



# Saraiiva

## Apresentação para Investidores



## Visão Geral e Desempenho Consolidado

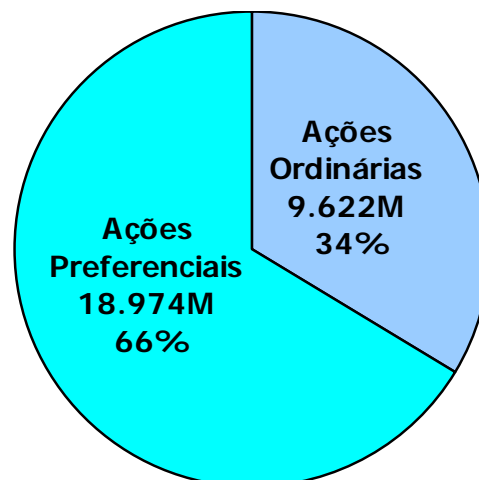
Editora Saraiva

Livraria Saraiva

- ✓ **Nível 2** de Governança Corporativa da Bovespa
- ✓ **Primeira empresa** no Brasil a garantir *tag along* em seus estatutos - **março 2000**
  - ♦ *Tag along* de **90%** para as ações preferenciais
- ✓ Estatuto determina a **distribuição da disponibilidade financeira\*** que exceder 25% do ativo total caso ocorra por quatro trimestres consecutivos
- ✓ **GVA®**: Gerenciamento de Valor ao Acionista



99,91%



\* Disponibilidade financeira: Caixa e bancos + aplicações financeiras – empréstimos e financiamentos de curto e longo prazo

A companhia tem como foco a edição de livros e o varejo físico e *on-line* de livros e outros produtos



- ✓ A Saraiva oferece um catálogo completo de livros **Didáticos, Paradidáticos, Jurídicos**, e de **Administração, Economia, Negócios e Contabilidade**
- ✓ Líder no mercado de Livros **Jurídicos** – aproximadamente **40% de market share**
- ✓ 4ª maior editora de Livros **Didáticos** – cerca de **17% de market share**
- ✓ Distribuição nacional: Rede de **12 filiais**
- ✓ Empresa de capital aberto e controladora da Livraria Saraiva



- ✓ **Maior rede de livrarias** do Brasil em faturamento
  - ♦ 33 lojas: 17 *MegaStores* e 16 lojas Tradicionais
- ✓ **Pioneira** no conceito *MegaStore* no Brasil
- ✓ **Category Killer**: livros, CDs, DVDs, papelaria, periódicos, informática e etc.
- ✓ **Cartão Saraiva Plus** lançado em jun/05 já conta com mais de 1 milhão de associados em Dezembro de 2006



- ✓ Uma das pioneiras no comércio eletrônico no Brasil - 1998
- ✓ Um dos maiores varejistas on-line de livros no Brasil
- ✓ Aproximadamente 1 milhão de clientes ativos em Dezembro de 2006
- ✓ Operação integrada às lojas físicas
- ✓ Mix de produto ampliado



# Histórico de Sucesso e Crescimento Constante

5

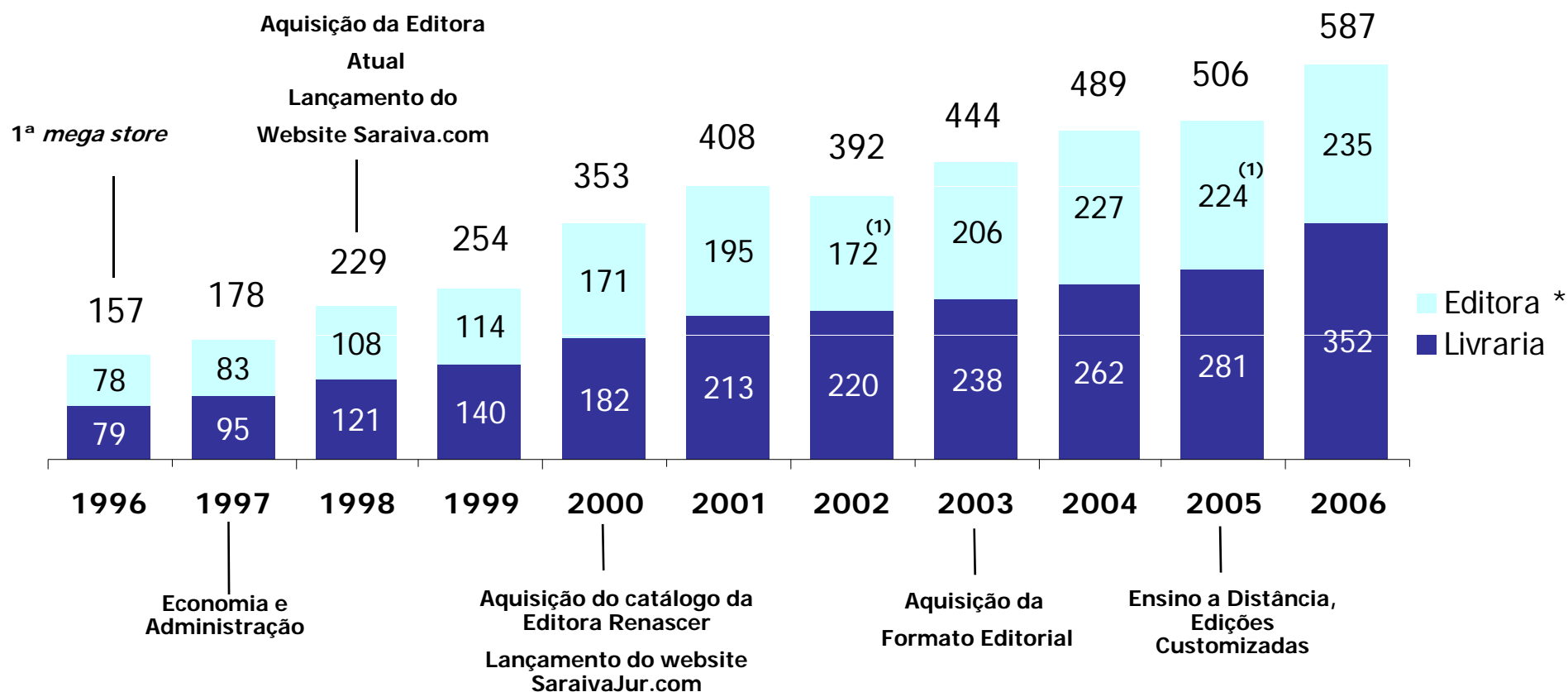
Somos uma empresa inovadora, que tem aproveitado boas oportunidades de aquisições estratégicas.

## Faturamento Bruto Consolidado (R\$ milhões)

CAGR 12,7% a.a (1999-2006)

CAGR 7,5% a.a (2001-2006)

CAGR 9,8% a.a (2003-2006)



\* Faturamento Editora: já exclui vendas para a Livraria Saraiva

<sup>(1)</sup> Menores compras governamentais – Anos de reposição



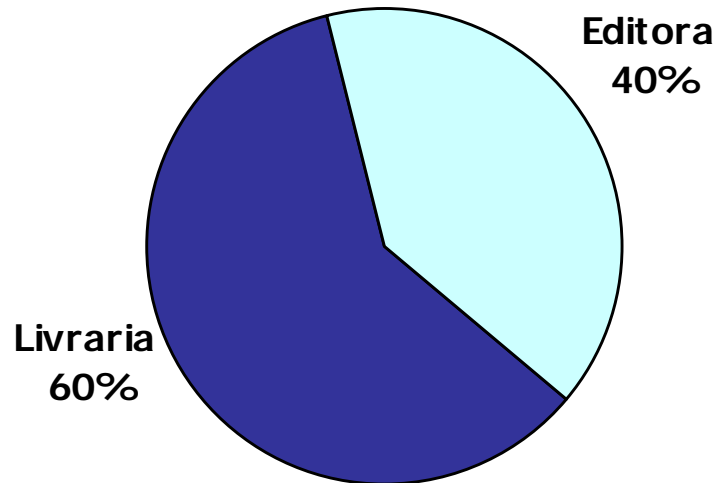
# Breakdown Saraiva – 2006

6

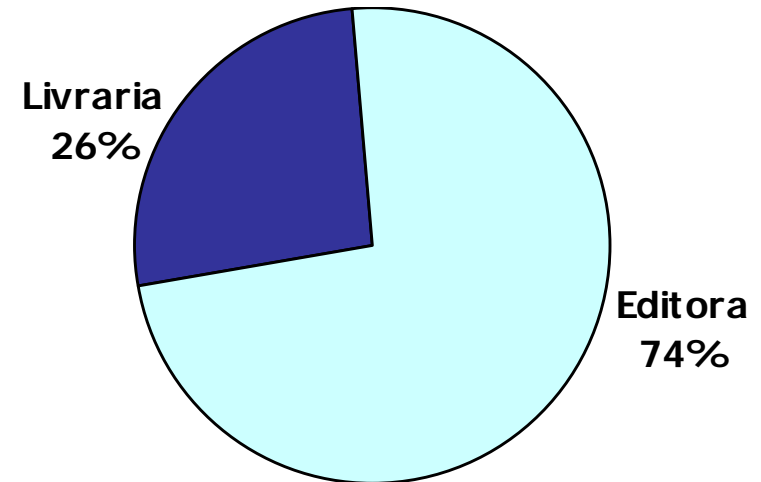
Editora: empresa com forte geração de caixa e com baixa necessidade de investimentos fixos.

Livraria: negócio com potencial de crescimento acelerado (lojas físicas e saraiva.com).

**Receita Bruta<sup>(1)</sup>**  
**R\$ 587,3 Milhões**

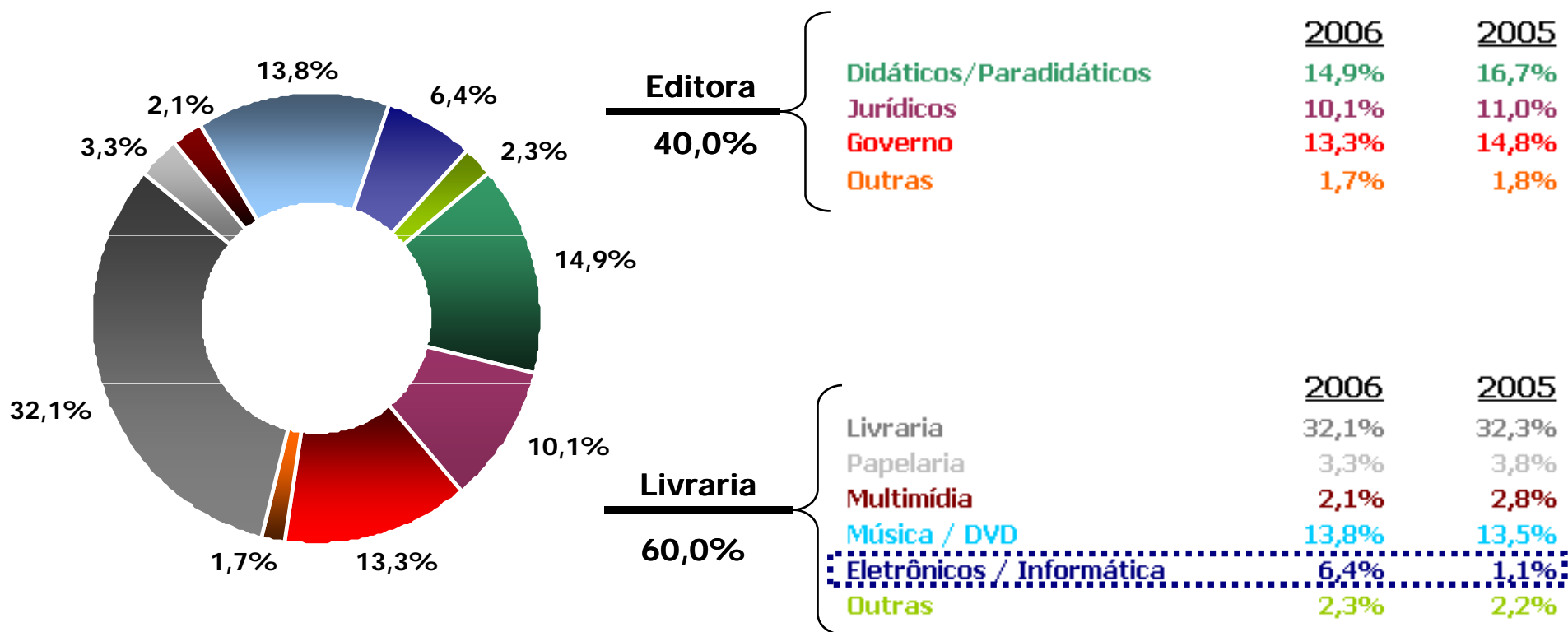


**EBITDA<sup>(1)</sup>**  
**R\$ 77,8 Milhões**



<sup>(1)</sup> Consolidado 2006

## Mix de Receita Bruta – 2006



✓ **Lucro líquido recorde pelo terceiro ano consecutivo.**

- ◆ Lucro líquido de R\$ 46,5 milhões, crescimento de 16,1% em relação ao ano de 2005.
- ◆ Receita líquida de R\$ 550,9 milhões, aumento de 15,4% em relação a 2005.

	2005		2006		AH%
	R\$ Milhões	AV%	R\$ Milhões	AV%	
<b>Receita Bruta</b>	505,6 <sup>(1)</sup>	105,9%	587,3 <sup>(1)</sup>	106,6%	16,2%
<b>Receita Líquida</b>	477,2	100,0%	550,9	100,0%	15,4%
<b>Lucro Bruto</b>	260,4	54,6%	283,0	51,4%	8,7%
<b>EBITDA Ajustado</b>	77,4 <sup>(2)</sup>	16,2%	77,8 <sup>(2)</sup>	14,1%	0,4%
<b>Lucro Líquido</b>	40,0	8,4%	46,5 <sup>(3)</sup>	8,4%	16,1%

<sup>(1)</sup> Exclui venda entre empresas.

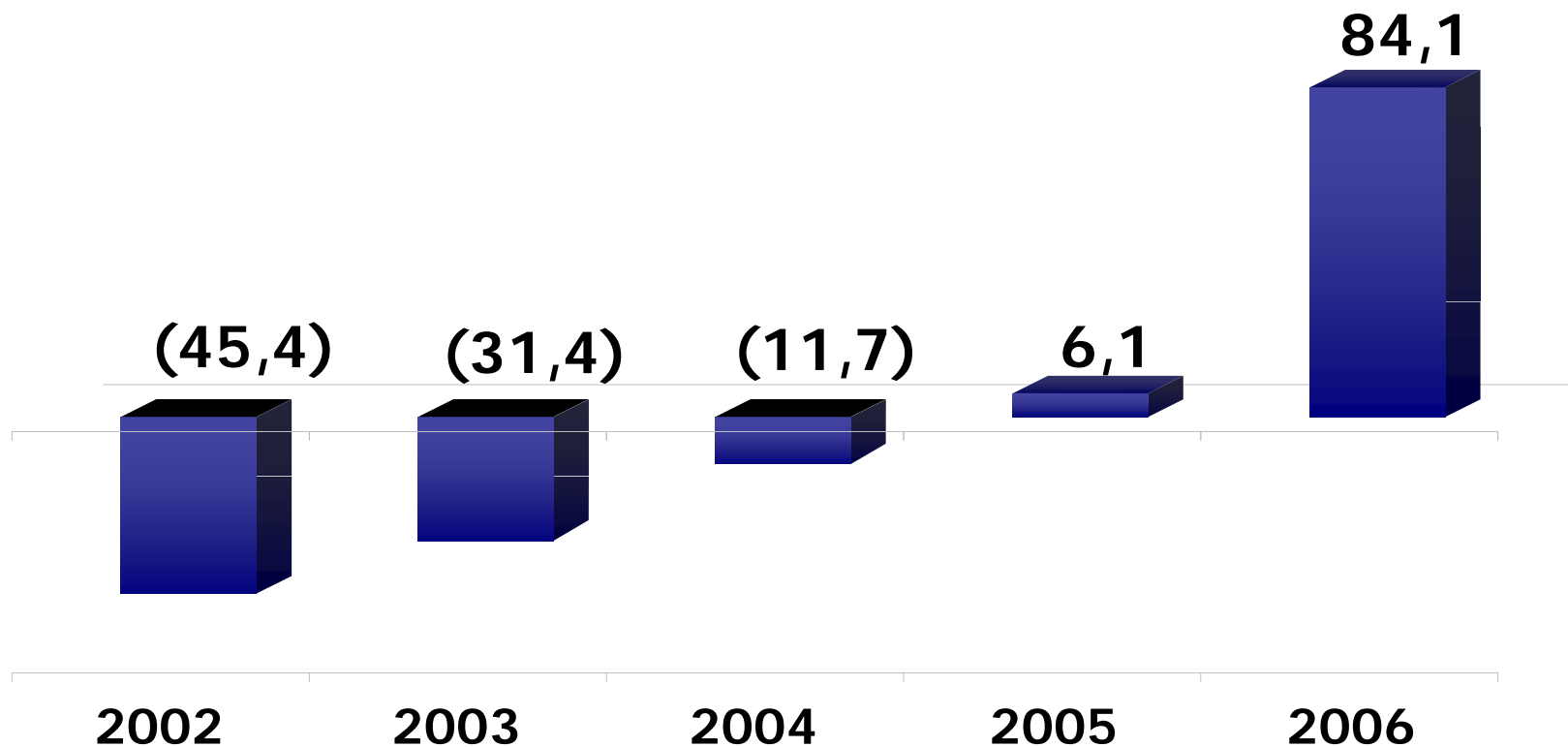
<sup>(2)</sup> Inclui R\$ 0,5 MM de gastos com auditoria e advogados para processo de oferta pública de ações.

EBITDA ajustado: Soma provisões para resgate do bônus do "Saraiva Plus" (R\$ 1,6MM em 2006 e R\$ 1,1MM em 2005) e rescisões com a desativação da gráfica (1,9MM em 2006).

<sup>(3)</sup> R\$ 2,4MM - Comissão Oferta Pública de Ações.

## Posição Líquida de Caixa <sup>(1)</sup>

(R\$ milhões)



<sup>(1)</sup> Posição Líquida de Caixa = Disponibilidades - empréstimos e financiamentos

Aumento de capital Abril/2006 = R\$ 63,6 MM.

Indicadores	2006	2005	Var.
Número de Negócios <sup>(1)</sup>	28.164	1.724	1533,6%
Participação nos Pregões - % <sup>(1)</sup>	100,0	76,7	23,3 p.p.
Quantidade Negociada - mil <sup>(1)</sup>	20.314	4.957	309,8%
Volume Negociado - R\$ mil <sup>(1)</sup>	410.861	63.289	549,2%
Preço da Ação - R\$ <sup>(1)</sup> <sup>(2)</sup>	23,90	17,20	39,0%
Total de Ações em Circulação - mil <sup>(2)</sup> <sup>(3)</sup>	28.230	22.937	23,1%
<b>Valor de Mercado - R\$ milhões <sup>(2)</sup></b>	<b>674,7</b>	<b>394,5</b>	<b>71,0%</b>

Fonte: Bovespa

(1) Referente Ação PN (SLED4)

(2) No final do período

(3) Houve bonificação de 2.326.920 ações preferenciais em 06/01/06, conforme decisão da AGE. Houve emissão de 3.000.000 de ações preferenciais em abril/06.

- **ITAG** – Índice de Ações com Tag Along Diferenciado
- **IGC** – Índice de Ações com Governança Corporativa
- **IBrX** – Índice Brasil - Setembro/2006 – (100 ações mais negociadas na Bovespa)

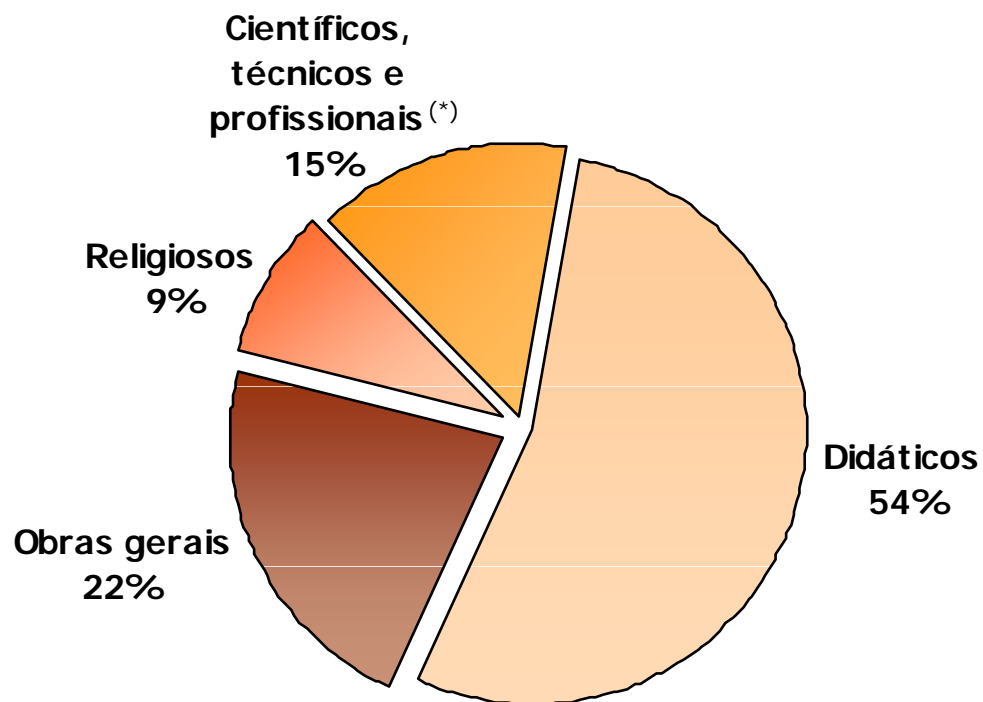
Visão Geral e Desempenho Consolidado

## **Editora Saraiva**

Livraria Saraiva

Posição de destaque no segmento editorial jurídico e didático.

## Mercado Editorial no Brasil – Ano 2005 Faturamento Bruto – R\$ 1,8 Bilhão



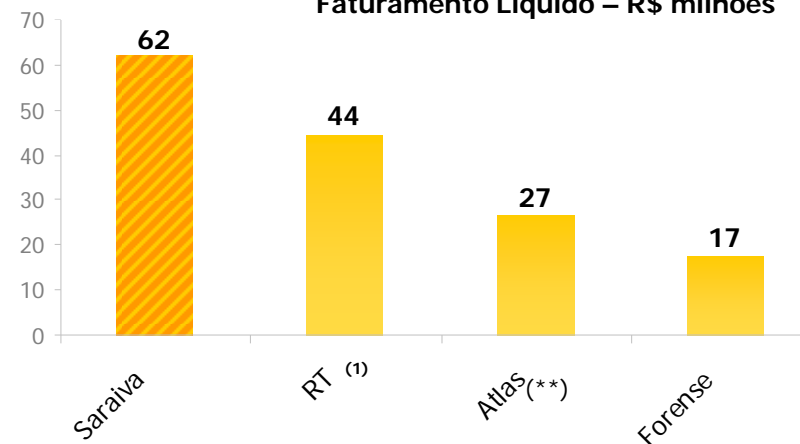
(\*) Inclui livros jurídicos

(\*\*) Só livros jurídicos

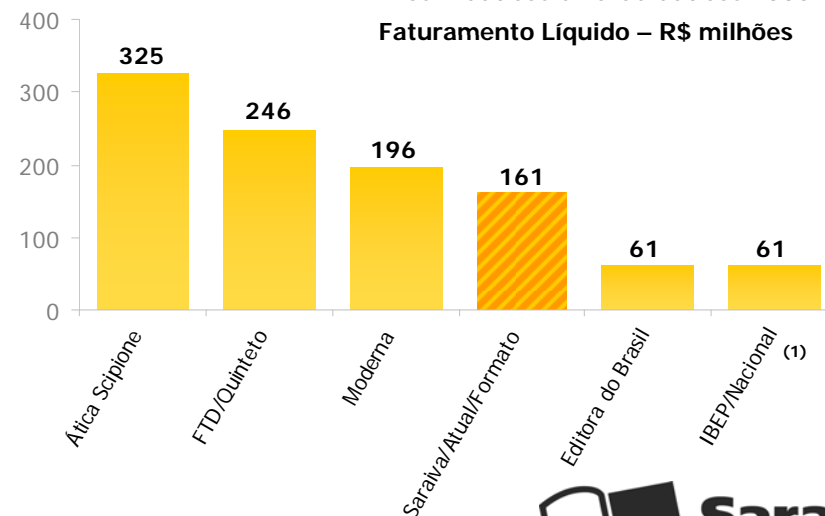
(1) Ano de 2004

Fonte: CBL / Balanço das Companhias e Serasa

### Livros Jurídicos 2005 Faturamento Líquido – R\$ milhões



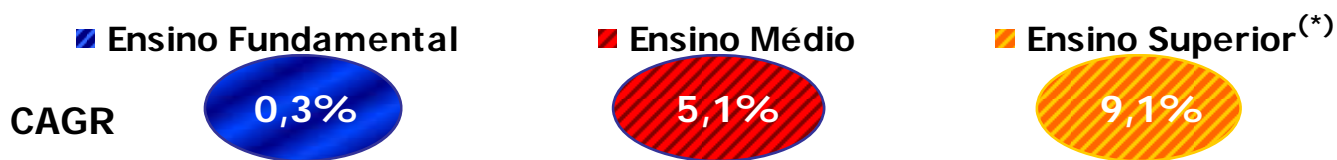
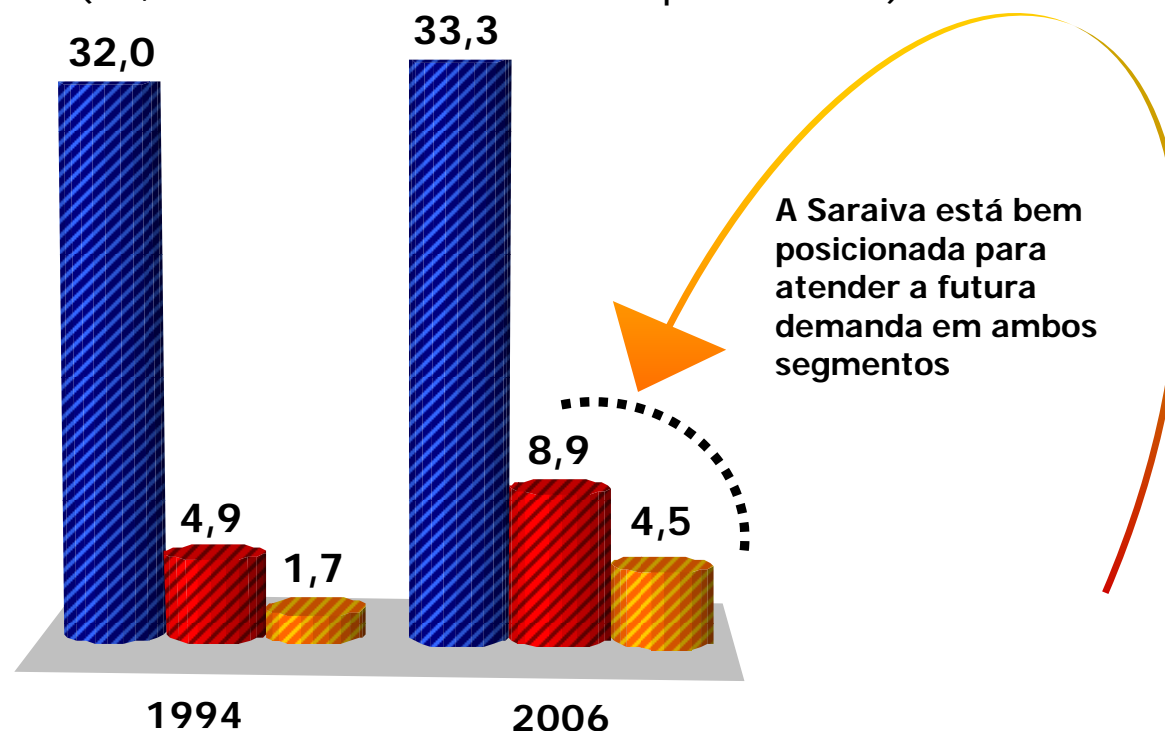
### Livros Didáticos e Paradidáticos 2005 Faturamento Líquido – R\$ milhões



Potencial de crescimento nos níveis de ensino Médio e Superior.

Investimentos para aumentar a qualidade da educação.

- ✓ Nesse mercado, o maior cliente das editoras é o governo federal através dos programas nacionais de compra de livros (13,4% do faturamento do Grupo em 2006).

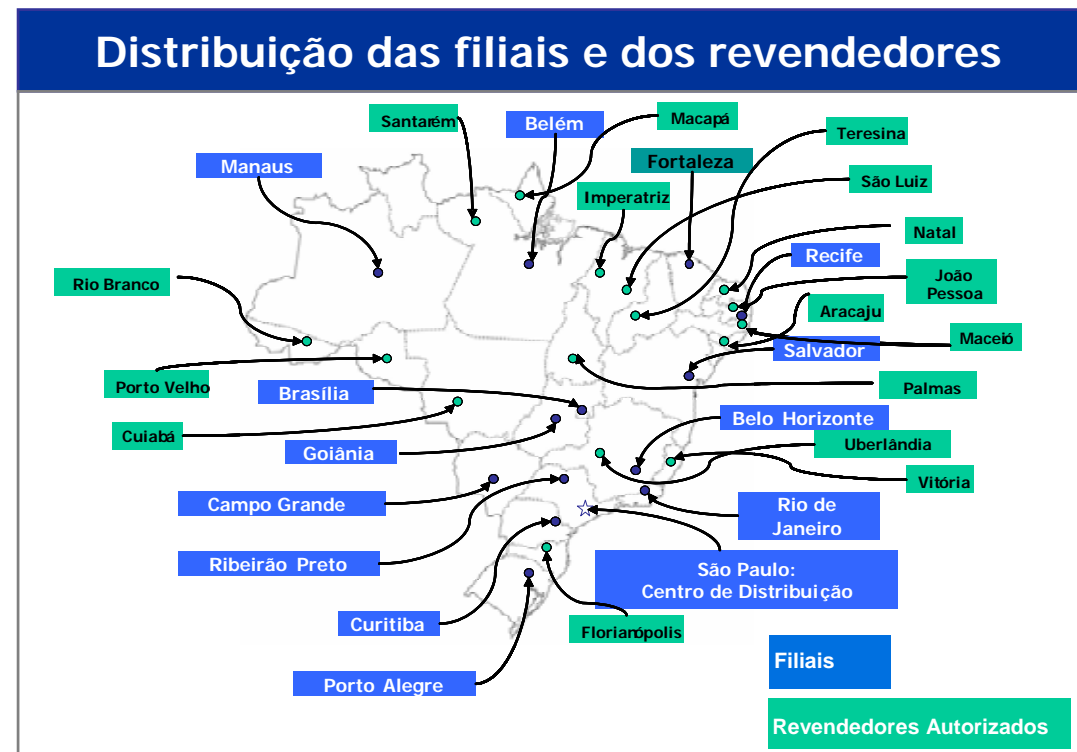


Estudantes Matriculados somando rede pública e privada (milhões)  
(\* ) Ensino Superior dados de 2005  
Fonte: MEC/INEP (censo escolar 2006 e 2005)

A Editora Saraiva possui presença nacional através de 12 filiais espalhadas pelo Brasil e tem o apoio de 17 revendedores autorizados.

- Várias linhas editoriais permitem diluição de gastos fixos e criam vantagens competitivas.

- ✓ Adoção de livros didáticos no Brasil é decidida pelos professores
- ✓ Filiais têm estoques para atender a demanda local e maximizar o esforço de vendas de nossos divulgadores



## Ensino Fundamental

Faixa de Ensino	# de Alunos (MM)	Matérias	Potencial de Mercado # Livros (MM)	% do Potencial de Mercado adquirido em cada ano		
				PNLD2007	PNLD2008	PNLD2009
1ª Série	4,1	Alfabetização, Português, Matemática, Ciências, História e Geografia	24,7	100%	100%	100%
2ª - 4ª Série	11,1	Português, Matemática, Ciências, História, Geografia e Livros Regionais	60,7	100%	12% *	12% *
5ª - 8ª Série	13,4	Português, Matemática, Ciências, História e Geografia	66,9	12% *	100%	12% *

Fonte: FNDE/MEC/INEP(Censo Escolar 2006)

\*% Histórico de Reposição

# Ciclo de Compras Governamentais (estimativa) 16

## Ensino Médio

Faixa de Ensino	# de Alunos (MM)	Matérias	Potencial de Mercado # Livros (MM)	% do Potencial de Mercado adquirido em cada ano		
				PNLEM2007	PNLEM2008	PNLEM2009
1 <sup>a</sup> - 3 <sup>a</sup> Série	7,7	Química e História <sup>(1)</sup>	15,4	-	100%	12% *
		Português e Matemática <sup>(1)</sup>	15,4	12% *	12% *	100%
		Biologia <sup>(1)</sup>	7,7	100%	12% *	100%
		Física e Geografia <sup>(1)</sup>	15,4	-	-	100%

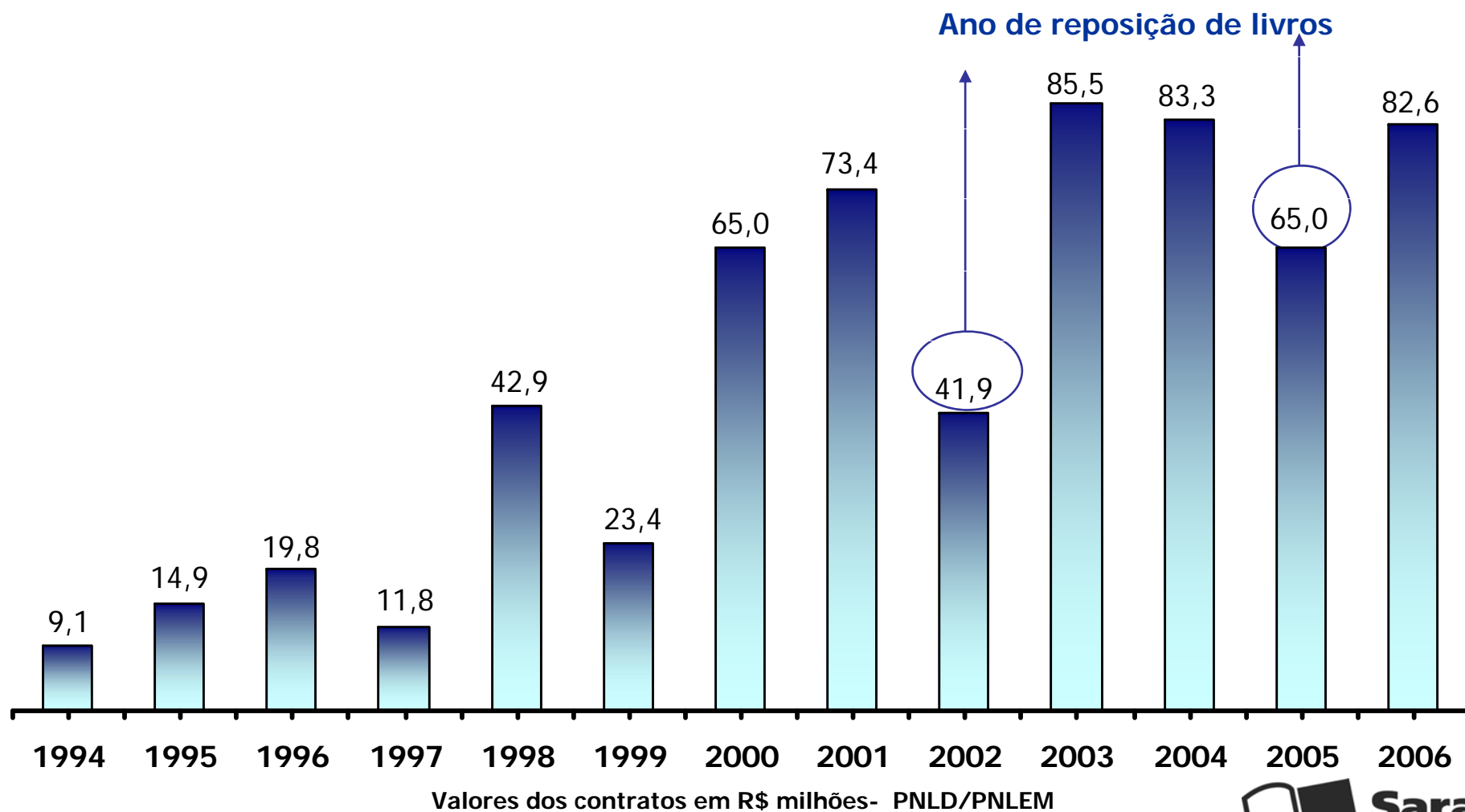
Fonte: FNDE/MEC/INEP(Censo Escolar 2006)

\*% Histórico de Reposição

<sup>(1)</sup> Sujeito a alterações

O Programa Nacional do Livro Didático baseia-se em ciclos trienais, de modo que no 3º ano de cada ciclo são feitas apenas compras de reposição.

- ✓ Nos anos de reposição, as vendas da Saraiva no âmbito do PNLD são naturalmente menores.



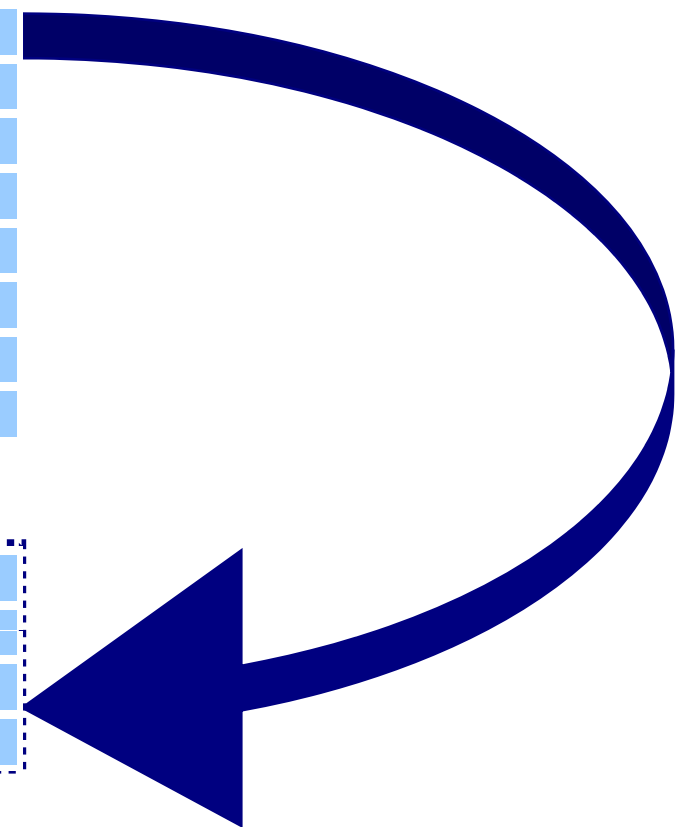
Continuaremos expandindo nosso negócio através da consolidação de nossa posição de mercado e de eventuais aquisições estratégicas de editoras e catálogos.

✓ Barreiras de entrada: marca e conteúdo proprietário, forte distribuição, relacionamento com autores e professores.

- ✓ **Crescimento e consolidação da posição de mercado**
  - ◆ **Aquisição de outras editoras e/ou catálogos editoriais**
  - ◆ **Novos produtos e forte rede de distribuição**
  - ◆ **Utilização de novas mídias, CD ROM, Internet e Ensino a Distância**
- ✓ **Fortalecimento do relacionamento com os professores**
- ✓ **Aumento da eficiência operacional**

## Destaques do Resultado

R\$ milhões	2005	2006	Var.
<b>Receita Bruta</b>	233,5	247,8	6,1%
<i>Mercado Privado</i>	158,5	169,5	7,0%
<i>Governo</i> <sup>(*)</sup>	75,0	78,3	4,3%
<b>Receita Líquida</b>	233,3	247,5	6,1%
<b>Margem Bruta %</b>	69,3%	67,8%	(1,5)pp
<b>EBITDA Ajustado</b>	60,4	57,2 <sup>(1)</sup>	-5,2%
<b>Margem EBITDA %</b>	25,9%	23,1%	(2,8)pp
<b>Lucro Líquido</b>	40,0	46,5 <sup>(2)</sup>	16,1%
<b>Investimentos</b>	3,1	1,5	-51,6%
<b>Desp. Operac. / Receita Líquida %</b>	49,2%	49,4%	0,2pp



<b>Vendas Governo</b> <sup>(*)</sup>	75,0	78,3	4,3%
<b>PNLD</b>	38,9	45,2	16,2%
<b>PNLEM</b>	36,1	25,7	-28,7%
<b>PNLEM MG (Programa Livro na Escola)</b>	-	7,3 <sup>(3)</sup>	-

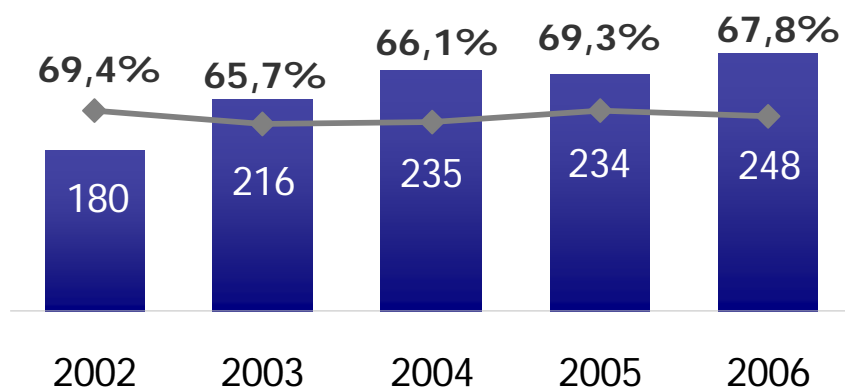
<sup>(1)</sup> Inclui R\$ 0,5 MM de gastos com auditoria e advogados para processo de oferta pública de ações.

EBITDA ajustado: Soma provisão para rescisões com a desativação da gráfica (1,9MM em 2006).

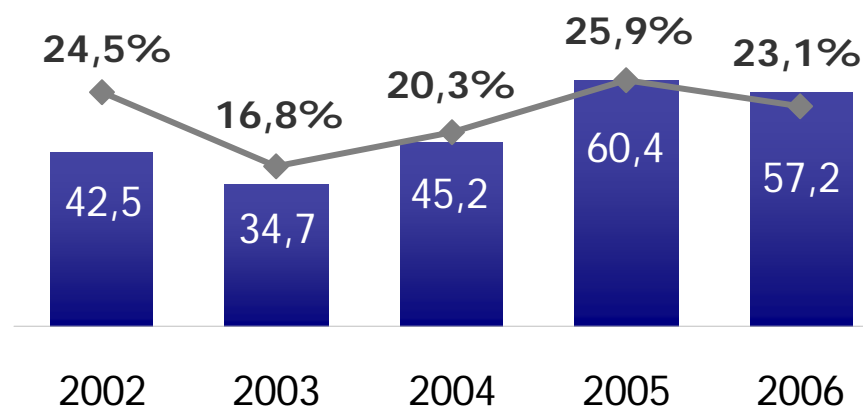
<sup>(2)</sup> R\$ 2,4MM - Comissão Oferta Pública de Ações.

<sup>(3)</sup> PNLEM MG (Programa Livro na Escola) - Compra de livros de física e biologia para os estudantes das escolas públicas do Estado de Minas Gerais.

## Receita Bruta (R\$ milhões) e Margem Bruta (%)



## EBITDA (R\$ milhões) e Margem EBITDA (%)



EBITDA AJUSTADO - Despesas extraordinárias com a provisão para rescisões com a desativação da gráfica (1,9MM em 2006).

### Receita Bruta (R\$ milhões)

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Mercado Privado</b>	<b>134,6</b>	<b>153,8</b>	<b>148,8</b>	<b>158,5</b>	<b>169,5</b>
<b>Governo</b>	<b>45,4</b>	<b>62,3</b>	<b>86,7</b>	<b>75,0</b>	<b>78,3</b>

Visão Geral e Desempenho Consolidado

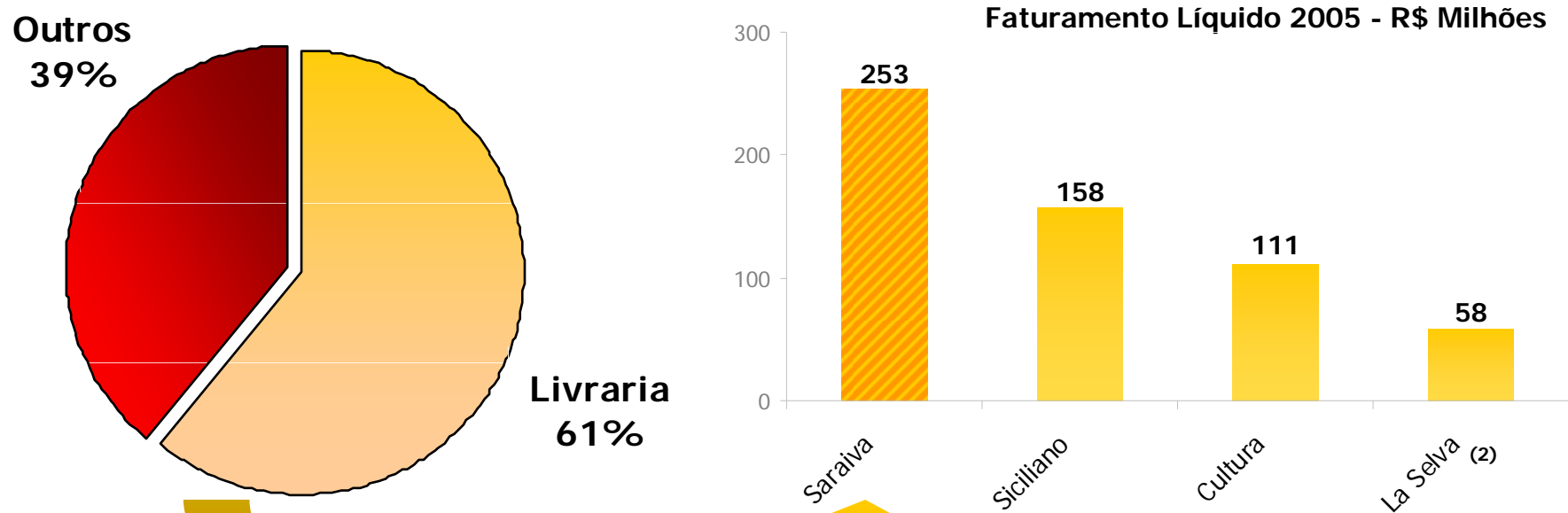
Editora Saraiva

**Livraria Saraiva**

Os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro representam cerca de 65% do varejo de livros no Brasil.<sup>(1)</sup>

- ✓ Mercado bastante fragmentado.
- ✓ Mais de 1.500 livrarias no Brasil, sendo que 70% estão localizadas nas regiões Sul e Sudeste.
- ✓ Desigualdade na distribuição das livrarias pelo território nacional.

## Faturamento do mercado de livros – R\$ 2,6 Bilhões - 2005



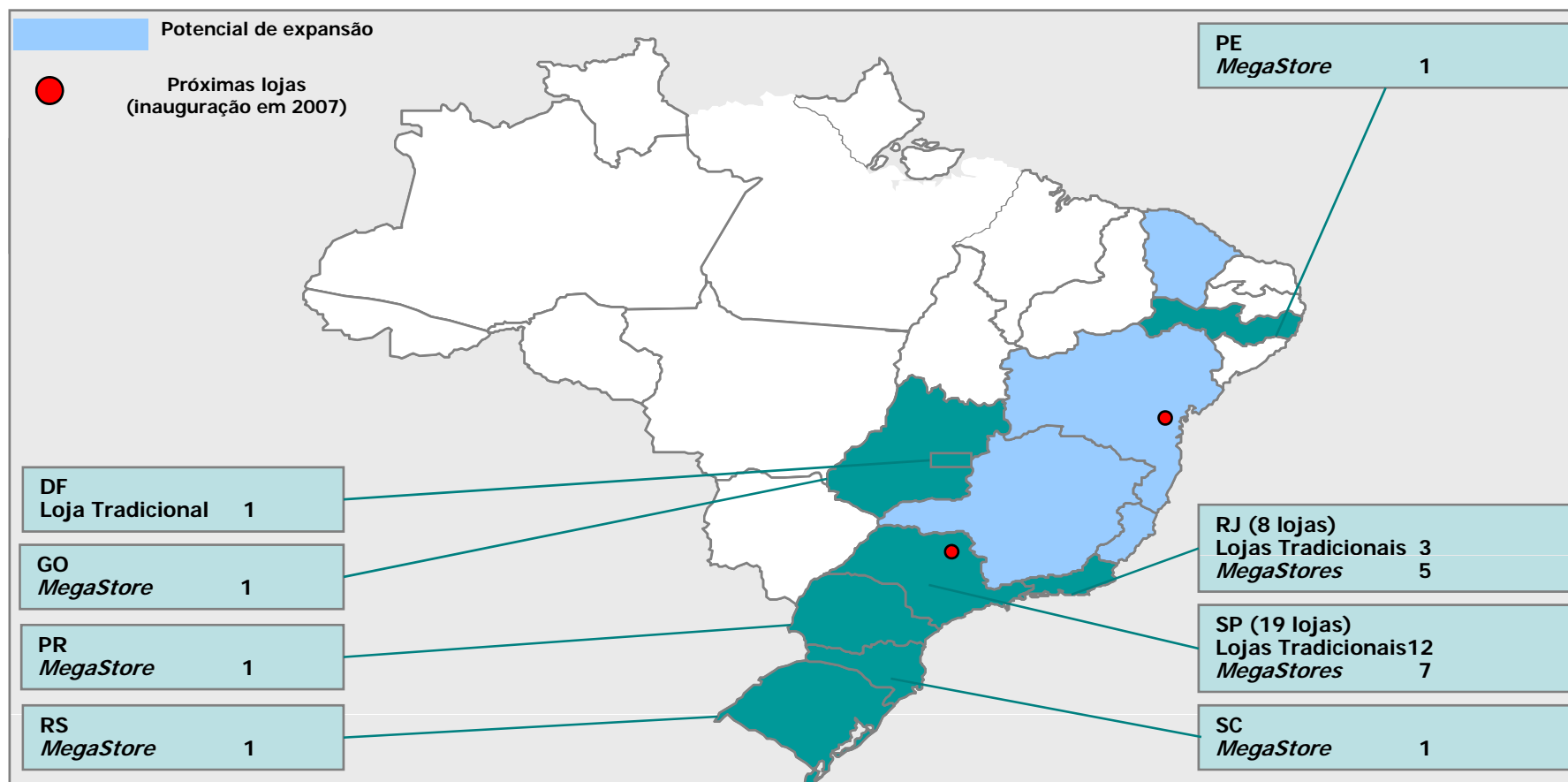
<sup>(1)</sup> Fonte CBL

<sup>(2)</sup> Em 2004

Fontes: CBL (Câmara Brasileira do Livro), Saraiva, Serasa.

A maior rede de livrarias no Brasil em faturamento: 33 lojas – 16 Tradicionais e 17 MegaStores

- ✓ 21,4 mil m<sup>2</sup> de área de vendas em localizações estratégicas (Abril/2007).
- ✓ Modelos de lojas: *MegaStores*, lojas Tradicionais e “novas lojas Tradicionais”.
- ✓ Oferece uma experiência única de compra em espaços físicos agradáveis e bem dimensionados.





- ✓ Escala de operações
- ✓ Reconhecimento da marca
- ✓ “Expertise” em logística e distribuição
- ✓ Abrangência geográfica
- ✓ Prestação de serviços



Nossa estratégia de crescimento é baseada na evolução do conceito ***MegaStore e no novo conceito de loja Tradicional***, na diversificação e adequação *do mix* de produtos e aquisições estratégicas.

- ✓ **Crescimento e consolidação da posição no mercado**
  - ◆ Expansão da rede de lojas físicas no novo modelo
  - ◆ Aquisições estratégicas
  - ◆ Reformas de lojas
  
- ✓ **Novas categorias de produtos**
- ✓ **Eficiência na administração do capital de giro**
- ✓ **Fortalecimento da marca**
- ✓ **Relacionamento com clientes: Cartão Saraiva Plus**

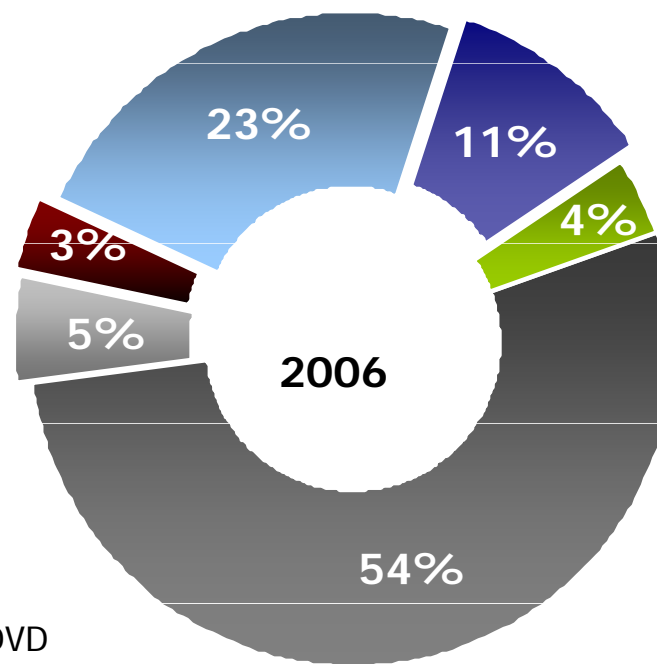
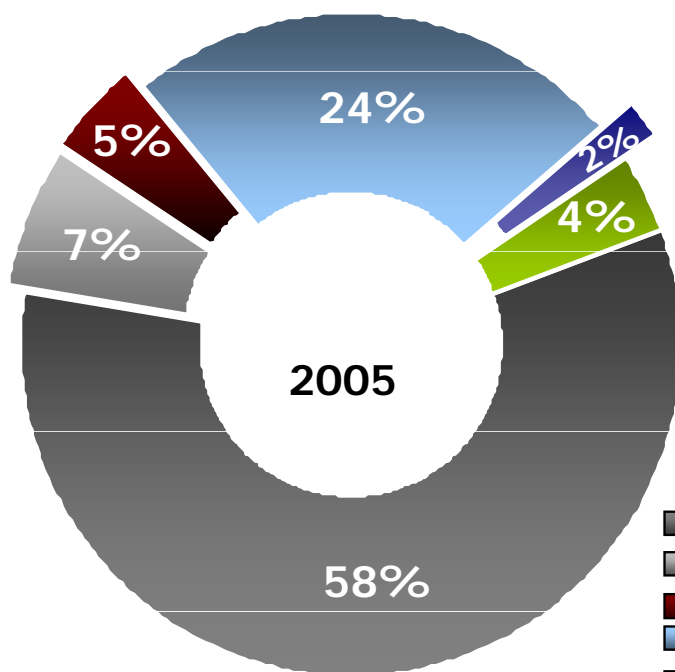
Nosso foco está na consolidação do posicionamento nas categorias de produtos que já comercializamos e diversificação do mix aliada a investimentos em marketing

- ✓ **Investimento em serviços**
- ✓ **Maiores investimentos em marketing e maior presença nos portais de Internet**
- ✓ **Aumento da gama de categoria**
  - ◆ **Livros importados**
  - ◆ **Informática**
  - ◆ **Eletrônicos**
  - ◆ **Games**
- ✓ **Logística e atendimento**

# Livraria Saraiva – Evolução Principais Indicadores

27

R\$ milhões	4T05	4T06	Var.	2005	2006	Var.
Vendas Brutas Totais	87,5	101,2	15,7%	281,3	352,2	25,2%
Vendas Comparáveis (*)	86,4	99,9	15,6%	278,9	337,8	21,1%
Saraiva.com	18,7	25,9	39,0%	63,8	97,3	52,5%
Lojas Físicas	68,8	75,3	9,4%	217,5	254,9	17,2%
Lojas Físicas Comparáveis	67,7	73,9	9,2%	215,1	240,5	11,8%



- Livraria
- Papelaria
- Multimídia
- Música / DVD
- Eletrônicos / Informática
- Outras

(\*) Inclui Saraiva.com



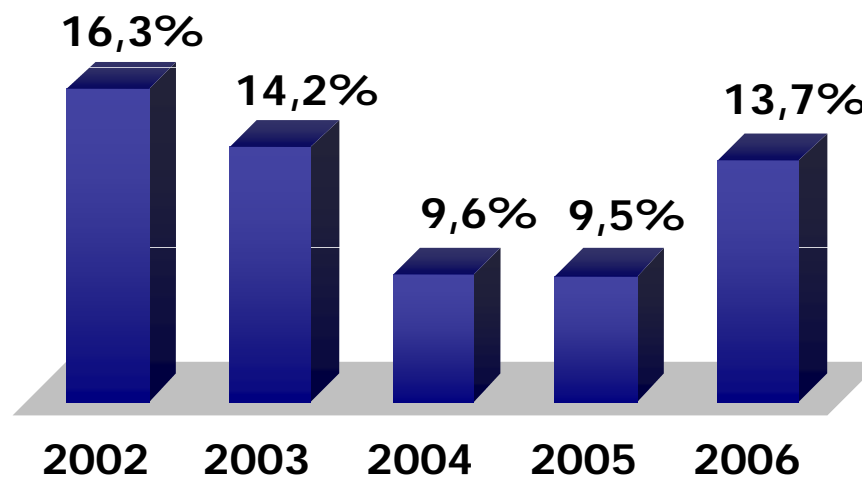
## Destaques do Resultado

R\$ milhões	2005	2006	Var.
Receita Bruta	281,3	352,2	25,2%
Receita Líquida	253,1	316,1	24,9%
Margem Bruta %	39,0%	36,5%	(2,5)pp
EBITDA Ajustado <sup>(*)</sup>	17,1	20,6	20,3%
Margem EBITDA %	6,8%	6,5%	(0,3)pp
Lucro Líquido	6,1	6,7	9,7%
Investimentos	5,3	5,1	-3,8%
Desp. Operac. / Receita Líquida %	35,0%	32,8%	(2,2)pp
Capital de Giro	26,6	48,3	81,6%
Capital Giro Médio/Receita Bruta %	9,5%	13,7%	4,2pp

(\*) EBITDA ajustado: Soma provisão para resgate do bônus do "Saraiva Plus" (R\$ 1,6MM em 2006 e R\$ 1,1MM em 2005).

R\$ milhões	2005	Nº Dias	2006	Nº Dias	Var.
Estoque	34,3	80	43,7	78	27,4%
Clientes	21,2	27	44,6	46	110,5%
Fornecedores	28,9	65	40,0	62	38,4%
Capital de Giro	26,6	42	48,3	62	81,6%

Capital de Giro <sup>(1)</sup> / Receita Bruta <sup>(2)</sup> (%)

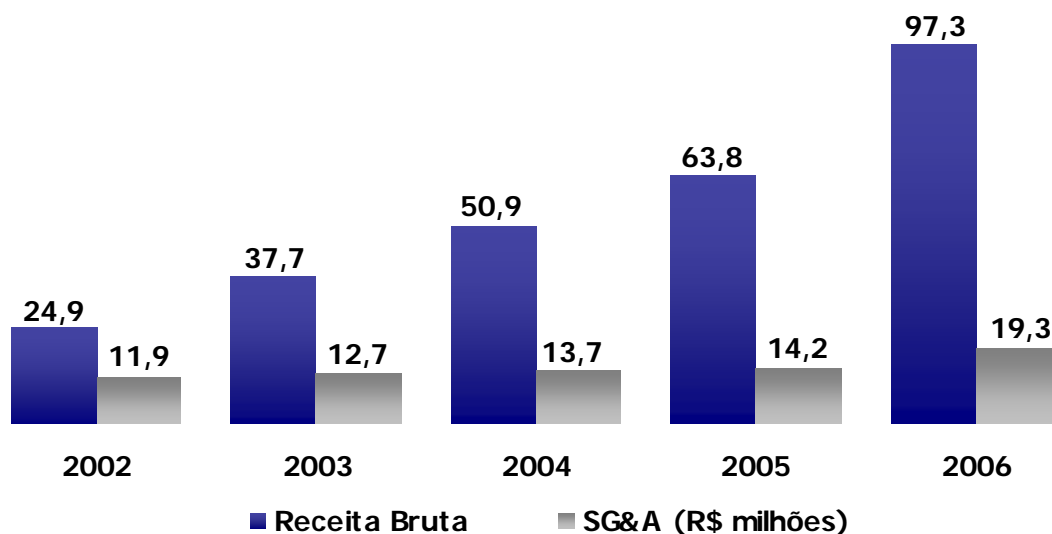


<sup>(1)</sup> Estoques + Clientes – Fornecedores (média dos últimos 12 meses)

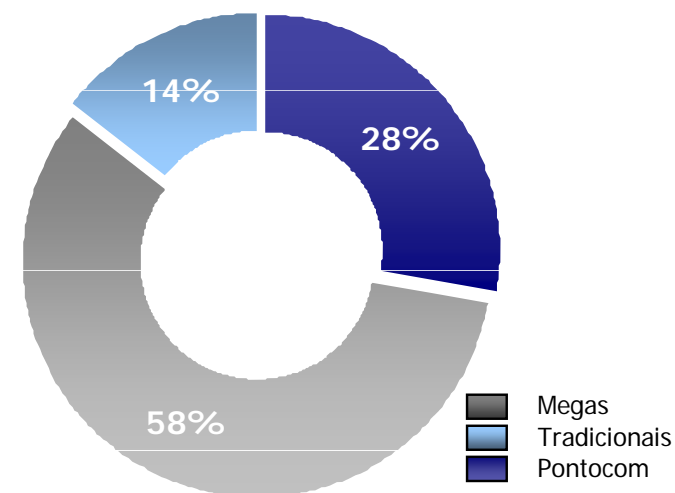
<sup>(2)</sup> Receita Bruta últimos 12 meses

## Destques do Resultado

R\$ milhões	4T05	4T06	Var.	2005	2006	Var.
Receita Bruta	18,7	25,9	39,0%	63,8	97,3	52,5%
Receita Líquida	16,7	22,5	35,2%	58,5	86,9	48,4%
EBITDA Ajustado	2,3	2,0	-16,0%	8,8 <sup>(1)</sup>	10,9 <sup>(1)</sup>	24,1%
Margem EBITDA %	14,0%	8,7%	(5,3)pp	15,0%	12,5%	(2,5)pp
Clientes Ativos (Mil)	851	941	10,5%	851 <sup>(2)</sup>	941 <sup>(2)</sup>	10,5%
% sobre Receita Bruta Total da Livraria	21,3%	25,6%	4,3pp	22,7%	27,6%	4,9pp
Ticket Médio (R\$)	81,8	112,2	37,2%	81,0	111,9	38,1%



% Participação na Receita Bruta



<sup>(1)</sup> EBITDA ajustado: Soma provisão para resgate do bônus do "Saraiva Plus" (R\$ 256 mil em 2006 e R\$ 252 mil em 2005), que não representa saída de caixa.

<sup>(2)</sup> Clientes ativos: usuário que realizou pelo menos uma compra por ano nos últimos dois anos.

## **João Luís Ramos Hopp**

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Telefone: (55 11) 3613 3263

e-mail: [jlhopp@saraiva.com.br](mailto:jlhopp@saraiva.com.br)

## **Mauricio Fanganiello**

Diretor de Planejamento

Telefone: (55 11) 3613 3302

e-mail: [mpfanganiello@editorasaraiva.com.br](mailto:mpfanganiello@editorasaraiva.com.br)

**Site de Relações com Investidores:** [www.saraivari.com.br](http://www.saraivari.com.br)

## **Ligia Montagnani**

Consultora de Relações com Investidores

FIRB – Financial Investor Relations Brasil

Telefone: (55 11) 3897 6405

e-mail: [ligia.montagnani@firb.com](mailto:ligia.montagnani@firb.com)