

## DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 2T15 E 1S15

### B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 24% NO GMV CONSOLIDADO, ATINGINDO R\$ 2,4 BILHÕES NO 2T15. NO 1S15, O GMV CONSOLIDADO CRESCEU 27%, ATINGINDO R\$ 4,9 BILHÕES.

Rio de Janeiro, 13 de Agosto de 2015 – B2W – Companhia Digital (BOVESPA: BTOW3), empresa líder em comércio eletrônico da América Latina, anuncia hoje os resultados do 2º trimestre e 1º semestre de 2015 (2T15 e 1S15). 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 2º trimestre e 1º semestre de 2014 (2T14 e 1S14), exceto onde indicado o contrário.

**americanas.com**

**Submarino**

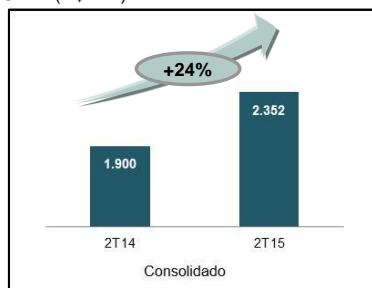
**shoptime**

**Sou Barato**

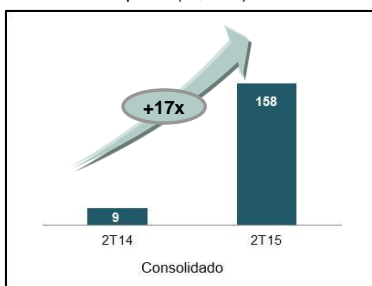
#### DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

##### Sumário Executivo 2T15 e 1S15 – Comparativo 2T14 e 1S14

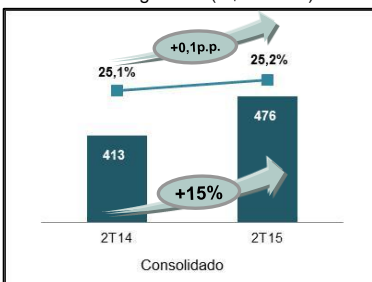
GMV<sup>1</sup> (R\$ MM)



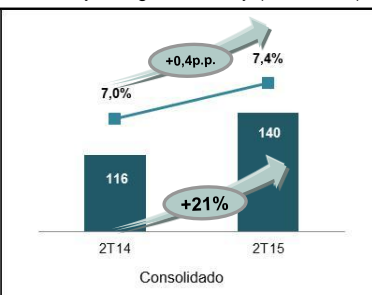
Vendas Marketplace (R\$ MM)



Lucro Bruto<sup>2</sup> e Mg. Bruta (R\$ MM / %)



EBITDA Aj.<sup>3</sup> e Mg. EBITDA Aj. (R\$ MM / %)



		Consolidado				
2T15	2T14	Var. (%)	Destques Financeiros (R\$ MM)	1S15	1S14	Var. (%)
2.351,9	1.900,1	23,8%	<b>GMV<sup>1</sup></b>	4.903,5	3.876,2	26,5%
1.890,0	1.648,8	14,6%	<b>Receita Líquida</b>	4.027,8	3.378,7	19,2%
475,8	413,4	15,1%	<b>Lucro Bruto<sup>2</sup></b>	974,7	832,1	17,1%
<b>25,2%</b>	<b>25,1%</b>	<b>+0,1 p.p.</b>	<b>Margem Bruta<sup>2</sup> (%RL)</b>	<b>24,2%</b>	<b>24,6%</b>	<b>-0,4 p.p.</b>
140,1	116,1	20,7%	<b>EBITDA Ajustado<sup>3</sup></b>	267,9	225,3	18,9%
<b>7,4%</b>	<b>7,0%</b>	<b>+0,4 p.p.</b>	<b>Margem EBITDA Ajustada<sup>3</sup> (%RL)</b>	<b>6,7%</b>	<b>6,7%</b>	-
(82,4)	(64,6)	27,6%	<b>Resultado Líquido</b>	(132,8)	(122,2)	8,7%

- ✓ **Os dispositivos móveis (mobile) no 2T15 atingiram participação de 32% do tráfego e 18% dos pedidos colocados<sup>4</sup> nas marcas da B2W Digital**  
O acesso aos sites da B2W Digital, por meio de dispositivos móveis, atingiu participação de 32% do tráfego (+15 p.p. vs 2T14) e 18% dos pedidos colocados<sup>4</sup> no 2T15 (+7 p.p. vs 2T14).
- ✓ **O Marketplace atingiu R\$ 158 milhões em vendas no 2T15, um crescimento de 17 vezes vs o 2T14**  
Com um pouco mais de um ano de operação, as vendas do Marketplace já totalizaram R\$ 157,8 milhões no 2T15, crescendo 17 vezes em relação ao 2T14, e atingindo uma participação de 7% no GMV consolidado da Companhia.
- ✓ **O Marketplace fez novas parcerias**  
B2W Digital estabeleceu parcerias no Marketplace com Staples, Motorola, Emporio da Cerveja (Ambev), Mobly, Orange, Singer e MadeiraMadeira. Dessa forma, a B2W chegou ao final do 2T15 com mais de 1.000 sellers na sua plataforma e ampliou em 8 vezes o sortimento de produtos em relação ao 2T14.
- ✓ **B2W Digital anunciou a aquisição das 5 empresas do Sieve Group**  
O Sieve Group é composto por cinco empresas: Sieve, Site Blindado, SkyHub, Admatic e Infoprice, possuindo mais de 2.500 clientes e mais de 8.000 sites monitorados. A aquisição tem como objetivo acelerar o seu Marketplace e prover a melhor plataforma de serviços para lojas virtuais da América Latina, de forma a oferecer um maior sortimento aos clientes da B2W.
- ✓ **B2W Digital lança as lojas online da Xiaomi, MotoMaker e Loja dos NETs**  
B2W Digital foi escolhida para operar a loja online da Xiaomi no Brasil, uma das maiores fabricantes de celulares do mundo. A B2W também passou a operar a loja de customização de smartphones da Motorola, o MotoMaker, assim como a loja online da NET, maior empresa de serviços convergentes via cabo da América Latina.
- ✓ **B2W Digital foi a grande vencedora do Prêmio e-Bit, reforçando a posição das marcas da B2W Digital como as mais queridas da internet brasileira**  
B2W Digital venceu em 4 categorias. A Americanas.com foi eleita a “Loja Diamante mais Querida” e premiada como “Top 5 Lojas Diamante” e o Submarino venceu na categoria “Loja Diamante” e também foi premiado como “Top 5 Lojas Diamante”.

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

2-Lucro Bruto - Exclui os efeitos de consolidação das transportadoras, conforme demonstrado na página 5.

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

4-Pedidos colocados via dispositivos móveis - Participação do valor dos pedidos feitos via mobile na Americanas.com, Submarino, Shoptime e SouBarato.



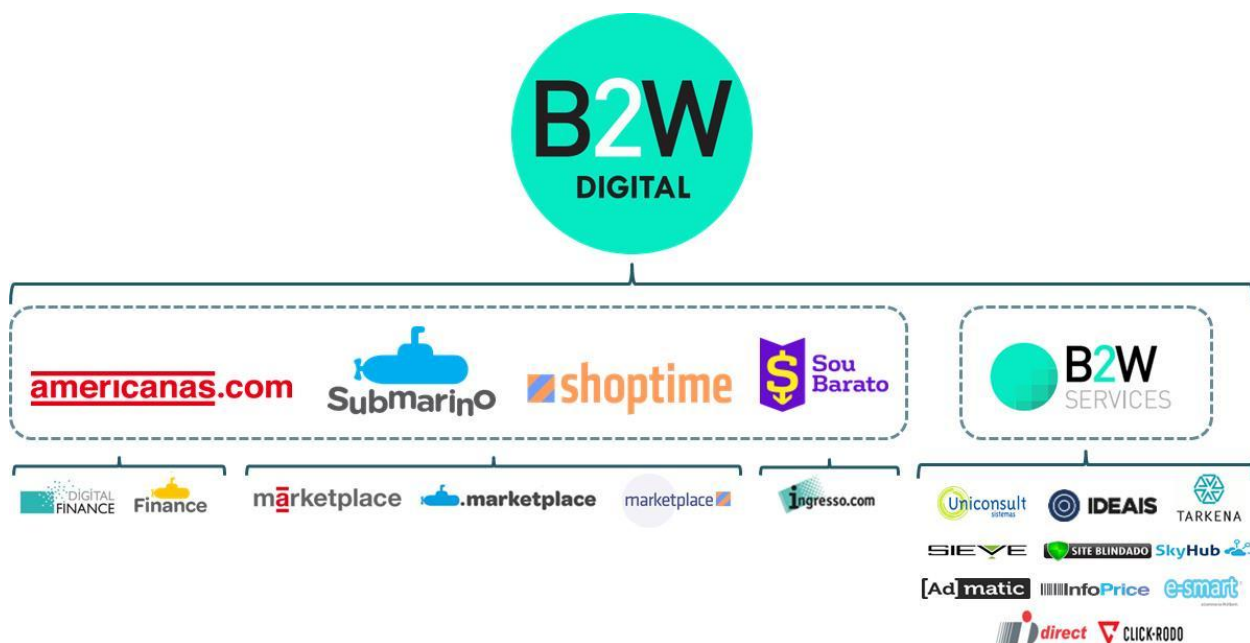
## ESTRUTURA DA COMPANHIA

A B2W Digital é líder em comércio eletrônico da 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 e Ingresso.com, que oferecem mais de 40 categorias de produtos e serviços próprios e de parceiros, por meio dos canais de distribuição internet, televendas, catálogos, TV e quiosques.

A B2W Digital opera ainda a maior e melhor plataforma de serviços para lojas virtuais da América Latina.

O organograma a seguir traz uma visão integrada da B2W:





## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

No segundo trimestre de 2015, a B2W Digital atingiu R\$ 2,4 bilhões no GMV Consolidado, crescimento de 24% em relação ao 2T14, período no qual registramos um crescimento de 38% (destaque para o evento da Copa do Mundo). Com o resultado alcançado, completamos o 12º trimestre consecutivo de crescimento acima do mercado, que registrou crescimento de 4,5% no 2T15 (segundo a consultoria e-Bit).

Esse importante resultado foi construído no meio de um cenário macroeconômico desafiador (pressão inflacionária, elevada taxa de juros, menor disposição ao consumo, entre outros efeitos) e de um acirrado ambiente competitivo. A B2W Digital, ao longo do trimestre, conseguiu equilibrar as principais variáveis do negócio, conjugando crescimento de venda com expansão de margem bruta (+0,1 p.p.) e com expansão de margem EBITDA (+0,4 p.p.).

Os investimentos realizados pela Companhia, nos últimos anos, possibilitaram uma grande evolução nas plataformas de venda por dispositivos móveis (mobile), que ao final do segundo trimestre de 2015 já representavam 32% do tráfego e 18% dos pedidos colocados.

Outro resultado dos investimentos realizados foi o rápido desenvolvimento da operação de Marketplace que, com um pouco mais de um ano de operação, já atingiu R\$ 158 milhões em vendas no 2T15, crescendo 17 vezes em relação ao 2T14 e atingindo uma participação de 7% no GMV consolidado da Companhia. O crescimento da operação é reflexo de todas as iniciativas para melhorar a experiência de compra do cliente, que evoluiu 60% desde o início do ano (confirmado por metodologia de pesquisas realizadas com os clientes). Recentemente, estabelecemos novas importantes parcerias com Staples, Motorola, Emporio da Cerveja (Ambev), Mobly, Orange, Singer e MadeiraMadeira, chegando ao final do trimestre com mais de 1.000 sellers na plataforma e ampliando em 8 vezes o sortimento de produtos em relação ao 2T14.

Ao longo do trimestre, anunciamos a aquisição de mais cinco empresas (Sieve Group): Sieve (inteligência de precificação - lojas online), Site Blindado (segurança e certificação), SkyHub (integração de lojas online ao Marketplace), Admatic (marketing digital) e Infoprice (inteligência de precificação - lojas físicas). O Sieve Group possui mais de 2.500 clientes e mais de 8.000 sites monitorados, incluindo os principais players do mercado. A aquisição tem como objetivo acelerar o seu Marketplace e prover a melhor plataforma de serviços para lojas virtuais da América Latina, de forma a oferecer um maior sortimento aos clientes da B2W.

Outro reflexo dos investimentos realizados nos pilares de tecnologia e logística é a escolha da Companhia por grandes marcas para operação de suas plataformas online. Recentemente, a B2W Digital foi escolhida para operar com exclusividade no Brasil a loja online da Xiaomi, uma das maiores fabricantes de celulares do mundo. A B2W também passou a operar a loja de customização de smartphones da Motorola, o MotoMaker, assim como a loja online da NET, maior empresa de serviços convergentes via cabo da América Latina.

Por fim, destacamos que a B2W Digital foi a grande vencedora do Prêmio e-Bit, reforçando a posição das marcas da B2W Digital como as mais queridas da internet brasileira. A Americanas.com foi eleita a “Loja Diamante mais Querida” e premiada como “Top 5 Lojas Diamante” e o Submarino venceu na categoria “Loja Diamante” e também foi premiado como “Top 5 Lojas Diamante”.

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 de nível de serviço, apresentando grande melhoria de seus processos operacionais e logísticos, que são importantes pilares de um crescimento sustentável.

### 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	7,3	5,2	5,0	6,9	5,7
	Voltaria a Fazer Negócios	79%	53%	52%	70%	58%

Data Base: 05/08/2015

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

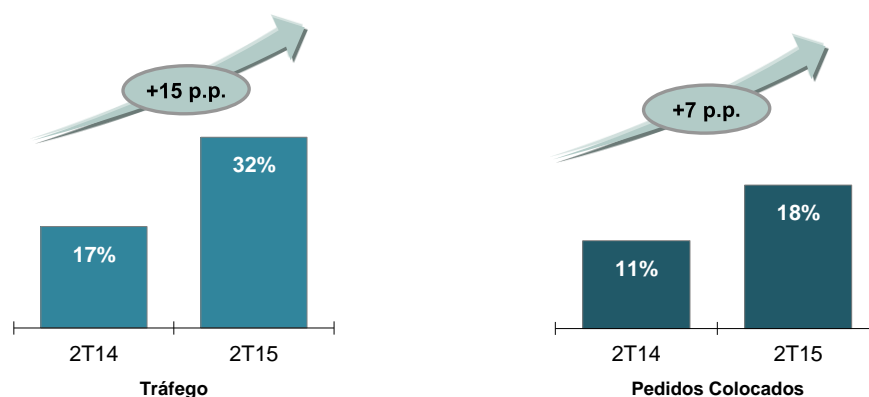


Como reconhecimento do engajamento de toda a Companhia em atender as melhores práticas de sustentabilidade, a B2W integra a seleta carteira 2015 do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBOVESPA, o que reflete o forte compromisso da Companhia com o crescimento sustentável observando os impactos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

### PARTICIPAÇÃO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS (MOBILE) NO TRÁFEGO E NOS PEDIDOS COLOCADOS

No 2T15, a participação de dispositivos móveis no tráfego atingiu 32%, em comparação com 17% registrados no 2T14, o que representa uma evolução de 15 pontos percentuais.

No 2T15, a participação de dispositivos móveis nos pedidos colocados atingiu 18%, em comparação com 11% no 2T14, o que representa uma evolução de 7 pontos percentuais.

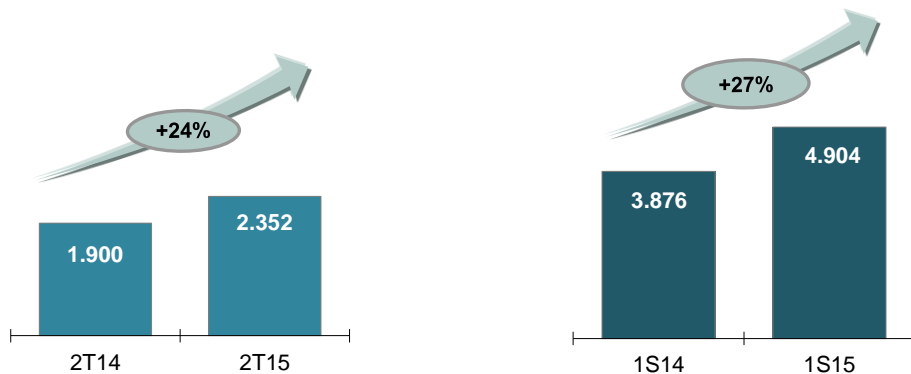




### **GROSS MERCHANDISE VOLUME (GMV)**

No 2T15, o GMV consolidado atingiu R\$ 2.351,9 milhões contra R\$ 1.900,1 milhões no 2T14, um crescimento de 23,8%.

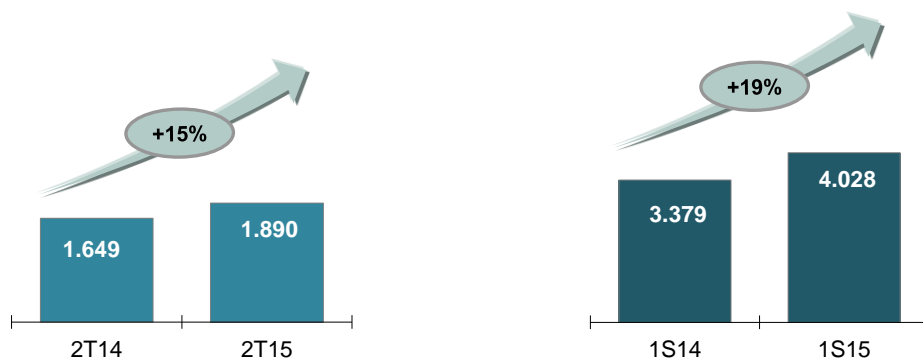
No 1S15, o GMV consolidado atingiu R\$ 4.903,5 milhões contra R\$ 3.876,2 milhões no 1S14, um crescimento de 26,5%.



### **RECEITA LÍQUIDA**

No 2T15, a receita líquida consolidada atingiu R\$ 1.890,0 milhões contra R\$ 1.648,8 milhões no 2T14, representando um crescimento de 14,6%.

No 1S15, a receita líquida consolidada atingiu R\$ 4.027,8 milhões contra R\$ 3.378,7 milhões no 1S14, representando um crescimento de 19,2%.



### **EFEITOS NA CONSOLIDAÇÃO DAS TRANSPORTADORAS SUBSIDIÁRIAS (100% DE PARTICIPAÇÃO) 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.

Na medida em que a Click-Rodo e a Direct prestam mais serviços para Companhia, esse efeito ganha relevância.

#### **Lucro Bruto**

No 2T15, o lucro bruto, sem os referidos efeitos de consolidação, foi de R\$ 475,8 milhões ou 25,2% da receita líquida. No 1S15, o lucro bruto, sem os efeitos, foi de R\$ 974,7 milhões ou 24,2% da receita líquida.

#### **Despesas com vendas, gerais e administrativas**

No 2T15, as despesas com vendas, gerais e administrativas sem os referidos efeitos de consolidação, foram de R\$ 335,7 milhões ou 17,8% da receita líquida. No 1S15, sem os referidos efeitos, foram de R\$ 706,8 milhões ou 17,5% da receita líquida.





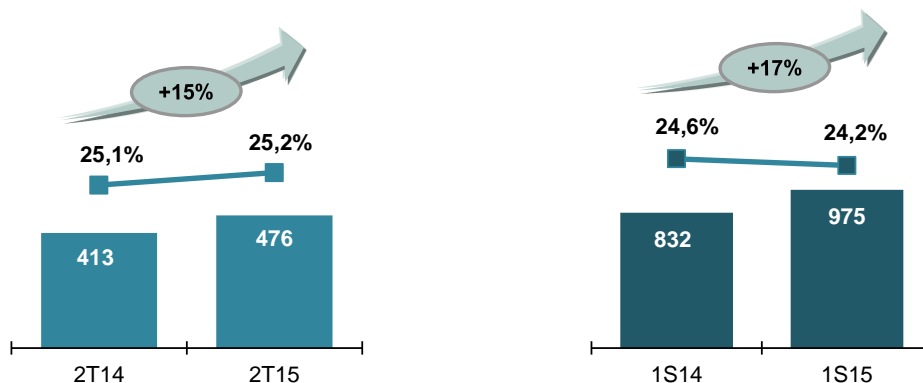
### EBITDA Ajustado

O EBITDA Ajustado se mantém inalterado no valor de R\$ 140,1 milhões ou 7,4% da receita líquida no 2T15 e R\$ 267,9 milhões ou 6,7% da receita líquida no 1S15.

### LUCRO BRUTO\* E MARGEM BRUTA\*

No 2T15, o lucro bruto consolidado alcançou R\$ 475,8 milhões, crescimento de 15,1% em relação aos R\$ 413,4 milhões registrados no 2T14. A margem bruta consolidada foi 25,2% no 2T15 vs 25,1% registrados no 2T14.

No 1S15, o lucro bruto consolidado alcançou R\$ 974,7 milhões, crescimento de 17,1% em relação aos R\$ 832,1 milhões registrados no 1S14. A margem bruta consolidada foi 24,2% no 1S15 vs 24,6% registrados no 1S14.

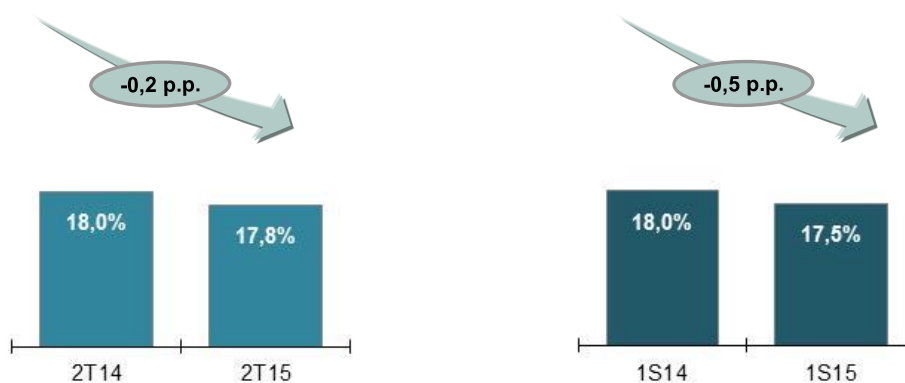


\*Lucro Bruto e Margem Bruta - Exclui os efeitos de consolidação das transportadoras, conforme demonstrado na página 5

### DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS\*

No 2T15, as despesas com vendas, gerais e administrativas consolidadas totalizaram R\$ 335,7 milhões, o que representa 17,8% da receita líquida, redução de 0,2 p.p. quando comparado ao 2T14.

No 1S15, as despesas com vendas, gerais e administrativas consolidadas totalizaram R\$ 706,8 milhões, o que representa 17,5% da receita líquida, redução de 0,5 p.p. quando comparado ao 1S14.



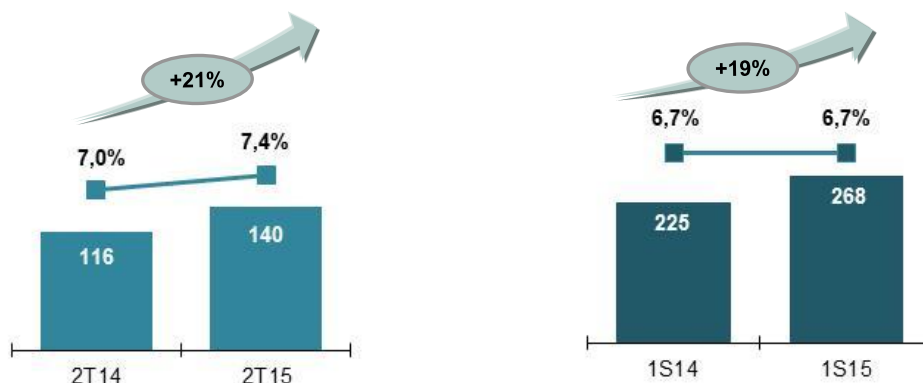
\*Despesa com Vendas, Gerais e Administrativas - Exclui os efeitos de consolidação das transportadoras, conforme demonstrado na página 5

### EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

No 2T15, o EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$ 140,1 milhões, um crescimento de 20,7% contra os R\$ 116,1 milhões registrados no 2T14. Nesse período, a margem EBITDA ajustada consolidada foi de 7,4%, quando calculada como percentual da receita líquida, uma expansão de 0,4 ponto percentual.

No 1S15, o EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$ 267,9 milhões, um crescimento de 18,9% contra os R\$ 225,3 milhões registrados no 1S14. Nesse período, a margem EBITDA ajustada consolidada foi de 6,7%, quando calculada como percentual da receita líquida, mantendo o mesmo patamar do ano anterior.





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	2T15	2T14	Δ %	1S15	1S14	Δ %
<b>Lucro Bruto*</b>	<b>475,8</b>	<b>413,4</b>	<b>15,1%</b>	<b>974,7</b>	<b>832,1</b>	<b>17,1%</b>
(+) Despesas com Vendas*	(306,8)	(268,1)	14,4%	(640,6)	(556,6)	15,1%
(+) Despesas Gerais e Administrativas	(28,9)	(29,2)	-1,0%	(66,2)	(50,2)	31,9%
<b>(=) EBITDA Ajustado</b>	<b>140,1</b>	<b>116,1</b>	<b>20,7%</b>	<b>267,9</b>	<b>225,3</b>	<b>18,9%</b>
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais**	(13,3)	(11,2)	18,8%	(17,0)	(17,5)	-2,9%
<b>(=) EBITDA (CVM 527/12)</b>	<b>126,8</b>	<b>104,9</b>	<b>20,9%</b>	<b>250,9</b>	<b>207,8</b>	<b>20,7%</b>

\*Exclui os efeitos de consolidação das transportadoras, conforme demonstrado na página 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.

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 2T15, a despesa financeira líquida consolidada foi de R\$ 188,7 milhões, um incremento de 10,6% em relação à despesa financeira líquida consolidada de R\$ 170,6 milhões apresentada no 2T14. No mesmo período, o CDI\* médio apresentou um incremento de 21%.

No 1S15, a despesa financeira líquida consolidada foi de R\$ 342,9 milhões, um incremento de 1,9% em relação à despesa financeira líquida consolidada de R\$ 336,5 milhões apresentada no 1S14. No mesmo período, o CDI\* médio apresentou um incremento de 19%.

Resultado Financeiro Consolidado - R\$ MM	2T15	2T14	Δ %	1S15	1S14	Δ %
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(188,7)</b>	<b>(170,6)</b>	<b>10,6%</b>	<b>(342,9)</b>	<b>(336,5)</b>	<b>1,9%</b>





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 2T15, o resultado líquido consolidado foi de R\$ -82,4 milhões, comparado aos R\$ -64,6 milhões obtidos no 2T14. No 1S15, o resultado líquido consolidado foi de R\$ -132,8 milhões, comparado aos R\$ -122,2 milhões obtidos no 1S14.

Conciliação do Resultado Líquido Consolidado - R\$ MM	2T15	2T14	Δ%	1S15	1S14	Δ%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>140,1</b>	<b>116,1</b>	<b>20,7%</b>	<b>267,9</b>	<b>225,3</b>	<b>18,9%</b>
(+) Depreciação / Amortização	(62,3)	(34,9)	78,5%	(109,5)	(61,8)	77,2%
(+) Resultado Financeiro Líquido	(188,7)	(170,6)	10,6%	(342,9)	(336,5)	1,9%
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais*	(13,3)	(11,2)	18,8%	(17,0)	(17,5)	-2,9%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	41,8	36,0	16,1%	68,7	68,3	0,6%
<b>(=) Resultado Líquido</b>	<b>(82,4)</b>	<b>(64,6)</b>	<b>27,6%</b>	<b>(132,8)</b>	<b>(122,2)</b>	<b>8,7%</b>

\* 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 1S15, os investimentos consolidados no imobilizado e no intangível (desenvolvimento de *websites* e sistemas) totalizaram R\$ 303,8 milhões.

A B2W possuía, em 30/06/2015, disponibilidades totais no valor de R\$ 1.737,1 milhões, montante 3 vezes superior ao somatório de empréstimos e debêntures de curto prazo da Companhia, que totaliza R\$ 580,6 milhões.

Em 30/06/2015, a dívida líquida da Companhia foi de R\$ 921,6 milhões, o que representa 1,5x 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	30/06/2015	30/06/2014
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	566,7	455,3
Debêntures de Curto Prazo	13,9	234,0
<b>Endividamento de Curto Prazo</b>	<b>580,6</b>	<b>689,3</b>
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	1.878,1	1.898,5
Debêntures de Longo Prazo	200,0	398,5
<b>Endividamento de Longo Prazo</b>	<b>2.078,1</b>	<b>2.297,0</b>
<b>Endividamento Bruto (1)</b>	<b>2.658,7</b>	<b>2.986,3</b>
Disponibilidades	1.285,7	1.948,2
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	451,4	678,5
<b>Disponibilidades Totais (2)</b>	<b>1.737,1</b>	<b>2.626,7</b>
<b>Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)</b>	<b>921,6</b>	<b>359,6</b>
<b>Dívida (Caixa) Líquida / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)</b>	<b>1,5</b>	<b>0,7</b>
<b>Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)</b>	<b>923</b>	<b>859</b>

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.

<b>Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM</b>	<b>30/06/2015</b>	<b>30/06/2014</b>
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	2.147,2	2.308,8
Desconto de Recebíveis	(1.695,8)	(1.630,3)
<b>Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação</b>	<b>451,4</b>	<b>678,5</b>
Ajuste a Valor Presente	(5,8)	(8,2)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(29,6)	(31,5)
Outras Contas a Receber	175,4	202,0
<b>Contas a Receber Líquido Consolidado</b>	<b>591,4</b>	<b>840,8</b>

Para efeitos de cálculo de capital de giro os recebíveis de cartões de crédito bruto consolidados, excluindo o FIDC, em 30/06/2015 e 30/06/2014 foram de R\$ 1.657,6 milhões e R\$ 1.676,6 milhões, respectivamente. O cálculo de dias do contas a receber é realizado sobre o GMV acumulado dos últimos 12 meses.

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.

### **AUSÊNCIA DE EXPOSIÇÃO À VARIAÇÃO CAMBIAL**

A B2W Digital possuía em seu balanço em 30/06/2015 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:

<b>Meios de Pagamentos</b>	<b>2T15</b>	<b>2T14</b>	<b>Δ%</b>	<b>1S15</b>	<b>1S14</b>	<b>Δ%</b>
<b>Cartão de Crédito</b>	66%	65%	+1 p.p	61%	65%	-4 p.p
<b>Outros Meios de Pagamento</b>	34%	35%	-1 p.p	39%	35%	+4 p.p

### **CAPITAL DE GIRO LÍQUIDO**

O ciclo de caixa líquido em 30 de Junho de 2015 foi de 52 dias. Quando comparado a 30 de Junho de 2012, período em que anunciamos o Plano de Investimento da Companhia, o ciclo de caixa líquido melhorou 57 dias frente aos 109 dias registrados naquela data. Esse resultado reforça os esforços da Companhia na gestão das variáveis de capital de giro e ratifica o compromisso de maximização de valor aos acionistas.





## INVESTIMENTO E INOVAÇÃO

Adotamos um plano de investimentos que tem por principal objetivo viabilizar o crescimento e a melhoria de nossas operações. No 1S15, investimos R\$ 303,8 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. 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 e Inovação

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, desde 2013, nove empresas de tecnologia “best in class” com diversas e importantes especializações. Com isso, a Companhia triplicou seu time de tecnologia/internet, que é o maior da América Latina e conta atualmente com mais de 1.000 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;
- e-smart: Principal desenvolvedora de plataforma Magento para o e-commerce;
- Sieve: Especializada em monitoramento, inteligência e gestão de preços;
- Site Blindado: Especializada em serviços de certificação e segurança digital;
- SkyHub: Especializada na integração de lojas online e offline às principais operações de Marketplace e de comparadores de preço da internet;
- Admatic: Especializada na solução que otimiza e integra lojas virtuais com ferramentas de marketing digital;
- Infoprice: Especializada na coleta de dados em lojas físicas e na otimização de precificação.





## 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.





## 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](http://www.b2wdigital.com)).



## ANEXO I – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

### EXCLUINDO EFEITOS NA CONSOLIDAÇÃO DAS TRANSPORTADORAS SUBSIDIÁRIAS (100% DE PARTICIPAÇÃO) DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 30 de Junho			Exercícios findos em 30 de Junho		
	2T15	2T14	Variação	1S15	1S14	Variação
Demonstração de Resultados (em milhões de reais)						
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	<b>2.351,9</b>	<b>1.900,1</b>	<b>23,8%</b>	<b>4.903,5</b>	<b>3.876,2</b>	<b>26,5%</b>
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	<b>2.194,0</b>	<b>1.890,6</b>	<b>16,0%</b>	<b>4.664,0</b>	<b>3.864,7</b>	<b>20,7%</b>
Impostos sobre vendas e serviços	(304,0)	(241,8)	25,7%	(636,2)	(486,0)	30,9%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>1.890,0</b>	<b>1.648,8</b>	<b>14,6%</b>	<b>4.027,8</b>	<b>3.378,7</b>	<b>19,2%</b>
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.414,2)	(1.235,4)	14,5%	(3.053,1)	(2.546,6)	19,9%
<b>Lucro Bruto<sup>1</sup></b>	<b>475,8</b>	<b>413,4</b>	<b>15,1%</b>	<b>974,7</b>	<b>832,1</b>	<b>17,1%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	25,2%	25,1%	0,1 p.p.	24,2%	24,6%	-0,4 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(398,0)</b>	<b>(332,2)</b>	<b>19,8%</b>	<b>(816,3)</b>	<b>(668,6)</b>	<b>22,1%</b>
Com vendas	(306,8)	(268,1)	14,4%	(640,6)	(556,6)	15,1%
Gerais e administrativas	(28,9)	(29,2)	-1,0%	(66,2)	(50,2)	31,9%
Depreciação e amortização	(62,3)	(34,9)	78,5%	(109,5)	(61,8)	77,2%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	<b>77,8</b>	<b>81,2</b>	<b>-4,2%</b>	<b>158,4</b>	<b>163,5</b>	<b>-3,1%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(188,7)</b>	<b>(170,6)</b>	<b>10,6%</b>	<b>(342,9)</b>	<b>(336,5)</b>	<b>1,9%</b>
Receitas financeiras	62,5	72,7	-14,0%	149,2	162,7	-8,3%
Despesas financeiras	(251,2)	(243,3)	3,2%	(492,1)	(499,2)	-1,4%
Outras receitas (despesas) operacionais <sup>2</sup>	(13,3)	(11,2)	18,8%	(17,0)	(17,5)	-2,9%
Imposto de renda e contribuição social	41,8	36,0	16,1%	68,7	68,3	0,6%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(82,4)</b>	<b>(64,6)</b>	<b>27,6%</b>	<b>(132,8)</b>	<b>(122,2)</b>	<b>8,7%</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-4,4%	-3,9%	-0,5 p.p.	-3,3%	-3,6%	0,3 p.p.
<b>EBITDA Ajustado<sup>3</sup></b>	<b>140,1</b>	<b>116,1</b>	<b>20,7%</b>	<b>267,9</b>	<b>225,3</b>	<b>18,9%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,4%	7,0%	0,4 p.p.	6,7%	6,7%	0,0 p.p.

### NÃO EXCLUINDO EFEITOS NA CONSOLIDAÇÃO DAS TRANSPORTADORAS SUBSIDIÁRIAS (100% DE PARTICIPAÇÃO) DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 30 de Junho			Exercícios findos em 30 de Junho		
	2T15	2T14	Variação	1S15	1S14	Variação
Demonstração de Resultados (em milhões de reais)						
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	<b>2.351,9</b>	<b>1.900,1</b>	<b>23,8%</b>	<b>4.903,5</b>	<b>3.876,2</b>	<b>26,5%</b>
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	<b>2.194,0</b>	<b>1.890,6</b>	<b>16,0%</b>	<b>4.664,0</b>	<b>3.864,7</b>	<b>20,7%</b>
Impostos sobre vendas e serviços	(304,0)	(241,8)	25,7%	(636,2)	(486,0)	30,9%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>1.890,0</b>	<b>1.648,8</b>	<b>14,6%</b>	<b>4.027,8</b>	<b>3.378,7</b>	<b>19,2%</b>
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.522,0)	(1.235,4)	23,2%	(3.187,4)	(2.546,6)	25,2%
<b>Lucro Bruto<sup>1</sup></b>	<b>368,0</b>	<b>413,4</b>	<b>-11,0%</b>	<b>840,4</b>	<b>832,1</b>	<b>1,0%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	19,5%	25,1%	-5,6 p.p.	20,9%	24,6%	-3,7 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(290,2)</b>	<b>(332,2)</b>	<b>-12,6%</b>	<b>(682,0)</b>	<b>(668,6)</b>	<b>2,0%</b>
Com vendas	(199,0)	(268,1)	-25,8%	(506,3)	(556,6)	-9,0%
Gerais e administrativas	(28,9)	(29,2)	-1,0%	(66,2)	(50,2)	31,9%
Depreciação e amortização	(62,3)	(34,9)	78,5%	(109,5)	(61,8)	77,2%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	<b>77,8</b>	<b>81,2</b>	<b>-4,2%</b>	<b>158,4</b>	<b>163,5</b>	<b>-3,1%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(188,7)</b>	<b>(170,6)</b>	<b>10,6%</b>	<b>(342,9)</b>	<b>(336,5)</b>	<b>1,9%</b>
Receitas financeiras	62,5	72,7	-14,0%	149,2	162,7	-8,3%
Despesas financeiras	(251,2)	(243,3)	3,2%	(492,1)	(499,2)	-1,4%
Outras receitas (despesas) operacionais <sup>2</sup>	(13,3)	(11,2)	18,8%	(17,0)	(17,5)	-2,9%
Imposto de renda e contribuição social	41,8	36,0	16,1%	68,7	68,3	0,6%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(82,4)</b>	<b>(64,6)</b>	<b>27,6%</b>	<b>(132,8)</b>	<b>(122,2)</b>	<b>8,7%</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-4,4%	-3,9%	-0,5 p.p.	-3,3%	-3,6%	0,3 p.p.
<b>EBITDA Ajustado<sup>3</sup></b>	<b>140,1</b>	<b>116,1</b>	<b>20,7%</b>	<b>267,9</b>	<b>225,3</b>	<b>18,9%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,4%	7,0%	0,4 p.p.	6,7%	6,7%	0,0 p.p.

<sup>1</sup> Lucro Bruto e Margem Bruta: Verificar efeitos de consolidação na página 5.

<sup>2</sup> Na antiga norma contábil, chamado de "resultado não operacional".

<sup>3</sup> 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	
	30/06/2015	30/06/2014
<b>ATIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e bancos	53,2	290,1
Títulos e valores imobiliários	1.226,6	1.658,1
Contas a receber de clientes	589,0	841,0
Estoques	1.213,2	898,3
Impostos a recuperar	151,0	197,7
Despesas antecipadas e outros	268,6	85,0
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>3.501,6</b>	<b>3.970,2</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	678,2	414,1
Impostos a recuperar	656,8	266,3
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	21,1	25,0
Imobilizado	500,4	366,8
Intangível	2.388,7	1.857,0
<b>Total do Ativo Não Circulante</b>	<b>4.245,2</b>	<b>2.929,2</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>7.746,8</b>	<b>6.899,4</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	1.308,7	1.472,7
Empréstimos e financiamentos	490,0	455,3
Debêntures	13,9	234,0
Salários, provisões e contribuições sociais	74,3	52,5
Tributos a recolher	33,5	13,3
Imposto de renda e contribuição social	15,7	6,0
Outras obrigações	369,1	81,2
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>2.305,2</b>	<b>2.315,0</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	1.861,3	1.898,5
Debêntures	200,0	398,5
Partes relacionadas	16,4	-
Provisões para contingências e outras obrigações	392,4	96,3
<b>Total do Passivo Não Circulante</b>	<b>2.470,1</b>	<b>2.393,3</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	3.625,5	2.680,2
Reservas de capital	17,1	8,5
Ajuste de avaliação patrimonial	(0,2)	(0,5)
Lucros (prejuízos) acumulados	(670,9)	(497,1)
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>2.971,5</b>	<b>2.191,1</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>7.746,8</b>	<b>6.899,4</b>

## ANEXO III – DEMONSTRATIVO DE 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>30/06/2015</b>	<b>30/06/2014</b>	<b>Varição</b>
<b>Resultado Líquido do Período</b>	<b>(132,8)</b>	<b>(122,2)</b>	<b>(10,6)</b>
<b>Ajustes ao Resultado Líquido:</b>			
Depreciações e amortizações	109,5	61,8	47,7
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(84,9)	(71,2)	(13,7)
Juros, variações monetárias e cambiais	64,0	14,9	49,1
Outros	(30,0)	20,3	(50,3)
<b>Resultado Líquido Ajustado</b>	<b>(74,2)</b>	<b>(96,4)</b>	<b>22,2</b>
<b>Variações de Capital de Giro :</b>			
Contas a receber	297,7	(20,6)	318,3
Estoques	164,5	188,0	(23,5)
Fornecedores	(815,2)	(420,8)	(394,4)
<b>Variações em Capital de Giro:</b>	<b>(353,0)</b>	<b>(253,4)</b>	<b>(99,6)</b>
<b>Variações em Ativos:</b>			
Despesas antecipadas	(6,4)	(0,2)	(6,2)
Depósitos judiciais	3,5	0,4	3,1
Impostos a recuperar	(160,0)	(32,5)	(127,5)
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	11,9	(30,4)	42,3
<b>Variações em Ativos:</b>	<b>(151,0)</b>	<b>(62,7)</b>	<b>(88,3)</b>
<b>Variações em Passivos:</b>			
Salários e encargos sociais	11,4	9,3	2,1
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	18,2	-	18,2
Outras obrigações (circulante e não circulante)	10,6	(81,6)	92,2
<b>Variações em Passivos:</b>	<b>40,2</b>	<b>(72,3)</b>	<b>112,5</b>
<b>Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais</b>	<b>(538,0)</b>	<b>(484,8)</b>	<b>(53,2)</b>
<b>Atividades de Investimento</b>			
Títulos e valores mobiliários	83,8	131,2	(47,4)
Imobilizado	(52,4)	(64,6)	12,2
Intangível	(251,4)	(359,1)	107,7
Valor pago pelas aquisições de controladas	(56,8)	-	(56,8)
<b>Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento</b>	<b>(276,8)</b>	<b>(292,5)</b>	<b>15,7</b>
<b>Atividades de Financiamento</b>			
Captações	863,4	32,7	830,7
Pagamentos	(178,2)	(642,0)	463,8
Desconto de recebíveis	(37,2)	106,0	(143,2)
Aumento de capital em dinheiro	20,2	1.481,2	(1.461,0)
Reservas de capital	4,4	-	4,4
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>	<b>672,6</b>	<b>977,9</b>	<b>(305,3)</b>
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	(142,1)	200,6	(342,7)
<b>Caixa e Bancos no início do período</b>	<b>195,3</b>	<b>89,5</b>	
<b>Caixa e Bancos no final do período</b>	<b>53,2</b>	<b>290,1</b>	



## INFORMAÇÕES SOBRE A TELECONFERÊNCIA E WEBCAST

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



### Divulgação de resultados

13 de Agosto de 2015 (Quinta-feira)  
(Após fechamento da Bovespa)

### Earnings Release

August 13th, 2015 (Thursday)  
(After Bovespa's trading hours)

### Teleconferência com Webcast

(em Português - tradução simultânea para inglês)

14 de Agosto 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)

August 14th, 2015 (Friday)  
11:00 a.m. (Eastern Daylight Time)  
Connection: +1 (786) 924.6977  
Code: B2W  
Webcast Connection:

[www.b2wdigital.com/webcast2T15](http://www.b2wdigital.com/webcast2T15)

[www.b2wdigital.com/webcast2Q15](http://www.b2wdigital.com/webcast2Q15)

Replay: Até 20 de Agosto de 2015  
Acesso: +55 (11) 3193-1012  
ou (11) 2820-4012  
Código: 2886120#

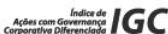
Palestrante: Fábio Abrate - CFO e DRI

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

Replay: Until August 20th, 2015  
Access: +55 (11) 3193-1012  
or (11) 2820-4012  
Code: 8390064#

Speaker: Fábio Abrate - CFO and 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.*