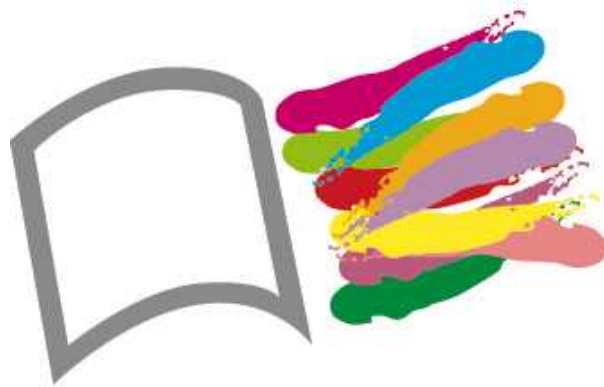


Saraiva



90 ANOS

Apresentação para Investidores

Apresentação:

Sr. João Luís Ramos Hopp

Diretor Financeiro e de
Relações com Investidores

BRAZIL SMALL CAPS CONFERENCE

 **fator** corretora

16/06/2004

Visão Geral

Editora Saraiva

Livraria Saraiva

Comentários Finais

Saraiva S/A Livreiros Editores - "Editora"

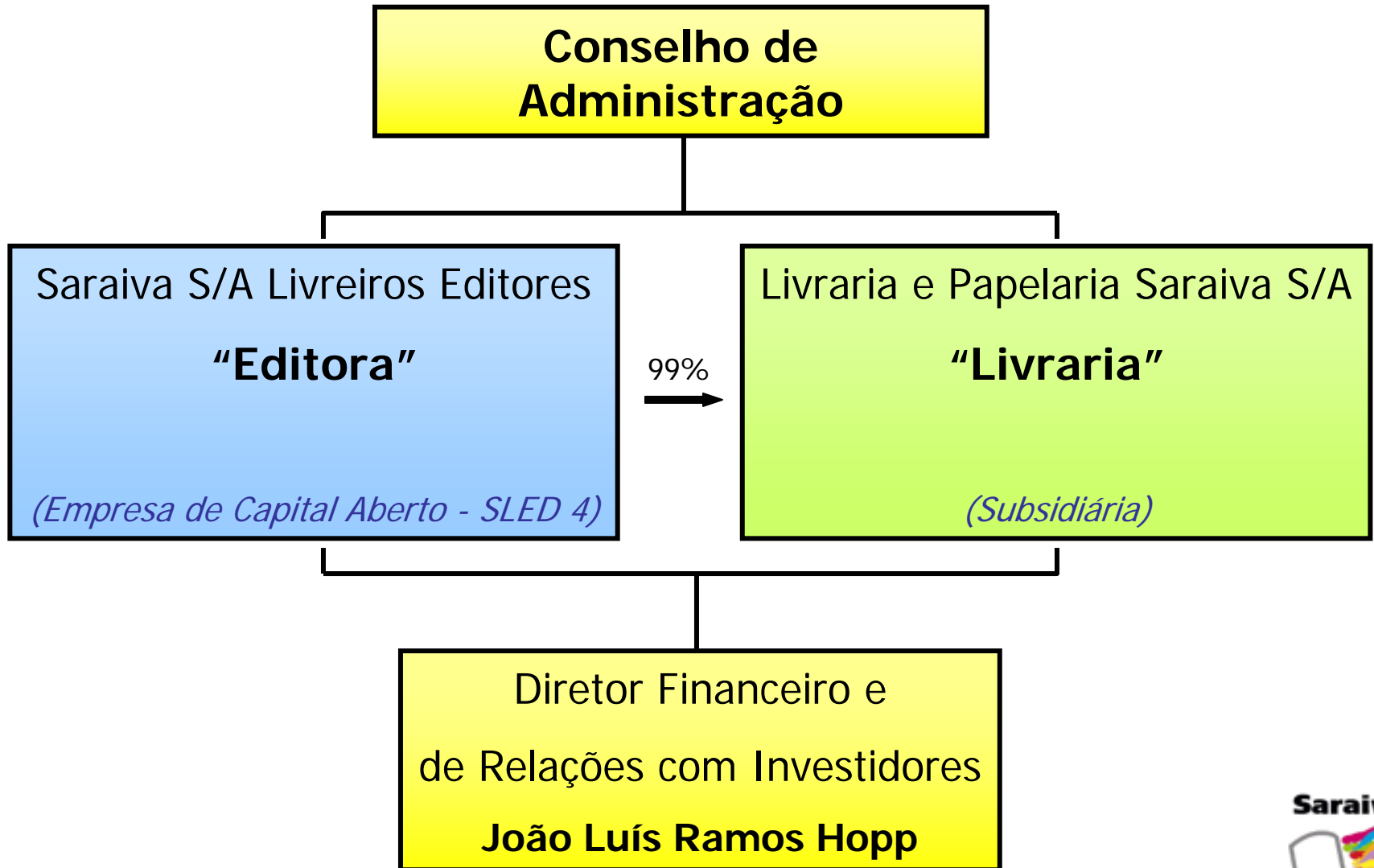
- ✓ Forte geração de caixa - ROE: 42% em 2003
- ✓ Líder no mercado de Livros Jurídicos
- ✓ Terceira no mercado de Livros Didáticos
- ✓ Edita e comercializa conteúdo proprietário
- ✓ Linha Editorial de Economia e Administração: grandes sinergias com a Linha Editorial Jurídica
- ✓ Empresa de capital aberto e controladora da Livraria Saraiva

Livraria e Papelaria Saraiva S/A - "Livraria"

- ✓ Maior rede de livrarias do Brasil
 - ◆ 32 lojas: 14 Mega Stores e 18 lojas Tradicionais
- ✓ Pioneira no conceito "Mega Store"
- ✓ Varejo de livros, CD´s, DVD´s, artigos de papelaria, software e periódicos
- ✓ Saraiva.com.br (operações "on-line")
 - ◆ Maior varejista on-line de livros no Brasil
 - ◆ Modelo "Clicks and Mortar"

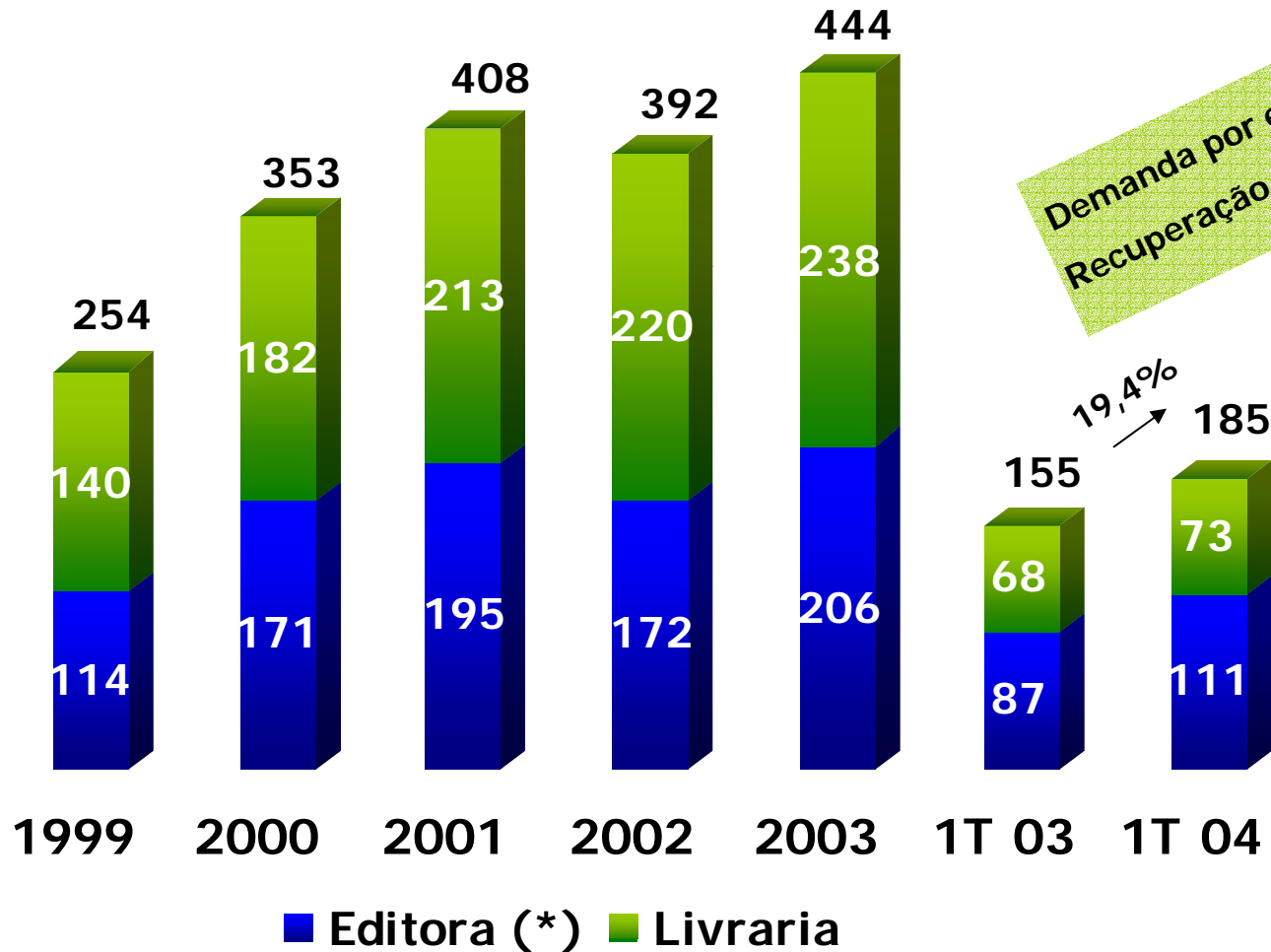
Visão Geral - Organograma Operacional

5



Faturamento Bruto Consolidado (R\$ Milhões)

CAGR 15,0% a.a. (1999 - 2003)

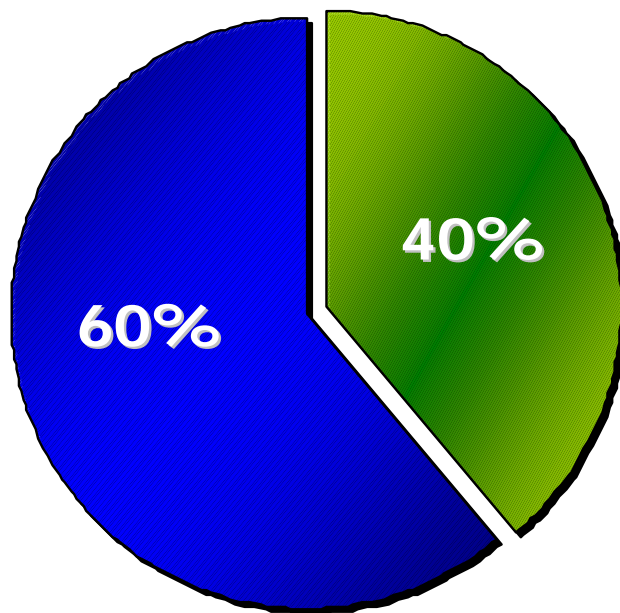


(*) Faturamento Editora: já exclui vendas para Livraria Saraiva.

Highlights: "Consolidado Saraiva 1º Trimestre 2004"

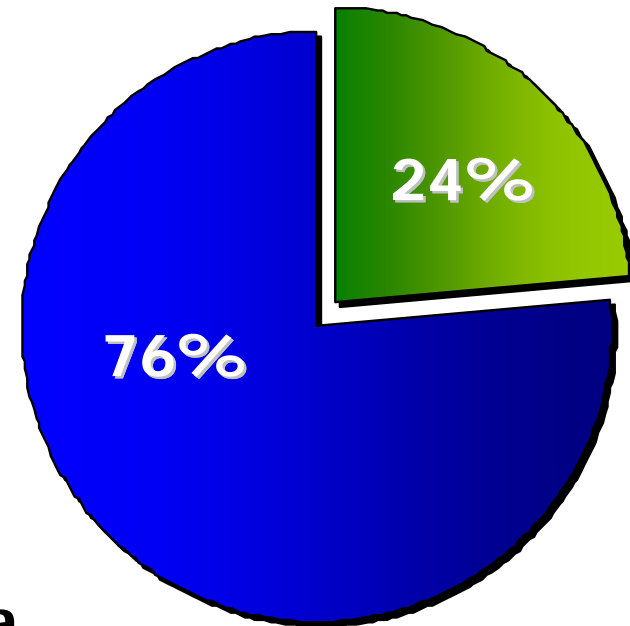
Faturamento

R\$ 184,6 Milhões



Lucro Bruto

R\$ 99,6 Milhões

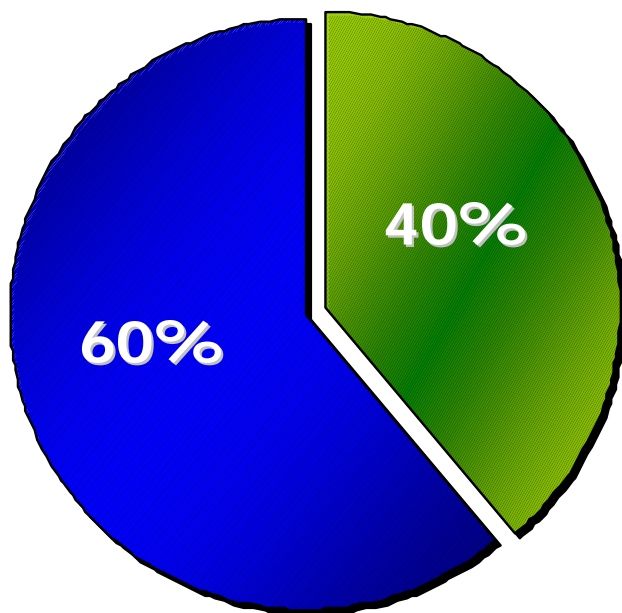


■ Editora
■ Livraria

Highlights: "Consolidado Saraiva 1º Trimestre 2004"

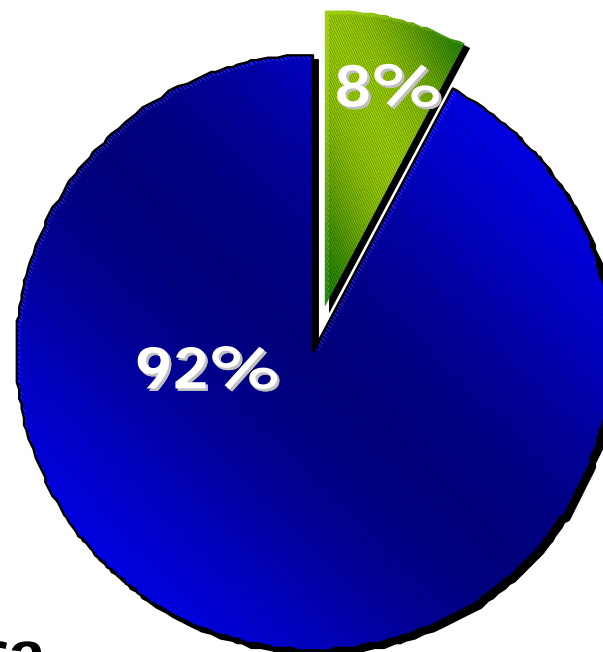
Faturamento

R\$ 184,6 Milhões



EBITDA

R\$ 47,2 Milhões

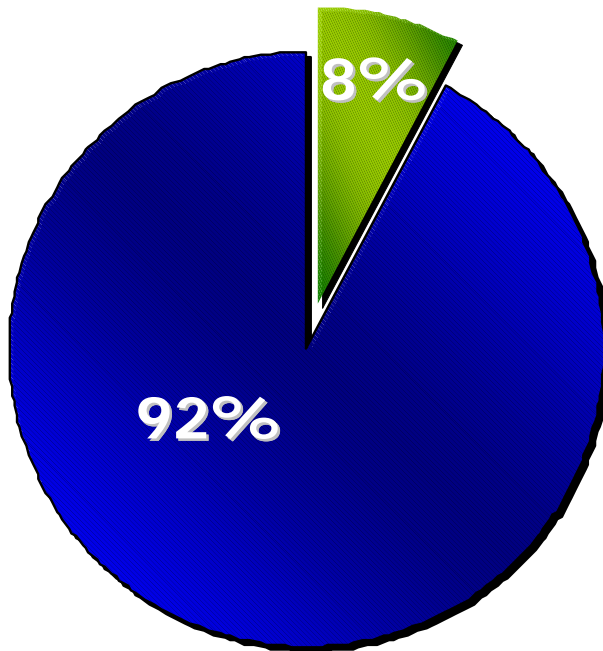


■ Editora
■ Livraria

Highlights: "Consolidado Saraiva 1º Trimestre 2004"

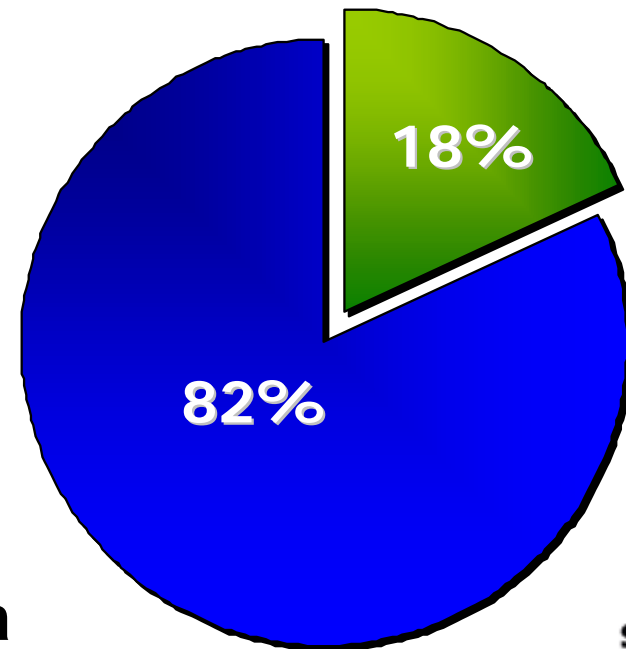
EBITDA

R\$ 47,2 Milhões



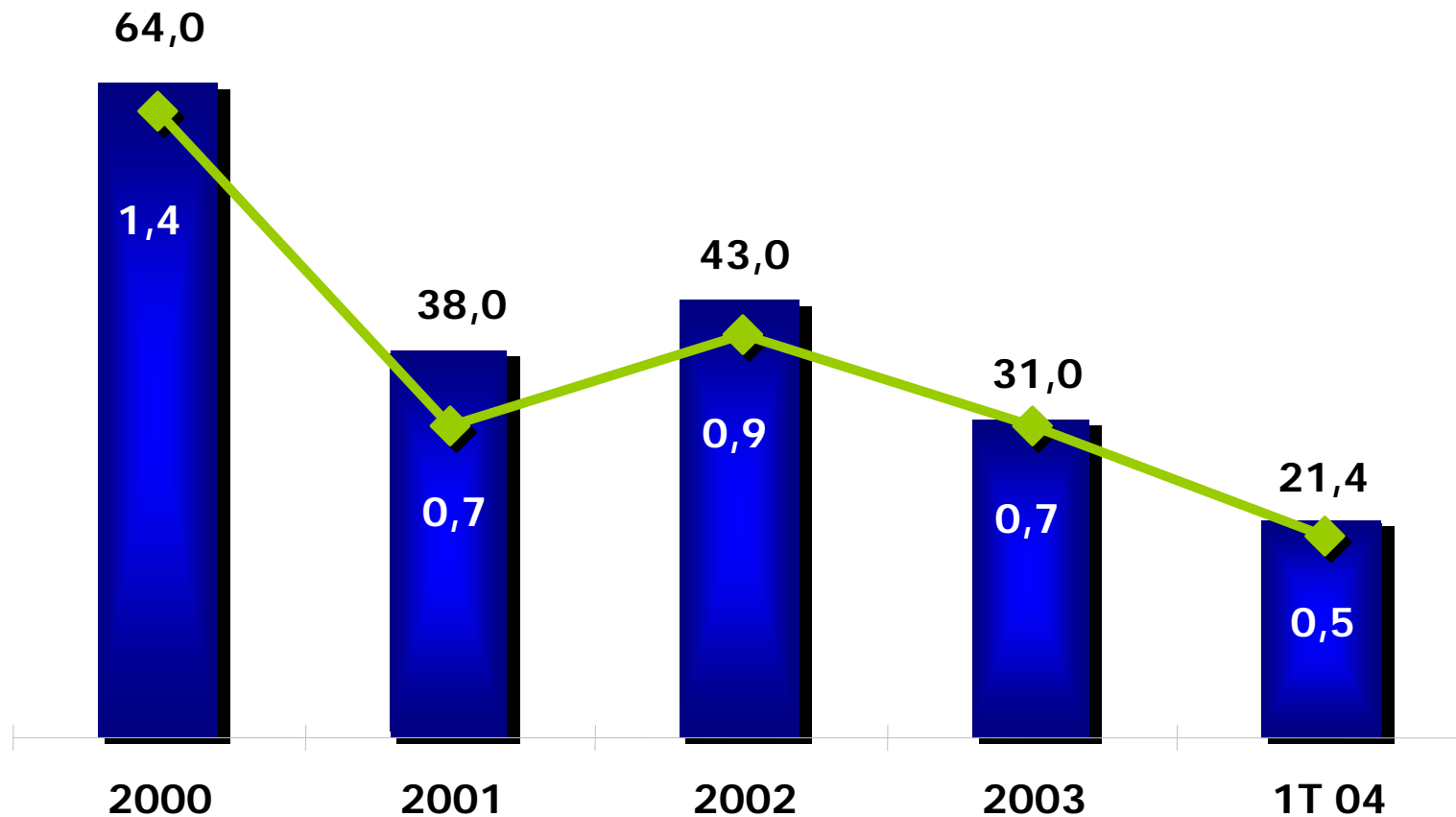
Capex

R\$ 2,1 Milhões



■ Editora
■ Livraria

Dívida Líquida x EBITDA



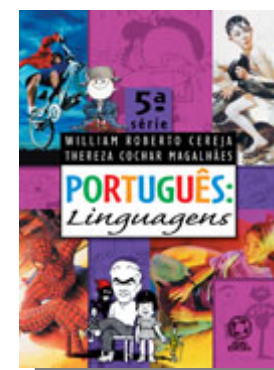
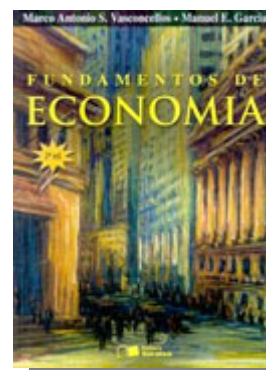
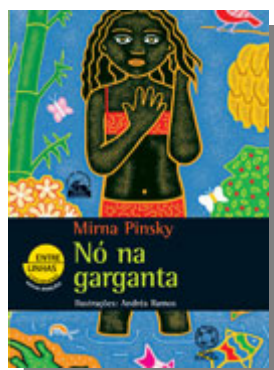
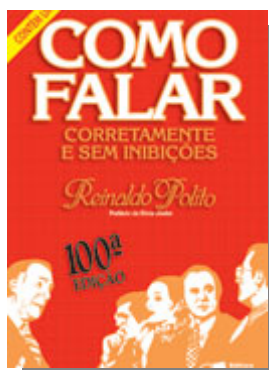
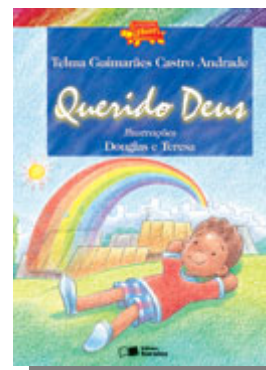
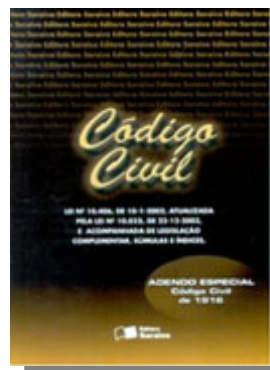
■ Dívida Líquida (R\$ Milhões) —◆— Dívida Líquida/EBITDA

Visão Geral

Editora Saraiva

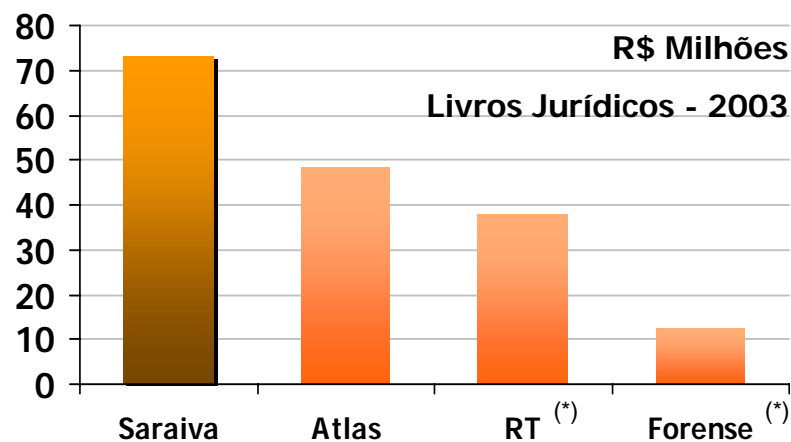
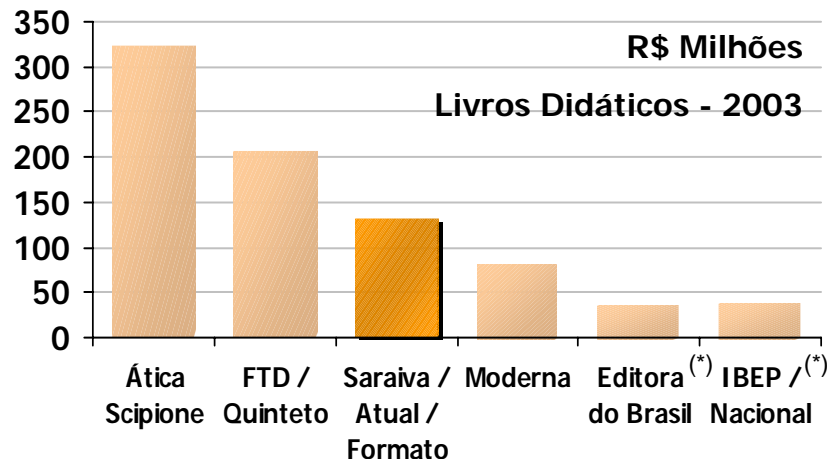
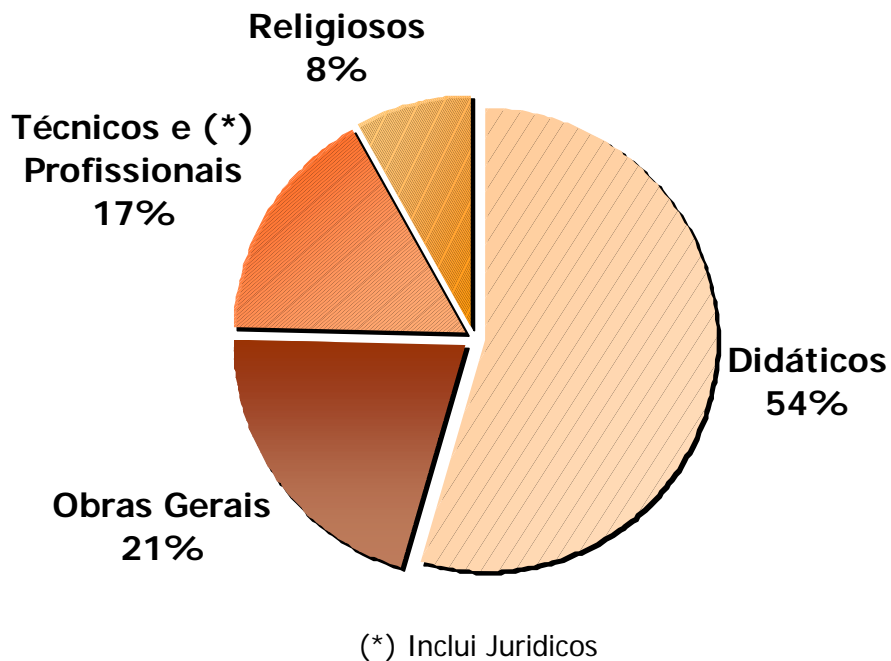
Livraria Saraiva

Comentários Finais



Mercado Editorial no Brasil

Faturamento Bruto
R\$ 1,65 Bilhão (2003)



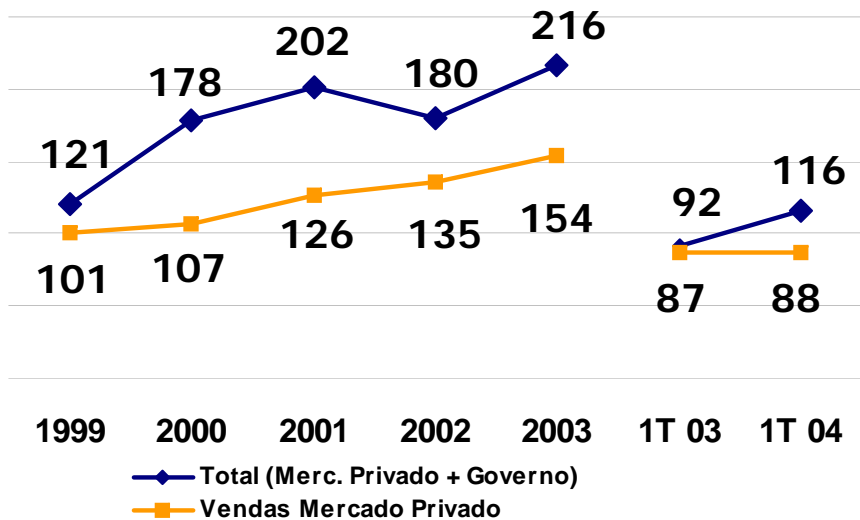
(*) Faturamento em 2002

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

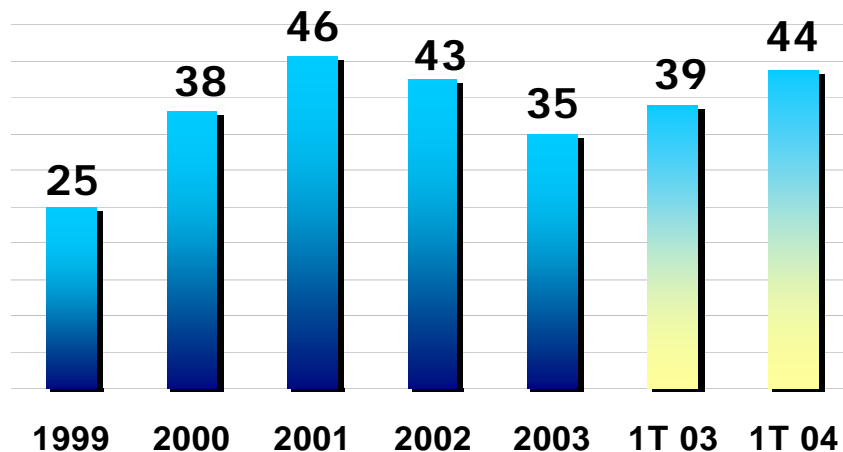


Dados Financeiros

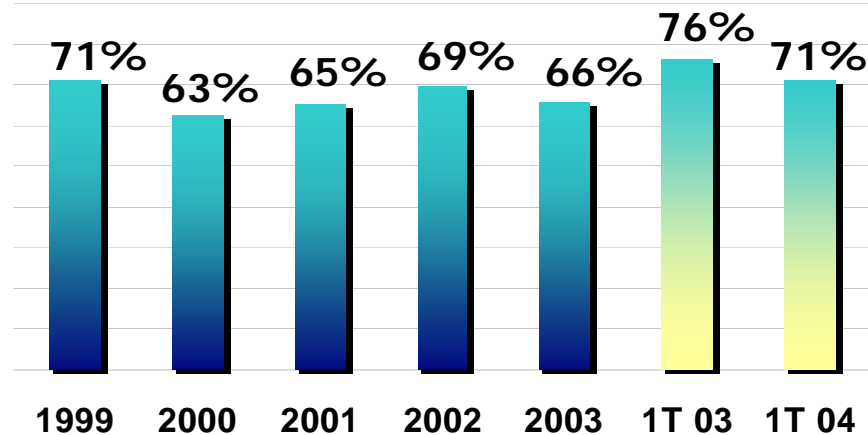
Faturamento (R\$ Milhões)



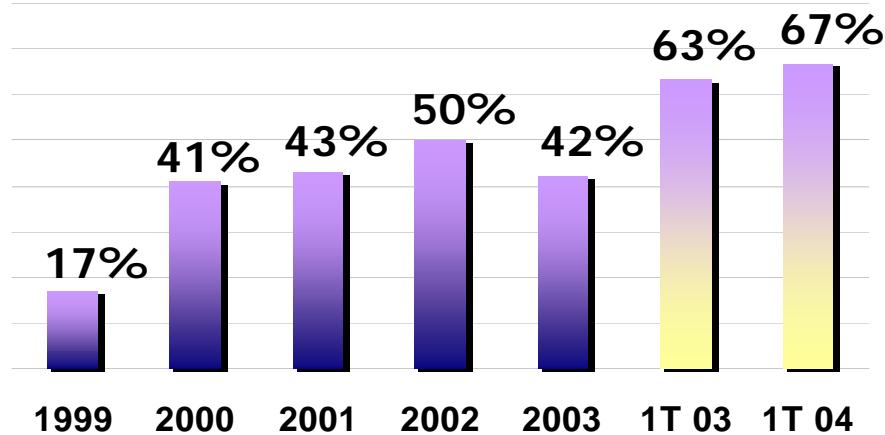
EBITDA (R\$ Milhões)



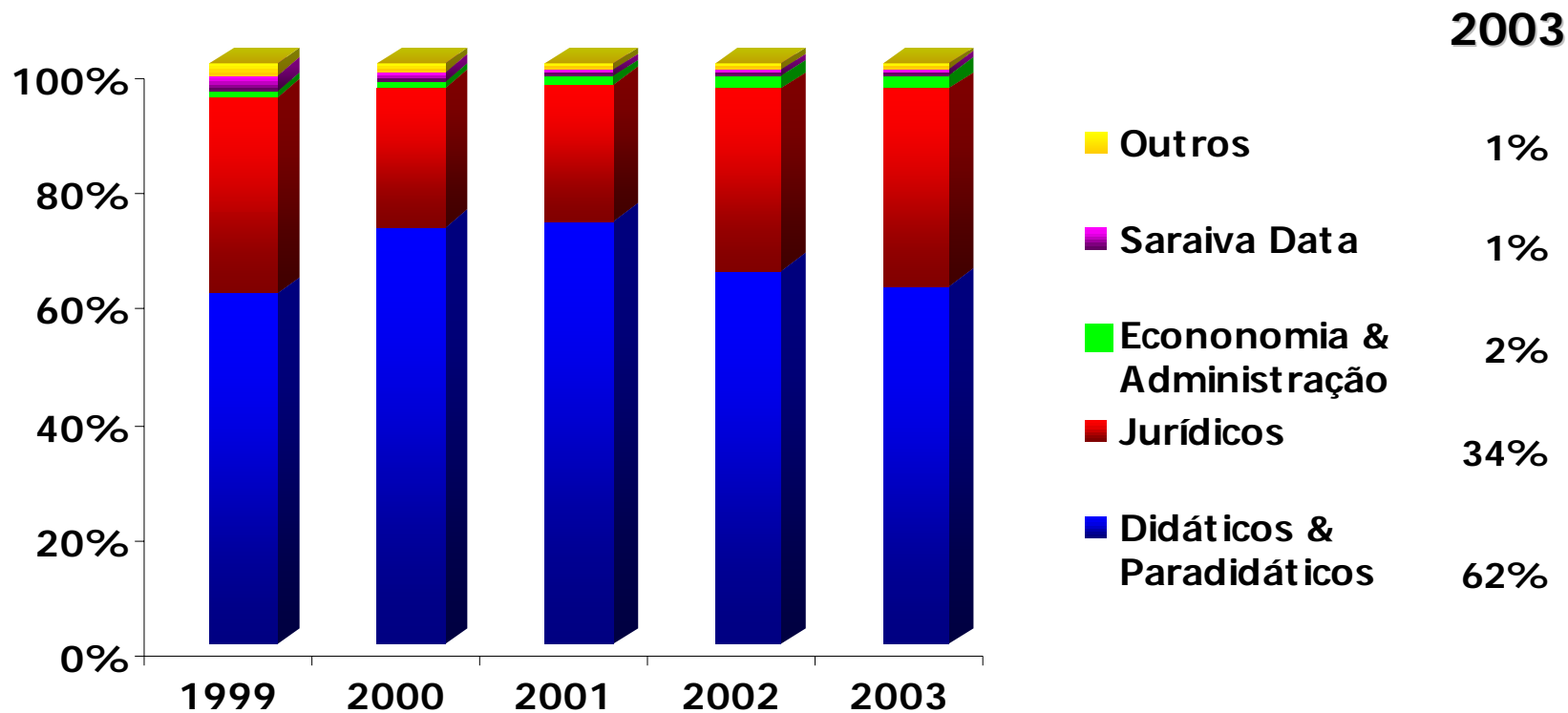
Margem Bruta (%)



ROE (%)



Mix de Produtos

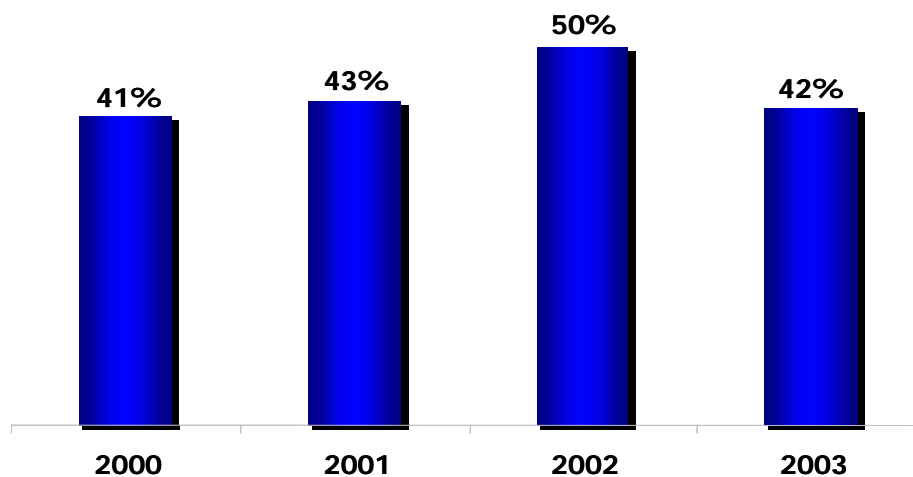


Fonte: Editora Saraiva (2003)

Editora Saraiva

	1T 04	1T 03	Var.
Receita Bruta	115,7	92,0	25,8%
Lucro Bruto	76,1	67,0	13,6%
EBITDA	43,6	38,7	12,5%
Lucro Líquido ⁽¹⁾	25,3	23,4	8,1%
Patrimônio Líquido ⁽²⁾	70,9	72,8	-2,6%
ROE (%)	66,7%	63,1%	

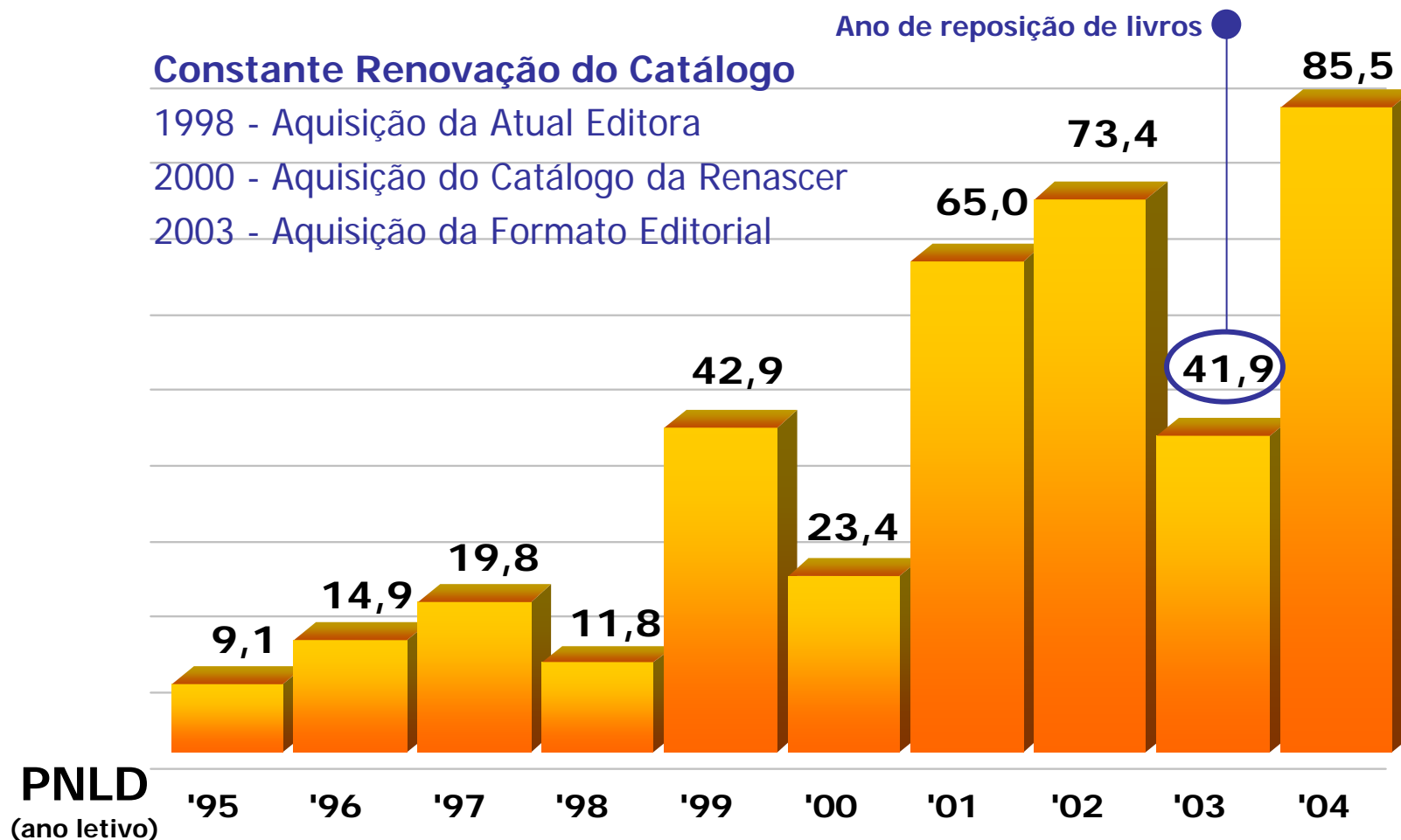
ROE do Ano Fiscal



⁽¹⁾ Lucro Líquido (-) Equivalência Patrimonial Livraria

⁽²⁾ Patrimônio Líquido (-) Investimento da Editora na Livraria

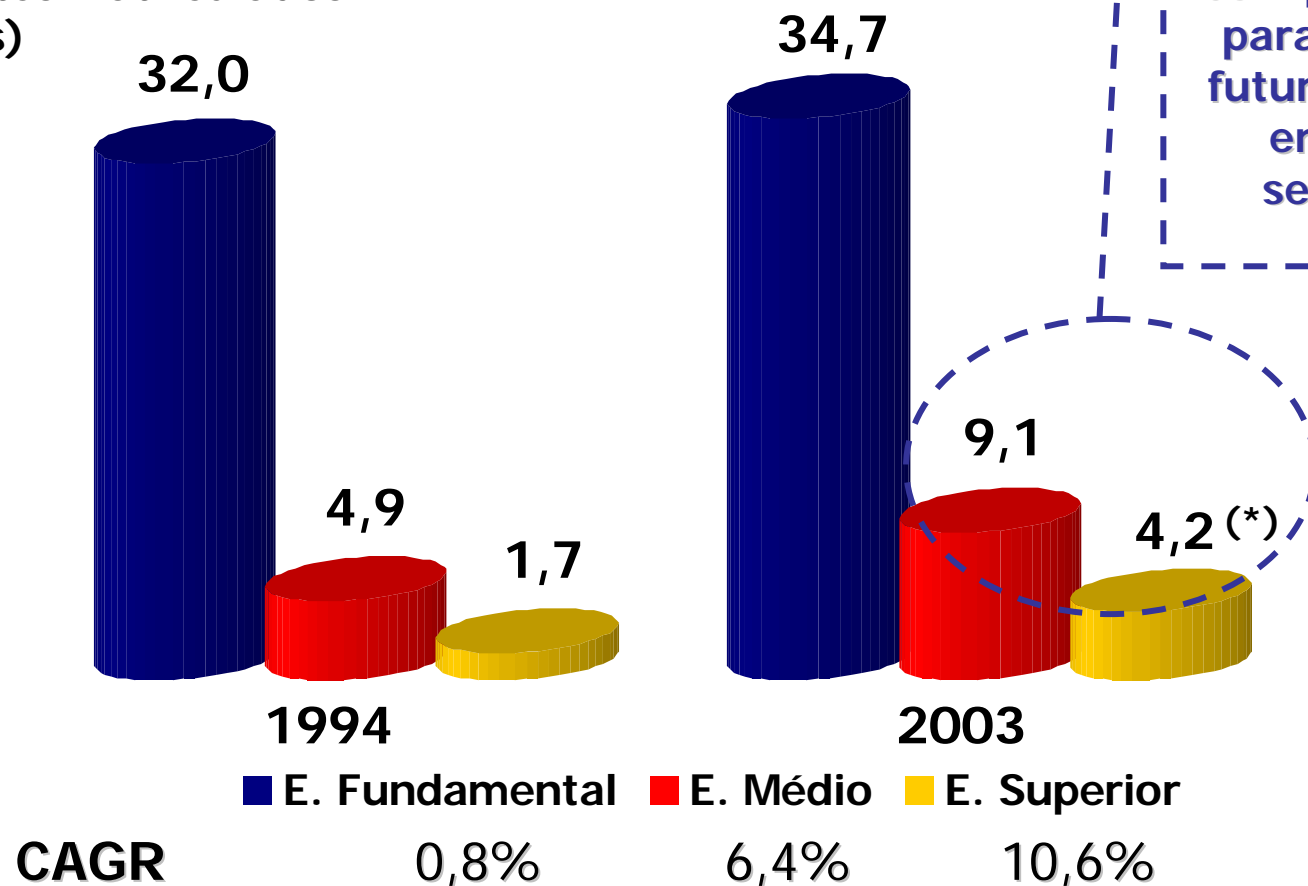
Crescimento considerável na venda de livros didáticos ao Governo (R\$ Milhões)



(*) PNLD - Programa Nacional do Livro Didático
Fonte: Saraiva

Ensino Médio e Ensino Superior – Grande Potencial

Estudantes Matriculados
(milhões)



SARAIVA está bem posicionada para atender a futura demanda em ambos segmentos

(*) 2002

Fontes: Inep; MEC

Dados Financeiros

- ✓ Possíveis compras governamentais a partir de 2005
 - ◆ Projeto piloto acontecerá em 2004
(PNLEM - Programa Nacional do Livro para o Ensino Médio)
- ✓ Grande potencial de mercado:
 - ◆ 7,9 milhões de estudantes matriculados no Ensino Médio ⁽¹⁾
- ✓ Saraiva: catálogo bem posicionado = grande potencial

35 milhões de livros PNLEM 2005, compra 1ª série do Ensino Médio
27 milhões de livros PNLEM 2006, compra 2ª série do Ensino Médio + reposição
23 milhões de livros PNLEM 2007, compra 3ª série do Ensino Médio + reposição

85 milhões de livros nos próximos 3 anos

R\$ 749 milhões (total de compras governamentais estimadas) ⁽²⁾

(1) Fonte: Censo escolar 2003 / INEP (rede pública, municipal e federal)

(2) Programa em fase de estudo, ainda não há comprometimento efetivo do Governo Federal

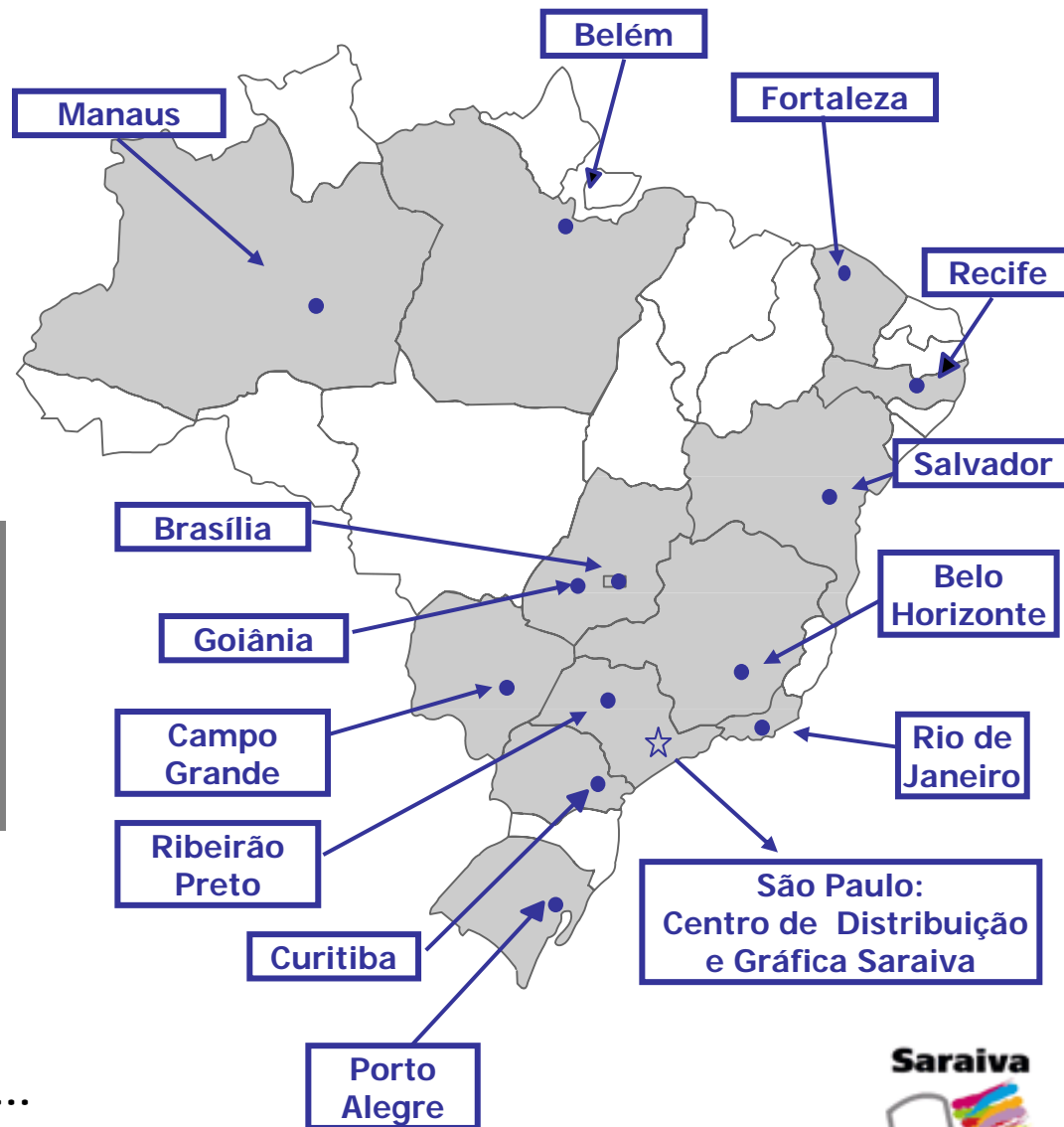
Vantagens Competitivas

- ✓ Conteúdo proprietário criando grandes barreiras para novos concorrentes
- ✓ Forte estrutura de distribuição (13 filiais)
- ✓ Empresa renomada (início das atividades editoriais em 1917)
 - ◆ Forte relacionamento com professores e profissionais
- ✓ Excelente relacionamento com autores
- ✓ Acesso a capitais (dívidas & mercado acionário)
 - ◆ Empresa aberta
- ✓ Administração profissional

Vantagens Competitivas



- ✓ Adoção de livros no Brasil é decidida pelos professores
- ✓ Operação gráfica: não é o "core business", mas cria valor...



Mercado Editorial

- ✓ Internet, novas tecnologias: grandes oportunidades
 - ◆ Reconhecimento do valor do conteúdo proprietário
- ✓ Consenso que a Educação é prioridade no Brasil
 - ◆ Crescimento da indústria acima do crescimento populacional
 - ◆ Primeira "onda": aumento do acesso à escola
 - ◆ Segunda "onda": aumento da qualidade da Educação

Editora Saraiva

- ✓ Vendas Governo:
 - ◆ “Compra completa” de livros didáticos para o Ensino Fundamental – 5^a a 8^a série
 - ◆ 21% de participação no total das coleções aprovadas pelo MEC
- ✓ Projeto Piloto: aquisição de livros para o ensino médio⁽¹⁾

⁽¹⁾ Programa em fase de estudo, ainda não há comprometimento efetivo do Governo Federal.

- ✓ Negócio com forte geração de caixa
 - ◆ Menor volatilidade durante ciclos econômicos adversos
- ✓ Oportunidades de mercado:
 - ◆ PNLEM
 - ◆ Aquisições / Alianças estratégicas
- ✓ Crescimento na demanda por educação
- ✓ Perspectivas de aumento da renda favorecem também o mercado privado: linhas de livros jurídicos, administração e economia

Visão Geral

Editora Saraiva

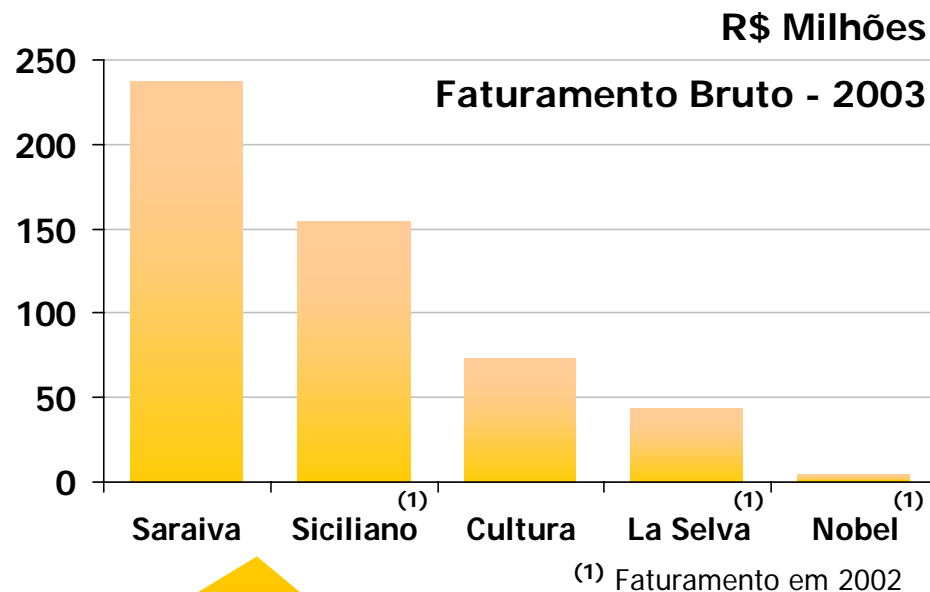
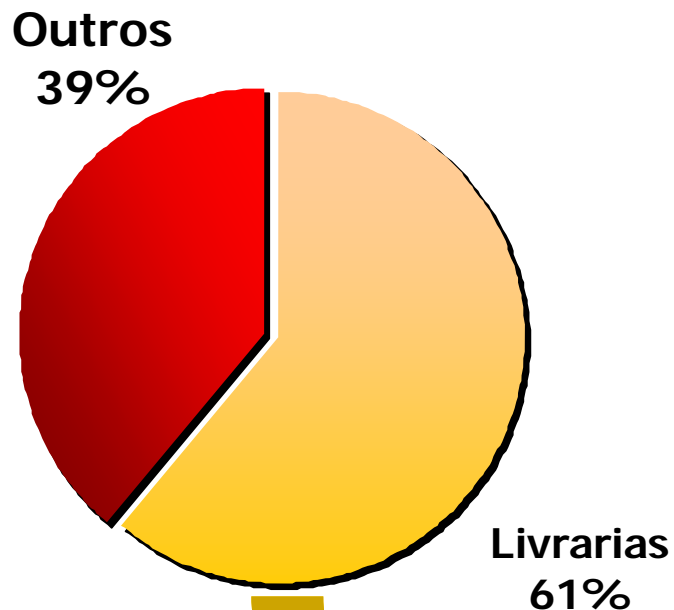
Livraria Saraiva

Comentários Finais



Mercado Livreiro no Brasil

Faturamento do mercado de livros - R\$ 2,36 Bilhões (2003)
61% pelas livrarias - R\$ 1,44 Bilhão (2003)



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

Cenário Nacional 2003

Desaquecimento da demanda interna

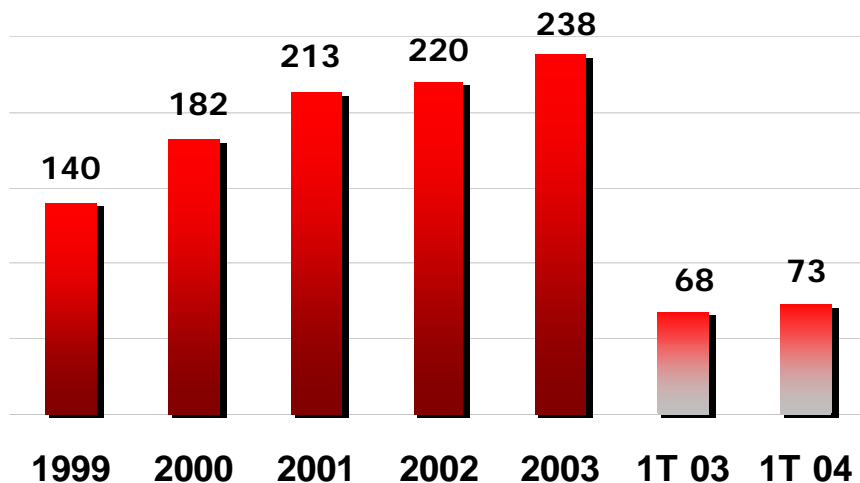
Recuo de 0,2% do PIB

- ✓ Perda do poder aquisitivo ⁽¹⁾
 - ◆ dez-03/dez-02: -12,5%
 - ◆ queda de 4% das vendas no varejo ⁽¹⁾
- ✓ Elevado índice de desemprego ⁽¹⁾
 - ◆ média 2003: 12,3% - média 2002: 11,7%
- ✓ Taxa básica de juros ainda elevada:
 - ◆ 16,5% a.a. (dez-03)

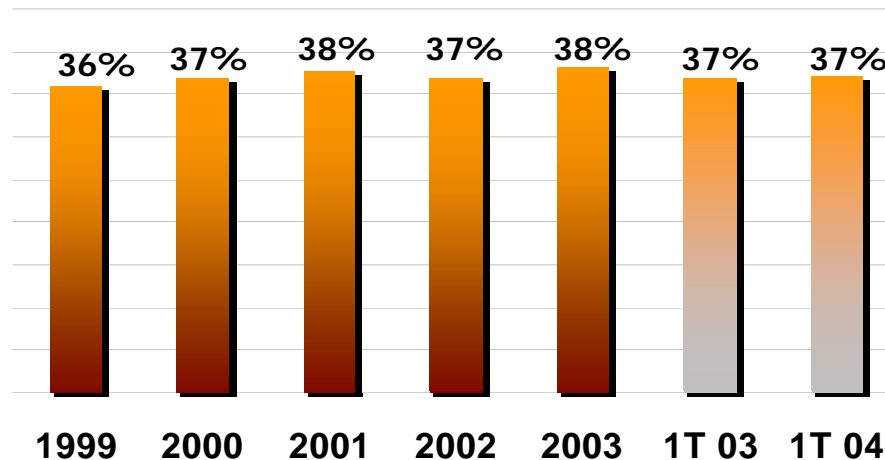
(1) Fonte: IBGE

Dados Financeiros

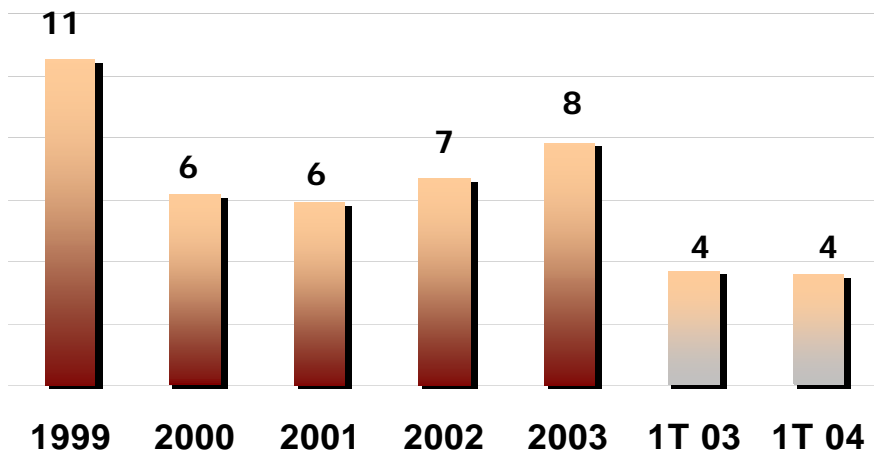
Faturamento (R\$ Milhões)



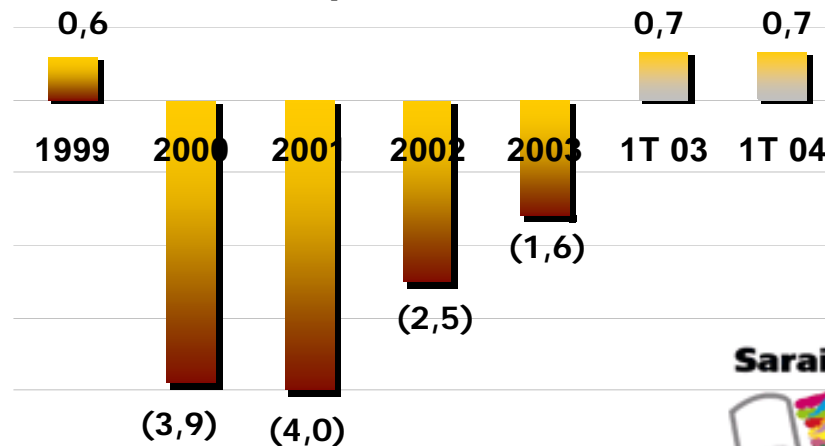
Margem Bruta (%)



EBITDA (R\$ Milhões)

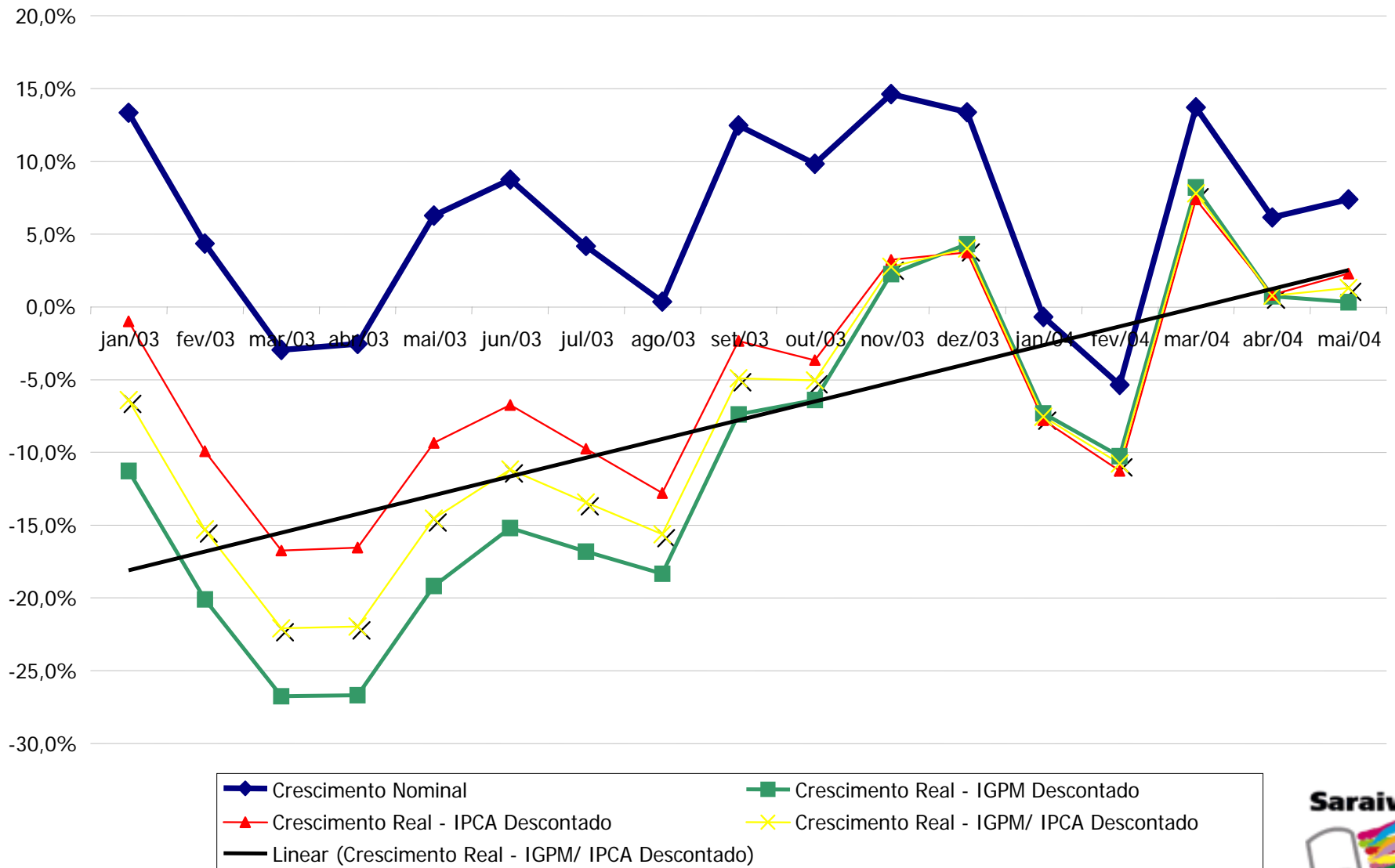


Lucro Líquido (R\$ Milhões)

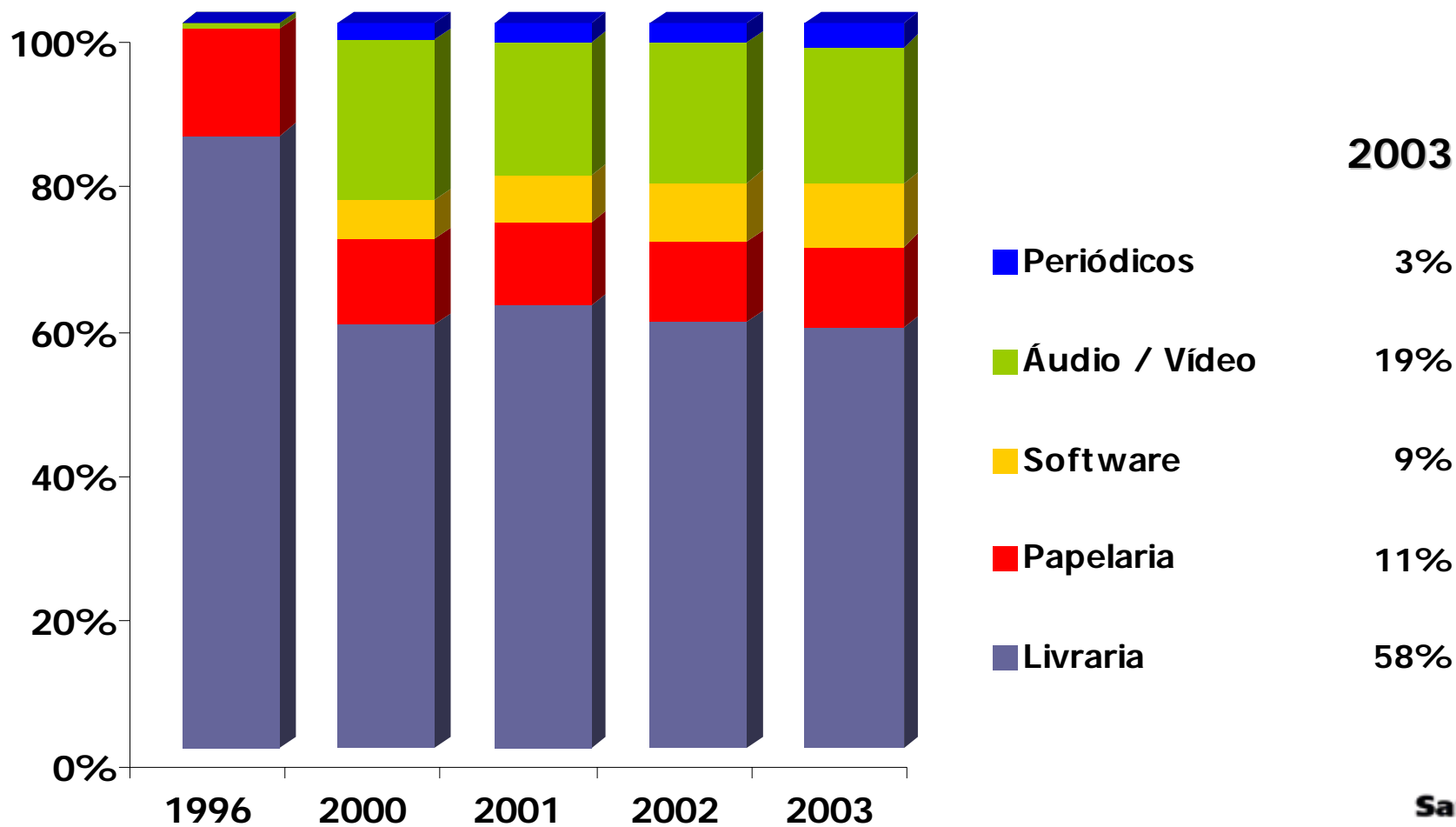


Livraria Saraiva - Desempenho Lojas Comparáveis

28



Mix de Produtos

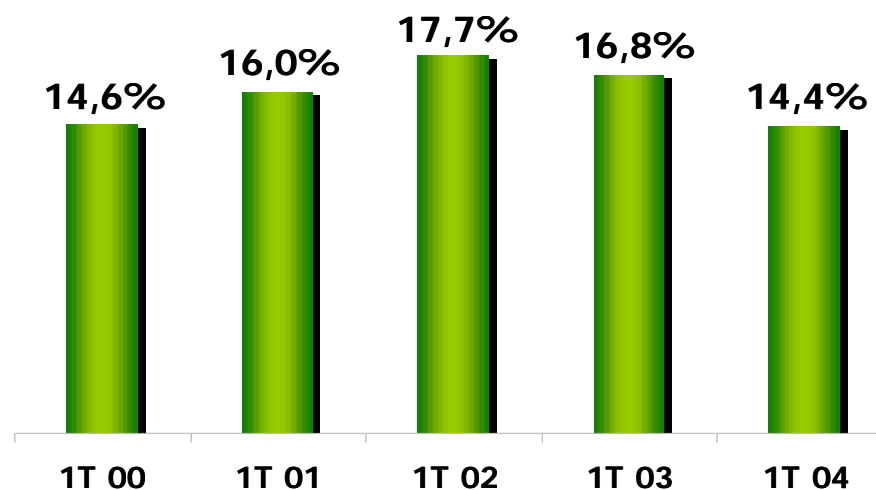


Fonte: Livraria Saraiva (2003)

Livraria Saraiva

	1T 04	1T 03	Var.
Receita Bruta	73,3	67,7	8,3%
EBITDA	3,6	3,7	-2,5%
Lucro Líquido	0,7	0,7	-0,6%
Patrimônio Líquido	50,1	51,7	-3,0%
Capital de Giro Empregado Médio ⁽¹⁾	35,1	37,6	-6,7%
% Capital de Giro/Venda Bruta ⁽²⁾	14,4%	16,8%	

Capital de Giro ⁽¹⁾ (%) sobre Venda Bruta ⁽²⁾



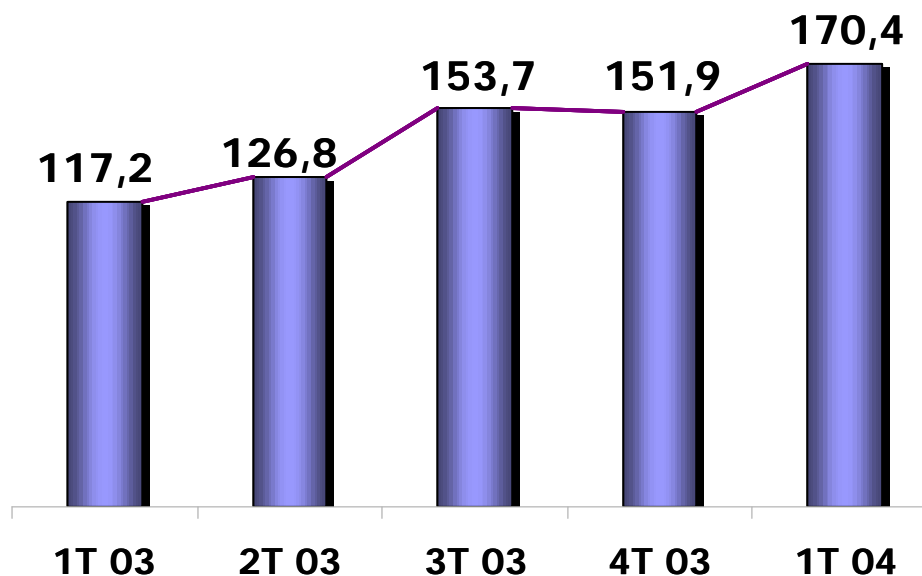
⁽¹⁾ Estoques (+) Clientes (-) Fornecedores

⁽²⁾ Venda Bruta acumulada nos últimos 12 meses

Saraiva.com

	1T 04	1T 03	Var.
Receita Bruta (R\$ Milhões)	13,8	8,9	55,6%
EBITDA (R\$ Milhões)	0,8	0,0	n.d.
Clientes Atendidos (Mil)	170,4	117,2	45,4%
Base de Clientes (Mil)	1.142,5	777,2	47,0%
% sobre total da Receita Bruta Livraria	18,9%	13,1%	43,7%
Ticket Médio (R\$)	81,09	75,76	7,0%

Clientes Atendidos



Relacionamento com as Lojas Físicas

- ✓ Escala de operações
- ✓ Reconhecimento da marca
- ✓ "Expertise" em logística e distribuição



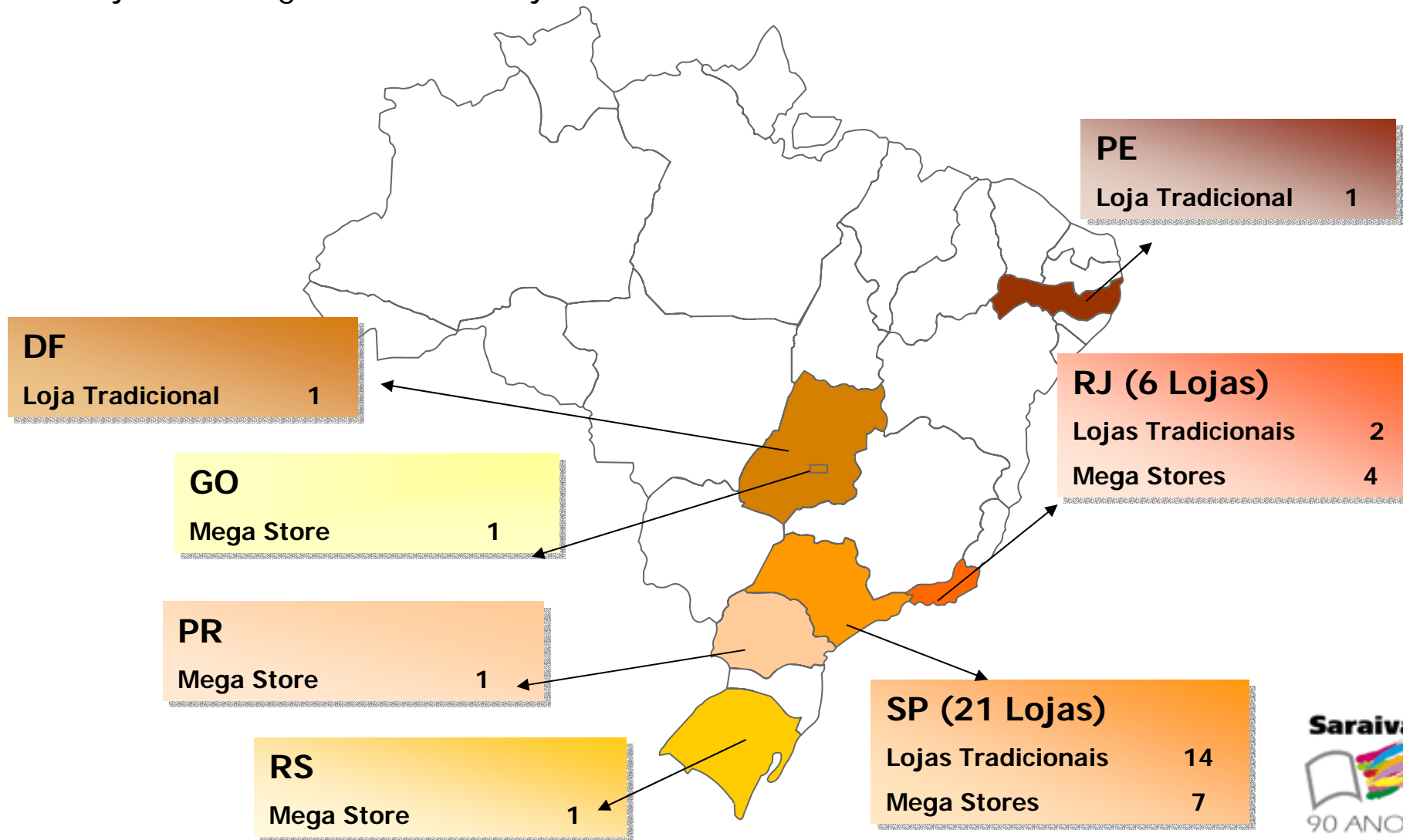
- ✓ Abrangência geográfica
- ✓ Prestação de serviços
- ✓ Perfil do consumidor

Livraria Saraiva – Vantagens Competitivas

- ✓ A maior rede de livrarias no Brasil, em termos de faturamento e área de vendas: escala de operações
 - ◆ Custos fixos diluídos
 - ◆ Aumento no poder de barganha junto aos fornecedores
- ✓ “First mover”, localização estratégica das lojas
- ✓ Forte marca: 20 milhões de visitas / ano
- ✓ Privilegiada posição para expansão
 - ◆ Gastos menores para implantação das lojas
- ✓ Internet: grande sinergia com operações físicas
 - ◆ Não há grandes atacadistas de livros no Brasil

Localização Geográfica

32 Lojas - 14 Mega Stores e 18 Lojas Tradicionais



Livraria Saraiva

Livrarias Físicas (rede de lojas):

- ✓ Expansão com baixo custo
- ✓ Bem posicionada para aproveitar retomada do crescimento econômico

Saraiva.com:

- ✓ 2004: perspectiva de lucro líquido

- ✓ **Novos canais de vendas**
 - ◆ Internet: modelo “Clicks & Mortar” agrega mais valor aos acionistas
- ✓ **Serviço diferenciado e focado na “experiência de compra”**
 - ◆ Completo mix de produtos
 - ◆ Constante inovação
- ✓ **Recuperação econômica alavanca resultados**
 - ◆ Alta correlação com o poder aquisitivo

Visão Geral

Editora Saraiva

Livraria Saraiva

Comentários Finais



- ✓ Programa “Empresa que Educa” - SENAC
- ✓ Telecurso
- ✓ Campanha de Doação de Sangue
- ✓ Natal Solidário



- ✓ Primeira empresa no Brasil a garantir “tag along” em seus estatutos - março 2000
- ✓ Estatuto determina a distribuição do caixa que exceder 25% dos ativos totais caso isso ocorra por quatro trimestres consecutivos
- ✓ ANIMEC: “Companhia Aberta de 2000”
- ✓ Programa de recompra de ações
 - ◆ Desde set./2002 a mar./2003 recomparamos 1,43% do total das ações
- ✓ Representante dos não controladores no Conselho de Administração
- ✓ ADR nível 1
- ✓ GVA: Geração de Valor ao Acionista, implantação em 2004

- ✓ Sólidas perspectivas de crescimento
- ✓ Excelente posicionamento
- ✓ Mercado de Capitais tem importância estratégica
- ✓ Boas relações com acionistas minoritários:
“Governança Corporativa”

Esta apresentação contém informações futuras. Tais informações não envolvem apenas fatos históricos, mas refletem as metas e expectativas da direção da Saraiva. As palavras “antecipa”, “deseja”, “espera”, “prevê”, “pretende”, “planeja”, “prediz”, “projeta”, “almeja” e similares, escritas e/ou proferidas, pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos.

Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e produtos, aceitação dos produtos no mercado, comportamento dos competidores, aprovação regulamentar, tipo e flutuação de moedas, regularidade no fornecimento de matérias-primas e operação, dentre outros. Esta apresentação está atualizada até 31 de março de 2004 e a Saraiva não se obriga a atualizá-la mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.

A Saraiva não se responsabiliza por operações ou decisões de investimento tomadas com base nas informações contidas nesta apresentação.

João Luís Ramos Hopp

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Telefone: (55 11) 3613 3263

e-mail: jlhopp@editorasaraiva.com.br

Mauricio Fanganiello

Gerente Planejamento e Controle

Telefone: (55 11) 3613 3302

e-mail: mpfanganiello@editorasaraiva.com.br

Site de Relações com Investidores: <http://sf.editorasaraiva.com.br>

Ligia Montagnani

Thomson Financial Services

Telefone: (55 11) 3897 6405

e-mail: ligia.montagnani@thomsonir.com.br