

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 1T15

B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 29,1% NO GMV CONSOLIDADO. A RECEITA BRUTA CONSOLIDADA ATINGIU R\$ 2,5 BILHÕES NO 1T15, CRESCENDO 25,1%.

Rio de Janeiro, 7 de Maio de 2015 – B2W – Companhia Digital (BOVESPA: BTOW3), empresa líder em comércio eletrônico da América Latina, anuncia hoje os resultados do 1º trimestre de 2015 (1T15). As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo 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 análises a seguir referem-se aos resultados consolidados e as comparações referem-se ao 1º trimestre de 2014 (1T14), exceto onde indicado o contrário.

americanas.com

Submarino

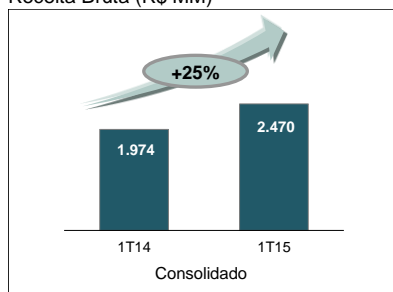
shoptime

Sou Barato

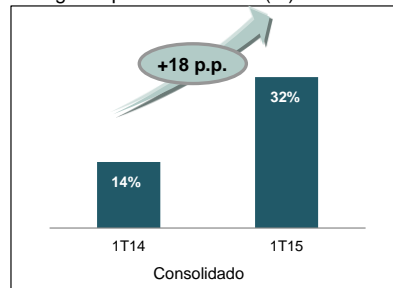
DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

Sumário Executivo 1T15 – Comparativo 1T14

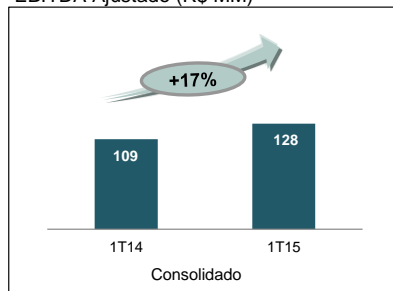
Receita Bruta (R\$ MM)



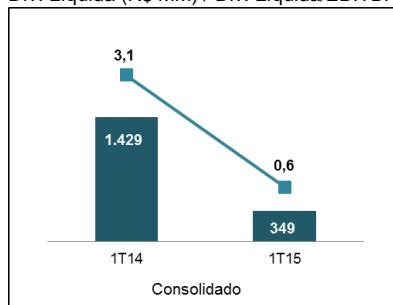
Tráfego Dispositivos Móveis (%)



EBITDA Ajustado (R\$ MM)



Div. Líquida (R\$ MM) / Div. Líquida/EBITDA



Consolidado			
Destques Financeiros (R\$ MM)	1T15	1T14	Var. (%)
Receita Líquida	2.137,8	1.729,9	23,6%
Lucro Bruto¹	472,4	418,7	12,8%
EBITDA Ajustado	127,8	109,2	17,0%
Resultado Líquido	(50,4)	(57,6)	-12,5%
Margem Líquida (%RL)	-2,4%	-3,3%	+0,9 p.p.

¹ Verificar efeitos de consolidação na página 4.

✓ **B2W Digital atingiu participação de 32% do tráfego e 16% dos pedidos colocados por meio de dispositivos móveis no 1T15**

O acesso aos sites da B2W Digital, por meio de dispositivos móveis, atingiu participação de 32% do tráfego e 16% dos pedidos colocados no 1T15. Essa evolução é reflexo do trabalho em conjunto com as empresas de tecnologia adquiridas, Uniconsult e Ideais, que possuem grande expertise nessa frente.

✓ **B2W Digital anuncia novas importantes parcerias no Marketplace: Centauro, Tricae, Ultrafarma e Camisaria Colombo**

As novas lojas oferecem um sortimento ainda mais completo ao cliente. Nos últimos 12 meses, o Marketplace da B2W Digital ampliou em 10 vezes o número de itens disponíveis.

✓ **B2W Digital anuncia a aquisição da e-smart**

A e-smart é a principal desenvolvedora de plataforma Magento para o e-commerce. A aquisição da e-smart contribui para a aceleração do [B] Seller e do Marketplace.

✓ **B2W Digital lança as lojas online da BR Foods, Drinkfinity e dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016**

B2W Digital foi escolhida para operar toda a plataforma online da Loja BRF e Drinkfinity (PepsiCo). Além disso, a B2W Digital foi escolhida como a Operadora de Varejo Online Oficial dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016.

✓ **B2W Digital anuncia expansão do serviço de “Entrega em Loja” para 200 unidades da Lojas Americanas até o final de 2015**

Após o sucesso do projeto iniciado em 2014, a B2W Digital expandirá o serviço de “Entrega em Loja”. Com esse serviço, o cliente compra online e pode retirar o produto na loja de maior conveniência.

GMV (Gross Merchandise Volume – Venda bruta de mercadorias próprias, outras receitas e vendas realizadas nas plataformas de marketplace, após devoluções, incluindo impostos).

EBITDA Ajustado (LAJIDA – lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial).

Pedidos colocados por dispositivos móveis (Participação do valor dos pedidos feitos por dispositivos móveis na Americanas.com, Submarino, Shoptime e SouBarato).

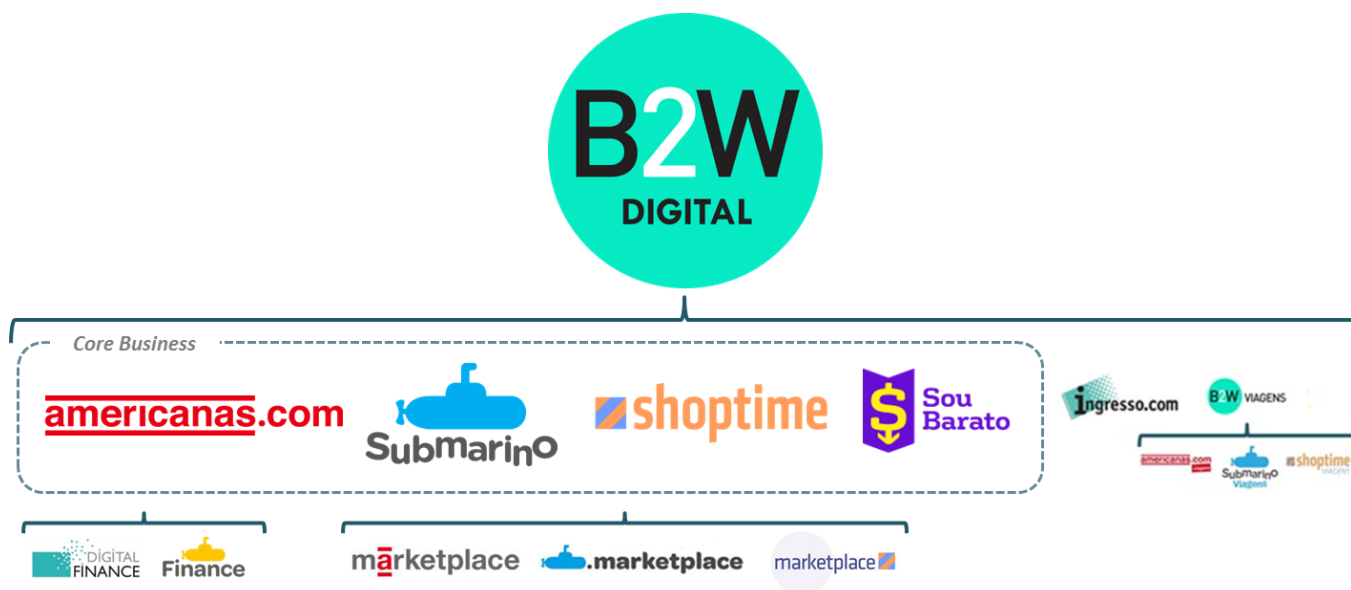


ESTRUTURA DA COMPANHIA

A B2W Digital é líder em comércio eletrônico na América Latina. A Companhia opera por meio de uma plataforma digital, com negócios que apresentam forte sinergia e um modelo único, multicanal, multimarca e multinegócios.

A B2W Digital possui um portfólio com as marcas Americanas.com, Submarino, Shoptime, SouBarato, Digital Finance, Submarino Finance, Ingresso.com e B2W Viagens, que oferecem mais de 40 categorias de produtos e serviços, por meio dos canais de distribuição internet, televidas, catálogos, TV e quiosques.

O organograma a seguir traz uma visão integrada da B2W:





MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

No primeiro trimestre de 2015, a B2W - Companhia Digital apresentou um crescimento de GMV de 29%, conjugado com um crescimento de 25% da receita bruta, que atingiu R\$ 2,5 bilhões. Com os resultados alcançados, a Companhia apresentou, pelo décimo primeiro trimestre consecutivo, crescimento em patamares acima do mercado, que neste trimestre, cresceu 13% (segundo a consultoria e-bit), registrando ganho de market share e consolidando sua posição de liderança de mercado.

Os investimentos realizados pela Companhia nos últimos anos, em especial a aquisição da Uniconsult e Ideais, possibilitaram também uma grande evolução nas plataformas de venda por dispositivos móveis, que ao final do primeiro trimestre já representavam 32% do tráfego e 16% dos pedidos colocados da Companhia.

Outra conquista desse início de ano foi o lançamento do Marketplace no Shoptime. O Marketplace, que já estava disponível na Americanas.com e no Submarino, completou o primeiro ano de operação com grande evolução e o desenvolvimento de uma plataforma única para atender todas as necessidades dos vendedores nas frentes de tecnologia e logística, o que permitirá que a B2W acelere o crescimento desse modelo de negócio.

Recentemente, novas parceiras foram estabelecidas com Centauro, Ultrafarma, Camisaria Colombo e Tricae, permitindo que a Companhia ofereça um sortimento ainda mais completo ao cliente. Nos últimos 12 meses, o Marketplace da B2W Digital ampliou em 10 vezes o número de itens disponíveis.

Visando reforçar a estratégia de crescimento do [B] Seller e do Marketplace, a B2W Digital adquiriu a e-smart, que é a principal desenvolvedora de plataforma Magento para o e-commerce, sendo a única empresa deste segmento com a certificação “Magento`s Gold Partner” na América do Sul.

Outra novidade de 2015, foi a escolha da B2W Digital para operar toda a plataforma online da Loja BRF e Drinkfinity (PepsiCo). Além disso, a B2W foi eleita como a Operadora de Varejo Online Oficial dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. A escolha da Companhia por grandes marcas para operação de suas plataformas online é um reflexo dos investimentos realizados nos pilares de tecnologia e logística. Outras grandes empresas como Ambev, Postos Ypiranga (Programa de Fidelidade KM de Vantagens) e Motorola já utilizam as soluções online da B2W.

Também no início de 2015, a B2W Digital expandiu o Menu de Frete para 100% das cidades brasileiras, oferecendo entregas em até metade do prazo convencional para mais de 60% do sortimento. Anunciamos, agora, a expansão do serviço “Entrega em Loja”, que permite que o cliente compre no site da Americanas.com e reite o produto na unidade da Lojas Americanas de maior conveniência. Até o final do ano, o serviço estará disponível em 200 lojas.

Assim, gostaríamos de agradecer a dedicação de todos os associados, que fazem parte do melhor e mais bem sucedido time digital da América Latina e que mais uma vez fizeram a diferença. Agradecemos também aos nossos fornecedores pela parceria, aos nossos acionistas pela confiança e principalmente aos clientes pela preferência.

A ADMINISTRAÇÃO





COMENTÁRIOS DO DESEMPENHO OPERACIONAL

Como recompensa da mobilização de toda a Companhia em oferecer a melhor experiência digital da América Latina, a B2W Digital continua evoluindo nos indicadores relacionados ao nível de serviço, refletindo a grande melhoria de seus processos operacionais e logísticos, que são importantes pilares de um crescimento sustentável.

B2W DIGITAL INTEGRA A CARTEIRA 2015 DO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE)



Como reconhecimento do engajamento de toda a Companhia em atender as melhores práticas de sustentabilidade, a B2W integra a seleta carteira 2015 do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBOVESPA, o que reflete o forte compromisso da Companhia com o crescimento sustentável observando os impactos nas dimensões: econômica, social e ambiental.

EVOLUÇÃO DOS ÍNDICES DE ATENDIMENTO AO CLIENTE



As quatro principais marcas da B2W Digital (Americanas.com, Submarino, Shoptime e SouBarato) possuem a melhor performance nos indicadores de atendimento ao cliente do site Reclame Aqui, sendo a única a possuir o selo “RA 1000”, mais alto índice de reputação do site. Essas conquistas são reflexos da evolução contínua de nossas operações, que consolidam a B2W Digital como a primeira em atendimento ao cliente.

	Reclame Aqui	B2W DIGITAL	Concorrentes			
			#2	#3	#4	Média Concorrentes
12 Meses	Selo RA 1000	4 de 4 Marcas	0 de 3 Marcas	0 de 1 Marca	0 de 1 Marca	0 de 5 Marcas
	Nota Média	7,4	5,5	4,5	6,4	5,5
	Voltaria a Fazer Negócios	80%	56%	46%	65%	56%

Data Base: 29/04/2015

EFETOS DA CONSOLIDAÇÃO DA CLICK-RODO E DIRECT NO LUCRO BRUTO E NAS DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS DO RESULTADO CONSOLIDADO

A Click-Rodo e a Direct 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) consolidados, 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.

Na medida em que a Click-Rodo e a Direct prestam mais serviços para Companhia, esse efeito ganha relevância. O lucro bruto divulgado no 1T15, sem os referidos efeitos de consolidação, seria de R\$ 498,9 milhões ou 23,3% da receita líquida. As despesas com vendas, gerais e administrativas divulgadas no 1T15, sem os referidos efeitos de consolidação, seriam de R\$ 371,1 milhões ou 17,3% da receita líquida. O EBITDA Ajustado se mantém inalterado no valor de R\$ 127,8 milhões ou 6,0% da receita líquida.

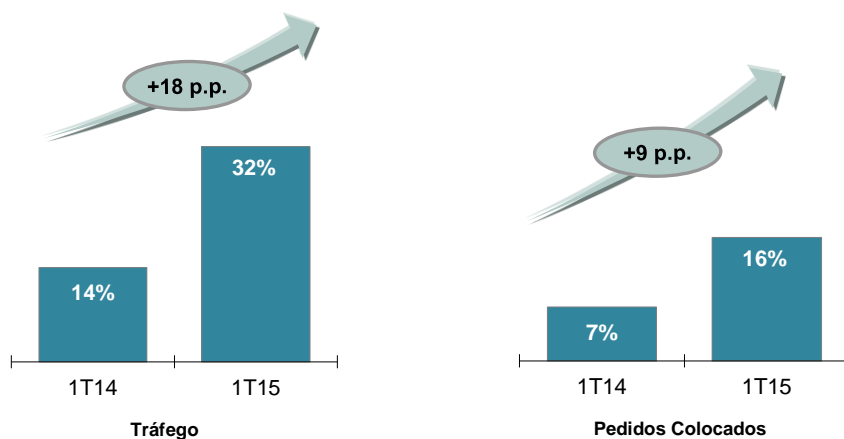




MOBILE - PARTICIPAÇÃO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS NO TRÁFEGO E NOS PEDIDOS COLOCADOS

No 1T15, a participação de dispositivos móveis no tráfego atingiu 32%, em comparação com 14% registrados no 1T14, o que representa uma evolução de 18 pontos percentuais.

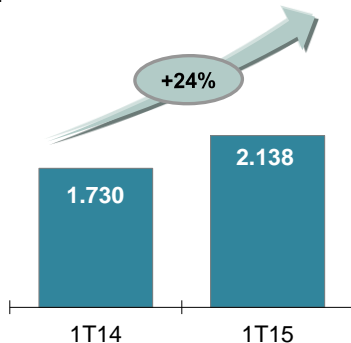
No 1T15, a participação de dispositivos móveis nos pedidos colocados atingiu 16%, em comparação com 7% no 1T14, o que representa uma evolução de 9 pontos percentuais.



Pedidos colocados por dispositivos móveis (Participação do valor dos pedidos feitos por dispositivos móveis na Americanas.com, Submarino, Shoptime e SouBarato).

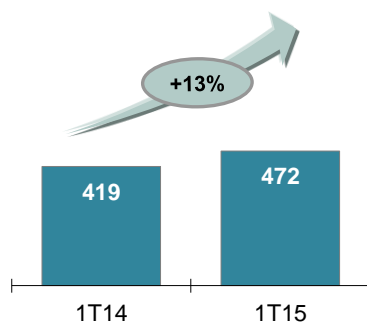
RECEITA LÍQUIDA

No 1T15, a receita líquida consolidada atingiu R\$ 2.137,8 milhões contra R\$ 1.729,9 milhões no 1T14, representando um crescimento de 23,6%.



LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

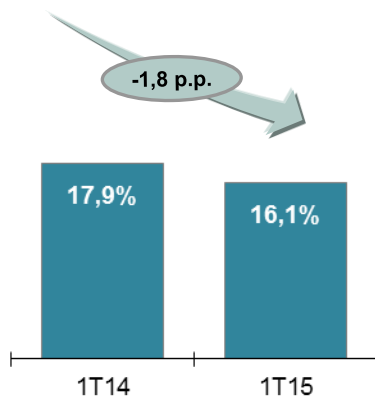
No 1T15, o lucro bruto consolidado alcançou R\$ 472,4 milhões, um crescimento de 12,8% em relação aos R\$ 418,7 milhões registrados no 1T14. Nesse período, a margem bruta consolidada foi de 22,1%, quando calculada como percentual da receita líquida.





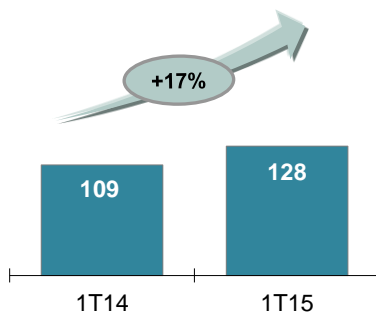
DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS

No 1T15, as despesas com vendas, gerais e administrativas consolidadas totalizaram R\$ 344,6 milhões, o que representa 16,1% da receita líquida, redução de 1,8 p.p. quando comparado ao 1T14.



EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

No 1T15, o EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$ 127,8 milhões, um crescimento de 17,0% contra os R\$ 109,2 milhões registrados no 1T14. Nesse período, a margem EBITDA ajustada consolidada foi de 6,0%, quando calculada como percentual da receita líquida.



O EBITDA Ajustado (LAJIDA – lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial) é apresentado como informação adicional porque acreditamos se tratar de um indicador importante de nosso desempenho operacional e como forma de manter a comparabilidade com os resultados anteriormente divulgados.

EBITDA (CVM 527/12)

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 desses dados, 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.





Conciliação do EBITDA Consolidado- R\$ MM	1T15	1T14	Δ %
Resultado Líquido	(50,4)	(57,6)	-12,5%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	27,0	32,3	-16,4%
(+) Resultado Financeiro Líquido	(154,2)	(165,9)	-7,1%
(+) Depreciação / Amortização	(47,3)	(26,9)	75,8%
(=) EBITDA (CVM 527/12)	124,1	102,9	20,6%
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais*	(3,7)	(6,3)	-41,3%
(=) EBITDA Ajustado	127,8	109,2	17,0%

* Na antiga norma contábil, chamado de "resultado não operacional".

EBITDA Ajustado: LAJIDA – lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.

O cálculo do EBITDA (CVM 527/12) considera o resultado líquido do período, acrescido dos tributos sobre o lucro, das despesas financeiras líquidas das receitas financeiras e das depreciações, amortizações e exaustões.

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

No 1T15, a despesa financeira líquida consolidada foi de R\$ 154,2 milhões, uma redução de 7,1% em relação à despesa financeira líquida consolidada de R\$ 165,9 milhões apresentada no 1T14.

Resultado Financeiro Consolidado - R\$ MM	1T15	1T14	Δ %
Resultado Financeiro Líquido	(154,2)	(165,9)	-7,1%

A Companhia continua reafirmando seu compromisso com a política conservadora de aplicação do caixa, manifestada pela utilização de instrumentos de *hedge*, em moedas estrangeiras, para fazer frente a eventuais flutuações do câmbio, seja em relação ao passivo financeiro, seja para sua posição de caixa total. Esses instrumentos anulam o risco cambial, transformando o custo da dívida para moeda e taxa de juros locais (em percentual do CDI*). No mesmo sentido, vale lembrar que o caixa da Companhia está aplicado nas maiores instituições financeiras do Brasil.

* CDI - Certificado de Depósito Interbancário: taxa média das captações no mercado interbancário.

RESULTADO LÍQUIDO

No 1T15, o resultado líquido consolidado foi de R\$ -50,4 milhões, comparado aos R\$ -57,6 milhões obtidos no 1T14.

No 1T15, a margem líquida consolidada foi de -2,4%, quando calculada como percentual da receita líquida, uma evolução de 0,9 p.p. em relação à margem obtida no 1T14.

Conciliação do Resultado Líquido Consolidado - R\$ MM	1T15	1T14	Δ %
EBITDA Ajustado	127,8	109,2	17,0%
(+) Depreciação / Amortização	(47,3)	(26,9)	75,8%
(+) Resultado Financeiro Líquido	(154,2)	(165,9)	-7,1%
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais*	(3,7)	(6,3)	-41,3%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	27,0	32,3	-16,4%
(=) Resultado Líquido	(50,4)	(57,6)	-12,5%

* Na antiga norma contábil, chamado de "resultado não operacional".

EBITDA Ajustado: LAJIDA – lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.





ENDIVIDAMENTO

A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, no 1T15, os investimentos consolidados no imobilizado e no intangível (desenvolvimento de *websites* e sistemas) totalizaram R\$ 136,2 milhões.

A B2W possuía, em 31/03/2015, disponibilidades totais no valor de R\$ 1.953,9 milhões, montante mais de 3 vezes superior ao somatório de empréstimos e debêntures de curto prazo da Companhia, que totaliza R\$ 584,4 milhões.

Em 31/03/2015, a dívida líquida da Companhia foi de R\$ 348,8 milhões, o que representa 0,6x o EBITDA Ajustado acumulado dos últimos 12 meses.

Para fazer frente às incertezas e à volatilidade no mercado financeiro, a B2W DIGITAL tem como orientação preservar o caixa e alongar o perfil da dívida.

Endividamento Consolidado - R\$ MM	31/03/2015	31/03/2014
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	577,5	330,2
Debêntures de Curto Prazo	6,9	149,6
Endividamento de Curto Prazo	584,4	479,8
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	1.518,3	2.837,4
Debêntures de Longo Prazo	200,0	498,3
Endividamento de Longo Prazo	1.718,3	3.335,7
Endividamento Bruto (1)	2.302,7	3.815,5
Disponibilidades	1.304,3	1.612,1
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	649,6	774,6
Disponibilidades Totais (2)	1.953,9	2.386,7
Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)	348,8	1.428,8
Dívida (Caixa) Líquida / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)	0,6	3,1
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	931	1.021

EBITDA Ajustado: LAJIDA – lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.

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	31/03/2015	31/03/2014
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	2.156,9	2.314,0
Desconto de Recebíveis	(1.507,3)	(1.539,4)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	649,6	774,6
Ajuste a Valor Presente	(3,9)	(3,4)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(28,1)	(34,3)
Outras Contas a Receber	208,4	199,0
Contas a Receber Líquido Consolidado	826,0	935,9

Para efeitos de cálculo de capital de giro os recebíveis de cartões de crédito bruto consolidados, excluindo o FIDC, em 31/03/2015 e 31/03/2014 foram de R\$ 1.583,7 milhões e R\$ 1.646,8 milhões, respectivamente.





Em 11 de Junho de 2013, o Conselho de Administração da Companhia aprovou a ampliação do patrimônio líquido do fundo de investimento em direitos creditórios (FIDC) em R\$ 707,6 milhões, atingindo aproximadamente R\$ 1,3 bilhão. O modelo de FIDC de cartão de crédito estruturado pela Companhia é uma ferramenta única no mercado e representa uma importante fonte de captação de recursos.

Devido à adoção dos novos CPCs/IFRS, em particular o CPC 38 e seu correspondente IAS 39, a Companhia passou a efetuar baixa (desreconhecimento) dos recebíveis com as administradoras de cartões de crédito no momento da sua efetiva antecipação (conforme divulgado nas notas explicativas às demonstrações financeiras). Todavia, para melhor evidênciação do volume de antecipações de recebíveis nas datas-base analisadas, a Companhia demonstra no quadro acima, o contas a receber ajustado pelas antecipações efetuadas até as datas-base em análise.

PROJETOS DE APOIO AO INVESTIMENTO

A B2W Digital contratou junto ao BNDES, em março de 2014, financiamento de R\$ 1,46 bilhão que tem por objetivo financiar o plano de investimento de 3 anos (2013 a 2015) da Companhia em logística, tecnologia e inovação.

A B2W Digital contratou junto à FINEP, em dezembro de 2014, financiamento de R\$ 231 milhões, que tem por objetivo financiar projetos de inovação.

AUSÊNCIA DE EXPOSIÇÃO À VARIAÇÃO CAMBIAL

A B2W Digital possuía em seu balanço em 31/03/2015 dívidas em moeda estrangeira. Tais dívidas, contudo, são INTEGRALMENTE PROTEGIDAS contra quaisquer oscilações de câmbio por intermédio de operações de derivativos (*swaps*), que substituem o risco cambial por variação da taxa básica de juros brasileira (CDI).

VENDAS POR MEIOS DE PAGAMENTO

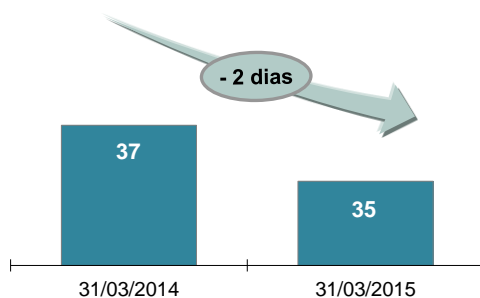
A abertura da evolução das vendas consolidadas por meios de pagamento pode ser verificada na tabela abaixo:

Meios de Pagamentos	1T15	1T14	Δ%
Cartão de Crédito	56%	64%	-8 p.p
Outros Meios de Pagamento	44%	36%	+8 p.p

CAPITAL DE GIRO LÍQUIDO

O ciclo de caixa líquido em 31 de Março de 2015 foi de 35 dias, uma evolução de 2 dias em relação aos 37 dias de 31 de Março de 2014.

B2W Digital, ratificando seu compromisso de maximização de valor aos acionistas, continua trabalhando na gestão das variáveis de capital de giro. Deste modo, oportunidades de melhorias em processos internos vêm sendo implementadas e estamos certos que melhores patamares podem ser atingidos.





INVESTIMENTO E INOVAÇÃO

Adotamos um plano de investimentos que tem por principal objetivo viabilizar o crescimento e a melhoria de nossas operações. No 1T15, investimos R\$ 136,2 milhões, principalmente nas áreas de logística, tecnologia e inovação.

Logística e Distribuição

Em 14 de Junho de 2014 foi anunciada a aquisição da Direct, maior e melhor operadora logística de e-commerce no Brasil, especializada em entregas de itens pequenos (pacotinho). A aquisição foi aprovada pelo CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica em 08 de Julho de 2014. Em 2013, a Companhia já havia realizado a aquisição da Click – Rodo, operadora logística também especializada em entregas para o comércio eletrônico, com foco em itens grandes (pacotão). Com essas duas aquisições, a B2W eleva o seu nível de serviço logístico, contando com as duas principais transportadoras de *last mile* da internet brasileira.

Com o objetivo de estar próximo do cliente e oferecer o melhor serviço de entrega, em Outubro de 2014, a B2W Digital abriu 4 novos Centros de Distribuição (CD): um em São Paulo, um em Pernambuco e outros dois em Santa Catarina; e ampliou o CD do Rio de Janeiro. Como consequência, 2 CDs de menor capacidade, localizados em São Paulo e Pernambuco, foram substituídos. Com esse movimento, a B2W aumentou em 50% a sua capacidade total de armazenagem, possuindo atualmente 9 Centros de Distribuição localizados em São Paulo (4), Rio de Janeiro (1), Minas Gerais (1), Pernambuco (1) e Santa Catarina (2). Em linha com o plano de investimento anunciado, serão abertos no mínimo 3 novos CDs até o final de 2015.

Além disso, a Companhia estabeleceu alianças estratégicas com os demais transportadores do país com os quais opera, garantindo o compromisso conjunto de oferecer o melhor nível de serviço aos clientes.

Tecnologia

Em linha com o plano de investimentos e com a estratégia de ser uma referência no mercado de tecnologia e internet, a B2W Digital adquiriu no ano de 2013 três empresas de tecnologia especializadas em desenvolvimento de sistemas e soluções para comércio eletrônico. Com isso, a Companhia dobrou seu time de tecnologia/internet, que é o maior da América Latina e conta atualmente com mais de 600 engenheiros.

Seguem abaixo os principais destaques das empresas adquiridas:

- Uniconsult: Otimização de controle de pedidos (expedição e reversa), de sistemas para operação de múltiplos centros de distribuição e desenvolvimento de sistemas específicos para operação de Marketplace;
- Ideais Tecnologia: Desenvolvimento e otimização das plataformas de venda *online*, B2B/B2B2C e sistemas *mobile*;
- Tarkena: Otimização de sistemas de busca e algoritmos para gerenciamento de frete.

Os investimentos nas plataformas tecnológicas das áreas de operação e logística, televisão, atendimento e televendas visam à melhoria da qualidade e eficiência das operações da Companhia, a fim de proporcionar uma experiência de compra ainda melhor para os clientes.

Ao longo de 2014 e primeiros meses de 2015, foram implementados vários projetos envolvendo desde melhorias na estrutura da plataforma tecnológica até novas funcionalidades.





DESTAQUES OPERACIONAIS

A B2W Digital, sempre buscando reforçar sua estratégia multicanal, multimarca e multinegócios, continua investindo em uma plataforma digital com negócios que apresentam forte sinergia. A Companhia possui um portfólio com as marcas mais conhecidas e queridas da internet.

Americanas.com

A maior Loja. Os menores preços.

A Americanas.com (americanas.com) é a maior e mais querida loja online da América Latina. A marca oferece mais de um milhão de produtos, distribuídos em 36 categorias, que podem ser adquiridos pelo site, televendas, aplicativo mobile ou nos mais de 900 quiosques instalados dentro das lojas físicas, além dos produtos de outras lojas disponíveis no Marketplace. Na Americanas.com, os clientes encontram diversas promoções e os melhores preços durante todo o ano.

Submarino

Os produtos que você curte e o melhor serviço da internet.

O Submarino (submarino.com.br) oferece o que há de mais moderno em tecnologia, entretenimento, cultura e inovação aos seus clientes. O amplo sortimento de produtos da marca é dividido em 30 categorias de eletrônicos, informática, telefonia, games, livros, moda, serviços online, entre outros. O Submarino conta também com as áreas exclusivas coolstuff, onde os produtos mais descolados e inovadores podem ser encontrados, e wearable tech (tecnologia para vestir), onde estão os modernos dispositivos conectados à internet que facilitam o dia a dia dos usuários.

Shoptime

Produtos exclusivos e demonstração ao vivo.

O Shoptime (shoptime.com.br) é o maior e mais querido canal brasileiro de vendas pela TV, e ainda opera pela internet. Com uma programação especializada na demonstração de produtos, o canal une o carisma de seus apresentadores com a ampla diversidade de categorias para entreter, ensinar o uso e vender os melhores produtos do mercado.

SouBarato

O SouBarato (soubarato.com.br) é o maior outlet da América Latina, que comercializa produtos novos e também reembalados em perfeitas condições. O site, outlet das marcas Americanas.com, Submarino e Shoptime, oferece ofertas exclusivas por tempo limitado, com preços abaixo da média do mercado.

Submarino Finance

Resultado da joint venture com a Cetelem, a Submarino Finance oferece o Cartão Submarino Mastercard, que oferece vantagens especiais no site Submarino, como descontos e parcelamentos exclusivos, limite de crédito diferenciado e um programa de fidelidade, o Programa Léguas. Em 2014, ultrapassamos a marca de 1,3 milhão de cartões emitidos e participação de 37% nas vendas do Submarino.

Digital Finance

Para oferecer uma experiência de compra ainda melhor ao cliente, a B2W estabeleceu uma nova parceria com a Cetelem, do grupo BNP Paribas, criando a Digital Finance, com foco na oferta de cartões de crédito e outros serviços financeiros nos sites Americanas.com e Shoptime, replicando o modelo desenvolvido com grande sucesso pela Submarino Finance.

Ingresso.com

Líder brasileira em vendas de ingressos pela internet, a Ingresso.com (ingresso.com.br) oferece tecnologia e serviços de compra de ingressos para cinemas, teatros, shows, jogos de futebol e eventos culturais. Com mais de 6 milhões de clientes cadastrados, a empresa oferece a comodidade de garantir ingressos por meio do site, aplicativos para Iphone, Android, Facebook e televendas.

B2W Viagens

A B2W Viagens atua por meio das marcas Americanas Viagens, Submarino Viagens, Shoptime Viagens, Submarino Viajes, H2W e Milevo. A empresa oferece serviços de venda de pacotes turísticos, passagens aéreas, reservas de hotéis, cruzeiros, seguros de viagem, aluguel de veículos e pacotes de atrações turísticas no Brasil e no exterior por meio da internet, televendas e televisão.





GOVERNANÇA CORPORATIVA E MERCADO DE CAPITAIS

A B2W Digital é constituída sob as regras estabelecidas pela Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBOVESPA) e pelo Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa do Brasil. Essas incluem uma base acionária composta exclusivamente por ações ordinárias e a eleição de membros independentes para o Conselho de Administração. A B2W Digital conta com um Conselho de Administração formado por sete membros, sendo quatro representantes dos acionistas controladores e três membros independentes.

Os processos de abertura de capital e de adesão ao Novo Mercado foram deferidos pela CVM e pela BM&FBOVESPA nos dias 25 e 26 de Julho de 2007, respectivamente.

As ações da B2W Digital estão listadas na BM&FBOVESPA e começaram a ser negociadas sob o código BTOW3 (ordinárias) em 08 de Agosto de 2007.

Segue abaixo breve descrição dos principais eventos corporativos ocorridos no ano:

Em 30 de Abril de 2015, foram realizadas as Assembleias Gerais Ordinária e Extraordinária da Companhia, ocasião em que foram aprovadas as seguintes Deliberações:

- 1- Tomada das contas dos administradores e das demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31/12/2014.
- 2- Reeleição dos seguintes membros para o Conselho de Administração da Companhia: Celso Alves Ferreira Louro, Jorge Felipe Lemann, Miguel Gomes Pereira Sarmiento Gutierrez, Osmair Antônio Luminatti, Luiz Carlos Di Sessa Filippetti, Mauro Muratório Not e Paulo Antunes Veras para mandato que se encerrará na Assembleia Geral Ordinária de 2017.
- 3- Fixação do limite da remuneração global dos administradores.
- 4- Instalação do Conselho Fiscal e eleição dos Srs. Carlos Alberto de Souza, Pedro Carvalho de Mello e Peter Edward Cortes Marsden Wilson aos cargos de membros titulares e os Srs. Ricardo Scalzo, Márcio Luciano Mancini e André Pines aos cargos de membros suplentes.
- 5- Inclusão no objeto social da Companhia das atividades de programadora de comunicação eletrônica de massa por assinatura e de programadora de canal de tele vendas ou infomerciais.
- 6- Alteração do caput do Artigo 5º do Estatuto Social da Companhia para refletir os aumentos de capital aprovados pelo Conselho de Administração em 01 de setembro de 2014, 03 de outubro de 2014, 05 de novembro de 2014, 3 de dezembro de 2014 e 07 de janeiro de 2015, em decorrência do exercício das opções outorgadas no âmbito do Plano de Opção de Compra de Ações da Companhia aprovado em 31 de agosto de 2011, bem como a homologação do aumento do capital social da Companhia aprovado em Assembleia Geral Extraordinária realizada em 5 de junho de 2014, homologação essa aprovada pelo Conselho de Administração em reunião realizada em 13 de agosto de 2014.

As atas da AGO/E e RCA supracitadas, assim como as demais informações financeiras e corporativas da B2W Digital encontram-se disponíveis para consultas em nosso [site](http://www.b2wdigital.com) de Relação com Investidores (www.b2wdigital.com).





ANEXO I – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

B2W - Companhia Digital	Consolidado		
	Períodos findos em 31 de Março		
Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	1T15	1T14	Variação
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.469,9	1.974,1	25,1%
Impostos sobre vendas e serviços	(332,1)	(244,2)	36,0%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.137,8	1.729,9	23,6%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.665,4)	(1.311,2)	27,0%
Lucro Bruto¹	472,4	418,7	12,8%
<i>Margem Bruta (% RL)¹</i>	22,1%	24,2%	-2,1 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(391,9)	(336,4)	16,5%
Com vendas	(307,4)	(288,6)	6,5%
Gerais e administrativas	(37,2)	(20,9)	78,0%
Depreciação e amortização	(47,3)	(26,9)	75,8%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	80,5	82,3	-2,2%
Resultado Financeiro Líquido	(154,2)	(165,9)	-7,1%
Receitas financeiras	86,7	89,9	-3,6%
Despesas financeiras	(240,9)	(255,8)	-5,8%
Outras receitas (despesas) operacionais ²	(3,7)	(6,3)	-41,3%
Imposto de renda e contribuição social	27,0	32,3	-16,4%
Resultado Líquido	(50,4)	(57,6)	-12,5%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-2,4%	-3,3%	0,9 p.p.
EBITDA Ajustado³	127,8	109,2	17,0%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	6,0%	6,3%	-0,3 p.p.

¹ Verificar efeitos de consolidação na página 4.

² Na antiga norma contábil, chamado de "resultado não operacional".

³ EBITDA Ajustado: LAJIDA – lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.





ANEXO II – BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital Balanço Patrimonial (em milhões de reais)	Consolidado	
	31/03/2015	31/03/2014
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e bancos	161,2	111,1
Títulos e valores imobiliários	1.143,1	1.501,0
Contas a receber de clientes	826,0	936,0
Estoques	1.214,0	1.221,9
Impostos a recuperar	149,1	196,6
Despesas antecipadas e outros	116,3	85,5
Total do Ativo Circulante	3.609,7	4.052,1
NÃO CIRCULANTE		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	625,0	376,6
Impostos a recuperar	580,3	270,1
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	40,3	24,6
Imobilizado	487,3	344,4
Intangível	2.342,4	1.656,2
Total do Ativo Não Circulante	4.075,3	2.671,9
TOTAL DO ATIVO	7.685,0	6.724,0
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	1.636,2	1.819,2
Empréstimos e financiamentos	577,5	330,2
Debêntures	6,9	149,6
Salários, provisões e contribuições sociais	72,1	43,7
Tributos a recolher	27,1	13,2
Imposto de renda e contribuição social	8,8	3,2
Outras obrigações	217,5	88,4
Total do Passivo Circulante	2.546,1	2.447,5
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	1.518,3	2.837,4
Debêntures	200,0	498,3
Provisões para contingências e outras obrigações	389,2	125,6
Total do Passivo Não Circulante	2.107,5	3.503,2
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	3.605,3	1.199,0
Reservas de capital	14,9	7,1
Ajuste de avaliação patrimonial	(0,3)	(0,4)
Lucros (prejuízos) acumulados	(588,5)	(432,4)
Total do Patrimônio Líquido	3.031,4	773,3
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	7.685,0	6.724,0



ANEXO III – DEMONSTRATIVO DE FLUXO DE CAIXA

B2W - Companhia Digital			
Demonstrativo de Fluxo de Caixa			
(em milhões de reais)			
	Consolidado		
Atividades Operacionais	31/03/2015	31/03/2014	Varição
Resultado Líquido do Período	(50,4)	(57,6)	7,2
Ajustes ao Resultado Líquido:			
Depreciações e amortizações	47,3	26,9	20,4
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(31,7)	(33,7)	2,0
Juros, variações monetárias e cambiais	36,3	54,9	(18,6)
Outros	(12,9)	15,2	(28,1)
Resultado Líquido Ajustado	(11,4)	5,7	(17,1)
Varições de Capital de Giro :			
Contas a receber	384,1	20,4	363,7
Estoques	164,3	(133,0)	297,3
Fornecedores	(511,7)	(72,1)	(439,6)
Varições em Capital de Giro:	36,7	(184,7)	221,4
Varições em Ativos:			
Despesas antecipadas	(1,5)	(2,5)	1,0
Depósitos judiciais	1,4	0,5	0,9
Impostos a recuperar	(66,6)	(31,4)	(35,2)
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	(18,7)	(31,9)	13,2
Varições em Ativos:	(85,4)	(65,3)	(20,1)
Varições em Passivos:			
Salários e encargos sociais	6,4	0,5	5,9
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	4,3	0,2	4,1
Outras obrigações (circulante e não circulante)	(28,1)	(9,2)	(18,9)
Varições em Passivos:	(17,4)	(8,5)	(8,9)
Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais	(77,5)	(252,8)	175,3
Atividades de Investimento			
Títulos e valores mobiliários	172,8	288,3	(115,5)
Imobilizado	(24,3)	(32,8)	8,5
Intangível	(111,9)	(132,8)	20,9
Valor pago pelas aquisições de controladas	(40,2)	-	(40,2)
Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento	(3,6)	122,7	(126,3)
Atividades de Financiamento			
Captações	415,9	245,0	170,9
Pagamentos	(59,1)	(65,1)	6,0
Desconto de recebíveis	(312,2)	(28,1)	(284,1)
Reservas de capital	2,2	-	2,2
Ajuste de avaliação patrimonial	0,1	-	0,1
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento	46,9	151,8	(104,9)
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	(34,1)	21,6	(55,7)
Caixa e Bancos no início do período	195,3	89,5	
Caixa e Bancos no final do período	161,2	111,1	



INFORMAÇÕES SOBRE A TELECONFERÊNCIA E WEBCAST

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



Divulgação de resultados

7 de Maio de 2015 (Quinta-feira)
(Após fechamento da Bovespa)

Earnings Release

May 7th, 2015 (Thursday)
(After Bovespa's trading hours)

Teleconferência com Webcast

(em Português - tradução simultânea para inglês)

8 de Maio de 2015 (Sexta-feira)
12:00h (Horário de Brasília)
Acesso: +55 (11) 3193-1001
ou (11) 2820-4001
Código: B2W
Link para Webcast:

Conference Call and Webcast

(in Portuguese - simultaneous translation into English)

May 8th, 2015 (Friday)
11:00 a.m. (Eastern Daylight Time)
Connection: +1 (786) 924.6977
Code: B2W
Webcast Connection:

www.b2wdigital.com/webcast1T15

www.b2wdigital.com/webcast1Q15

Replay: Até 14 de Maio de 2015
Acesso: +55 (11) 3193-1012
ou (11) 2820-4012
Código: 2262496#

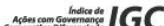
Palestrante: Fábio Abrate - DRI

Equipe de Relações com Investidores
ri@b2wdigital.com
+55 (21) 2206-6000

Replay: Until May 14th, 2015
Access: +55 (11) 3193-1012
or (11) 2820-4012
Code: 8728149#

Speaker: Fábio Abrate - IRO

Investor Relations Team
ri@b2wdigital.com
+55 (21) 2206-6000



EBITDA Ajustado (LAJIDA – lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial) é apresentado como informação adicional porque acreditamos tratar-se de um indicador importante de nosso desempenho operacional e como forma de manter a comparabilidade com os resultados anteriormente divulgados.

EBITDA (CVM 527/12): 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, almejando a melhora no nível de compreensão dessas informações e tornando-as comparáveis entre as companhias abertas. O cálculo do EBITDA (CVM 527/12) considera o resultado líquido do período, acrescido dos tributos sobre o lucro, das despesas financeiras líquidas das receitas financeiras e das depreciações, amortizações e exaustões.

Nós fazemos declarações sobre eventos futuros que estão sujeitas a riscos e incertezas. Tais declarações têm como base crenças e suposições de nossa Administração e informações a que a Companhia atualmente tem acesso. Declarações sobre eventos futuros incluem informações sobre nossas intenções, crenças ou expectativas atuais, assim como aquelas dos membros do Conselho de Administração e Diretores da Companhia.

As ressalvas com relação a declarações e informações acerca do futuro também incluem informações sobre resultados operacionais possíveis ou presumidos, bem como declarações que são precedidas, seguidas ou que incluem as palavras "acredita", "poderá", "irá", "continua", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "estima" ou expressões semelhantes.

As declarações e informações sobre o futuro não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e suposições porque se referem a eventos futuros, dependendo, portanto, de circunstâncias que poderão ocorrer ou não. Os resultados futuros e a criação de valor para os acionistas poderão diferir de maneira significativa daqueles expressos ou sugeridos pelas declarações com relação ao futuro. Muitos dos fatores que irão determinar estes resultados e valores estão além da capacidade de controle ou previsão da B2W.