



Apresentação Saraiva 3T06

21 de novembro de 2006



Visão Geral e Desempenho Consolidado

Editora Saraiva

Livraria Saraiva

Perspectivas

Governança Corporativa & Mercado de Capitais

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
 - ♦ 30 lojas: 15 *mega stores* e 15 lojas tradicionais
- ✓ **Pioneira** no conceito *mega store* 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 Setembro 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 Setembro de 2006
- ✓ Operação integrada às lojas físicas
- ✓ Mix de produto ampliado

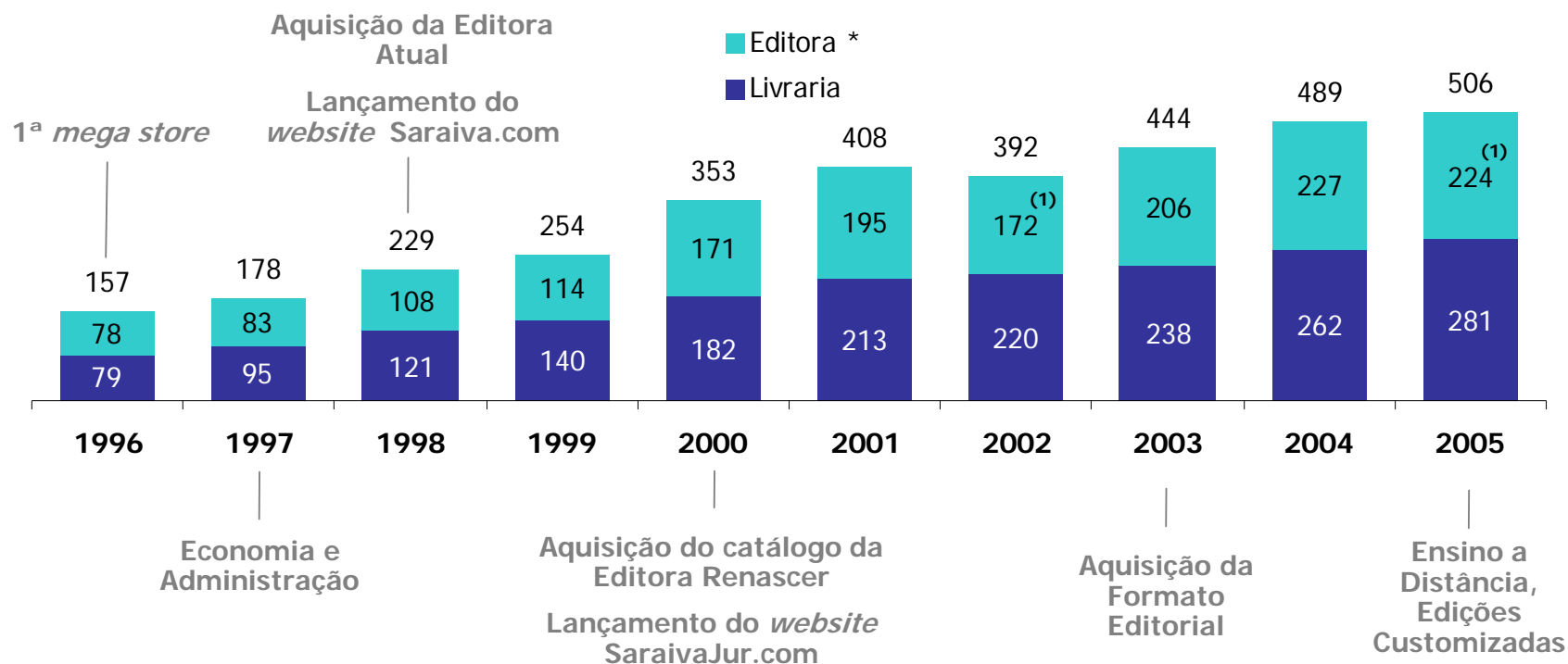


Histórico de Sucesso e Crescimento Constante 4

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

Faturamento Bruto Consolidado (R\$ milhões)

CAGR 13,9% a.a (1996-2005)



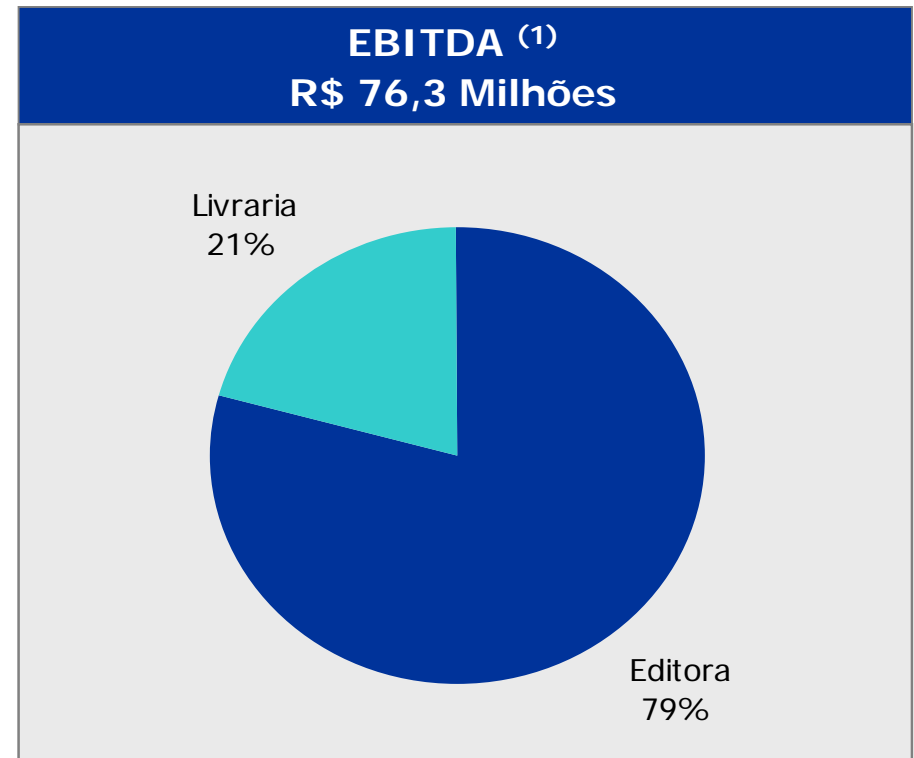
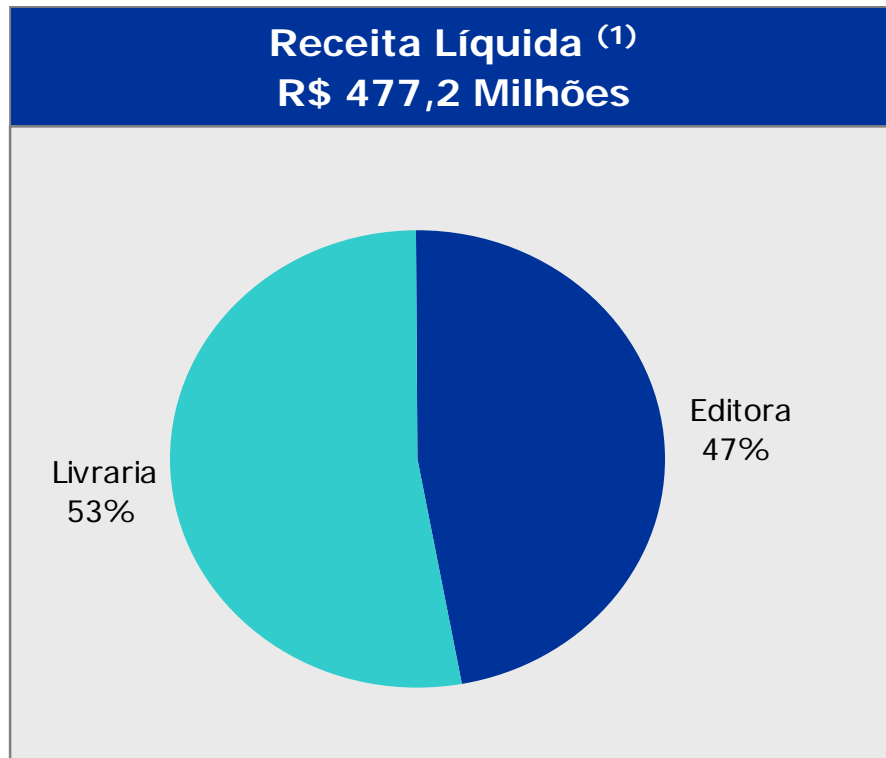
* Faturamento Editora: já exclui vendas para a Livraria Saraiva

⁽¹⁾ Menores compras governamentais – Anos de reposição

Breakdown Saraiva – 2005

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).



⁽¹⁾ Consolidado 2005

Desempenho Consolidado

6

Destaques do Resultado

(R\$ Milhões)	3T05	3T06	Var.	9M05	9M06	Var.
Receita Bruta Consolidada	82,2	101,8	23,9%	339,3	397,3	17,1%
<i>Receita Bruta Livraria</i>	<i>61,9</i>	<i>79,8</i>	<i>28,9%</i>	<i>193,8</i>	<i>251,0</i>	<i>29,5%</i>
<i>Receita Bruta Editora</i>	<i>20,3</i> ⁽¹⁾	<i>22,0</i> ⁽¹⁾	<i>8,8%</i>	<i>145,5</i> ⁽¹⁾	<i>146,3</i> ⁽¹⁾	<i>0,6%</i>
Receita Líquida	76,3	93,7	22,9%	321,4	372,5	15,9%
Margem Bruta %	51,4%	45,4%	(6,0)pp	55,3%	53,3%	(2,0)pp
EBITDA Ajustado	(0,4)	(0,7) ⁽²⁾	61,9%	44,2	47,6 ⁽²⁾	7,7%
Margem EBITDA %	-0,6%	-0,8%	(0,2)pp	13,7%	12,8%	(0,9)pp
Lucro Líquido	(3,2)	(2,3)	-27,5%	19,8	23,2 ⁽³⁾	17,0%
Investimentos	2,8	1,2	-58,3%	4,8	2,9	-39,6%
Desp. Operac. / Receita Líquida %	56,5%	47,8%	(8,7)pp	44,9%	43,1%	(1,8)pp
PNLD / PNLEM	-	-	-	24,8	22,8	-8,2%

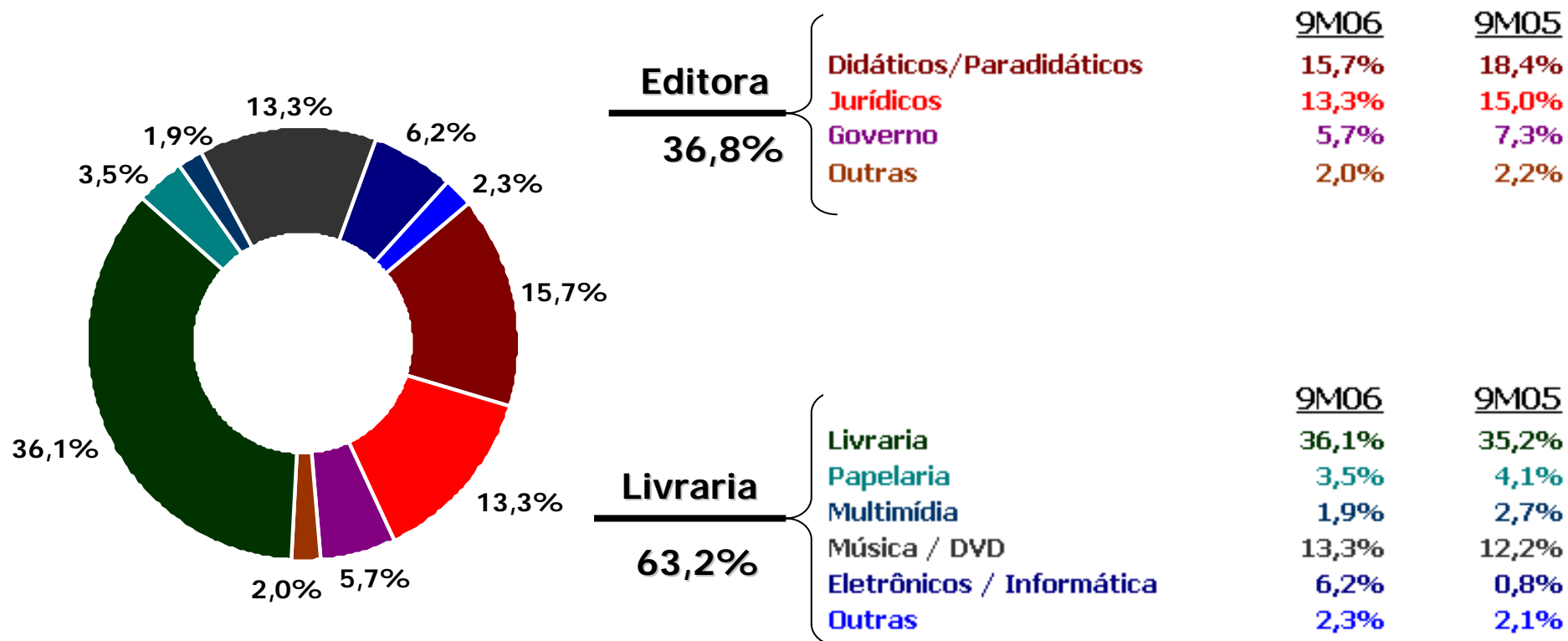
⁽¹⁾ Exclui venda entre empresas.

⁽²⁾ Inclui R\$ 0,5 MM de gastos com auditoria e advogados para processo de oferta pública de ações.
EBITDA ajustado: soma a provisão para resgate do bônus do "Saraiva Plus" (R\$ 1,6MM).

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

Desempenho Consolidado

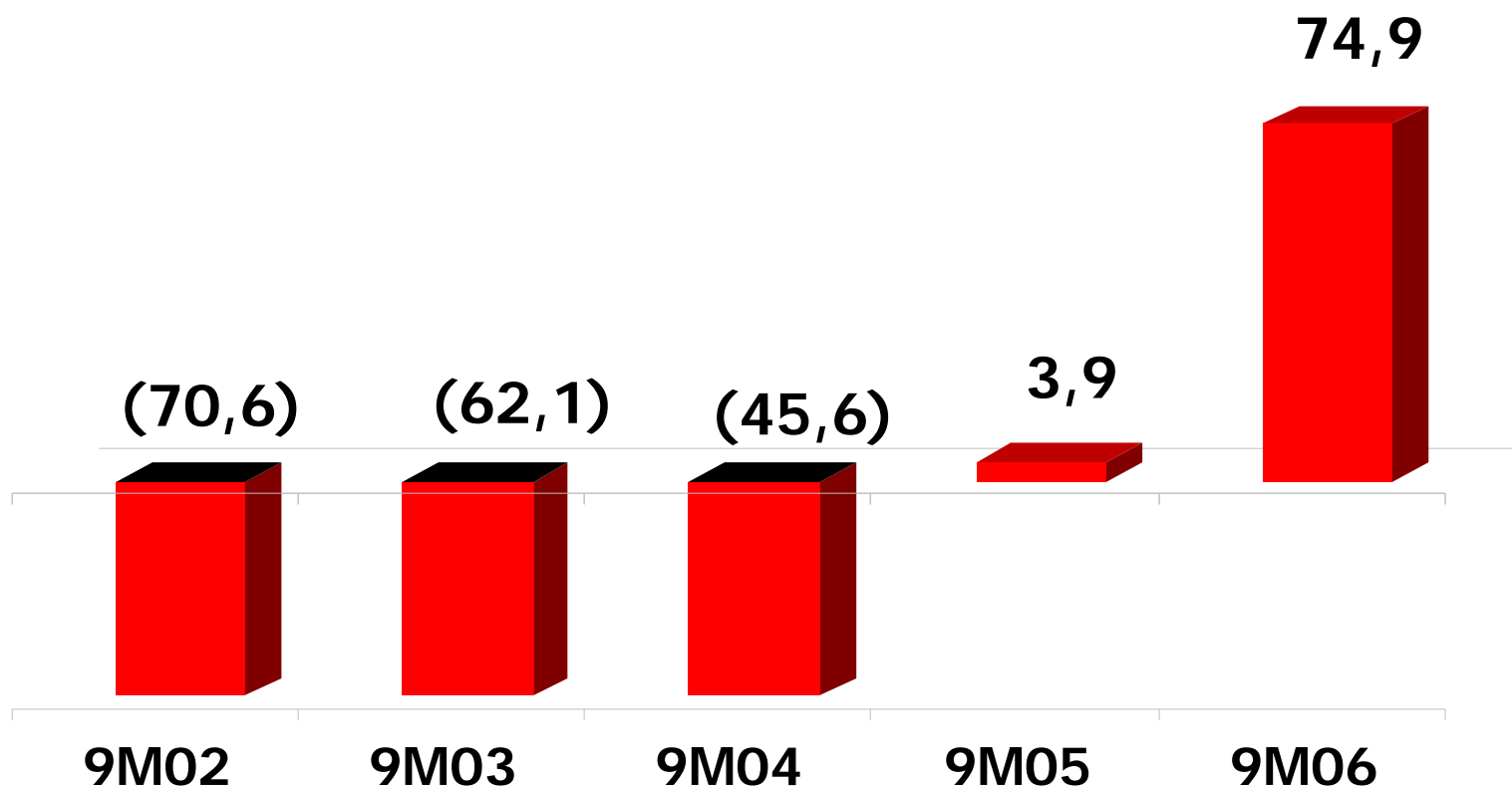
Mix de Receita – 9M06



Desempenho Consolidado

8

Posição Líquida de Caixa ⁽¹⁾ (R\$ milhões)



⁽¹⁾ Posição Líquida de Caixa = Disponibilidades - empréstimos e financiamentos
Aumento de capital Abril/2006 = R\$ 63,6 MM.

Agenda

9

Visão Geral e Desempenho Consolidado

Editora Saraiva

Livraria Saraiva

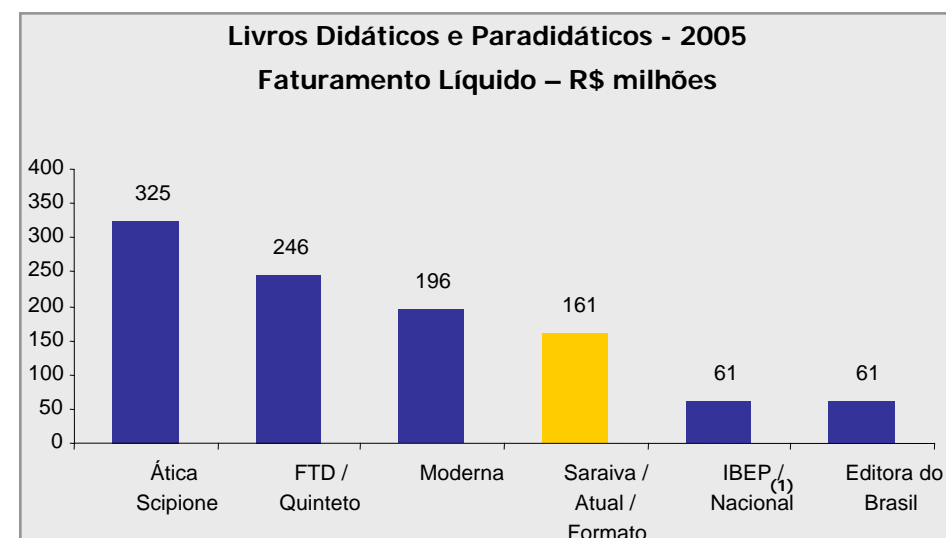
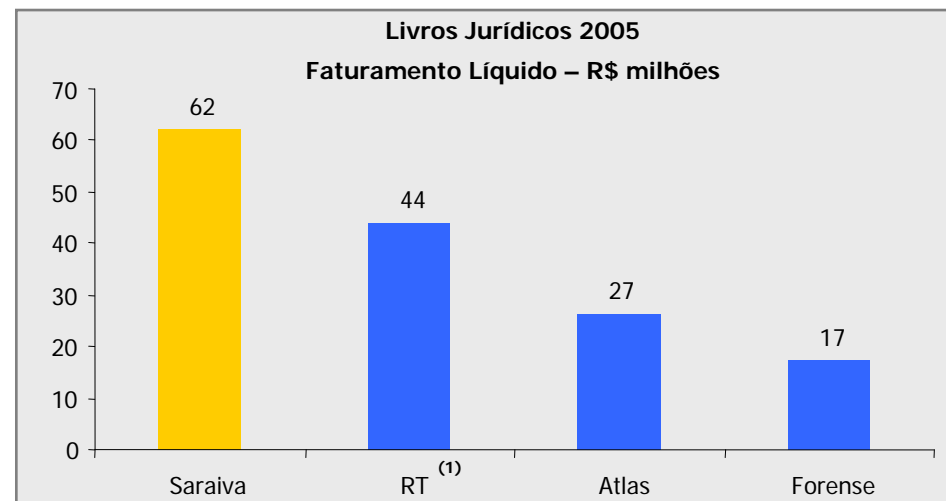
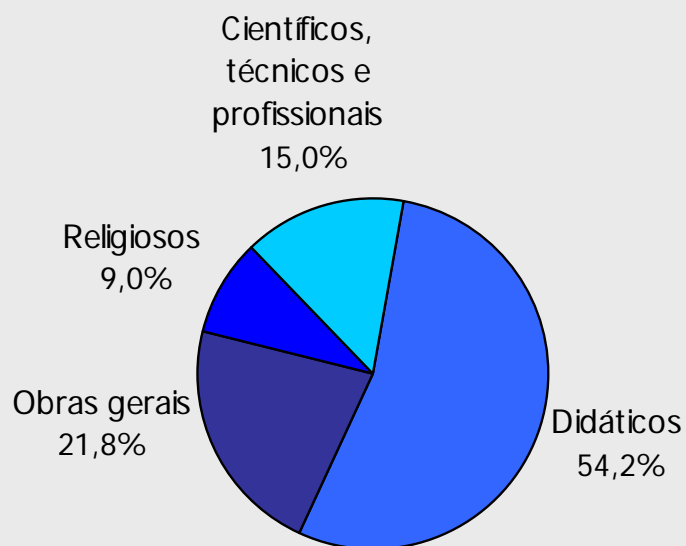
Perspectivas

Governança Corporativa & Mercado de Capitais

Panorama do Mercado Editorial

Posição de destaque nos mercados nos quais atuamos e possibilidades de atuação em outras linhas editoriais.

Mercado Editorial no Brasil – Ano 2005 Faturamento Bruto – R\$ 1,79 Bilhão



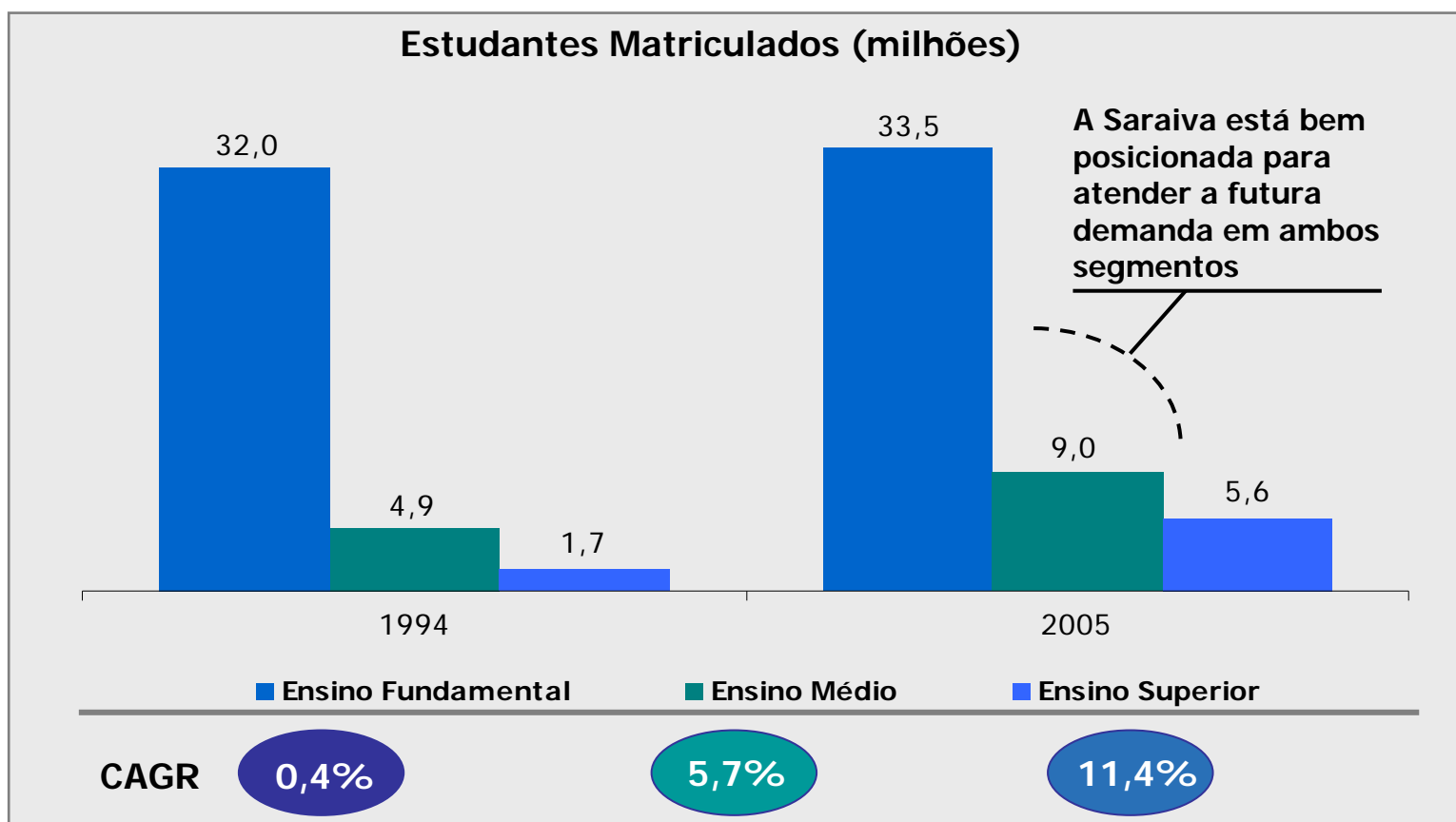
⁽¹⁾ Ano de 2004
Fonte: Balanço das Companhias e Serasa

Educação no Brasil

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 (14,8% do faturamento do Grupo em 2005).



Fonte: MEC, INEP e SEEC

Destques do Resultado

R\$ milhões	9M05	9M06	Var.
Receita Bruta	153,5	156,8	2,2%
<i>Mercado</i>	<i>128,7</i>	<i>134,1</i>	<i>4,2%</i>
<i>Governo (*)</i>	<i>24,8</i>	<i>22,8</i>	<i>-8,2%</i>
Receita Líquida	153,3	156,6	2,2%
Margem Bruta %	71,1%	73,4%	2,3pp
EBITDA	34,5	34,3 ⁽¹⁾	-0,8%
Margem EBITDA %	22,5%	21,9%	(0,6)pp
Lucro Líquido	19,8	23,2 ⁽²⁾	17,0%
Investimentos	2,2	1,1	-51,8%
Desp. Operac. / Receita Líquida %	50,7%	50,3%	(0,4)pp
(*) Vendas Governo	24,8	22,8	-8,2%
PNLD	16,5	11,2	-32,2%
PNLEM	8,2	4,2	-48,8%
PNLEM MG (Programa Livro na Escola)	-	7,3⁽³⁾	-

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

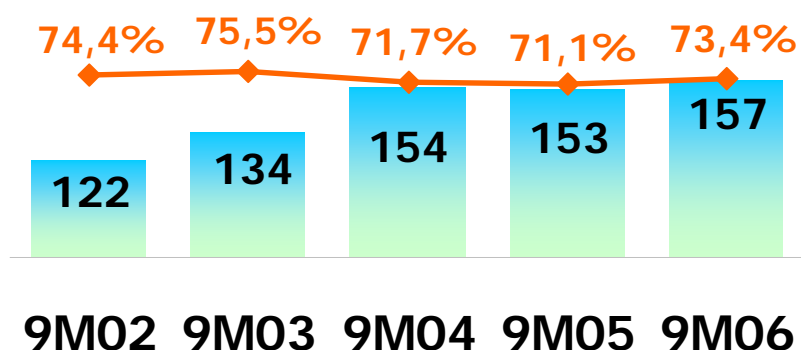
⁽²⁾ R\$ 2,4MM - Comissão Oferta Pública de Ações.

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

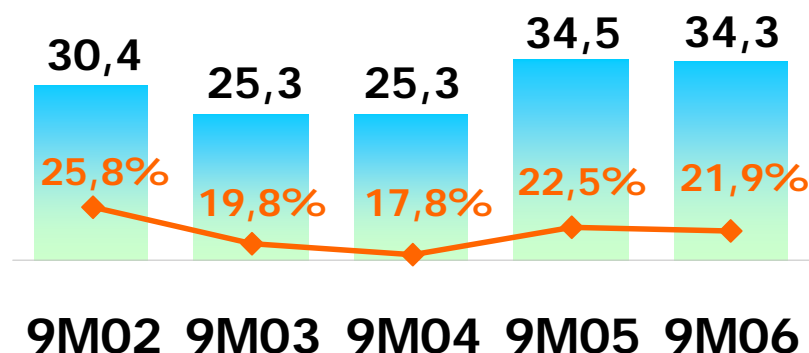
Editora Saraiva

13

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



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



Receita Bruta (R\$ milhões)

	9M02	9M03	9M04	9M05	9M06
Mercado	110,6	129,0	125,6	128,7	134,1
Governo	11,8	5,3	28,4	24,8	22,8

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	4,7	Alfabetização, Português, Matemática, Ciências, História e Geografia	28,1	100%	100%	100%
2ª - 4ª Série	10,7	Português, Matemática, Ciências, História, Geografia e Livros Regionais	66,2	100%	12%	12%
5ª - 8ª Série	13,7		68,6	12%	100%	12%

Ensino Médio

1ª - 3ª Série	8,0	Português, Matemática, Física, Química, Biologia, História e Geografia	56,0	Ciclo a ser definido
---------------	-----	--	------	----------------------

Fonte: Abrelivros/FNDE/MEC

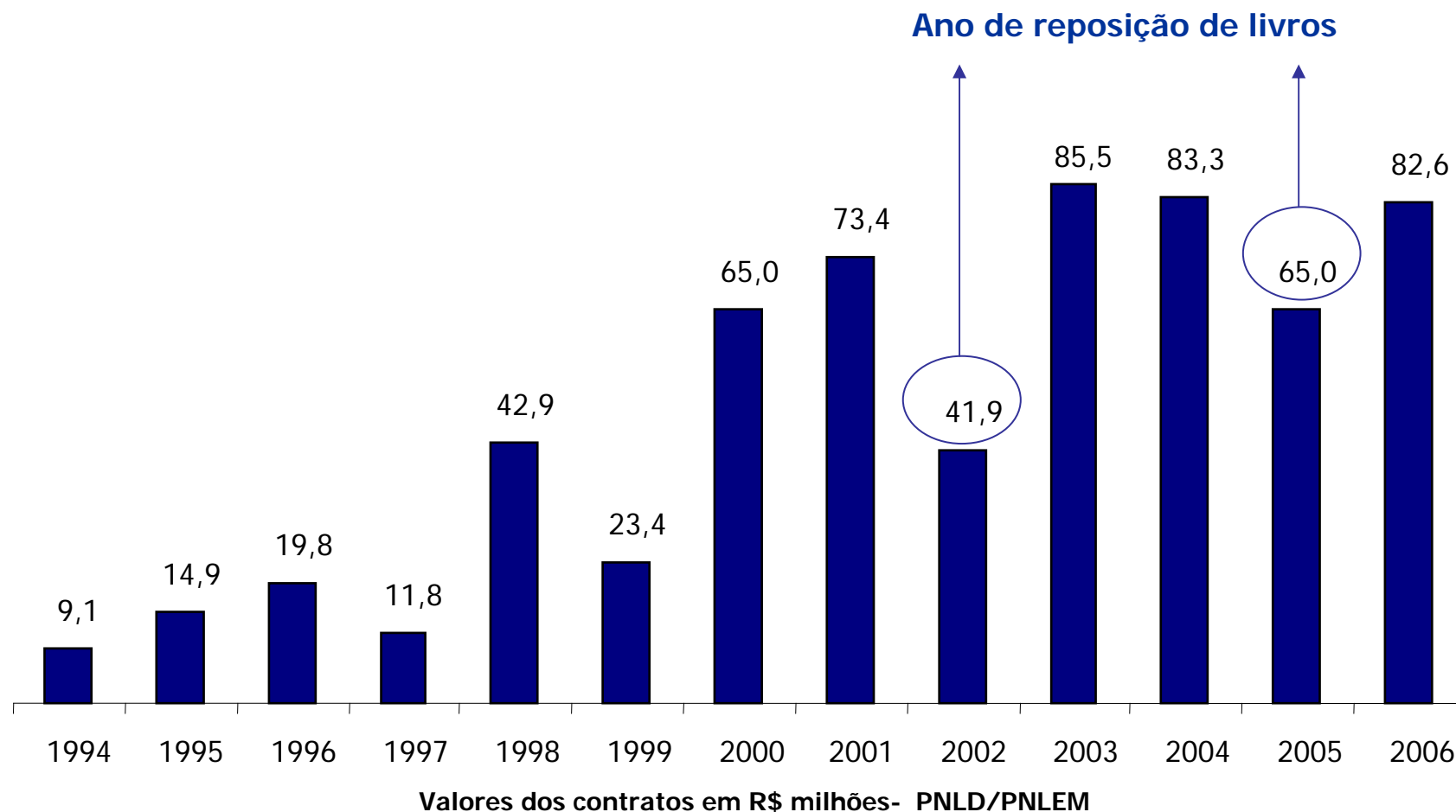
* % Históricos de Reposição

Ciclos de Programas Governamentais

15

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.



Programas Governamentais

16

Programa Ano Letivo	Valor do Contrato (R\$ milhões)	Fase	Apropriação Estimada das Vendas		
			2T06	4T06	1T07
PNLD/07	39,2	Contratado	-	35,3M - 90%	3,9M - 10%
PNLEM/07	29,5	Contratado	-	26,6M - 90%	2,9M - 10%
LIVRO NA ESCOLA SEE/MG Física, Química e Biologia	7,3	Finalizado	7,3 - 100%	-	-
LIVRO NA ESCOLA SEE/MG História e Geografia	4,7	Em Contratação	-	4,2M - 90%	0,5M - 10%
PNBE/06	1,1	Em Contratação	-	1,1M - 100%	
PROMED - FDE/SP	0,8	Contratado	-	0,8M - 100%	
TOTAL	82,6		7,3	68,0	7,3

Estratégias de Negócios - Editora

17

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**

Visão Geral e Desempenho Consolidado

Editora Saraiva

Livraria Saraiva

Perspectivas

Governança Corporativa & Mercado de Capitais

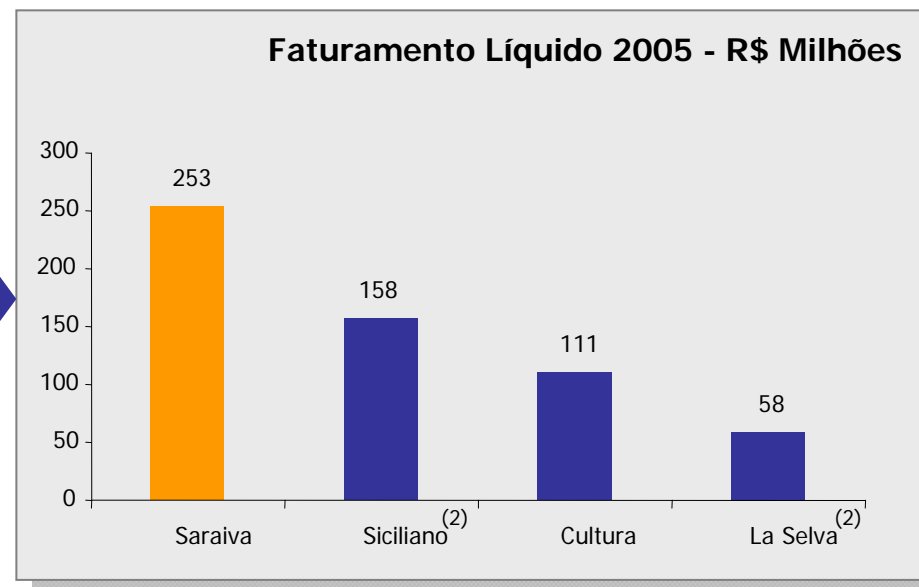
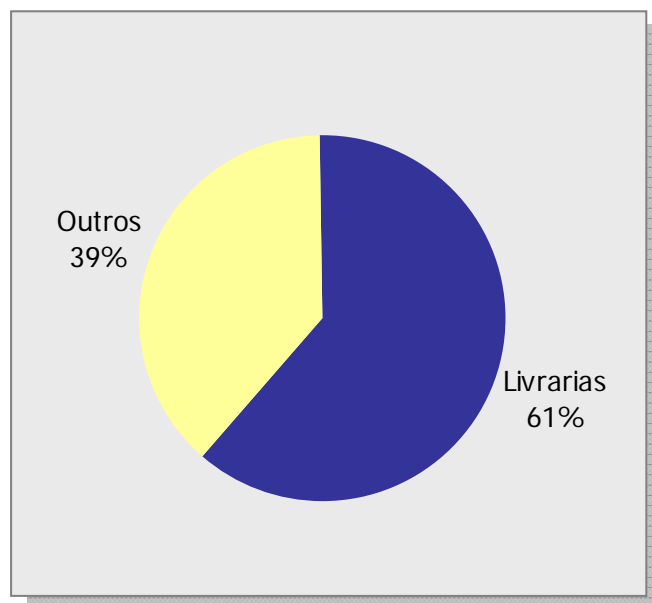
O Mercado de Varejo de Livros

19

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

- ✓ 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\$ 2,57 Bilhões



⁽¹⁾ Fonte CBL

⁽²⁾ Em 2004

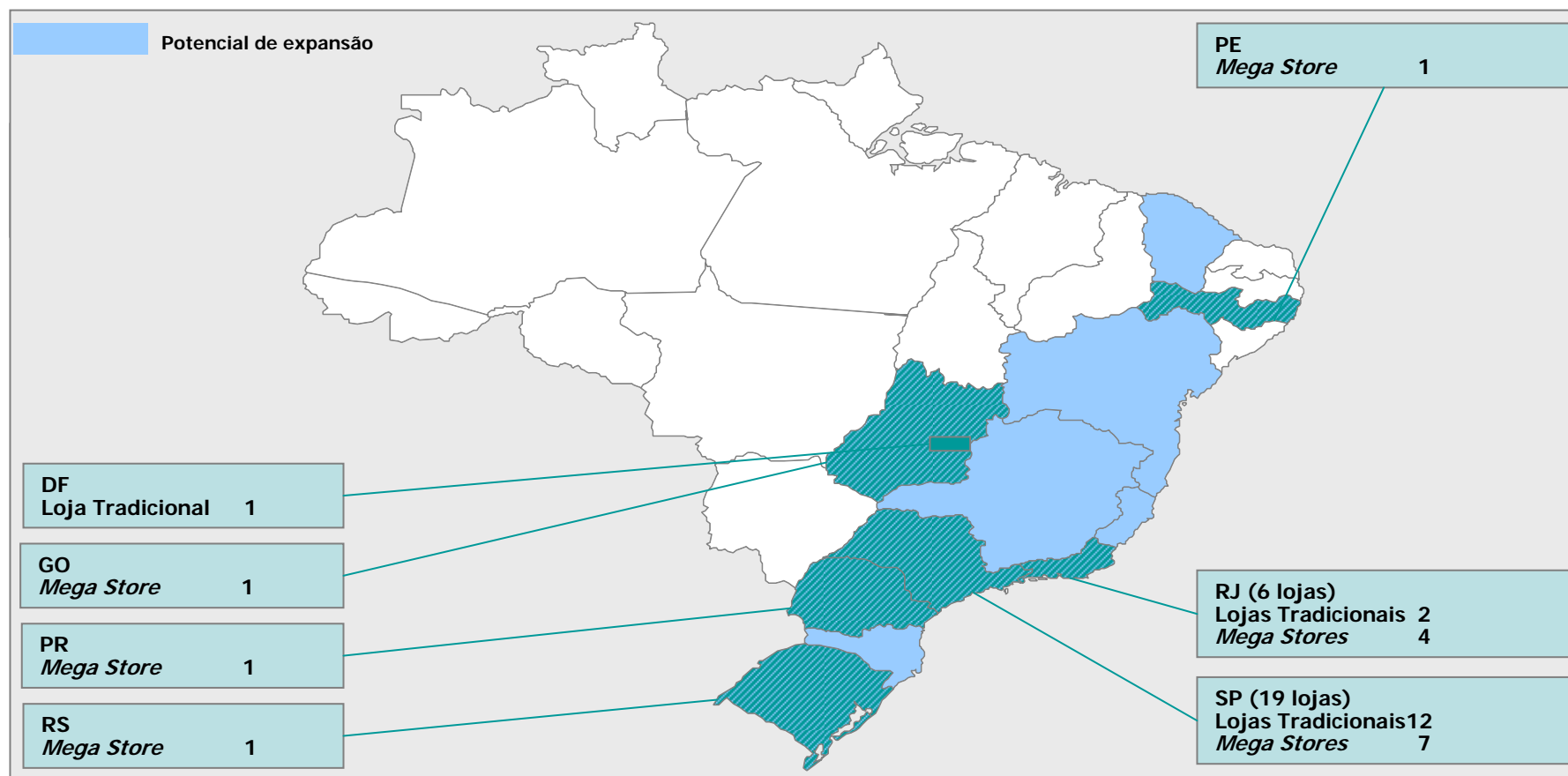
Fontes: CBL (Câmara Brasileira do Livro), Saraiva, Serasa.

Livraria: Lojas Físicas

20

A maior rede de livrarias no Brasil em faturamento: 30 lojas – 15 Tradicionais e 15 MegaStores

- ✓ 20,0 mil m² de área de vendas em localizações estratégicas.
- ✓ Modelos de lojas: *MegaStores*, lojas Tradicionais e “novas lojas Tradicionais”.
- ✓ Oferece uma experiência única de compra em espaços físicos agradáveis e bem dimensionados.



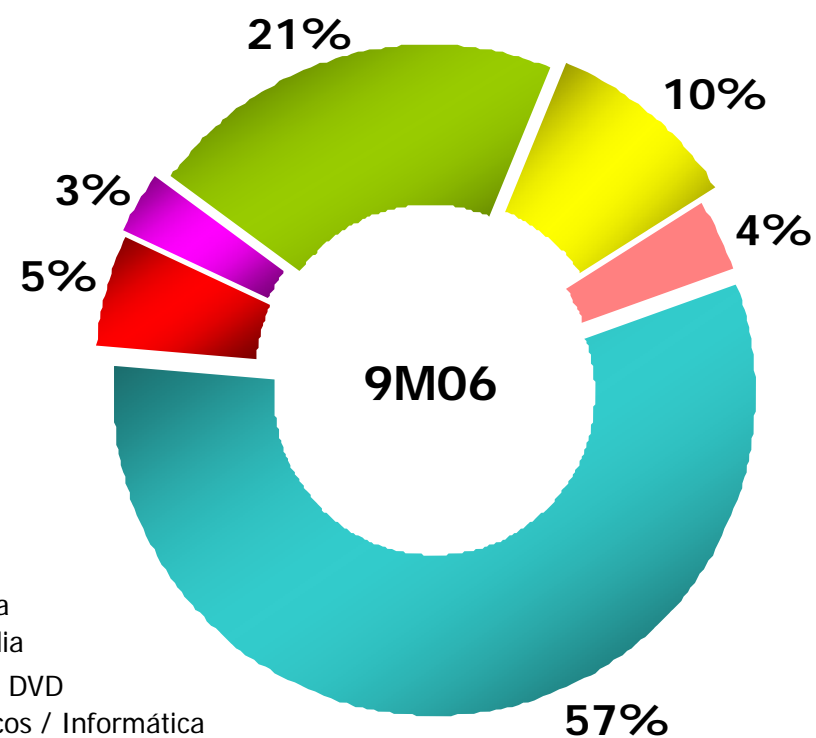
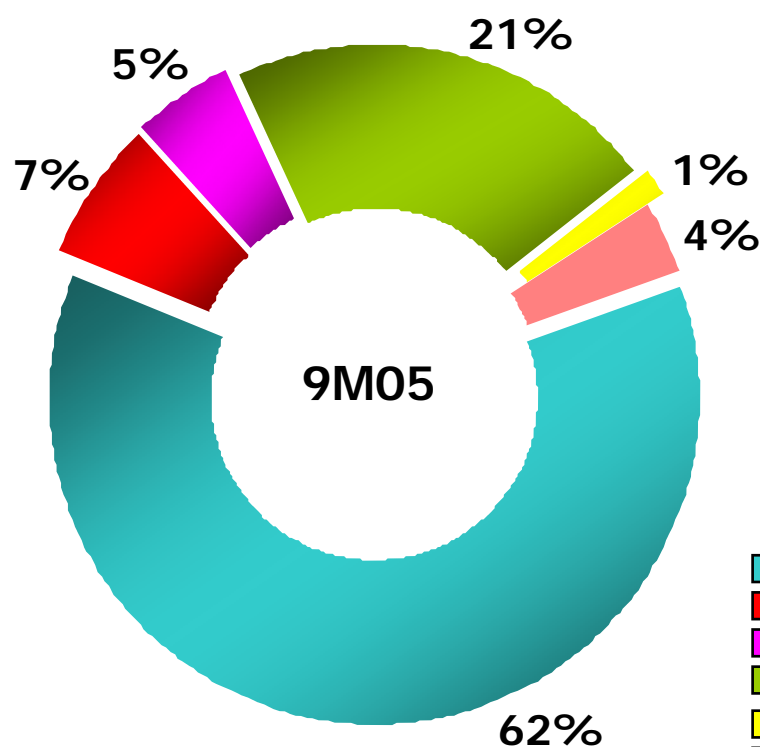
(1) Inclui Saraiva.com

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



Livraria Saraiva – Evolução Principais Indicadores 22

R\$ milhões	3T05	3T06	Var.	9M05	9M06	Var.
Vendas Brutas Totais	61,9	79,8	28,9%	193,8	251,0	29,5%
Vendas Comparáveis (*)	61,5	75,2	22,3%	192,5	237,9	23,6%
Saraiva.com	14,5	22,1	52,0%	45,2	71,4	58,1%
Lojas Físicas	47,4	57,7	21,8%	148,7	179,6	20,8%
Lojas Físicas Comparáveis	47,0	53,1	13,1%	147,3	166,5	13,0%



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

(*) Inclui Saraiva.com

Livraria e Papelaria Saraiva S.A. - "Livraria" 23

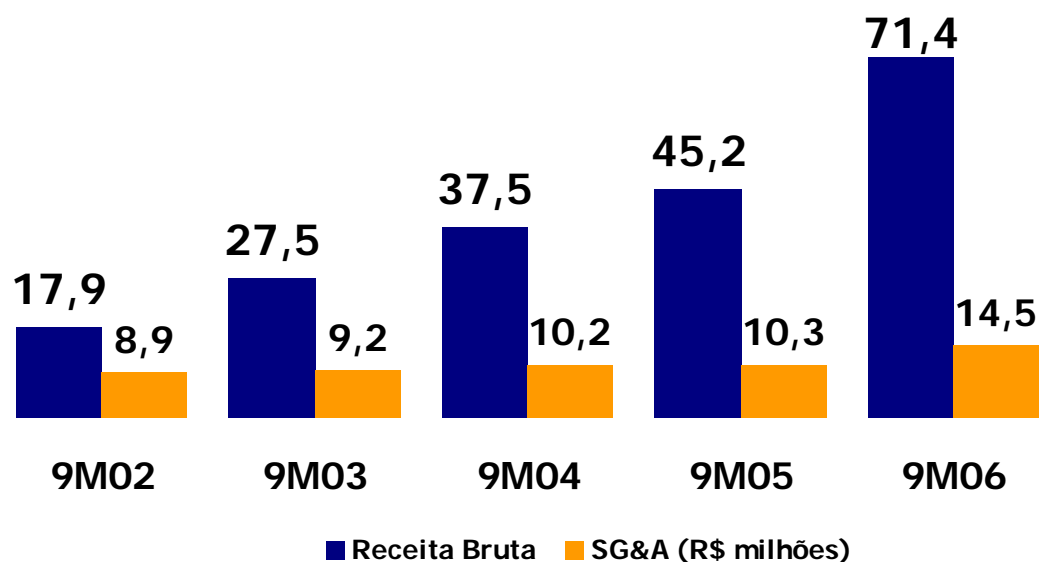
Destaques do Resultado

R\$ milhões	9M05	9M06	Var.
Receita Bruta	193,8	251,0	29,5%
Receita Líquida	176,0	226,3	28,6%
Margem Bruta %	39,0%	37,0%	(2,0)pp
EBITDA Ajustado	9,6	13,3	38,2%
Margem EBITDA %	5,5%	5,9%	0,4pp
Lucro Líquido	3,0	3,8	26,1%
Investimentos	2,5	1,8	-28,8%
Desp. Operac. / Receita Líquida %	36,1%	34,1%	(2,0)pp
Capital de Giro	28,1	41,2	46,5%
Capital Giro Médio/Receita Líquida %	10,4%	12,2%	1,8pp

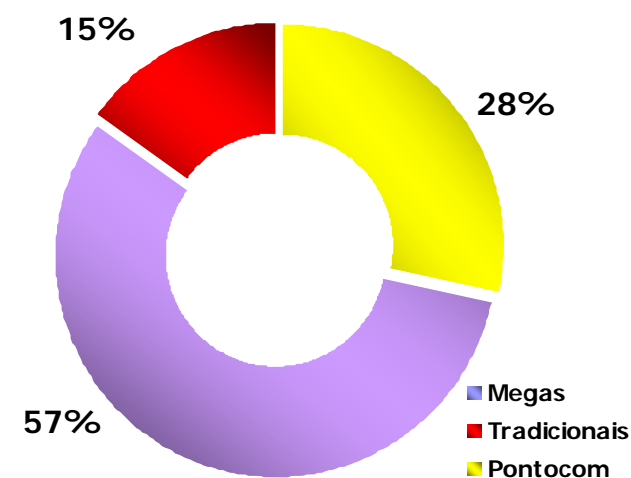
(*) EBITDA Ajustado: não inclui provisão do Saraiva Plus (R\$ 1,6MM)

Destaques do Resultado

R\$ milhões	3T05	3T06	Var.	9M05	9M06	Var.
Receita Bruta	14,5	22,1	52,0%	45,2	71,4	58,1%
Receita Líquida	13,4	19,7	46,6%	41,9	64,4	53,6%
EBITDA Ajustado	1,9	3,1	69,9%	6,5	8,9	38,5%
Clientes Ativos (Mil)	732	989	35,2%	732	989	35,2%
% sobre Receita Bruta Total da Livraria	23,5%	27,7%	4,2pp	23,3%	28,5%	5,2pp
Ticket Médio (R\$)	76,1	115,6	52,0%	80,7	111,8	38,5%



% Participação na Receita Bruta



(1) EBITDA ajustado: soma no cálculo a provisão para resgate de bônus do "Saraiva Plus" (R\$ 461 mil), que não representa saída de caixa.

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

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

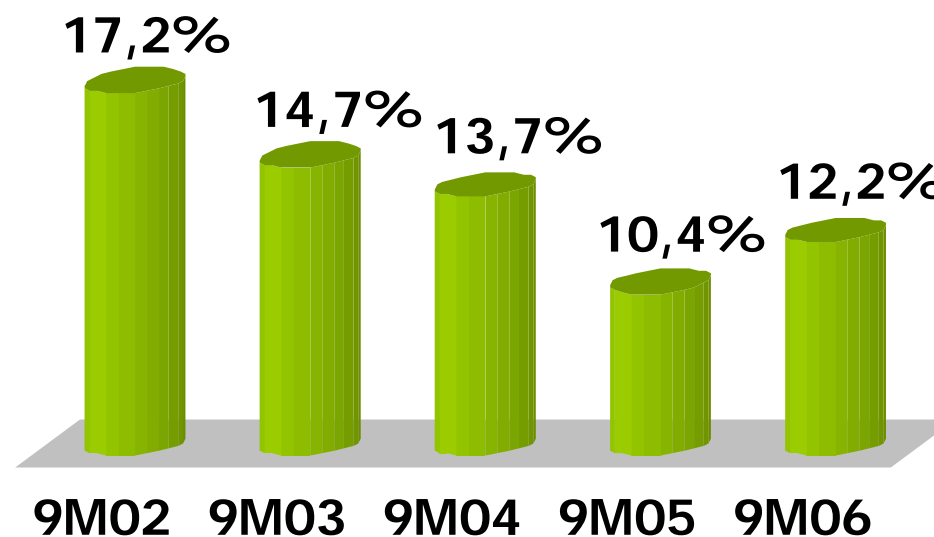
- ✓ **Novas categorias de produtos**
- ✓ **Eficiência na administração do capital de giro**
- ✓ **Fortalecimento da marca**
- ✓ **Relacionamento com clientes: Cartão Saraiva Plus**

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**

R\$ milhões	9M05	Nº Dias	9M06	Nº Dias	Var.
Estoque	33,9	82	40,8	77	20,4%
Clientes	19,6	26	38,4	41	95,5%
Fornecedores	25,4	62	37,9	64	49,4%
Capital de Giro	28,1	46	41,2	54	46,5%

Capital de Giro ⁽¹⁾ / Receita Bruta ⁽²⁾ (%)



(1) Estoques + Clientes – Fornecedores (média dos últimos 12 meses)

(2) Receita Bruta últimos 12 meses

Agenda

28

Visão Geral e Desempenho Consolidado

Editora Saraiva

Livraria Saraiva

Perspectivas

Governança Corporativa & Mercado de Capitais

Brasil: Investimentos crescentes em Educação

- ✓ **PNLEM 2007: Compras para o ano letivo de 2007, contratadas em 2006:**
 - Saraiva: 27% de participação de mercado
 - A partir de 2007 – perspectivas positivas: física, química*, história e geografia
- ✓ **PNLD 2007: Compra completa de 1 a 4 Séries do Ensino Fundamental**
 - Saraiva: 8,4% de participação de mercado
 - Contratação de novos executivos
 - Reposicionamento de mercado
- ✓ **PNLD 2008: Compras para o ano letivo de 2008, contratadas em 2007:**
 - Nova escolha para alunos matriculados nas escolas públicas de 5-8 Séries
 - Saraiva: Catálogo bem posicionado
- ✓ **Capacidade técnica e financeira para novos investimentos (aquisições)**
- ✓ **Renovação do catálogo editorial e exploração de novos nichos**

(*) A Saraiva não tem títulos aprovados em química para fornecimento nesse ciclo de compras.

Crescimento Orgânico em aceleração:

- ✓ **Novas categorias de produtos: livros importados, informática, eletrônicos...**
- ✓ **Plano de Expansão (*): 11 novas lojas até dezembro de 2008.**
 - Norte Shopping (RJ) – Janeiro de 2007
 - Florianópolis (SC) – Março de 2007
 - Salvador (BA) - Abril de 2007
 - + uma loja no Rio de Janeiro, em negociação – Fevereiro de 2007
- ✓ **Parceria com a marca *Starbucks* no shopping Morumbi, em São Paulo.**
- ✓ **Saraiva.com: forte crescimento.**

(*) Sujeito a alterações

Visão Geral e Desempenho Consolidado

Editora Saraiva

Livraria Saraiva

Perspectivas

Governança Corporativa & Mercado de Capitais

- ✓ **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



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

Indicadores	9M06	9M05	Var.
Número de Negócios ⁽¹⁾	20.187	706	2759,3%
Participação nos Pregões - % ⁽¹⁾	100,0	70,7	29,3pp
Quantidade Negociada - mil ⁽¹⁾	13.460	2.744	390,5%
Volume Negociado - R\$ mil ⁽¹⁾	270.322	34.087	693,0%
Preço da Ação - R\$ ⁽¹⁾ ⁽²⁾	18,70	11,70	59,8%
Total de Ações em Circulação - mil ⁽²⁾ ⁽³⁾	28.230	22.937	23,1%
Valor de Mercado - R\$ milhões ⁽²⁾	527,9	268,4	96,7%

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)

Ressalvas sobre declarações futuras

34

Esta apresentação contém informações futuras. Tais informações não são 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. A Saraiva não se obriga a atualizar a apresentação 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.

Contatos

35

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: 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