

## B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 19% E R\$ 3,7 BILHÕES EM GMV NO 4T15

*Marketplace continua em rápido desenvolvimento, crescendo 582% e atingindo participação de 10% do GMV total*

**Rio de Janeiro, 10 de Março de 2016:** B2W Digital (Bovespa: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital e líder em crescimento na América Latina, anuncia hoje os resultados do 4º trimestre e ano de 2015.

### MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

*Em 2015, a B2W Digital concluiu o Plano de Negócios de três anos (2013-2015) - construir a melhor e mais completa plataforma digital da América Latina - com o cliente no centro da estratégia da Companhia. Nessa fase, investimentos em logística, tecnologia e experiência de compra foram feitos, de forma a criar uma plataforma que conecta pessoas, negócios, produtos e serviços. Estes investimentos geraram retornos significativos em ganhos de market share (saindo de 20% no 1S12 para 27% no 4T15), no desenvolvimento do Marketplace (10% do GMV no 4T15, em menos de dois anos de operação), na liderança da migração para dispositivos móveis (39% do tráfego no 4T15) e, mais importante, de novos clientes (+6 MM de novos clientes desde o 1S12). Além disso, os 4 sites da B2W são os únicos do e-commerce no Brasil que possuem, desde 2014, o mais alto nível de reputação em atendimento ao cliente, segundo o site Reclame Aqui e outros indicadores públicos. Como consequência, a Companhia mais que dobrou de tamanho nos últimos três anos, saindo de um GMV de R\$ 5,4 bilhões em 2012 para R\$ 11,3 bilhões em 2015.*

*Nos próximos cinco anos (2016-2020), a B2W seguirá 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	4T15	4T14	Delta	2015	2014	Delta
GMV (R\$ MM)	3.749	3.164	18,5%	11.266	9.179	22,7%
Market Share	26,8%	26,1%	+0,7 p.p.	25,5%	24,2%	+1,2 p.p.
Marketplace (R\$ MM)	359	53	581,7%	860	96	798,6%
Marketplace (% do GMV)	9,6%	1,7%	+7,9 p.p.	7,6%	1,0%	+6,6 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	38,7%	24,4%	+14,3 p.p.	34,3%	19,5%	+14,8 p.p.
Novos Clientes (Mil)	1.583	1.872	n.a.	1.583	1.872	n.a.

### DESTAQUES 4T15

- **Black Friday e Natal:** Os principais eventos de vendas do ano tiveram uma forte performance, resultado dos investimentos realizados nos últimos anos nas plataformas de tecnologia, logística e distribuição, associados a um rigoroso planejamento comercial e uma excelente execução do time B2W. As marcas da B2W foram líderes em tráfego nos eventos, garantiram o sortimento desejado pelos clientes e honraram com os prazos de entrega estabelecidos.
- **Marketplace faz novas parcerias:** Marketplace (3P) continua em rápido desenvolvimento, atingindo uma base de mais de 2.500 Sellers em apenas dois anos de operação. No 4T15, a B2W Digital estabeleceu novas importantes parcerias: Samsung, Acer, Vaio, Claro, Época Cosméticos, Spicy e PetLove.
- **B2W Digital venceu diversos prêmios de atendimento ao cliente/e-commerce:** A B2W Digital venceu o prêmio “Época Reclame Aqui” em 2 categorias: Americanas.com venceu na categoria “E-Commerce: Eletroeletrônicos”, e o Submarino Finance venceu na categoria “Cartões: Varejo”. A B2W Digital venceu também o prêmio “Marcas Cariocas”, do Globo, e os prêmios “Marcas Mais” e “Melhores Serviços”, ambos do Estadão (prêmios na categoria e-commerce para Americanas.com e Submarino).

## INICIATIVAS ESTRATÉGICAS PARA ALAVANCAR A PLATAFORMA DIGITAL

### • Comercial e Marketing

- Pelo 14º trimestre consecutivo, a B2W Digital cresceu acima do mercado, ganhando *market share* e consolidando a sua posição de liderança na América Latina. Desde o início do plano de investimento, o *market share* da B2W expandiu em 6,9 p.p., passando de 19,9% no 1S12 para 26,8% no 4T15.
- Liderança em tráfego, com *market share* de visitas durante o 4T15 de 32,7%, uma evolução de 1,4 p.p. em comparação com o 4T14.
- O forte desempenho de vendas da B2W é consequência da excelência na operação e na gestão das variáveis comerciais. O sucesso nas vendas, em especial em grandes eventos como o Black Friday e o Natal, 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 4T15:
  - Gestão dos estoques: A B2W opera com índice de *stock-out* inferior a 10% e registrou uma evolução de 8% nesse indicador no 4T15, em comparação com o 4T14.
  - Aumento do sortimento: +60% em relação ao 4T14.
  - Eficiência no prazo de entrega: Ganho de produtividade nos CDs de 11% no 4T15, 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.
- Em dezembro de 2015, a Companhia lançou o Submarino Prime, que 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 mais de 100 mil itens, quantas vezes quiser. Além disso, participa de eventos promocionais exclusivos e conta com atendimento dedicado. O serviço, em versão beta, está disponível para a cidade de São Paulo, com preço promocional de lançamento de R\$ 79,90.

### • Evolução do Marketplace

- Marketplace continua em rápido desenvolvimento, atingindo uma base de mais de 2.500 Sellers em apenas dois anos de operação.
- No 4T15, a B2W Digital estabeleceu novas importantes parcerias: Samsung, Acer, Vaio, Claro, Época Cosméticos, Spicy e PetLove.
- No Black Friday 2015, o Marketplace apresentou forte performance, com crescimento de 700% em relação ao ano anterior, atingindo um GMV ao longo do evento equivalente a 15 dias de vendas.
- Com a integração do Shopgram, os Sellers do Marketplace da B2W agora podem vender em novos canais: Whatsapp e Instagram. Além disso, os Sellers do Shopgram agora também podem disponibilizar seus produtos nas maiores e mais queridas marcas da internet brasileira: Americanas.com, Submarino e Shoptime.
- Com o objetivo de ajudar os Sellers a venderem cada vez mais no Marketplace da B2W, lançamos um programa completo de desenvolvimento, com workshops frequentes, oferecendo diversos treinamentos para aprimoramento comercial e operacional.

### • Logística e Operações

- A B2W Digital opera um total de 11 Centros de Distribuição (CDs) por todo Brasil, totalizando área de armazenagem superior a 500 mil metros quadrados, um crescimento de 35% em relação ao final de 2014.
- A B2W Digital abriu mais 3 hubs no 4T15, totalizando 142 hubs (+49% vs 2014), estrategicamente posicionados para suportar o sistema de distribuição da Companhia.
- Em dois anos de operação, a participação da Unidade de Distribuição B2W nas entregas da Companhia evoluiu de menos de 5% para 70% ao final de 2015.
- Ao longo do 4T15, a B2W desenvolveu um novo software de transporte (TMS), ampliando a capacidade tecnológica de rastreamento das mercadorias vendidas e melhorando a comunicação do processo de entrega para o cliente – da realização do pedido até a chegada do produto no destino (Tracking).
- 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 (disponível em 203 lojas).
- O Menu de Frete tem sido um grande sucesso com os clientes. Ao longo de 2015, o número de entregas por dia da opção “Next Day” aumentou em 5 vezes em comparação com 2014, beneficiando o cliente, que recebe os produtos de forma mais rápida, e aumentando o índice de cobertura de frete da B2W (arrecadação de frete dividido pela despesa de frete).

- A nova regra no recolhimento do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), que entrou em vigor no início de 2016, trouxe ainda mais complexidade para a operação de comércio eletrônico no país. Em função disso, a B2W implementou, ao longo do 4T15, um novo sistema de faturamento e emissão de Notas Fiscais. O sistema foi desenvolvido internamente e permitiu a adequação da B2W à nova regra sem nenhum impacto operacional para a Companhia. Além disso, o sistema também foi disponibilizado aos Sellers do Marketplace que utilizam a solução [B] Seller.
- **Mobile e Tecnologia**
  - Tráfego por dispositivos móveis alcançou 38,7% do total de visitas no 4T15, um crescimento de 14,3 p.p. comparado com o 4T14.
  - Durante o Black Friday, o app da Americanas.com foi o mais baixado na App Store e no Google Play, e, no mês de novembro, todos os apps da Companhia somados foram baixados aproximadamente 1 milhão de vezes (4 vezes maior que o mês anterior).
  - Ao longo do 4T15, o número de downloads dos apps da B2W cresceu mais de 280% em comparação com o 4T14.
  - Durante o Black Friday e o Natal de 2015, a Companhia registrou *uptime* (tempo em que o servidor fica no ar) de 100% em todos os sistemas, apesar de ter registrado um volume de visitas 15 vezes maior que um dia normal.
  - A Companhia segue intensificando o uso de *big data* e *data science*, o que tem gerado ganhos importantes nas áreas de precificação dinâmica e planejamento inteligente de compras.
- **Serviços Digitais**
  - Resultado da aquisição de 11 empresas (nove 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).
  - Com a criação da B2W Services, a B2W passou a ter diversas portas de entrada para empresas e marcas em busca de soluções de tecnologia, logística e distribuição. Dessa forma, ao longo do segundo semestre, o nível de *cross-sell* dentro da B2W Services dobrou (*cross-sell*: utilização de mais de um serviço do portfólio da B2W por um mesmo parceiro).
  - Outro reflexo da criação da B2W Services foi a contratação, ao longo de 2015, das soluções dessas empresas integradas por grandes marcas, conforme destacamos abaixo:
    - Sieve: Ambev, L'Oréal, Apple, Microsoft e Johnson&Johnson.
    - Admatic: Fnac, Sephora, Pirelli, Salfer, Drogeria Onofre, DPaschoal e Wine.
    - Site Blindado: Technos, Ambev e C&A.
  - O serviço de propaganda online (advertising), que permite que grandes marcas utilizem o tráfego e a reputação dos sites da B2W para acessar milhões de clientes, continua em forte expansão, dobrando o seu faturamento no 4T15 em relação ao 4T14.
  - As soluções completas de B2B (armazenagem, distribuição e atendimento ao cliente), continuam atraindo grandes marcas. Recentemente, a B2W foi escolhida para operar a loja online Lenovo VIBE, linha de smartphones da marca, lançada no Brasil em dezembro de 2015. Outras grandes marcas que já utilizam as soluções da B2W são: Ambev, BRF, Motorola, KM de Vantagens (Postos Ipiranga), NET, entre outras.
- **Serviços Financeiros**
  - Ao longo de 2015, as operações de cartões de crédito da B2W (Submarino Finance e Digital Finance) já registraram um volume de R\$ 2,5 bilhões em transações aprovadas, representando um crescimento de 50% em comparação com 2014.
  - Também em 2015, a carteira de recebíveis superou a marca de R\$ 1,0 bilhão, com um crescimento de 40% em comparação com 2014.
  - Ao final de 2015, as operações registravam 1,9 milhão de cartões emitidos:
    - Submarino Finance: 1,5 milhão de cartões emitidos e 35% de participação nas vendas do site Submarino.com em 2015.
    - Digital Finance: Em pouco mais de um ano de operação, a Digital Finance já emitiu mais de 350 mil cartões de crédito.
  - A expertise adquirida com a Submarino Finance, ao longo dos 10 anos da operação, acelerou a curva de aprendizado na Digital Finance, gerando resultados mais rápidos. Os índices de ativação financeira da base de clientes da Digital Finance já alcançam patamares 75% superiores aos observados no início da operação da Submarino Finance.
  - 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 (22% maior).

- Em 2015, a plataforma de Seguros e Serviços ganhou força através da consolidação da oferta de Seguros Massificado (Garantia Estendida e Seguro contra Roubo, Furto e Quebra Acidental) e da ampliação da oferta de assistências, tais como Instalação de Ar Condicionado, Descarte Ecológico, Revelação Digital e Assistência Pet.
- Em linha com sua característica de inovação e pioneirismo, a B2W lançou a categoria de Seguros e Serviços também para produtos vendidos por terceiros, disponibilizando o seu sortimento de seguros e serviços para itens comprados de Sellers do Marketplace e de outros *players* do mercado.

- **Atendimento ao Cliente**

- As principais marcas da B2W Digital são consideradas referências em atendimento ao cliente, possuindo inclusive o selo RA 1000, nível de avaliação mais elevado do Reclame Aqui, desde 2014.
- A nota média dada pelos clientes no Reclame Aqui para as marcas da B2W é de 7,0, enquanto as marcas dos concorrentes possuem uma nota média de 5,2.
- Nos últimos três anos, nos quais a Companhia investiu para estar mais próxima do cliente, a nota média das marcas da B2W evoluiu de 6,0 (final de 2012) para 7,0 (final de 2015).
- 76% dos clientes registrados no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto que apenas 53% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
- No 4T15, a B2W Digital conquistou novamente diversos prêmios de atendimento ao cliente/e-commerce (ex: Época Reclame Aqui, Marcas Cariocas e Marcas Mais).

- **Talentos Digitais**

- A B2W Digital lançou em 2015 o seu programa de *International Summer Internship*, recrutando alunos de universidades norte americanas de primeira linha para participarem de projetos inovadores.
- Como estímulo ao desenvolvimento de projetos tecnológicos empreendedores, patrocinamos o evento HackPuc, na Puc Rio, onde foram desenvolvidas importantes iniciativas através da prática do *hackathon* (maratona de programação).
- Em novembro de 2015, a B2W Digital patrocinou o EmTech (*emerging technologies*), o mais importante encontro do mundo sobre tecnologias emergentes e inovação. O evento, organizado pela revista *MIT Technology Review*, aconteceu na cidade das artes, no Rio de Janeiro. A B2W Digital também fez parte do júri do “Prêmio Inovadores com menos de 35 anos EmTech Brasil”. O prêmio é considerado a maior referência mundial na descoberta de talentos e projetos que usam a tecnologia para resolver os grandes problemas da sociedade.
- Dando continuidade as atividades de seus Digital LABs, ambientes colaborativos que contam com a parceria de duas renomadas instituições internacionais de ensino e pesquisa (MIT e Harvard), a B2W inaugurou um escritório avançado de pesquisa e inovação na cidade de Boston (EUA), com o objetivo de desenvolver projetos disruptivos, estando mais próxima dos centros de excelência em tecnologia digital do mundo.

- **Sustentabilidade Empresarial**

- Pelo segundo ano consecutivo, a B2W Digital obteve a certificação do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBOVESPA. A Companhia é a primeira e única empresa de e-commerce a fazer parte da carteira. Essa conquista reflete mais uma vez o compromisso da organização em conciliar a performance dos resultados financeiros com o desenvolvimento sustentável.
- Em 2015, divulgamos pela primeira vez as informações do Relatório Anual e de Sustentabilidade em relato único, mostrando o desempenho econômico, social e ambiental da Companhia, no padrão GRI, na versão G4.
- Em parceria com o CDI (Comitê para a Democratização da Informática) e com o apoio da Secretaria de Estado de Educação do Rio de Janeiro (Seeduc), a B2W Digital lançou o “TecEscola”, um projeto inovador para capacitar 150 professores de 50 unidades de ensino da Rede Estadual, com o propósito de beneficiar cerca de 15 mil alunos.
- A B2W apoiou o desenvolvimento de seis projetos sociais focados nas diretrizes de educação, ensino profissionalizante e geração de renda da Bolsa de Valores Socioambientais (BVSA) do Instituto Bovespa. Todos os projetos estão alinhados aos Objetivos do Milênio da ONU.

## DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 4T15 e a 2015, 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 4T15, o GMV apresentou crescimento de 18,5%, atingindo R\$ 3.749,4 milhões, comparado com os R\$ 3.164,3 milhões registrados no 4T14.

Em 2015, o GMV apresentou crescimento de 22,7%, atingindo R\$ 11.266,5 milhões, comparado com os R\$ 9.178,9 milhões registrados em 2014.

- **Receita Líquida:** No 4T15, a receita líquida totalizou R\$ 2.907,8 milhões, comparado com os R\$ 2.745,7 milhões registrados no 4T14, representando um crescimento de 5,9%.

Em 2015, a receita líquida totalizou R\$ 9.013,8 milhões, comparado com os R\$ 7.963,8 milhões registrados em 2014, representando um crescimento de 13,2%.

- **Lucro Bruto Ajustado:** No 4T15, o lucro bruto ajustado variou -2,5%, atingindo R\$ 630,7 milhões, comparado com os R\$ 646,9 milhões do 4T14. Como resultado, a margem bruta ajustada variou -1,9 p.p., passando de 23,6% no 4T14 para 21,7% no 4T15.

Em 2015, o lucro bruto ajustado aumentou 9,5%, atingindo R\$ 2.111,0 milhões, comparado com os R\$ 1.928,5 milhões de 2014. Como resultado, a margem bruta ajustada variou -0,8 p.p., passando de 24,2% em 2014 para 23,4% em 2015.

- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 4T15, as despesas com SG&A ajustadas totalizaram R\$ 418,2 milhões, representando 14,4% da receita líquida, uma redução de 2,1 p.p. em comparação com o 4T14.

Em 2015, as despesas com SG&A ajustadas totalizaram R\$ 1.500,8 milhões, representando 16,7% da receita líquida, uma redução de 0,6 p.p. em comparação com 2014.

- **EBITDA Ajustado:** No 4T15, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 212,5 milhões, crescendo 10,2%, em comparação aos R\$ 192,9 milhões registrados no 4T14. Nesse período, a margem EBITDA Ajustada foi de 7,3%, um aumento de 0,3 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

Em 2015, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 610,2 milhões, crescendo 9,7%, em comparação aos R\$ 556,0 milhões registrados em 2014. Nesse período, a margem EBITDA Ajustada foi de 6,8%, uma variação de -0,2 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

- **Resultado Financeiro Líquido:** No 4T15, o resultado financeiro líquido atingiu R\$ 269,8 milhões, representando um crescimento de 95,8% em relação aos R\$ 137,8 milhões registrados no 4T14.

Em 2015, o resultado financeiro líquido atingiu R\$ 818,3 milhões, representando um crescimento de 25,8% em relação aos R\$ 650,5 milhões registrados em 2014.

- **Resultado Líquido Ajustado:** No 4T15, o resultado líquido ajustado, excluindo o efeito da reversão de parte do saldo do imposto de renda e contribuição social diferido, foi de R\$ -17,2 milhões, comparado com os R\$ 20,9 milhões obtidos no 4T14.

Em 2015, o resultado líquido ajustado, excluindo o efeito da reversão de parte do saldo do imposto de renda e contribuição social diferido, foi de R\$ -274,6 milhões, comparado com os R\$ -163,3 milhões obtidos em 2014.

Considerando o efeito da reversão de parte do saldo do imposto de renda e contribuição social diferido, o resultado líquido foi de R\$ -161,1 milhões no 4T15 e R\$ -418,4 milhões em 2015. **(Ver Anexo IV)**

- **Gestão de Caixa:**

- **Capital de Giro:** O Capital de Giro líquido em dias ao final de Dezembro de 2015 foi de 30 dias (o mesmo patamar observado ao final de Dezembro de 2014). 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 44 dias (vs 74 dias). Esse resultado reforça os esforços da Companhia na gestão das principais variáveis de Capital de Giro e no comprometimento na 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, em 2015, os investimentos consolidados no imobilizado e no intangível (desenvolvimento de websites e sistemas) totalizaram R\$ 808 milhões, ou 9,0% da receita líquida, redução de 1,2 p.p. em comparação com 2014, quando o CAPEX representou 10,2% da receita líquida. Dessa forma, o EBITDA Ajustado em 2015 cobriu 75,5% do CAPEX do período, comparado com um índice de cobertura de 68,4% em 2014.

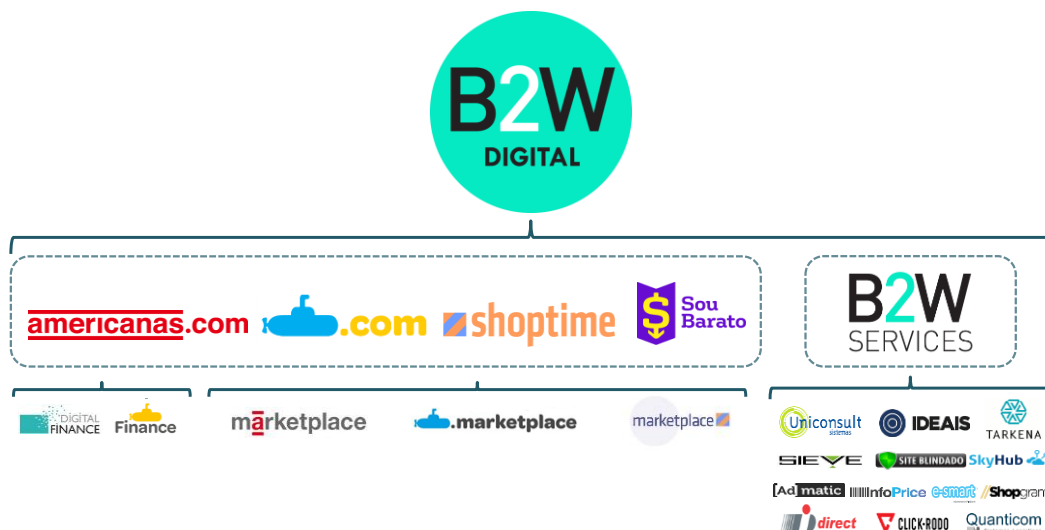
- **Endividamento:** O caixa da B2W em 31/12/2015 totalizou R\$ 3.282,5 milhões, 5,9 vezes o endividamento de curto prazo da Companhia, que totalizou R\$ 554,6 milhões. Ao longo do 4T15, a B2W reduziu o nível de alavancagem (definido como Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM) de 2,5x, em 30/09/2015, para 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 aos novos entrantes. Como consequência dessa evolução, a Companhia vem ganhando *market share* ano a ano.

Abaixo a visão integrada da B2W:



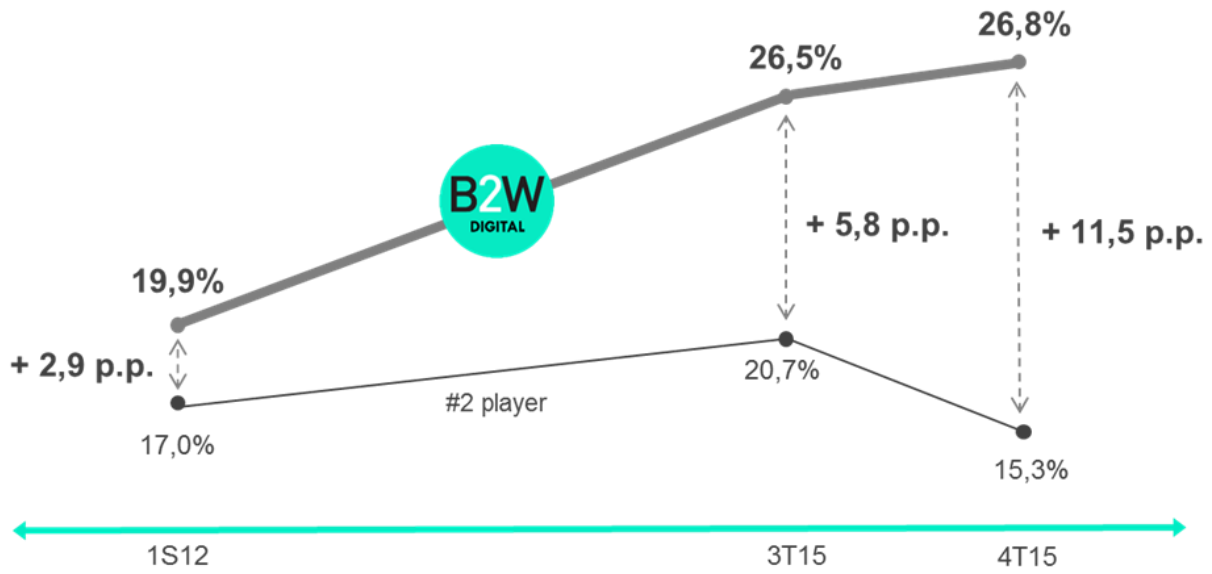
Evolução da plataforma de negócio:

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

## ANEXO III: DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

EXCLUINDO OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DAS TRANSPORTADORAS SUBSIDIÁRIAS DA B2W DIGITAL E DA REVERSÃO DE PARTE DO SALDO DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDO

B2W - Companhia Digital	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 31 de Dezembro			Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T15	4T14	Variação	2015	2014	Variação
Demonstração de Resultados (em milhões de reais)						
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	3.749,4	3.164,3	18,5%	11.266,4	9.178,7	22,7%
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	3.434,5	3.119,3	10,1%	10.509,6	9.094,5	15,6%
Impostos sobre vendas e serviços	(526,7)	(373,6)	41,0%	(1.495,8)	(1.130,7)	32,3%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	2.907,8	2.745,7	5,9%	9.013,8	7.963,8	13,2%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(2.277,1)	(2.098,8)	8,5%	(6.902,8)	(6.035,3)	14,4%
<b>Lucro Bruto<sup>1</sup></b>	630,7	646,9	-2,5%	2.111,0	1.928,5	9,5%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	21,7%	23,6%	-1,9 p.p.	23,4%	24,2%	-0,8 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(482,1)	(497,5)	-3,1%	(1.740,8)	(1.520,9)	14,5%
Com vendas	(386,6)	(415,1)	-6,9%	(1.361,0)	(1.256,3)	8,3%
Gerais e administrativas	(31,6)	(38,9)	-18,9%	(139,8)	(116,2)	20,4%
Depreciação e amortização	(63,9)	(43,4)	47,0%	(239,9)	(148,4)	61,7%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	148,6	149,5	-0,5%	370,2	407,6	-9,2%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(269,8)	(137,8)	95,8%	(818,3)	(650,5)	25,8%
Receitas financeiras	131,9	22,0	500,4%	385,8	283,6	36,0%
Despesas financeiras	(401,7)	(159,8)	151,4%	(1.204,1)	(934,1)	28,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	100,9	(13,1)	-869,7%	41,9	(41,0)	-202,3%
Imposto de renda e contribuição social	3,0	22,4	-86,5%	131,6	120,5	9,2%
<b>Resultado Líquido</b>	(17,2)	20,9	-182,4%	(274,6)	(163,3)	68,2%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-0,6%	0,8%	-1,4 p.p.	-3,0%	-2,1%	-0,9 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	212,5	192,9	10,2%	610,2	556,0	9,7%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,3%	7,0%	0,3 p.p.	6,8%	7,0%	-0,2 p.p.

A: Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

B: Efeito da reversão de parte do saldo do imposto de renda e contribuição social diferido no valor de R\$ 143,8 MM (4T15 e 2015).

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO NÃO AJUSTADO

B2W - Companhia Digital	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 31 de Dezembro			Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T15	4T14	Variação	2015	2014	Variação
Demonstração de Resultados (em milhões de reais)						
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	3.749,4	3.164,3	18,5%	11.266,4	9.178,7	22,7%
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	3.434,5	3.119,3	10,1%	10.509,6	9.094,5	15,6%
Impostos sobre vendas e serviços	(526,7)	(373,6)	41,0%	(1.495,8)	(1.130,7)	32,3%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	2.907,8	2.745,7	5,9%	9.013,8	7.963,8	13,2%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(2.391,4)	(2.098,8)	13,9%	(7.226,3)	(6.035,3)	19,7%
<b>Lucro Bruto</b>	516,4	646,9	-20,2%	1.787,5	1.928,5	-7,3%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	17,8%	23,6%	-5,8 p.p.	19,8%	24,2%	-4,4 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(367,8)	(497,5)	-26,1%	(1.417,3)	(1.520,9)	-6,8%
Com vendas	(272,3)	(415,1)	-34,4%	(1.037,5)	(1.256,3)	-17,4%
Gerais e administrativas	(31,6)	(38,9)	-18,9%	(139,8)	(116,2)	20,4%
Depreciação e amortização	(63,9)	(43,4)	47,0%	(239,9)	(148,4)	61,7%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	148,6	149,5	-0,5%	370,2	407,6	-9,2%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(269,8)	(137,8)	95,8%	(818,3)	(650,5)	25,8%
Receitas financeiras	131,9	22,0	500,4%	385,8	283,6	36,0%
Despesas financeiras	(401,7)	(159,8)	151,4%	(1.204,1)	(934,1)	28,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	100,9	(13,1)	-869,7%	41,9	(41,0)	-202,3%
Imposto de renda e contribuição social	(140,8)	22,4	-728,7%	(12,2)	120,5	-110,2%
<b>Resultado Líquido</b>	(161,1)	20,9	-869,2%	(418,4)	(163,3)	156,2%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-5,5%	0,8%	-6,3 p.p.	-4,6%	-2,1%	-2,5 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	212,5	192,9	10,2%	610,2	556,0	9,7%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,3%	7,0%	0,3 p.p.	6,8%	7,0%	-0,2 p.p.

## BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital Balço Patrimonial (em milhes de reais)	Consolidado	
	31/12/2015	31/12/2014
<b>ATIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e bancos	329,4	195,4
Ttulos e valores imobiliários	2.239,2	1.315,9
Contas a receber de clientes	858,4	897,6
Estoques	1.425,9	1.366,2
Impostos a recuperar	205,9	145,6
Despesas antecipadas e outros	198,9	107,2
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>5.257,7</b>	<b>4.027,9</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Imposto de renda e contribuio social diferidos	474,3	505,0
Impostos a recuperar	872,7	520,0
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	95,1	36,7
Imobilizado	566,0	474,2
Intangível	2.682,8	2.071,2
<b>Total do Ativo Não Circulante</b>	<b>4.690,7</b>	<b>3.607,1</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>9.948,4</b>	<b>7.635,0</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	2.200,7	2.145,4
Empréstimos e financiamentos	353,8	574,0
Debêntures	200,7	0,6
Salários, provisões e contribuies sociais	70,2	65,7
Tributos a recolher	51,1	29,3
Imposto de renda e contribuio social	13,9	5,4
Outras obrigações	371,7	287,1
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>3.262,2</b>	<b>3.107,3</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>		
Empréstimos e financiamentos	3.646,6	1.135,0
Debêntures	-	200,0
Partes relacionadas	16,6	-
Provisões para contingências e outras obrigações	316,9	113,2
<b>Total do Passivo Não Circulante</b>	<b>3.980,1</b>	<b>1.448,2</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	3.636,0	3.605,3
Reservas de capital	27,7	12,7
Ajuste de avaliao patrimonial	(0,4)	(0,4)
Lucros (prejuízos) acumulados	(957,3)	(538,1)
Participao de não controladores	0,1	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>2.706,1</b>	<b>3.079,5</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>9.948,4</b>	<b>7.635,0</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>31/12/2015</b>	<b>31/12/2014</b>	<b>Variação</b>
<b>Resultado Líquido do Período</b>	<b>(418,4)</b>	<b>(163,3)</b>	<b>(255,1)</b>
<b>Ajustes ao Resultado Líquido:</b>			
Depreciações e amortizações	239,9	149,7	90,2
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(21,9)	(123,9)	102,0
Juros, variações monetárias e cambiais	386,0	(39,3)	425,2
Ganho na alienação de investimento	(99,2)	-	(99,2)
Outros	53,0	4,5	48,6
Participação minoritária	(0,1)	-	(0,1)
<b>Resultado Líquido Ajustado</b>	<b>139,4</b>	<b>(172,3)</b>	<b>311,7</b>
<b>Variações de Capital de Giro :</b>			
Contas a receber	282,7	(59,3)	342,1
Estoques	(61,6)	(253,4)	191,7
Fornecedores	(149,1)	252,7	(401,7)
<b>Variações em Capital de Giro:</b>	<b>72,0</b>	<b>(60,0)</b>	<b>132,1</b>
<b>Variações em Ativos:</b>			
Despesas antecipadas	(47,9)	(1,9)	(46,0)
Depósitos judiciais	10,7	0,1	10,6
Impostos a recuperar	(394,9)	(256,4)	(138,5)
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	(114,4)	(24,3)	(90,1)
<b>Variações em Ativos:</b>	<b>(546,5)</b>	<b>(282,5)</b>	<b>(264,0)</b>
<b>Variações em Passivos:</b>			
Salários e encargos sociais	11,8	14,9	(3,1)
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	24,4	8,8	15,6
Outras obrigações (circulante e não circulante)	41,8	108,6	(66,8)
<b>Variações em Passivos:</b>	<b>77,9</b>	<b>132,3</b>	<b>(54,3)</b>
<b>Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais</b>	<b>(257,2)</b>	<b>(382,6)</b>	<b>125,4</b>
<b>Atividades de Investimento</b>			
Títulos e valores mobiliários	(925,0)	464,8	(1.389,8)
Imobilizado	(144,6)	(173,2)	28,6
Intangível	(576,7)	(639,3)	62,7
Valor pago pelas aquisições de controladas	(186,3)	(55,5)	(130,8)
Valor recebido pela venda de controladas	278,4	-	278,4
<b>Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento</b>	<b>(1.554,2)</b>	<b>(403,2)</b>	<b>(1.151,0)</b>
<b>Atividades de Financiamento</b>			
Captações	2.963,8	647,6	2.316,2
Pagamentos	(1.053,1)	(1.767,7)	714,6
Debêntures	-	(400,0)	400,0
Aumento de capital em dinheiro	30,6	2.412,0	(2.381,4)
Reservas de capital	4,1	-	4,1
Ajuste de avaliação patrimonial	-	(0,3)	0,3
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>	<b>1.945,4</b>	<b>891,7</b>	<b>1.053,8</b>
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	134,1	105,9	28,2
<b>Caixa e Bancos no início do período</b>	<b>195,4</b>	<b>89,5</b>	
<b>Caixa e Bancos no final do período</b>	<b>329,4</b>	<b>195,4</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) 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.

### **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 4T15, o EBITDA Ajustado alcançou R\$ 212,5 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 313,4 milhões no 4T15, representando 10,8% da RL. Em 2015, o EBITDA Ajustado alcançou R\$ 610,2 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 652,1 milhões no 2015, representando 7,2% da RL.

### **Efeito da reversão de parte do saldo do imposto de renda e contribuição social diferido**

Em dezembro de 2006, a B2W foi criada a partir da fusão da Americanas.com e do Submarino, reunindo os sites Americanas.com, Submarino, Shoptime e outras frentes de negócios. A B2W nasceu como a maior empresa de e-commerce da América Latina e mantém a liderança de mercado até os dias atuais.

Após a fusão, a B2W iniciou uma fase de integração das operações e construção de uma plataforma única para fazer frente aos desafios do e-commerce no Brasil. Ao término dessa fase, em 2012, a B2W Digital montou um plano de negócios de três anos (2013-2015), que incluía um novo ciclo de investimentos. O plano tinha como objetivo principal o cliente, peça central da estratégia da Companhia.

A plataforma construída ao longo dos últimos anos preparou a B2W para capturar as oportunidades de crescimento do mercado de comércio eletrônico e permitiu a consolidação da Companhia como uma plataforma digital, onde as operações de Marketplace e serviços digitais ganharão cada vez mais relevância e terão contribuição significativa na rentabilização de todas as frentes de negócio da Companhia.

Em linha com a evolução de suas operações e as expectativas de desempenho futuro do mercado de comércio eletrônico, que ainda está em fase inicial de desenvolvimento no país, a Companhia, conforme já divulgado nas Demonstrações Contábeis anteriores, possui estimativas internas de crescimento e evolução das margens, que apontam para a expectativa de realização integral, entre os anos de 2017 e 2021, do imposto de renda e contribuição social diferido.

Ao final de 2015, diante do cenário macroeconômico mais desafiador, a Companhia realizou análises de sensibilidade utilizando premissas de crescimento muito mais conservadoras, onde apresentaria crescimento de vendas apenas pela variação do índice projetado de inflação (ou seja, sem crescimento real), e manutenção do mesmo patamar de margem bruta até 2018. O cenário adotado foi submetido ao teste de *impairment* por especialistas externos e independentes. Assim, a Companhia adotando uma medida conservadora, reverteu em 31 de dezembro de 2015, o montante de R\$ 143,8 milhões que não seria utilizado até 2025, conforme norma contábil vigente.

Essa reversão do imposto de renda e contribuição social diferido trata-se de ajuste meramente contábil, sem efeito caixa e sem impactos para fins fiscais, ou seja, o crédito fiscal permanece inalterado.

A Administração da Companhia reitera a confiança no seu Plano de Negócios e seguirá monitorando os indicadores internos e externos como forma de melhor avaliar a evolução das suas estimativas.

## ANEXO V: ENDIVIDAMENTO

Endividamento Consolidado - R\$ MM	31/12/2015	30/09/2015
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	353,8	515,1
Debêntures de Curto Prazo	200,7	22,1
<b>Endividamento de Curto Prazo</b>	<b>554,6</b>	<b>537,2</b>
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	3.646,6	2.446,9
Debêntures de Longo Prazo	-	200,0
<b>Endividamento de Longo Prazo</b>	<b>3.646,6</b>	<b>2.646,9</b>
<b>Endividamento Bruto (1)</b>	<b>4.201,2</b>	<b>3.184,1</b>
Disponibilidades	2.568,6	1.208,3
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	713,8	456,1
<b>Disponibilidades Totais (2)</b>	<b>3.282,5</b>	<b>1.664,4</b>
<b>Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)</b>	<b>918,7</b>	<b>1.519,7</b>
<b>Dívida (Caixa) Líquida / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)</b>	<b>1,5</b>	<b>2,5</b>
<b>Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)</b>	<b>998</b>	<b>902</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. O cálculo de dias do contas a receber é realizado sobre o GMV acumulado dos últimos 12 meses. A composição do contas a receber da B2W está demonstrada na tabela a seguir:

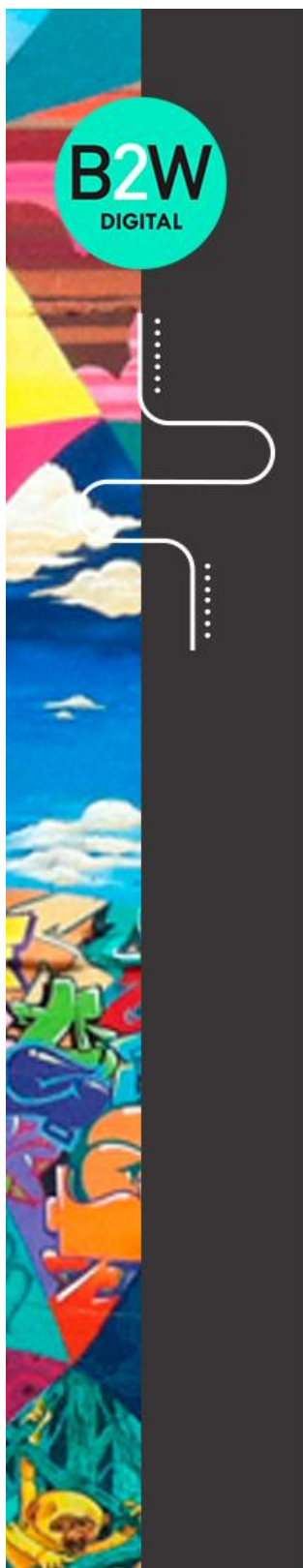
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM	31/12/2015	30/09/2015
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	2.172,5	1.771,5
Desconto de Recebíveis	(1.458,7)	(1.315,4)
<b>Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação</b>	<b>713,8</b>	<b>456,1</b>
Ajuste a Valor Presente	(2,9)	(2,4)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(21,7)	(17,9)
Outras Contas a Receber	169,2	249,6
<b>Contas a Receber Líquido Consolidado</b>	<b>858,4</b>	<b>685,4</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).
- **Market Share de Tráfego:** Total de visitas nos sites da B2W, dividido pelo total de visitas dos principais *players* de e-commerce no Brasil (fonte: ComScore).
- **Novos Clientes:** Aumento na base de clientes ativos nos últimos 12 meses.
- **Participação Marketplace:** Vendas do Marketplace sobre o GMV consolidado total.
- **Resultado Líquido Ajustado:** Resultado líquido excluindo o efeito da reversão de parte do saldo do imposto de renda e contribuição social diferido no valor de R\$ 143,8 MM (4T15 e 2015).

**INFORMAÇÕES SOBRE WEBCAST E CONFERENCE CALL**

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

**Eventos 4T15****Divulgação de Resultados**

10 de março, 2016 (quinta-feira)  
após fechamento da Bolsa

**Teleconferência com Webcast**

(em português - tradução simultânea para inglês)

11 de março, 2016 (sexta-feira)

12h00 (horário de Brasília)

**Acesso:** +55 (11) 3193-1001

ou +55 (11) 2820-4001

**Código:** B2W

**Link para Webcast:**

[www.b2wdigital.com/  
webcast4T15](http://www.b2wdigital.com/webcast4T15)

**Replay:** Até 17 de março de 2016

**Acesso:** +55 (11) 3193-1012

ou +55 (11) 2820-4012

**Código:** 1392423#

**Palestrante:**

Fábio Abrate - CFO e DRI

**Equipe de Relações com Investidores**

ri@b2wdigital.com

+55 (21) 3722-3618

**4Q15 Events****Earnings Release**

March 10th, 2016 (Thursday)

after Bovespa's trading hours

**Conference Call and Webcast**

(in Portuguese - simultaneous translation into English)

March 11th, 2016 (Friday)

10:00 a.m. (Eastern Standard Time)

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

**Code:** B2W

**Link to Webcast:**

[www.b2wdigital.com/  
webcast4Q15](http://www.b2wdigital.com/webcast4Q15)

**Replay:** Until March 17th, 2016

**Access:** +55 (11) 3193-1012

or +55 (11) 2820-4012

**Code:** 9708598#

**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**

Índice de  
Sustentabilidade  
Empresarial **ISE**  
2015