

## B2W DIGITAL ANUNCIA GMV TOTAL DE R\$ 2,5 BILHÕES NO 1T16

Marketplace continua em rápido desenvolvimento, atingindo **R\$ 348 milhões** de GMV (crescimento de **327%**) com participação de **14%** do GMV total

**Rio de Janeiro, 05 de Maio de 2016:** B2W Digital (Bovespa: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 1º trimestre de 2016.

### MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A despeito do atual cenário macroeconômico desafiador, a B2W permanece confiante no potencial de crescimento do e-commerce na América Latina.

O Marketplace da B2W cresceu 543% nos últimos 12 meses, atingindo mais de R\$ 1,1 bilhão de GMV. Sendo parte relevante da estratégia da Companhia, o Marketplace contribuirá fortemente para o seu crescimento e rentabilidade.

Nos próximos cinco anos (2016-2020), a B2W Digital vai seguir investindo na plataforma digital construída, rentabilizando todas as suas frentes de negócios, com o objetivo de gerar caixa livre e valor para os seus acionistas.

PRINCIPAIS INDICADORES	1T16	1T15	Delta	1T16 - LTM	1T15 - LTM	Delta
GMV Total (R\$ MM)	2.461	2.542	-3,2%	11.186	9.745	14,8%
Market Share	24,0%	24,0%	-	25,5%	24,7%	+0,8 p.p.
Marketplace (R\$ MM)	348	82	327,0%	1.127	175	543,0%
Marketplace (% do GMV)	14,2%	3,2%	+10,9 p.p.	10,1%	1,8%	+8,3 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	44,3%	32,0%	+12,3 p.p.	37,8%	23,2%	+14,6 p.p.
Novos Clientes (Mil)	786	2.052	n.a.	786	2.052	n.a.

### DESTAQUES 1T16

- Marketplace conectou mais de 1.000 novos sellers:** Marketplace (3P) continua em rápido crescimento, saindo de uma base de 2.500 sellers ao final de 2015 para mais de 3.500 ao final do 1T16. Em linha com a estratégia da B2W de integrar novos lojistas de vários tamanhos e de diversos setores, no primeiro trimestre a Companhia integrou as lojas Brastemp e Consul, que se juntam a outras grandes marcas já presentes no Marketplace, como Sony, Lenovo, Acer, Positivo, Ambev, Multilaser, entre outros. Além disso, a Companhia estabeleceu parceria com duas das maiores plataformas de e-commerce do Brasil: a VTEX, uma das cinco maiores empresas de plataforma de e-commerce do mundo, e a Rakuten Brasil, a primeira empresa do Grupo Rakuten na América Latina. Essas parcerias vão permitir que os mais de 2.500 sellers dessas duas plataformas vendam seus produtos nas maiores e mais queridas marcas da internet brasileira: Americanas.com, Submarino e Shoptime.
- Aquisição da BooLabs, start-up de inteligência artificial no Brasil:** A BooLabs é especializada em tecnologias emergentes, inclusive *machine learning*, *deep learning* e *natural language processing*. Com esse movimento, a B2W ganha expertise para alavancar seus sistemas de busca e recomendação de produtos em termos de relevância e personalização.
- Americanas.com foi eleita a loja online mais popular pelos internautas brasileiros:** Segundo pesquisa do Conecta-í/IBOPE, realizada em março/2016, 60% dos internautas brasileiros costumam fazer compras no site Americanas.com (+15 p.p. em comparação com o segundo player). Essa conquista é resultado de todos os investimentos realizados ao longo dos últimos três anos para estar mais próximo do cliente e demonstra a força e reconhecimento das marcas da B2W Digital.

## INICIATIVAS ESTRATÉGICAS PARA ALAVANCAR A PLATAFORMA DIGITAL

### • Comercial e Marketing

- Desde o início do plano de investimento, o *market share* da B2W expandiu em 4,1 p.p., passando de 19,9% no 1S12 para 24,0% no 1T16.
- Esse forte desempenho é consequência da excelência na operação e na gestão das variáveis comerciais. O sucesso nas vendas depende de uma série de fatores, como o sortimento desejado pelo cliente, níveis adequados de estoque, condições e formas de pagamento, prazo de entrega, entre outras. Abaixo, destacamos alguns indicadores do 1T16:
  - Gestão dos estoques: A B2W opera com índice de *stock-out* inferior a 10% e registrou uma evolução de 3% nesse indicador no 1T16, em comparação com o 1T15.
  - Aumento do sortimento: +35% em relação ao 1T15.
  - Eficiência no prazo de entrega: Ganho de produtividade nos Centros de Distribuição (CDs) de 8% no 1T16, em função da melhoria de processos e da implementação de linhas automatizadas de faturamento, resultando em um prazo de entrega mais rápido para os clientes.
- No 1T16, a Americanas.com foi eleita a loja online mais popular pelos internautas brasileiros. Segundo pesquisa do Conecta-i/IBOPE, realizada em março/2016, 60% dos internautas brasileiros costumam fazer compras no site Americanas.com (+15 p.p. em comparação com o segundo player). Essa conquista é resultado de todos os investimentos realizados ao longo dos últimos três anos para estar mais próximo do cliente e demonstra a força e reconhecimento das marcas da B2W Digital.
- O Submarino Prime, lançado pela B2W em versão beta em dezembro de 2015, oferece ao cliente uma experiência superior de compra por um valor fixo anual. Com o Submarino Prime, o cliente pode comprar com frete grátis e entrega rápida quantas vezes quiser, participar de eventos promocionais exclusivos e contar com atendimento dedicado. No 1T16, a Companhia expandiu o sortimento de produtos do programa em 40%, atingindo 140 mil itens.

### • Evolução do Marketplace

- O Marketplace segue em rápido crescimento, adicionando mais de 1.000 novos *sellers* no 1T16, saindo de uma base de 2.500 *sellers* ao final de 2015 para mais de 3.500 ao final do 1T16.
- No 1T16, o Marketplace registrou crescimento de 327%, atingindo GMV de R\$ 348 milhões com participação de 14% do GMV total.
- Ao final do 1T16, o número de itens disponibilizados pelos *sellers* aumentou em 3 vezes em comparação com o final do 1T15, atingindo mais de 1,1 milhão de itens.
- Em linha com a estratégia da B2W de integrar novos lojistas de vários tamanhos e de diversos setores, no primeiro trimestre a Companhia integrou as lojas Brastemp e Consul, que se juntam a outras grandes marcas já presentes no Marketplace, como Sony, Lenovo, Acer, Positivo, Ambev, Multilaser, entre outras.
- Além disso, a Companhia estabeleceu parceria com duas das maiores plataformas de e-commerce do Brasil: a VTEX, uma das cinco maiores empresas de plataforma de e-commerce do mundo, e a Rakuten Brasil, a primeira empresa do Grupo Rakuten na América Latina. Essas parcerias vão permitir que os mais de 2.500 *sellers* dessas duas plataformas vendam seus produtos nas maiores e mais queridas marcas da internet brasileira: Americanas.com, Submarino e Shoptime.

### • Logística e Operações

- A B2W Digital opera um total de 11 CDs por todo Brasil, totalizando área de armazenagem superior a 500 mil metros quadrados, um crescimento de 35% em relação ao 1T15.
- A B2W Digital abriu mais 3 hubs no 1T16, totalizando 145 hubs (+54% vs 1T15), estrategicamente posicionados para suportar o sistema de distribuição da Companhia. Os hubs da B2W são centros de consolidação de carga e bases operacionais (*transit points*).
- Em 2013 e 2014, a B2W Digital adquiriu as duas principais transportadoras especializadas em e-commerce do Brasil (Click-Rodo e Direct), resultando na criação da Unidade de Distribuição B2W.
  - Ao longo do 1T16, a participação da Unidade de Distribuição B2W atingiu 74% do total de entregas realizadas pela Companhia, em comparação a um *share* de 55% das entregas no 1T15.
  - No 1T16, a Unidade de Distribuição B2W passou a realizar as entregas de 25 novos clientes, incluindo Dafiti, Livraria Cultura e Netshoes, representando 1,6 milhão de novas entregas por ano. Desses novos clientes, 8 estão entre os 20 maiores *sellers* do Marketplace.

- A verticalização da distribuição permitiu a criação do Menu de Frete no 3T14, serviço que oferece até 6 opções de entrega para todo o país: “Same Day”, “Next Day”, Rápida, Econômica, Agendada e Entrega em Loja.
  - No 1T16, o número de entregas diárias da opção “Next Day” do Menu de Frete aumentou em oito vezes, devido à expansão da cobertura para novas cidades (Rio de Janeiro e Belo Horizonte) e ao aumento do limite de peso dos pedidos para 30kg.
  - A opção de entrega “Rápida” oferece um prazo 35% mais rápido que o mercado. Essa opção está disponível para 100% do sortimento de produtos e em todos os Estados do país, aumentando o seu *share* nas entregas da Companhia de menos de 1% no 1T15 para 10% no 1T16.
  - A opção “Entrega em Loja” está atualmente disponível em mais de 200 lojas, em comparação a 15 no final do 1T15, e sua utilização, que aumentou em 14 vezes no mesmo período, foi facilitada pela implantação de um mapa interativo no site, tornando mais fácil, assim, a localização da Lojas Americanas mais próxima e mais conveniente para o cliente.
  - O Menu de Frete tem sido um grande sucesso com os clientes, que recebem os produtos de forma mais rápida, e permite à Companhia aumentar seu índice de cobertura de frete (arrecadação de frete dividido pela despesa de frete).
- **Mobile e Tecnologia**
  - Ao longo do 1T16, o tráfego por dispositivos móveis alcançou 44,3% do total de visitas, um crescimento de 12,3 p.p. comparado com o 1T15.
  - Os quatro apps da B2W Digital (Americanas.com, Submarino, Shoptime e Sou Barato) contabilizaram 1,25 milhão de downloads ao longo do primeiro trimestre do ano, um crescimento de 202% em relação ao mesmo período de 2015.
  - A Companhia segue investindo no desenvolvimento de seus apps, para melhorar cada vez mais a experiência de compra, o que tem gerado ganhos importantes no engajamento de clientes, no crescimento de tráfego e no número de pedidos realizados por meio desses dispositivos.
  - A aquisição da BooLabs trouxe uma nova expertise à Companhia, permitindo a ela seguir intensificando o uso de *data science*, que já têm gerado ganhos importantes nas áreas de precificação dinâmica e planejamento inteligente de compras. Além disso, a BooLabs facilita a aceleração do desenvolvimento interno de sistemas de busca e recomendação de produtos.
- **Serviços Digitais**
  - Resultado da aquisição de 12 empresas (dez empresas de tecnologia “best in class” e as duas principais transportadoras especializadas em e-commerce do Brasil), a B2W Services oferece soluções completas nas verticais de tecnologia e logística para suportar as operações dos *sellers* do Marketplace e operações online de grandes marcas, incluindo o [B] Seller (webstore e serviços de ERP) e [BFF] B2W Fulfillment (armazenagem, distribuição e atendimento ao cliente).
  - Desde a aquisição do Sieve Group em julho de 2015, expandimos em 58% o nível de *cross-sell* da B2W Services (*cross-sell*: utilização de mais de um serviço do portfólio da B2W por um mesmo parceiro).
  - Ao longo do 1T16, as soluções oferecidas pelas empresas integradas da B2W Services foram contratadas por diversas grandes marcas, conforme destacamos abaixo:
    - Admatic (Automação de marketing): Calvin Klein, Globo e Arezzo.
    - [B] Seller (Webstore e serviços de ERP): Droga Raia e Drogasil.
    - Infoprice (Inteligência de preço – lojas offline): Carrefour e C&C.
    - Sieve (Inteligência de preço – lojas online): Dotz e O Boticário.
    - Site Blindado (Segurança virtual): Osklen, Chili Beans e Paquetá.
    - Skyhub (Integração do marketplace): Claro, Netfarma, Onofre Eletro e Passarela.
  - Em março de 2016, a B2W Services realizou um grande evento com o objetivo de promover o networking e intercâmbio de boas práticas e soluções de tecnologia entre seus principais clientes, reunindo 200 parceiros.
  - Fortalecendo o pioneirismo da B2W Digital no desenvolvimento de novos serviços e tecnologias que ajudem os *sellers* do Marketplace a impulsionarem suas vendas, lançamos o B2W Ads, plataforma proprietária de gerenciamento de anúncios dentro dos sites da Companhia. Atualmente em fase beta, o B2W Ads permite que os *sellers* possam adquirir acesso a espaços de publicidade para dar mais visibilidade aos seus produtos.

- **Serviços Financeiros**
  - Ao longo do 1T16, as operações de cartões de crédito da B2W (Submarino Finance e Digital Finance) registraram um volume de R\$ 562 milhões em transações aprovadas, representando um crescimento de 12% em comparação com o 1T15.
  - Também no 1T16, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1,0 bilhão, com um crescimento de 26% em comparação com o 1T15.
  - Ao final do trimestre, as operações registravam 1,9 milhão de cartões emitidos (1,5 milhão para Submarino Finance e 375 mil para Digital Finance, que inclui as marcas Americanas.com, Shoptime e Sou Barato).
  - As vantagens para os clientes que possuem os cartões de crédito da B2W são: descontos exclusivos, programas de recompensa e limite de crédito especial para compras nos sites. Em contrapartida, as vantagens para a B2W são: menor custo de tarifas de cartões (MDR), aumento da fidelização dos clientes (frequência de compra 2,1 vezes maior) e aumento do tíquete médio (24% maior).
  - No primeiro trimestre de 2016, os canais de oferta de Seguros e Serviços foram expandidos para os apps da Companhia.
  - Devido à ampliação do sortimento nos últimos anos para incluir novos serviços, incluindo Seguro contra Roubo, Furto e Quebra Acidental e Instalação de Ar-Condicionado, o portfólio de Seguros e Serviços registrou um aumento no ticket médio de 17% no 1T16, em comparação com o 1T15.
- **Atendimento ao Cliente**
  - As principais marcas da B2W Digital são consideradas referências em atendimento ao cliente, possuindo, desde 2014, o selo RA 1000, nível máximo de avaliação do Reclame Aqui.
  - A nota média dada pelos clientes no Reclame Aqui para as marcas da B2W é de 7,2, enquanto as marcas dos concorrentes possuem uma nota média de 4,9.
  - 78% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 52% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
  - O índice médio de solução das marcas da B2W é de 92,4% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 74,0%.
  - Essas conquistas são resultado do compromisso da Companhia em otimizar a qualidade de serviço e atendimento oferecido aos seus clientes.
- **Talentos Digitais**
  - Em junho de 2016, a B2W realizará, em sua sede no Rio de Janeiro, pela segunda vez, o *International Summer Internship*, programa para recrutamento de alunos de universidades norte-americanas de primeira linha. A Companhia pretende dobrar a quantidade de alunos selecionados, em comparação à primeira fase do programa, que foi realizada em dezembro de 2015.
  - A Companhia também iniciou um programa de estágio em tempo parcial em seu escritório avançado de pesquisa e inovação na cidade de Boston (EUA), tendo como alvo estudantes de universidades norte-americanas.
  - A B2W segue expandindo o seu recrutamento nos âmbitos de *data science* e *analytics* visando a construção de um banco de talentos digitais para dar suporte a novos projetos.
- **Sustentabilidade Empresarial**
  - Uma nova parceria estratégica foi desenvolvida com a Iniciativa Sustentável do MIT Sloan (*MIT Sloan Sustainability Initiative*) para avaliar a maturidade das práticas de Sustentabilidade da B2W Digital, por meio de *benchmarking* com outras grandes empresas.
  - A B2W Digital segue sua parceria com o CDI (Comitê para a Democratização da Informática) e com a Secretaria de Estado de Educação do Rio de Janeiro (Seeduc) no projeto TecEscola, um projeto inovador que está capacitando 150 professores de 50 unidades de ensino da Rede Estadual, com o propósito de beneficiar cerca de 15 mil alunos.

## DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 1T16, e estão de acordo com os padrões internacionais de relatório financeiro (IFRS), com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), bem como pelo regulamento de listagem do Novo Mercado e em reais (R\$). As definições para as métricas ajustadas se encontram no Anexo IV e no Anexo VI.

- **GMV:** No 1T16, o GMV foi de R\$ 2.461,3 milhões, comparado com os R\$ 2.541,8 milhões registrados no 1T15, representando uma redução de 3,2%.
- **Receita Bruta:** No 1T16, a receita bruta totalizou R\$ 2.152,9 milhões, comparado com os R\$ 2.469,9 milhões registrados no 1T15, representando uma redução de 12,8%.
- **Receita Líquida:** No 1T16, a receita líquida totalizou R\$ 1.732,6 milhões, comparado com os R\$ 2.137,8 milhões registrados no 1T15, representando uma redução de 19,0%. A maior redução da receita líquida em comparação com a redução da receita bruta (diferença de 6,1 p.p.) está relacionada às mudanças tributárias no país, válidas desde janeiro de 2016.
- **Lucro Bruto Ajustado:** No 1T16, lucro bruto ajustado totalizou R\$ 403,3 milhões, comparado com os R\$ 501,3 milhões registrados no 1T15, representando uma redução de 19,5%. Como resultado, a margem bruta ajustada variou -0,2 p.p., passando de 23,5% no 1T15 para 23,3% no 1T16.
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 1T16, as despesas com SG&A ajustadas totalizaram R\$ 276,2 milhões, representando 15,9% da receita líquida, uma redução de 1,4 p.p. em comparação com o 1T15, quando as despesas com SG&A ajustadas representaram 17,4% da receita líquida.
- **EBITDA Ajustado:** No 1T16, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 127,2 milhões, comparado com os R\$ 130,0 milhões registrados no 1T15, representando uma redução de 2,2%. Nesse período, a margem EBITDA Ajustada aumentou de 1,2 p.p., saindo de 6,1% no 1T15 para 7,3% no 1T16.
- **Resultado Financeiro Líquido:** No 1T16, o resultado financeiro líquido foi de R\$ 249,6 milhões, representando um crescimento de 61,9% em relação aos R\$ 154,1 milhões registrados no 1T15.
- **Resultado Líquido:** No 1T16, o resultado líquido foi de R\$ -132,6 milhões, comparado com os R\$ -50,4 milhões obtidos no 1T15.
- **Gestão de Caixa:**
  - **Capital de Giro:** O Capital de Giro líquido em dias ao final de março de 2016 foi de 44 dias, um aumento de 10 dias comparado com o final de março de 2015. Quando comparado com o final de dezembro de 2012, período no qual foi divulgado o Plano de Investimento de 3 anos, o Capital de Giro evoluiu 30 dias (vs 74 dias). Esse resultado reforça os esforços da Companhia na gestão das principais variáveis de Capital de Giro e no comprometimento com a geração de valor ao acionista.
  - **CAPEX:** A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, no 1T16, os investimentos consolidados no imobilizado e no intangível (desenvolvimento de websites e sistemas) totalizaram R\$ 129,2 milhões, ou 5,2% do GMV total, redução de 0,2 p.p. em comparação com o 1T15, quando o CAPEX representou 5,4% do GMV total. Dessa forma, o EBITDA Ajustado no 1T16 cobriu 98,4% do CAPEX do período, comparado com um índice de cobertura de 95,5% no 1T15.
- **Endividamento:** O caixa da B2W em 31/03/2016 totalizou R\$ 2.512,7 milhões, 4,0 vezes o endividamento de curto prazo da Companhia, que totalizou R\$ 628,8 milhões. O nível de alavancagem (definido como Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM) foi de 2,8x, em 31/03/2016, comparado com 1,5x, em 31/12/2015.

## ANEXO I: SOBRE B2W DIGITAL

A B2W é uma companhia digital, líder na América Latina, cuja história se confunde com a própria história do e-commerce no Brasil. A Companhia atua nas seguintes frentes: e-commerce por meio das marcas Americanas.com, Submarino, Shoptime e Sou Barato; plataformas de serviços de crédito ao consumidor Submarino Finance e Digital Finance; plataforma de tecnologia; plataforma de logística, distribuição e atendimento ao cliente; e Marketplace.

Com o propósito de conectar pessoas, negócios, produtos e serviços em uma mesma plataforma digital, a B2W investe constantemente na estratégia de estar cada vez mais próxima dos clientes, oferecendo a melhor experiência de compra, atraindo os melhores talentos e criando barreiras a novos entrantes. Como consequência dessa evolução, a Companhia vem ganhando *market share* ano a ano.

Abaixo a visão integrada da B2W:



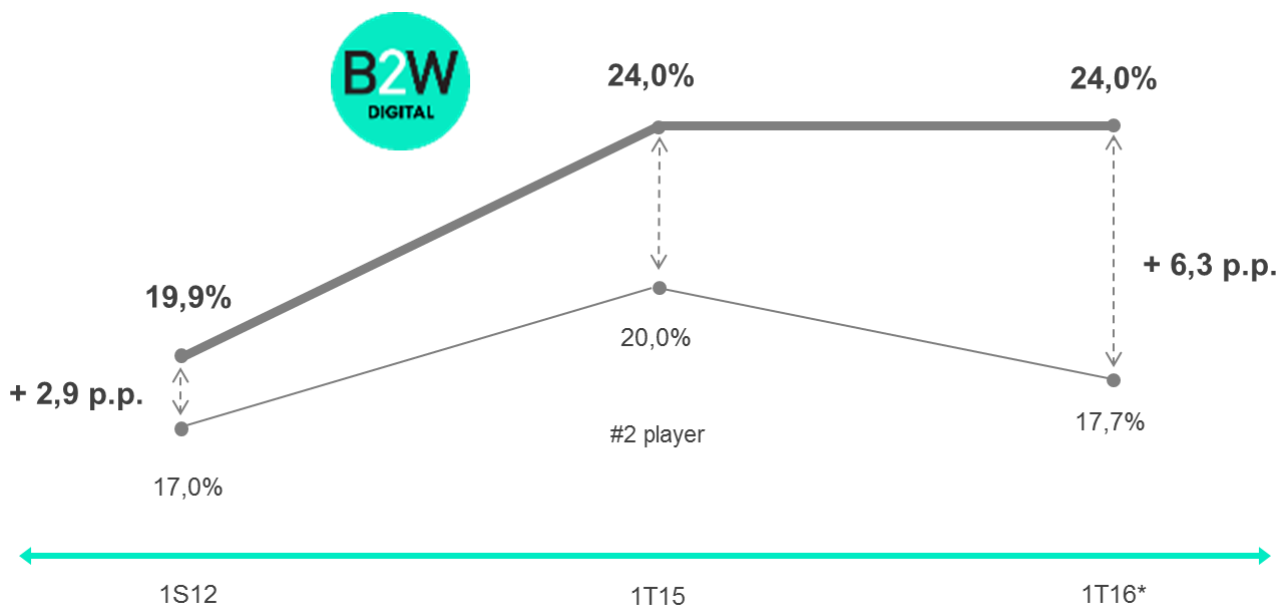
Evolução da plataforma de negócio:

	2013	2014	2015	2016									
<i>Companhias que compõem o Sieve Group, adquirido durante o 2T15</i>													
Descrição	Sistemas de back-office	Sistemas de front-office	SEO, Algoritmos	Entrega (pacotões)	Entrega (pacotinhos)	Tecnologia Magento	Automação de marketing	Inteligência de preço (lojas online e offline)	Segurança virtual	Integração do marketplace	Marketplace Whatsapp / Instagram	Software de transporte (TMS)	Inteligência Artificial
A - TECNOLOGIA													
Plataforma de TI Escalável	✓	✓				✓			✓	✓			
Experiência do Consumidor		✓									✓	✓	✓
Inteligência/Analytics			✓				✓	✓	✓				✓
Integração Marketplace						✓				✓	✓		
B - LOGÍSTICA													
[BFF] Sistemas de Gerenciamento			✓										
Solução Last Mile/ Entrega				✓	✓								✓
A+B – B2W SERVICES													
[B] Seller	✓	✓				✓							
[BFF] B2W Fulfillment			✓	✓	✓								✓
Soluções TI/Online						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Conjunto completo de **serviços de valor agregado** para suportar os **sellers do marketplace** e os **vendedores online**, incluindo **BFF B2W Fulfillment (logística e distribuição)** e **[B] Seller (serviços de tecnologia)**

**ANEXO II: MARKET SHARE**

**EVOLUÇÃO DO MARKET SHARE**



Fonte: e-Bit (mercado) e divulgações públicas (#2 player).  
\* Estimativa e-Bit para o mercado no 1T16.

## ANEXO III: DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

EXCLUINDO OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DAS TRANSPORTADORAS SUBSIDIÁRIAS DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Março		
	1T16	1T15	Variação
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	2.461,3	2.541,8	-3,2%
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	2.152,9	2.469,9	-12,8%
Impostos sobre vendas e serviços	(420,3)	(332,1)	26,6%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	1.732,6	2.137,8	-19,0%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.329,2)	(1.636,5)	-18,8%
<b>Lucro Bruto</b>	403,3	501,3	-19,5%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	23,3%	23,5%	-0,2 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(349,7)	(418,6)	-16,5%
Com vendas	(254,4)	(336,3)	-24,4%
Gerais e administrativas	(21,8)	(35,0)	-37,8%
Depreciação e amortização	(73,6)	(47,3)	55,5%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	53,6	82,7	-35,2%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(249,6)	(154,1)	61,9%
Receitas financeiras	137,8	86,8	58,8%
Despesas financeiras	(387,4)	(240,9)	60,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(11,6)	(5,9)	95,1%
Imposto de renda e contribuição social	74,9	26,9	178,3%
<b>Resultado Líquido</b>	(132,6)	(50,4)	163,0%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-7,7%	-2,4%	-5,3 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	127,2	130,0	-2,2%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,3%	6,1%	1,2 p.p.

☐ Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO NÃO AJUSTADO

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Março		
	1T16	1T15	Variação
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	2.461,3	2.541,8	-3,2%
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	2.152,9	2.469,9	-12,8%
Impostos sobre vendas e serviços	(420,3)	(332,1)	26,6%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	1.732,6	2.137,8	-19,0%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.409,6)	(1.665,5)	-15,4%
<b>Lucro Bruto</b>	323,0	472,4	-31,6%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	18,6%	22,1%	-3,5 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(269,4)	(389,7)	-30,9%
Com vendas	(174,0)	(307,3)	-43,4%
Gerais e administrativas	(21,8)	(35,0)	-37,8%
Depreciação e amortização	(73,6)	(47,3)	55,5%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	53,6	82,7	-35,2%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(249,6)	(154,1)	61,9%
Receitas financeiras	137,8	86,8	58,8%
Despesas financeiras	(387,4)	(240,9)	60,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(11,6)	(5,9)	95,1%
Imposto de renda e contribuição social	74,9	26,9	178,3%
<b>Resultado Líquido</b>	(132,6)	(50,4)	163,0%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-7,7%	-2,4%	-5,3 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	127,2	130,0	-2,2%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,3%	6,1%	1,2 p.p.

## BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital Balço Patrimonial (em milhões de reais)	<u>Consolidado</u>	
	<u>31/03/2016</u>	<u>31/12/2015</u>
<b><u>ATIVO</u></b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e bancos	193,8	329,4
Títulos e valores imobiliários	1.736,0	2.239,2
Contas a receber de clientes	722,2	858,4
Estoques	976,9	1.425,9
Impostos a recuperar	228,1	205,9
Despesas antecipadas e outros	242,5	198,9
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>4.099,5</b>	<b>5.257,7</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	551,6	474,3
Impostos a recuperar	866,6	872,7
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	93,9	95,1
Imobilizado	564,0	566,0
Intangível	2.739,4	2.682,8
<b>Total do Ativo Não Circulante</b>	<b>4.815,4</b>	<b>4.690,7</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>8.914,9</b>	<b>9.948,4</b>
<b><u>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</u></b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	1.370,8	2.200,7
Empréstimos e financiamentos	420,8	353,8
Debêntures	208,0	200,7
Salários, provisões e contribuições sociais	65,6	70,2
Tributos a recolher	53,3	51,1
Imposto de renda e contribuição social	2,4	13,9
Outras obrigações	346,3	371,7
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>2.467,2</b>	<b>3.262,1</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>		
Empréstimos e financiamentos	3.592,1	3.646,6
Partes relacionadas	2,6	16,6
Provisões para contingências e outras obrigações	277,3	316,9
<b>Total do Passivo Não Circulante</b>	<b>3.872,0</b>	<b>3.980,1</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	3.636,0	3.636,0
Reservas de capital	30,4	27,7
Ajuste de avaliação patrimonial	(0,8)	(0,4)
Lucros (prejuízos) acumulados	(1.089,9)	(957,3)
Participação de não controladores	0,1	0,1
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>2.575,7</b>	<b>2.706,1</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>8.914,9</b>	<b>9.948,4</b>

## FLUXO DE CAIXA

<b>B2W - Companhia Digital</b>			
<b>Demonstrativo de Fluxo de Caixa</b>			
(em milhões de reais)	<b>Consolidado</b>		
<b>Atividades Operacionais</b>	<b>31/03/2016</b>	<b>31/03/2015</b>	<b>Varição</b>
<b>Resultado Líquido do Período</b>	<b>(132,6)</b>	<b>(50,4)</b>	<b>(82,2)</b>
<b>Ajustes ao Resultado Líquido:</b>			
Depreciações e amortizações	73,6	47,3	26,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(77,3)	(31,7)	(45,6)
Juros, variações monetárias e cambiais	127,4	55,1	72,3
Outros	(23,1)	(12,9)	(10,2)
Participação minoritária	0,0	-	0,0
<b>Resultado Líquido Ajustado</b>	<b>(32,0)</b>	<b>7,4</b>	<b>(39,4)</b>
<b>Variações de Capital de Giro :</b>			
Contas a receber	242,8	72,0	170,8
Estoques	448,2	164,3	283,9
Fornecedores	(906,6)	(511,7)	(394,8)
<b>Variações em Capital de Giro:</b>	<b>(215,6)</b>	<b>(275,4)</b>	<b>59,8</b>
<b>Variações em Ativos:</b>			
Despesas antecipadas	4,4	(1,5)	5,8
Depósitos judiciais	1,2	1,4	(0,3)
Impostos a recuperar	(16,2)	(66,6)	50,4
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	(48,5)	(18,8)	(29,7)
<b>Variações em Ativos:</b>	<b>(59,1)</b>	<b>(85,4)</b>	<b>26,3</b>
<b>Variações em Passivos:</b>			
Salários e encargos sociais	(4,6)	6,4	(11,0)
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	2,2	4,3	(2,1)
Outras obrigações (circulante e não circulante)	(141,5)	(46,9)	(94,6)
<b>Variações em Passivos:</b>	<b>(143,9)</b>	<b>(36,2)</b>	<b>(107,7)</b>
<b>Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais</b>	<b>(450,6)</b>	<b>(389,6)</b>	<b>(61,0)</b>
<b>Atividades de Investimento</b>			
Títulos e valores mobiliários	503,2	172,8	330,5
Imobilizado	(16,2)	(24,3)	8,1
Intangível	(113,0)	(111,9)	(1,1)
Valor pago pelas aquisições de controladas	(0,2)	(40,2)	40,0
<b>Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento</b>	<b>373,8</b>	<b>(3,6)</b>	<b>377,4</b>
<b>Atividades de Financiamento</b>			
Captações	6,9	415,9	(409,1)
Pagamentos	(65,7)	(59,1)	(6,6)
Reservas de capital	-	2,2	(2,2)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>	<b>(58,9)</b>	<b>359,0</b>	<b>(417,9)</b>
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	(135,7)	(34,2)	(101,5)
<b>Caixa e Bancos no início do período</b>	<b>329,4</b>	<b>195,3</b>	
<b>Caixa e Bancos no final do período</b>	<b>193,8</b>	<b>161,2</b>	

## ANEXO IV: NOTA SOBRE O DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

### **Efeitos na consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital**

A Click-Rodo e a Direct (subsidiárias da B2W Digital) prestam serviços de distribuição de mercadorias para a Companhia, gerando um efeito de eliminação na receita bruta e nas despesas com vendas, gerais e administrativas (despesa de distribuição) consolidadas, conforme norma contábil vigente.

O lucro bruto consolidado é reduzido na proporção do efeito positivo observado nas despesas com vendas, gerais e administrativas, mas sem efeito no EBITDA Ajustado e na Margem EBITDA Ajustada.

### **EBITDA Ajustado**

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) editou no dia 04/10/2012 a Instrução 527/12, que dispõe sobre a divulgação voluntária de informações de natureza não contábil, como o EBITDA. O objetivo da Instrução é o de uniformizar a divulgação desse dado a fim de melhorar o nível de compreensão dessas informações e torná-las comparáveis entre as companhias abertas.

Visando manter a consistência e a comparabilidade com os períodos anteriores, apresentamos a seguir a conciliação do EBITDA.

No 1T16, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 127,2 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 115,6 milhões no 1T16, representando 6,7% da RL.

## ANEXO V: ENDIVIDAMENTO

Endividamento Consolidado - R\$ MM	31/03/2016	31/12/2015
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	420,8	353,8
Debêntures de Curto Prazo	208,0	200,7
<b>Endividamento de Curto Prazo</b>	<b>628,8</b>	<b>554,6</b>
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	3.592,1	3.646,6
Debêntures de Longo Prazo	-	-
<b>Endividamento de Longo Prazo</b>	<b>3.592,1</b>	<b>3.646,6</b>
<b>Endividamento Bruto (1)</b>	<b>4.221,0</b>	<b>4.201,2</b>
Disponibilidades	1.929,8	2.568,6
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	583,0	713,8
<b>Disponibilidades Totais (2)</b>	<b>2.512,7</b>	<b>3.282,5</b>
<b>Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)</b>	<b>1.708,2</b>	<b>918,7</b>
<b>Dívida (Caixa) Líquida / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)</b>	<b>2,8</b>	<b>1,5</b>
<b>Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)</b>	<b>910</b>	<b>998</b>

O contas a receber de clientes é composto, principalmente, por recebíveis de cartão de crédito, líquidos do valor descontado, que possuem liquidez imediata e podem ser considerados como caixa. A composição do contas a receber da B2W está demonstrada na tabela a seguir:

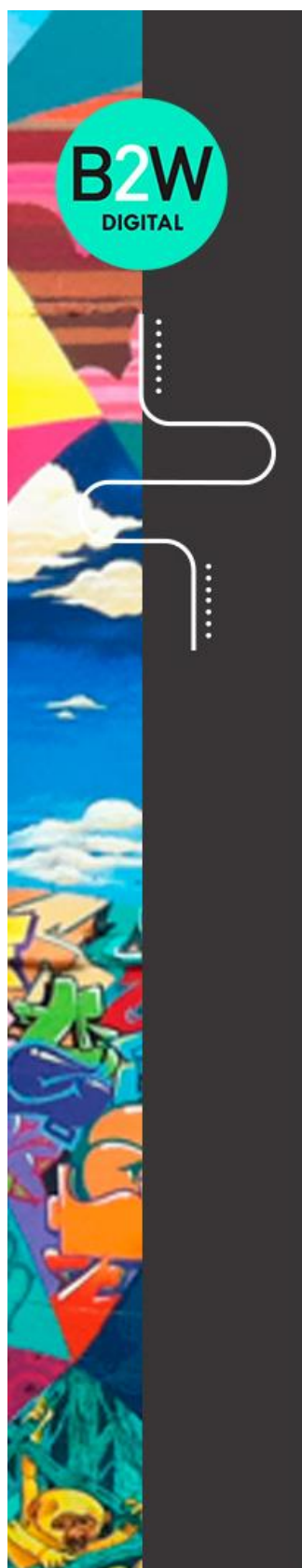
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM	31/03/2016	31/12/2015
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	2.051,6	2.172,5
Desconto de Recebíveis	(1.468,6)	(1.458,7)
<b>Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação</b>	<b>583,0</b>	<b>713,8</b>
Ajuste a Valor Presente	(34,3)	(2,9)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(10,6)	(21,7)
Outras Contas a Receber	184,3	169,2
<b>Contas a Receber Líquido Consolidado</b>	<b>722,3</b>	<b>858,4</b>

## ANEXO VI: DEFINIÇÕES

- **Capital de Giro:** Calculado como a soma de dias de contas a receber de clientes (usando GMV como base) e dias de estoque, menos os dias de fornecedores, considerando GMV e CMV nos últimos 12 meses.
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** SG&A excluindo os efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.
- **Dívida (Caixa) Líquida:** Calculada como a soma de endividamento de curto prazo e longo prazo, menos disponibilidades e contas a receber de cartão de crédito líquido de antecipação.
- **EBITDA Ajustado (LAJIDA):** Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.
- **GMV (Gross Merchandise Volume):** Vendas de mercadorias próprias, vendas realizadas no Marketplace e outras receitas (excluindo a comissão das vendas do Marketplace), após devoluções e incluindo impostos.
- **Lucro Bruto Ajustado:** Lucro bruto excluindo os efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.
- **Market Share:** Total de vendas nos sites da B2W, incluindo as vendas de Marketplace, dividido pelas vendas totais do mercado (fonte: e-Bit).
- **Novos Clientes:** Aumento na base de clientes ativos nos últimos 12 meses.
- **Participação Marketplace:** Vendas do Marketplace sobre o GMV consolidado total.

**INFORMAÇÕES SOBRE WEBCAST E CONFERENCE CALL**

Teleconferência com tradução simultânea para o inglês seguida de sessão bilingue de perguntas e respostas.

**Eventos 1T16****Divulgação de Resultados**

5 de maio, 2016 (quinta-feira)  
após fechamento da Bolsa

**Teleconferência com Webcast**

(em português - tradução simultânea para inglês)

6 de maio, 2016 (sexta-feira)  
12:00h horário de Brasília

**Acesso:** +55 (11) 3193-1001  
ou +55 (11) 2820-4001

**Código:** B2W

**Link para Webcast:**

[www.b2wdigital.com/  
webcast1T16](http://www.b2wdigital.com/webcast1T16)

**Replay:** Até 12 de maio de 2016

**Acesso:** +55 11 3193-1012  
ou +55 11 2820-4012

**Código:** 6662940#

**Palestrante:**

Fábio Abrate - CFO e DRI

**Equipe de Relações com Investidores**

ri@b2wdigital.com  
+55 (21) 3722-3618

**1Q16 Events****Earnings Release**

May 5th, 2016 (Thursday)  
after Bovespa's trading hours

**Conference Call and Webcast**

(in Portuguese - simultaneous translation into English)

May 6th, 2016 (Friday)

11:00 a.m. (Eastern Standard Time)

**Connection:** +1 (786) 924-6977

**Code:** B2W

**Link to Webcast:**

[www.b2wdigital.com/  
webcast1Q16](http://www.b2wdigital.com/webcast1Q16)

**Replay:** Until May 12th, 2016

**Access:** +55 11 3193-1012  
ou +55 11 2820-4012

**Code:** 8380193#

**Speaker:**

Fábio Abrate - CFO and IRO

**Investor Relations Team**

ri@b2wdigital.com  
+55 (21) 3722-3618

**BM&FBOVESPA**  
A Nova Bolsa

**CVM**

**BTOW3  
NOVO  
MERCADO**  
BM&FBOVESPA

**Índice de Ações com Tag Along Diferenciado** **ITAG**

**Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada** **IGC**

**Índice de Consumo** **ICON**

**MSCI**

**Índice de Sustentabilidade Empresarial** **ISE**