômica, associados aos efeitos dos acontecimentos no tempo, tais como o aumento do preço médio dos livros abaixo do esperado, o encolhimento de alguns segmentos de produtos que tinham representatividade relevante no faturamento, as dificuldades enfrentadas para a realização de créditos tributários, a dificuldade de contratação de novas linhas de crédito, entre outros eventos relevantes para a operação, como a relevante queda de faturamento gerado por problemas na implementação do novo sistema interno de gestão, comprometeram a obtenção dos resultados almejados, o que abalou a perspectiva da Companhia de honrar com as suas obrigações de curto prazo.

Em decorrência do agravamento dessa situação, julgamos que a apresentação do pedido de recuperação judicial era a medida mais adequada no contexto da crise no mercado editorial, reflexo do cenário econômico do país. O objetivo da operação é proteger o caixa, fazendo com que a Companhia retome sua estabilidade e, posteriormente, seu crescimento econômico, bem como garantir e preservar a continuidade de sua operação.

Com o deferimento do pedido de recuperação judicial a Companhia intensificou as negociações com seus principais credores tendo como objetivo estabelecer condições comerciais e modelos de pagamento que pudessem viabilizar os interesses comuns, visando, principalmente, o êxito na aprovação do plano de recuperação judicial, além de implementar diversas ações para garantir a sustentação dos negócios durante e após o período que antecede a aprovação do plano.

Neste quesito, pode-se destacar:

- **Abastecimento de produtos:** Ao longo dos últimos meses a Companhia celebrou aditivo contratual com fornecedores garantindo a retomada do abastecimento de produtos, inclusive em consignação. Com esta ação, a

Companhia possui contratos ativos com fornecedores que representaram grande parte da venda de livros estimada, e que devem garantir uma parcela do abastecimento e do sortimento nos próximos meses.

- **Liberação de recebíveis:** A Companhia concluiu, em mar/19, a negociação com o Banco Itaú para a liberação de R\$ 31,0 milhões em recebíveis de cartão de crédito que garantiam os pagamentos de operações financeiras, viabilizando o acesso a boa parte do faturamento. Estão em curso negociações com o Banco do Brasil e a expectativa da Companhia é que se encontrarão alternativas que beneficiarão o caixa da Saraiva.
- **Redução de despesas operacionais:** O plano de reestruturação, iniciado em nov/18, já apresentou reflexos importantes em 2019, onde observamos uma redução superior a 30% nas despesas em relação ao mesmo período de 2018, demonstrando o potencial sucesso no processo de recuperação.
- **Imagem consolidada e liderança de mercado:** Mesmo com os impactos sentidos pelas sucessivas crises, a Companhia mantém sua imagem fortalecida e a liderança em alguns segmentos do mercado livreiro, evidenciada pelo sucesso nas negociações com fornecedores da categoria de livros, que prezam pelo sucesso da Saraiva no processo de recuperação judicial.

O resultado das ações acima, somado à reestruturação da operação abrangendo a readequação de seu *mix* de produtos, e ajustes no número de lojas, comprovam a viabilidade operacional da Companhia. A Saraiva tem a expectativa que o Plano de Recuperação Judicial seja aprovado no dia 23 de Agosto de 2019, nova data da Assembleia de Credores, e continuará informando a todos os seus *stakeholders* sobre o andamento do processo.

# Mensagem da Administração

---

Diante da crise econômica que vem afetando o mercado de livros há quatro anos, aliada a um quadro de acumulação de créditos tributários e um sistema financeiro fechado, entendemos que os **esforços e buscas por alternativas** realizados nos últimos períodos não foram suficientes para reverter o cenário. Dessa maneira, estão em curso **mudanças bruscas em toda a estrutura** da Saraiva visando a adequação do patamar operacional e financeiro à projeção apresentada no laudo do plano de recuperação judicial para garantir a perenidade da Companhia.

As mudanças focadas nas frentes **Omnichannel** para potencializar os resultados de Lojas e *e-commerce*, na **Gestão de Categorias** visando redução na Geração de Créditos Tributários e aumento da geração de Caixa com foco em Livros, e na **Reestruturação Organizacional** que contribui para a melhoria de produtividade, aliadas à **força da marca Saraiva**, contribuem para o futuro da Companhia.

**Readequação do mix de produtos:** Descontinuamos as categorias que possuíam menor rentabilidade e maior demanda de capital de giro, como Tecnologia, incluindo os itens de Informática (excluindo acessórios de menor porte), Telefonia (excluindo acessórios de menor porte), Assistência Técnica e Aventura e Lazer. As categorias de Tecnologia consumiam 44% do Capital de Giro da Companhia, mas contribuíam apenas com 18% do Lucro Bruto e 5% da Margem de Contribuição, prejudicando nossa rentabilidade.

**Redução de Despesas Operacionais:** Como reflexo da alteração do *mix* de produtos, da situação financeira delicada da Companhia, e visando readequar a estrutura da Saraiva à nova realidade do mercado, continuamos tomando decisões voltadas à eficiência da operação incluindo o desligamento de colaboradores em todas as unidades de negócio, renegociação e revisão de nossos principais contratos com fornecedores de serviços, redução de escopo com priorização de alternativas com maior custo/benefício, e revisões e otimizações na malha logística, adequando nosso sistema de abastecimento ao novo *mix* de produtos.

**Reestruturação do Parque de Lojas:** Priorizando unidades de maior rentabilidade com EBITDA maior que 5,0%, continuamos reestruturando nosso parque de lojas, encerrando lojas com baixa perspectiva de geração de valor e que não se adequam ao novo *mix* de produtos da Companhia. No período, evoluímos na **negociação com Shoppings**, onde, por meio de parcerias, podemos **otimizar o espaço** das unidades. Em linha com o que vem sendo debatido com diversos *stakeholders* estamos, ainda, definindo um novo modelo padronizado de atendimento da Saraiva, com **foco na experiência do cliente e na conversão em vendas**.

**Migração da Plataforma de e-commerce:** Estamos reavaliando nossas projeções de vendas do *e-commerce* para os próximos períodos, já que observamos uma resistência na retomada das vendas *online* devido, principalmente, ao acirramento da competitividade na categoria de livraria com a entrada de novos players via *marketplace*. Além disso, as vendas em nossa plataforma, uma das mais relevantes no país que cobre todo o território nacional, foram impactadas negativamente por instabilidades em nosso *e-commerce*, e alcançaram um desempenho abaixo de nossas expectativas. Visando mitigar as inconsistências do *e-commerce*, iniciamos, em abr/19, a **implementação de uma nova plataforma**, com sistema mais leve, ágil e estável do que o utilizado atualmente, que contribuirá para melhora na performance e aumento da taxa de conversão do site. Essa nova plataforma otimiza, ainda, o processo de inclusão de parceiros em nosso *marketplace* próprio, onde continuaremos **ofertando as categorias de produtos de Tecnologia**, que incluem itens como **Telefonia e Informática**. Nosso *marketplace* próprio, onde as **lojas parceiras vendem e tem oportunidade de expor seus produtos para os visitantes de nosso site**, opera por meio de metodologia ágil, e faz parte da estratégia da Saraiva para proporcionar uma experiência completa aos nossos clientes com uma maior variedade e diversidade de produtos e serviços, que conversam e complementam o nosso DNA.

**Abastecimento de Produtos:** Após o ajuizamento da Recuperação Judicial a Companhia, com apoio e parceria de nossos fornecedores, iniciou um processo extensivo para a normalização do abastecimento de produtos de todas as categorias, com foco maior em Livraria, nossa principal linha de atuação. Por meio de acordos que tiveram a adesão de grande parte dos fornecedores estamos **gradualmente normalizando nosso abastecimento**, ainda que com adequações na volumetria, em lojas físicas e *e-commerce*, viabilizando o retorno necessário de nossa operação.

Cabe destacar que, mesmo com as mudanças citadas, **continuaremos com o objetivo oferecer a melhor experiência aos nossos clientes**. Continuamos evoluindo nossas plataformas, uma das mais sofisticadas do mercado, sempre buscando as melhores avaliações de clientes, como **ações Online to Store por meio de iniciativas de curadoria** implementadas em todas as lojas e feiras, com curadorias próprias em cada uma das unidades, de acordo com a disponibilidade de estoque, e com substituição barata e rápida, e implementadas, também, em nosso *e-commerce* onde, por exemplo, temos curadoria de influenciadores (*booktubers*, autores etc.) indicando 10 títulos escolhidos e explicando suas escolhas em vídeo.

Existe um desafio grande de mercado, mas **confiamos plenamente no crescimento e na recuperação do mercado de livros no Brasil**. Considerando que já vemos uma recuperação em outros setores relevantes do varejo nacional, além de recentes divulgações com melhora de importantes indicadores econômicos, estamos diante de um cenário que favorece a perspectiva de retomada para nossos principais setores de atuação.

Fizemos os ajustes necessários para reverter o cenário negativo e garantir a perenidade da Companhia. Por meio de nossas principais iniciativas de **readequação do mix de produtos, redução de despesas, apoio de consultorias especializadas e a força da marca Saraiva** temos a convicção que iremos superar os desafios atuais.

## DESTAQUES

- Redução de 26,1% nas Despesas Operacionais Recorrentes do 2T19.
- Melhora de 12 dias no Prazo Médio de Recebimento de clientes em comparação com o 2T18.
- Avanços importantes para consolidação do posicionamento estratégico *omnichannel*:
  - Serviço *Click & Collect*, em que o cliente compra no *e-commerce* para retirar em uma de nossas lojas. Cerca de 18,1% dos pedidos do site são realizados nesta modalidade;
- Programa de fidelidade Saraiva Plus, encerrando o 2T19 com 17,3 milhões de clientes cadastrados e cerca de 69% de nosso faturamento identificado. Atualmente 90% dos clientes ativos (com compras nos últimos 12 meses) são participantes do programa.
- Encerramento, durante o segundo trimestre de 2019, de 5 unidades com baixa perspectiva de geração de valor.

## PRINCIPAIS INDICADORES

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

| Consolidado   | 2T19      | 2T18      | A/A        | 1T19     | T/T        | 1S19      | 1S18      | A/A        |
|---|-----------|-----------|------------|----------|------------|-----------|-----------|------------|
| Receita Bruta (Lojas + E-commerce) <sup>1</sup>                             | 161.328   | 395.339   | -59,2%     | 212.662  | -24,1%     | 373.990   | 1.003.753 | -62,7%     |
| Lojas   | 105.443   | 243.567   | -56,7%     | 130.826  | -19,4%     | 236.269   | 597.705   | -60,5%     |
| E-commerce  | 55.885    | 151.772   | -63,2%     | 81.836   | -31,7%     | 137.721   | 406.048   | -66,1%     |
| Receita Líquida (Lojas + E-commerce) <sup>1</sup>                           | 155.827   | 364.565   | -57,3%     | 204.762  | -23,9%     | 360.589   | 934.936   | -61,4%     |
| Lojas   | 102.331   | 227.973   | -55,1%     | 126.040  | -18,8%     | 228.371   | 563.611   | -59,5%     |
| E-commerce  | 53.496    | 136.592   | -60,8%     | 78.722   | -32,0%     | 132.218   | 371.326   | -64,4%     |
| Lucro Bruto   | 44.870    | 107.681   | -58,3%     | 49.274   | -8,9%      | 94.144    | 287.358   | -67,2%     |
| Margem Bruta (%)  | 28,8%     | 29,5%     | -0,7 p.p.  | 24,1%    | 4,7 p.p.   | 26,1%     | 30,7%     | -4,6 p.p.  |
| Despesas Operacionais <sup>2</sup>  | (101.293) | (137.146) | -26,1%     | (96.369) | 5,1%       | (197.662) | (292.233) | -32,4%     |
| Despesas Operacionais Recorrentes <sup>2 3</sup>                            | (101.293) | (137.146) | -26,1%     | (96.369) | 5,1%       | (197.662) | (288.668) | -31,5%     |
| EBITDA <sup>2</sup>   | (56.423)  | (29.465)  | 91,5%      | (47.095) | 19,8%      | (103.518) | (4.875)   | >500%      |
| Margem EBITDA (%)   | -36,2%    | -8,1%     | -28,1 p.p. | -23,0%   | -13,2 p.p. | -28,7%    | -0,5%     | -28,2 p.p. |
| EBITDA Ajustado <sup>2 3</sup>  | (56.423)  | (29.465)  | 91,5%      | (47.095) | 19,8%      | (103.518) | (1.309)   | >500%      |
| Margem EBITDA Ajustada (%) <sup>2</sup>                                     | -36,2%    | -8,1%     | -28,1 p.p. | -23,0%   | -13,2 p.p. | -28,7%    | -0,1%     | -28,6 p.p. |
| Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado antes das Op. Descontinuadas <sup>3</sup> | (70.489)  | (36.725)  | 91,9%      | (63.261) | 11,4%      | (133.750) | (32.962)  | 305,8%     |
| Margem Líquida Ajustada antes das Op. Descontinuadas (%) <sup>3</sup>       | -45,2%    | -10,1%    | -35,2 p.p. | -30,9%   | -14,3 p.p. | -37,1%    | -3,5%     | -33,6 p.p. |
| Res. Liq. das Op. Descontinuadas (Liq. impostos)                            | (1.196)   | (932)     | 28,3%      | (576)    | 107,6%     | (1.772)   | (1.022)   | 73,4%      |
| Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado <sup>3</sup>                              | (71.685)  | (37.657)  | 90,4%      | (63.837) | 12,3%      | (135.522) | (33.984)  | 298,8%     |
| Margem Líquida Ajustada (%) <sup>3</sup>                                    | -46,0%    | -10,3%    | -35,7 p.p. | -31,2%   | -14,8 p.p. | -37,6%    | -3,6%     | -33,9 p.p. |
| Lucro (Prejuízo) Líquido  | (71.685)  | (37.657)  | 90,4%      | (63.837) | 12,3%      | (135.522) | (36.337)  | 273,0%     |
| Margem Líquida (%)  | -46,0%    | -10,3%    | -35,7 p.p. | -31,2%   | -14,8 p.p. | -37,6%    | -3,9%     | -33,7 p.p. |
| Crescimento Lojas (SSS - %)   | -46,4%    | -4,6%     | -41,8 p.p. | -60,3%   | 13,9 p.p.  | -52,2%    | 0,4%      | -52,6 p.p. |
| Crescimento E-commerce  | -63,2%    | 2,5%      | -65,7 p.p. | -67,8%   | 4,6 p.p.   | -66,1%    | 19,4%     | -85,5 p.p. |
| Quantidade de Lojas - Final do período                                      | 74        | 104       | -28,8%     | 79       | -6,3%      | 74        | 104       | -28,8%     |
| Área de Vendas - Final do período (m <sup>2</sup> )                         | 49.469    | 60.420    | -18,1%     | 51.935   | -4,7%      | 49.469    | 60.420    | -18,1%     |

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

Nota: 2. Inclui as despesas incorridas nas contas de Depreciação e Juros (CPC 06 (R2) - IFRS 16) no valor de R\$ 16,8 milhões no 2T19 e R\$ 33,1 milhões no 1S19.

Nota: 3. Exclui o impacto de despesas não recorrentes e extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade: R\$ 3,6 milhões no 1S18.

## RESULTADOS

---

**RECEITA** – No 2T19 a receita bruta alcançou R\$ 161,3 milhões, queda de 59,2% quando comparada com o 2T18. A receita líquida seguiu a mesma tendência no trimestre, apresentando redução de 57,3%. Cabe destacar que uma parcela da redução nas vendas ainda é resultado do início do processo de reestruturação da Companhia, que inclui a descontinuação da categoria de Tecnologia, do abastecimento que ainda está sendo normalizado, da redução do número de lojas físicas, e da relevante queda de faturamento gerado por problemas de instabilidade em nosso canal *online*.

**RECEITA LOJAS FÍSICAS** – A receita bruta de lojas físicas, no segundo trimestre de 2019, atingiu R\$ 105,4 milhões, o que representa queda de 56,7% quando comparadas ao mesmo período do ano anterior. Em termos de lojas comparáveis apresentamos um declínio de 46,4% no mesmo período. A receita líquida, seguindo a mesma linha, apresentou redução de 55,1%.

**RECEITA E-COMMERCE** – No 2T19 as vendas brutas do site Saraiva.com apresentaram declínio de 63,2% em relação ao ano anterior, enquanto as vendas líquidas reduziram em 60,8%. As vendas em nosso canal de *e-commerce*, uma das mais relevantes no país que cobre todo o território nacional, foram fortemente impactadas negativamente por instabilidades em nosso *e-commerce*, que estão sendo solucionadas e serão eliminadas com a nova plataforma de *e-commerce* já em fase de implementação, que possui um sistema mais leve, ágil e estável do que o utilizado atualmente. Além de estarmos reavaliando nossas projeções para os próximos períodos, já que observamos uma resistência na retomada das vendas *online* devido, principalmente, ao acirramento da competitividade na categoria de livraria com a entrada de novos players via *marketplace*.

**RESULTADO BRUTO** – O lucro bruto, apesar da redução de 58,3% no segundo trimestre de 2019, apresentou uma margem bruta estável, que passou de 29,5% no 2T18 para 28,8% no 2T19. Durante o período continuamos descontinuando produtos que possuíam margens menores, o que impactou fortemente o resultado bruto.

Continuamos investindo em novas ferramentas, em especial um novo sistema de precificação dinâmica para o *e-commerce*, visando contribuir para o aumento de vendas e melhor gestão da margem bruta. Além disso, continuaremos focando em nosso negócio de livros, que possuem margens superiores às outras categorias que estão sendo descontinuadas.

**DESPESAS OPERACIONAIS** – A linha de despesas operacionais recorrentes, mesmo com a inclusão do efeito do IFRS-16 nas linhas de Despesas, o que impacta negativamente o resultado devido ao método de contabilização, totalizou R\$ 101,3 milhões no 2T19, apresentando forte redução de 26,1% no trimestre, como reflexo das iniciativas realizadas. Cabe destacar que continuamos focados na racionalização de gastos para a melhora dos resultados, e já estamos colhendo os frutos das medidas tomadas recentemente. Continuamos fazendo ajustes recorrentemente em nossa estrutura visando sempre melhorias de desempenho e produtividade, o que solidifica as bases para recuperação da Companhia.

**EBITDA** – O EBITDA, fortemente impactado pela descontinuação da categoria de Tecnologia, além do abastecimento que ainda está sendo normalizado, e da relevante queda de faturamento gerado por problemas de instabilidade em nosso canal *online*, totalizou R\$ 56,4 milhões negativos no 2T19.

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

| Consolidado                                  | 2T19            | 2T18            | A/A          | 1T19            | T/T          | 1S19             | 1S18            | A/A             |
|--|-----------------|-----------------|--------------|-----------------|--------------|------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Lucro Líquido (Prejuízo)</b>              | <b>(71.685)</b> | <b>(37.657)</b> | <b>90,4%</b> | <b>(63.837)</b> | <b>12,3%</b> | <b>(135.522)</b> | <b>(36.337)</b> | <b>273,0%</b>   |
| (+) Resultado financeiro                     | 3.667           | 15.525          | -76,4%       | 5.795           | -36,7%       | 9.462            | 27.964          | -66,2%          |
| (+) IR / CSLL                                | -               | (17.338)        | -100,0%      | -               | 0,0%         | -                | (15.718)        | -100,0%         |
| (+) Depreciação e Amortiz.                   | 10.405          | 9.076           | 14,6%        | 10.376          | 0,3%         | 20.781           | 18.197          | 14,2%           |
| (+) Resultado Líq. Op. Descontinuadas/Outros | 1.190           | 929             | 28,1%        | 571             | 108,4%       | 1.761            | 1.019           | 72,8%           |
| <b>EBITDA<sup>1</sup></b>                    | <b>(56.423)</b> | <b>(29.465)</b> | <b>91,5%</b> | <b>(47.095)</b> | <b>19,8%</b> | <b>(103.518)</b> | <b>(4.875)</b>  | <b>&gt;500%</b> |
| <i>Margem EBITDA (%)</i>                     | -36,2%          | -8,1%           | -28,1 p.p.   | -23,0%          | -13,2 p.p.   | -28,7%           | -0,5%           | -28,2 p.p.      |
| (+) Despesas Não-Recorrentes <sup>1</sup>    | -               | -               | -            | -               | -            | -                | 3.565           | -100,0%         |
| <b>EBITDA Ajustado<sup>1 2</sup></b>         | <b>(56.423)</b> | <b>(29.465)</b> | <b>91,5%</b> | <b>(47.095)</b> | <b>19,8%</b> | <b>(103.518)</b> | <b>(1.309)</b>  | <b>&gt;500%</b> |
| <i>Margem EBITDA Ajustada(%)</i>             | -36,2%          | -8,1%           | -28,1 p.p.   | -23,0%          | -13,2 p.p.   | -28,7%           | -0,1%           | -28,6 p.p.      |

Nota: 1. Inclui as despesas incorridas nas contas de Depreciação e Juros (CPC 06 (R2) - IFRS 16) no valor de R\$ 16,8 milhões no 2T19 e R\$ 33,1 milhões no 1S19.  
Nota: 2. Exclui o impacto de despesas não recorrentes e extraordinárias de reestruturação para aumento de produtividade: R\$ 3,6 milhões no 1S18.

**CAPITAL DE GIRO\*** – O prazo médio de recebimento passou de 57 dias no 2T18 para 45 dias no 2T19. O prazo médio de cobertura de estoques reduziu em 8 dias, passando de 109 dias no 2T18 para 101 dias no 2T19, enquanto o prazo de pagamento a fornecedores, impactado positivamente pelo início do processo de Recuperação Judicial, alcançou 383 dias no 2T19, quando comparado com 107 dias no 2T18.

\* para o cálculo dos dias do ciclo operacional utilizamos a média dos últimos 12 meses

**RECEITA (DESPESA) FINANCEIRA LÍQUIDA** – O resultado financeiro líquido, excluindo o impacto da alteração contábil em virtude do CPC 06 (R2) - IFRS 16, foi uma despesa de R\$ 3,7 milhões no segundo trimestre de 2019, representando uma redução de 76,4% em comparação ao mesmo período de 2018.

**LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO PERÍODO** – O prejuízo líquido ajustado da Companhia, antes do resultado líquido de operações descontinuadas, foi de R\$ 70,5 milhões no 2T19.

**INVESTIMENTOS (CAPEX)** – Os investimentos efetuados totalizaram R\$ 5,2 milhões no 2T19 versus R\$ 15,7 milhões no 2T18, confirmando a redução de investimentos indicada pela Companhia. Cabe destacar que, grande parte desses investimentos, foram direcionados a nova plataforma de *e-commerce* em fase de implementação, que possui um sistema mais leve, ágil e estável do que o utilizado atualmente.

**LIQUIDEZ** – De acordo com as diretrizes do processo de Recuperação Judicial em curso, os fluxos de pagamento das linhas de financiamento da Companhia foram paralisados após o ajuizamento do pedido.

O saldo atual de obrigações da Companhia com instituições financeiras está atualmente em negociação com o Banco do Brasil. É importante destacar que, durante esse processo, a Companhia possui uma parcela de Caixa bloqueada junto ao banco alocada na rubrica Depósitos Judiciais.

Em 30 de junho de 2019, o saldo total de Caixa Disponível, Caixa Bloqueado e Recebíveis de Cartão de Crédito era de R\$ 79,5 milhões, contra R\$ 134,3 milhões em 31 de março de 2019, em virtude, principalmente, das menores vendas realizadas no período, além do impacto de categorias descontinuadas.

A tabela a seguir apresenta a dívida líquida consolidada (excluindo o saldo de Fornecedores relativo ao processo de recuperação judicial) da Saraiva em 30 de junho de 2019, que somava R\$ 135,5 milhões, contra R\$ 116,7 milhões em 31 de março de 2019, e R\$ 249,5 milhões em 30 de junho de 2018. Se considerarmos os recebíveis do cartão de crédito, encerramos o 2T19 com uma dívida líquida de R\$ 103,8 milhões contra R\$ 52,2 milhões no 1T19, e R\$ 59,0 milhões no 2T18.

**Tabela 3. Evolução dos principais indicadores de endividamento CONSOLIDADO monitorados pela Companhia (R\$ mil)**

| <b>Consolidado<sup>1 2</sup></b>                     | <b>2T19</b>    | <b>2T18</b>    | <b>A/A</b>    | <b>1T19</b>    | <b>T/T</b>   |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|--------------|
| <b>Tipo de Transação</b>                             |                |                |               |                |              |
| Empréstimos e Financiamentos                         | <b>154.570</b> | <b>296.187</b> | <b>-47,8%</b> | <b>153.688</b> | <b>0,6%</b>  |
| (+) Contas a Pagar Aquisição de Empresas             | 2.718          | 2.557          | 6,3%          | 2.677          | 1,5%         |
| (-) Caixa e Equivalentes de Caixa / Aplicações Fin.  | 21.811         | 49.215         | -55,7%        | 39.681         | -45,0%       |
| <b>Dívida Líquida Ajustada Antes dos Recebíveis</b>  | <b>135.477</b> | <b>249.529</b> | <b>-45,7%</b> | <b>116.684</b> | <b>16,1%</b> |
| (-) Recebíveis de Cartão de Crédito                  | 31.664         | 190.480        | -83,4%        | 64.473         | -50,9%       |
| <b>Dívida Líquida Consolidada Após os Recebíveis</b> | <b>103.813</b> | <b>59.049</b>  | <b>75,8%</b>  | <b>52.212</b>  | <b>98,8%</b> |

Nota 1: Exclui a parcela relativa ao Arrendamento Mercantil (CPC 06 (R2) - IFRS 16).

Nota 2: "Antecipação de Recebíveis" (R\$ 1,2 milhões no 2T19, R\$ 7,4 milhões no 1T19, e R\$ 71,8 milhões no 2T18).

**NOSSAS LOJAS** – No 2T19 a Saraiva contava com 74 lojas em 17 estados brasileiros e no Distrito Federal. No 2T19, em linha com nossa estratégia de priorizar ativos com maior potencial de geração de valor, e de acordo com a iniciativa de renovação do parque de lojas da Companhia, encerramos 5 unidades até o dia 30 de junho de 2019.



# INFORMAÇÕES TELECONFERÊNCIA

---

A Teleconferência sobre os resultados do 2T19 da Saraiva, conduzida em português, será realizada no dia **15 de agosto de 2019**, às **10:30** (horário de Brasília) / **09h30** (horário de NY).

A teleconferência será transmitida ao vivo por meio de *streaming* de áudio.

Para mais detalhes, acesse: [www.saraivari.com.br](http://www.saraivari.com.br)

## **TELECONFERÊNCIA EM PORTUGUÊS**

### **Horário**

Brasil BRT (Brasília): 10h30

US Eastern Standard Time EST (Nova York): 09h30

### **Telefones para conexão dos participantes**

Dial-in com conexões no Brasil: +55 11 3193-1001

Dial-in com conexões no Brasil: +55 11 2820-4001

Senha: **SARAIVA**

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

Códigos de acesso: 5867963# (Português)

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

Português: [Clique Aqui](#)

## **SOBRE A SARAIVA**

A Saraiva, empresa focada em educação, cultura e entretenimento, está presente em todas as fases da vida de seus clientes. A Companhia opera por meio do conceito *omnichannel*, que integra lojas físicas, internet e dispositivos móveis, com uma ampla gama de produtos e serviços. A empresa conduz seus negócios de comércio eletrônico pelo *site* Saraiva.com.br, cuja operação é totalmente integrada à da rede de lojas físicas, com presença em todo o território nacional.

### **AVISO LEGAL**

*Este relatório contém declarações sobre o futuro que estão sujeitas a riscos e incertezas. Essas declarações são baseadas nas crenças e premissas da Administração e em informações atualmente disponíveis. Nossos resultados futuros e valor para os acionistas podem diferir materialmente daqueles expressos ou sugeridos nestas declarações sobre o futuro.*