

# B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 18,3% NO GMV TOTAL, ATINGINDO R\$ 4,4 BILHÕES NO 4T16

O Marketplace da B2W segue em rápido desenvolvimento e atingiu **R\$ 862 milhões** de GMV no 4T16 (crescimento de 141%), com participação de **19,4%** do GMV total

**Rio de Janeiro, 20 de Fevereiro de 2017:** B2W Digital (Bovespa: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 4º trimestre e ano de 2016.

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Apesar do atual cenário macroeconômico desafiador, a B2W segue apresentando significativa evolução no crescimento do GMV e permanece confiante no potencial do e-commerce na América Latina.

Com apenas 2 anos de operação, o Marketplace da B2W já atingiu R\$ 2,2 bilhões de GMV nos últimos 12 meses (crescimento de 153,4%). Sendo parte relevante da estratégia da Companhia, o Marketplace contribuirá fortemente para o seu crescimento e rentabilidade.

No plano estratégico de cinco anos (2016-2020), a B2W Digital vai seguir investindo na plataforma digital construída, rentabilizando todas as suas frentes de negócios, com o objetivo de gerar valor para os seus acionistas.

PRINCIPAIS INDICADORES	4T16	4T15	Delta	2016	2015	Delta
GMV Total (R\$ MM)	4.436	3.749	18,3%	12.458	11.266	10,6%
Market Share (%)	28,4%	26,8%	+1,6 p.p.	26,2%	25,5%	+0,7 p.p.
Marketplace (R\$ MM)	862	358	140,8%	2.179	860	153,4%
Marketplace (% do GMV)	19,4%	9,5%	+9,9 p.p.	17,5%	7,6%	+9,9 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	51,4%	38,7%	+12,7 p.p.	49,5%	34,2%	+15,3 p.p.
Novos Clientes (Mil LTM)	701	1.583	N.A	701	1.583	N.A

## DESTAQUES 4T16

- **B2W DIGITAL registrou venda e tráfego recordes na Black Friday 2016:** No principal evento do ano, a B2W Digital atingiu novo recorde de vendas e domínio do tráfego na internet, com aumento de 6,0 p.p. no share<sup>1</sup> de visitas, quando comparado ao evento de 2015. A marca Americanas.com liderou as buscas por termos relacionados a Black Friday nos principais buscadores da internet, além de ter o app de e-commerce mais baixado da App Store. O resultado é consequência dos investimentos realizados nas plataformas de tecnologia, logística e distribuição, associados a um rigoroso planejamento comercial e uma excelente execução do time B2W.
- **B2W Marketplace conectou mais de 2.200 novos sellers em 2016:** O Marketplace (3P) continua em rápido crescimento, saindo de uma base de 2.500 sellers ao final de 2015 para 4.700 sellers ao final de 2016.
- **B2W Marketplace fechou novas importantes parcerias:** Em linha com a estratégia da B2W de integrar novos lojistas de vários tamanhos e diversos setores, o B2W Marketplace fechou parceria com importantes lojas como Electrolux (Eletrodomésticos e Eletroportáteis), Som Livre (Entretenimento), Rayban e Chilli Beans (Fashion), Technos (Relógios e Presentes), Estrela (Brinquedos) e Petz (Petshop).
- **B2W DIGITAL lançou o serviço B2W Entrega:** O B2W Entrega é uma parceria com os Correios que oferece aos sellers de pequeno e médio porte uma nova opção de frete, utilizando a plataforma de tecnologia da B2W. O serviço otimiza e padroniza o processo de postagem, aumentando os níveis de controle e rastreamento das mercadorias e reduzindo os custos de entrega.
- **B2W DIGITAL lançou a Universidade Marketplace:** A Universidade B2W Marketplace nasceu com a missão de capacitar os sellers a vender mais, crescendo de maneira sustentável. A Universidade B2W Marketplace possui uma equipe focada em oferecer conteúdos que otimizam a performance dos sellers. Recentemente, foi lançado um canal no Youtube onde os sellers terão acesso a diversos vídeos para auxiliá-los nas decisões de seus negócios.
- **B2W DIGITAL venceu pela quarta vez consecutiva as principais categorias do Prêmio E-bit:** A Americanas.com ganhou pela 4ª vez consecutiva na categoria “Loja Diamante Mais Querida” (voto popular) e o Submarino ganhou pela 3ª vez na categoria “Melhor Loja Diamante” (critério técnico). Essas conquistas ratificam a posição das marcas da B2W como as mais queridas da internet brasileira.

<sup>1</sup>Fonte: SimilarWeb top 14 players de e-commerce.

## INICIATIVAS ESTRATÉGICAS PARA ALAVANCAR A PLATAFORMA DIGITAL

### • Comercial e Marketing

- Desde o início do plano de investimento, o *market share* da B2W expandiu em 8,5 p.p., passando de 19,9% no 1S12 para 28,4% no 4T16.
- Essa evolução é consequência da excelência na operação e na gestão das variáveis comerciais. O sucesso nas vendas depende de uma série de fatores, como o sortimento desejado pelo cliente, níveis adequados de estoque, condições e formas de pagamento, prazo de entrega, entre outras. Abaixo, destacamos alguns indicadores do 4T16:
  - Gestão dos estoques: A B2W opera com índice de *stock-out* inferior a 10% e registrou uma evolução de 1,1 ponto percentual nesse indicador no 4T16, em comparação com o 4T15.
  - Aumento do sortimento: +119% em relação ao 4T15, impulsionado pelo Marketplace.
  - Eficiência no prazo de entrega: Ganho de produtividade nos Centros de Distribuição (CDs) de 10% no 4T16 vs 4T15, em função da melhoria de processos e da implementação de linhas automatizadas de faturamento e processos de melhoria contínua, resultando em um prazo de entrega mais rápido para os clientes.
- O Submarino Prime expandiu o serviço para as capitais Rio de Janeiro e Belo Horizonte, registrando aumento de 60% na quantidade de assinaturas mensais. O programa completa um ano como piloto e mostra evolução no comportamento de compra dos assinantes, que atingiram frequência de compra 3 vezes maior e rentabilidade superior à dos não assinantes. Com o Submarino Prime o cliente compra mais de 100 mil itens com frete grátis e entrega rápida ilimitados, além de receber ofertas exclusivas e atendimento dedicado.

### • Evolução do Marketplace

- O Marketplace segue em rápido crescimento, adicionando mais de 2.200 novos *sellers* em 2016, saindo de uma base de 2.500 *sellers* ao final de 2015 para mais de 4.700 *sellers* ao final de 2016.
- No 4T16, o Marketplace registrou crescimento de 140,8%, atingindo GMV de R\$ 862 milhões com participação de 19,4% do GMV total.
- Ao final do 4T16, o número de itens disponibilizados pelos *sellers* aumentou em 150% em comparação com o final do 4T15, atingindo mais de 2,2 milhões de itens.
- Em linha com a estratégia da B2W de integrar novos lojistas de vários tamanhos e diversos setores, o B2W Marketplace fechou parceria com importantes lojas como Electrolux (Eletrodomésticos e Eletroportáteis), Som Livre (Entretenimento), Rayban e Chilli Beans (Fashion), Technos (Relógios e Presentes), Estrela (Brinquedos) e Petz (Petshop).
- B2W lançou a Universidade Marketplace, que nasceu com a missão de capacitar os *sellers* a vender mais, crescendo de maneira sustentável. A Universidade B2W Marketplace possui uma equipe focada em oferecer conteúdos que otimizam a performance dos *sellers*. Recentemente, foi lançado um canal no Youtube onde os *sellers* terão acesso a diversos vídeos para auxiliá-los nas decisões de seus negócios.

### • Logística e Operações

- A B2W Digital opera um total de 11 centros de distribuição por todo Brasil, totalizando área de armazenagem superior a 500 mil metros quadrados.
- Ao final do 4T16, a B2W Digital operava 185 Centros Operacionais (*transit points*) (+30% vs 4T15), estrategicamente posicionados para suportar o sistema de distribuição da Companhia. Os Centros Operacionais da B2W são *HUBs* de consolidação de carga e bases que facilitam a distribuição das entregas para os clientes.
- Em 2013 e 2014, a B2W Digital adquiriu as duas principais transportadoras especializadas em *e-commerce* do Brasil (Click-Rodo e Direct), resultando na criação da Unidade de Distribuição B2W.
  - Ao longo do 4T16, a participação da Unidade de Distribuição B2W atingiu 95% do total de entregas realizadas pela Companhia, em comparação a um *share* de 59% das entregas no 4T15.
  - No 4T16, a receita com clientes externos representou 26% do faturamento total da Unidade de Distribuição B2W (UND). Nesse período, a UND passou a realizar as entregas de 19 novos clientes, incluindo importantes *sellers* do Marketplace: Jequití, Corujamix e Onofre Eletro.
- Em Outubro, a B2W estabeleceu acordo operacional com a Vialog, transportadora líder em entregas do comércio eletrônico na região Sul do país. Com o acordo, a B2W assumirá, por meio da Direct, a operação de entrega de encomendas da Vialog, que inclui a utilização de 40 hubs.
- A verticalização da distribuição permitiu a criação do Menu de Frete no 3T14, serviço que oferece até 6 opções de entrega para todo o país: *Same Day*, *Next Day*, Rápida, Econômica, Agendada e Entrega em Loja.

- No 4T16, o número de entregas diárias da opção “Next Day” do Menu de Frete aumentou em 9 vezes em relação ao 4T15, devido à expansão da cobertura para novas cidades (Rio de Janeiro e Belo Horizonte) e ao aumento do limite de peso dos pedidos para 30kg.
  - A opção de entrega “Rápida” oferece um prazo 35% mais rápido que o mercado. Essa opção está disponível para 100% do sortimento de produtos e em todos os estados do país, aumentando o seu *share* nas entregas da Companhia de 6% no 4T15 para 10% no 4T16.
  - A opção “Entrega em Loja” está atualmente disponível em 269 lojas, em comparação a 120 no final do 4T15, e sua utilização, que aumentou em 4 vezes no mesmo período, foi facilitada pela implantação de um mapa interativo no site, tornando mais fácil, assim, a localização da Lojas Americanas mais próxima e mais conveniente para o cliente.
  - O Menu de Frete tem sido um grande sucesso com os clientes, que recebem os produtos de forma mais rápida, e permite à Companhia aumentar seu índice de cobertura de frete (arrecadação de frete dividido pela despesa de frete).
- **Mobile e Tecnologia**
    - Ao longo do 4T16, o tráfego por dispositivos móveis representou mais da metade do total de visitas, atingindo 51,4%, um crescimento de 12,7 p.p. comparado com o 4T15.
    - No 4T16, foi lançado o novo site responsivo das marcas Americanas.com e Submarino. A implementação reduziu em 26% o tempo de carregamento do site e aumentou em 10% a conversão dos acessos por dispositivos móveis.
    - Os quatro apps da B2W Digital (Americanas.com, Submarino, Shoptime e Sou Barato) atingiram mais de 5,7 milhões de downloads ao longo do ano, um crescimento de 105%.
  - **Serviços Digitais**
    - Resultado da aquisição de 12 empresas (dez empresas de tecnologia “best in class” e as duas principais transportadoras especializadas em *e-commerce* do Brasil), a B2W Services oferece soluções completas nas verticais de tecnologia e logística para suportar as operações dos *sellers* do Marketplace e operações online de grandes marcas, incluindo o [B] Seller (webstore e serviços de ERP) e [BFF] B2W Fullfilment (armazenagem, distribuição e atendimento ao cliente).
    - Desde a aquisição do Sieve Group, em julho de 2015, expandimos em mais de 65% o nível de *cross-sell* da B2W Services (*cross-sell*: utilização de mais de um serviço do portfólio da B2W por um mesmo parceiro).
    - Ao longo do 4T16, as soluções oferecidas pelas empresas integradas da B2W Services foram contratadas por diversas grandes marcas, conforme destacamos abaixo:
      - Sieve (Inteligência de Preços Online): Drogaria Pacheco, Cadence e Britania
      - [B] Seller (Webstore e Serviços de ERP): Claro, Onofre Eletro e Icatu Seguros
      - Infoprice (Integração de Preços Offline): Am/Pm e AtKearney
      - Admatic (Marketing Digital): NET e Drogaria São Paulo
      - Skyhub (Integração do Marketplace): Electrolux e Beleza na Web
  - **Serviços Financeiros**
    - No 4T16, as operações de cartões de crédito da B2W (Submarino Finance e Digital Finance) registraram um volume de R\$ 924 milhões em transações aprovadas, representando um crescimento de 22% em comparação com o mesmo período de 2015. No ano de 2016, o volume registrado em transações aprovadas totalizou R\$ 2,8 bilhões.
    - No mesmo período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1,1 bilhão, com um crescimento de 6% em comparação com 2015.
    - Em 31 de dezembro de 2016, as operações registravam 2,2 milhões de cartões emitidos (1,57 milhão para Submarino Finance e 656 mil para Digital Finance, que inclui as marcas Americanas.com, Shoptime e Sou Barato).
    - As vantagens para os clientes que possuem os cartões de crédito da B2W são: descontos exclusivos, programas de recompensa e limite de crédito especial para compras nos sites. Em contrapartida, as vantagens para a B2W são: menor custo de tarifas de cartões (MDR), aumento da fidelização dos clientes (frequência de compra 2,2 vezes maior) e aumento do tíquete médio (20% maior).
    - O portfólio de Seguros e Serviços segue apresentando forte crescimento, principalmente em função do aumento de 31,4% no tíquete médio no 4T16 vs 4T15. Esse desempenho é fruto da ampliação do sortimento nos últimos anos para incluir novos seguros e serviços, incluindo Seguro contra Roubo, Furto e Quebra Acidental e serviços de instalações de Televisores, Home Theaters, Máquinas de Lavar e Secar, entre outros.

- **Atendimento ao Cliente**

- As principais marcas da B2W Digital são consideradas referências em atendimento ao cliente, possuindo os mais altos níveis de avaliação do Reclame Aqui.
- A nota média dada pelos clientes no Reclame Aqui para as marcas da B2W é de 7,2, enquanto as marcas dos principais concorrentes possuem uma nota média de 3,7.
- 78% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 38% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
- O índice médio de solução das marcas da B2W é de 89% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 58%.
- Essas conquistas são resultado do compromisso da Companhia em otimizar a qualidade de serviço e atendimento oferecido aos seus clientes.
- Como resultado da excelência em atendimento ao cliente, a B2W venceu pela quarta vez consecutiva as principais categorias do Prêmio E-bit. A Americanas.com ganhou pela 4ª vez consecutiva na categoria “Loja Diamante Mais Querida” (voto popular) e o Submarino ganhou pela 3ª vez na categoria “Melhor Loja Diamante” (critério técnico).

- **Talentos Digitais**

- A B2W Digital foi a única empresa da América Latina a ser selecionada para fazer parte de um programa de Análises Avançadas (Advanced Analytics) da Universidade da Carolina do Norte, nos Estados Unidos. A Companhia foi escolhida dentre as 62 que enviaram propostas ao Instituto este ano.
- Entre novembro de 2016 e julho de 2017, um grupo de alunos do curso de Advanced Analytics vai desenvolver iniciativas para cumprir o desafio proposto pela B2W. Os estudantes ajudarão a Companhia em temas específicos, trazendo melhorias para atender objetivos previamente definidos no processo de seleção de projetos.
- A Companhia expandiu seus centros de inovação e tecnologia (BITs) no Rio de Janeiro e em São Paulo para unificar os times de tecnologia e receber os novos talentos digitais.

- **Sustentabilidade Empresarial**

- Pelo terceiro ano consecutivo, a B2W foi selecionada para integrar a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBOVESPA.
- B2W concluiu a meta de apoiar 10 projetos da Bolsa de Valores Socioambiental da Bovespa (BVSA), durante os anos de 2015 e 2016, com base nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU. Todos os projetos tiveram como foco: Educação, Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável.
- B2W Digital reafirmou a parceria com a ONG Recode e no projeto TecEscola, para capacitação de 1.500 alunos de escolas estaduais do Rio de Janeiro em tecnologia, 150 em webdesign e 50 em Java. O projeto formou também 150 professores de escolas públicas estaduais que serão multiplicadores de conteúdo para 15 mil estudantes que cursam o segundo grau nessas escolas.
- A Americanas.com e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) firmaram uma parceria para a realização de uma campanha de Natal para ajudar a garantir o direito à saúde, educação e proteção a crianças e adolescentes do Brasil e do mundo. Na ação especial de Natal, clientes da Americanas.com foram convidados a “doar sorrisos”.
- Americanas.com patrocina o projeto Grael, instituição que oferece oficinas gratuitas de marcenaria, fibra de vidro, eletrônica, carpintaria, mecânica e capotaria, além de aulas de natação, vela e canoa havaiana para jovens de 9 a 29 anos, em Niterói (RJ). Em 2016, foram atendidos cerca de 400 jovens no projeto.

## DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 4T16, 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 4T16, o GMV foi de R\$ 4.436,0 milhões, comparado com os R\$ 3.749,4 milhões registrados no 4T15, representando um crescimento de 18,3%.

Em 2016, o GMV foi de R\$ 12.457,7 milhões, comparado com os R\$ 11.266,4 milhões registrados em 2015, representando um crescimento de 10,6%.

- **Receita Bruta:** No 4T16, a receita bruta totalizou R\$ 3.666,3 milhões, comparado com os R\$ 3.434,5 milhões registrados no 4T15, representando um crescimento de 6,7%.

Em 2016, a receita bruta totalizou R\$ 10.520,4 milhões, comparado com os R\$ 10.509,6 milhões registrados em 2015.

- **Receita Líquida:** No 4T16, a receita líquida totalizou R\$ 3.024,7 milhões, comparado com os R\$ 2.907,8 milhões registrados no 4T15, representando uma variação de 4,0%.

Em 2016, a receita líquida totalizou R\$ 8.601,3 milhões, comparado com os R\$ 9.013,8 milhões registrados em 2015.

A redução da receita líquida em comparação com o crescimento da receita bruta (diferença de 2,7 p.p. no 4T16) está relacionada às mudanças tributárias no país, válidas desde janeiro de 2016.

- **Lucro Bruto Ajustado:** No 4T16, lucro bruto ajustado totalizou R\$ 715,7 milhões, comparado com os R\$ 630,7 milhões registrados no 4T15, representando uma variação de 13,5%. Como resultado, a margem bruta ajustada expandiu 2,0 p.p., passando de 21,7% no 4T15 para 23,7% no 4T16.

Em 2016, lucro bruto ajustado totalizou R\$ 2.077,2 milhões, comparado com os R\$ 2.111,1 milhões registrados em 2015, representando uma variação de -1,6%. Como resultado, a margem bruta ajustada expandiu 0,7 p.p., passando de 23,4% em 2015 para 24,1% em 2016.

- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 4T16, as despesas com SG&A ajustadas totalizaram R\$ 454,6 milhões, representando 15,0% da receita líquida, uma variação de 0,6 p.p. em comparação com o 4T15, quando as despesas com SG&A ajustadas representaram 14,4% da receita líquida.

Em 2016, as despesas com SG&A ajustadas totalizaram R\$ 1.389 milhões, representando 16,1% da receita líquida, uma redução de 0,5 p.p. em comparação a 2015, quando as despesas com SG&A ajustadas representaram 16,7% da receita líquida.

- **EBITDA Ajustado:** No 4T16, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 261,1 milhões, comparado com os R\$ 212,5 milhões registrados no 4T15, representando um crescimento de 22,9%. Nesse período, a margem EBITDA Ajustada aumentou em 1,3 p.p., saindo de 7,3% no 4T15 para 8,6% no 4T16.

Em 2016, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 688,2 milhões, comparado com os R\$ 610,2 milhões registrados em 2015, representando um crescimento de 12,8%. Nesse período, a margem EBITDA Ajustada aumentou em 1,2 p.p., saindo de 6,8% em 2015 para 8,0% em 2016.

- **Resultado Financeiro Líquido:** No 4T16, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -324,1 milhões, representando uma variação de 20,1% em relação aos R\$ -269,8 milhões registrados no 4T15.

Em 2016, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -1.084,3 milhões, representando uma variação de 32,5% em relação aos R\$ -818,3 milhões registrados em 2015.

- **Resultado Líquido:** No 4T16, o resultado líquido foi de R\$ -102,3 milhões, comparado com os R\$ -161,1 milhões obtidos no 4T15.

Em 2016, o resultado líquido foi de R\$ -485,9 milhões, comparado com os R\$ -418,4 milhões obtidos em 2015.

- **Gestão de Caixa:**

- **Capital de Giro:** O Capital de Giro líquido variou 27 dias (2016 vs. 2015) em função do incremento dos estoques para fazer frente às vendas do 1T17 (ao final de 2015 os estoques estavam abaixo dos níveis adequados) e do crescimento acelerado do Marketplace (cujas transações em cartão de crédito são aprovadas na plataforma da B2W e compõem o saldo bruto de recebíveis). O Marketplace não demanda Capital de Giro (a B2W figura como intermediária e recebe uma comissão sobre as vendas realizadas).
- **CAPEX:** A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, no 4T16, os investimentos consolidados no imobilizado e no intangível (desenvolvimento de websites e sistemas) totalizaram R\$ 129,4 milhões, ou 3% do GMV total, redução de 6,0 p.p. em comparação com o 4T15, quando o CAPEX representou 9% do GMV total. Dessa forma, o EBITDA Ajustado no 4T16 cobriu 202% do CAPEX do período, comparado com um índice de cobertura de 64% no 4T15.

Em 2016, o CAPEX totalizou R\$ 459,9 milhões, uma redução de 43% em relação ao registrado em 2015. O CAPEX de 2016 representou 4% do GMV, redução de 3,0 pontos percentuais em comparação a 2015, quando o CAPEX representou 7% do GMV. Dessa forma, o EBITDA registrado em 2016 cobriu 150% do CAPEX do ano, em comparação com um índice de cobertura de 76% em 2015.

- **Endividamento:** O caixa da B2W, excluindo a consolidação do FIDC, em 31/12/2016 totalizou R\$ 1.939,4 milhões, 3,7x o endividamento de curto prazo da Companhia, que totalizou R\$ 526,9 milhões. O nível de alavancagem (definido como Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM) foi de 2,5x, em 31/12/2016, comparado com 3,2x, em 30/09/2016.

- **Aumento de Capital**

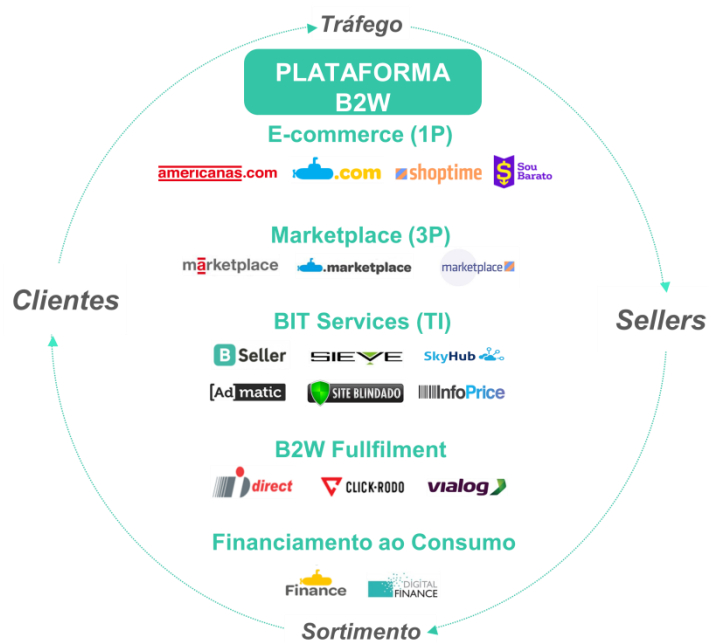
- Em 13 de maio de 2016, foi realizada Reunião do Conselho de Administração com o objetivo de aprovar a proposta de aumento do capital social da Companhia, posteriormente submetida à aprovação da Assembleia Geral Extraordinária, no valor de R\$ 823.000.000,00 (oitocentos e vinte e três milhões de reais), mediante a emissão privada de 82.300.000 novas ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, pelo preço de emissão de R\$ 10,00 (dez reais) por ação.
- O Aumento de Capital tem por objetivo reforçar o caixa e melhorar a estrutura de capital da Companhia. O Aumento de Capital permitirá que a Companhia siga investindo na sua plataforma digital, acelerando o crescimento do Marketplace e consolidando sua posição de liderança no mercado, visando sempre a atender melhor o seu cliente.
- O Aumento de Capital foi aprovado por maioria em Assembleia Geral Extraordinária realizada no dia 31 de maio de 2016. Dessa forma, os acionistas tiveram do dia 1 de junho de 2016 ao dia 30 de junho de 2016 o direito de exercer a preferência na subscrição das novas ações emitidas, na proporção de suas participações no capital da Companhia no fechamento do pregão do dia 31 de maio de 2016.
- Ao longo do período de exercício do direito de preferência foram subscritas 55.087.727 ações ordinárias, totalizando o montante de R\$ 550.877.270,00 (quinhentos e cinquenta milhões, oitocentos e setenta e sete mil e duzentos e setenta reais).
- Entre os dias 6 de julho e 22 de julho, foram subscritas 27.212.273 ações ordinárias no âmbito do primeiro e segundo rateio de sobras, totalizando o montante de R\$ 272.122.730,00 (duzentos e setenta e dois milhões, cento e vinte e dois mil e setecentos e trinta reais). Assim, uma vez encerrado o prazo dos dois rateios, a totalidade das ações a serem emitidas pela Companhia, no âmbito do Aumento de Capital, foram integralmente subscritas pelos acionistas.
- Com isso, no dia 1 de Agosto de 2016, o Conselho de Administração da B2W Digital homologou o Aumento do Capital social da Companhia.

## ANEXO I: SOBRE B2W DIGITAL

A B2W Digital é líder na América Latina e tem como propósito **CONECTAR PESSOAS, NEGÓCIOS, PRODUTOS E SERVIÇOS EM UMA PLATAFORMA DIGITAL.**

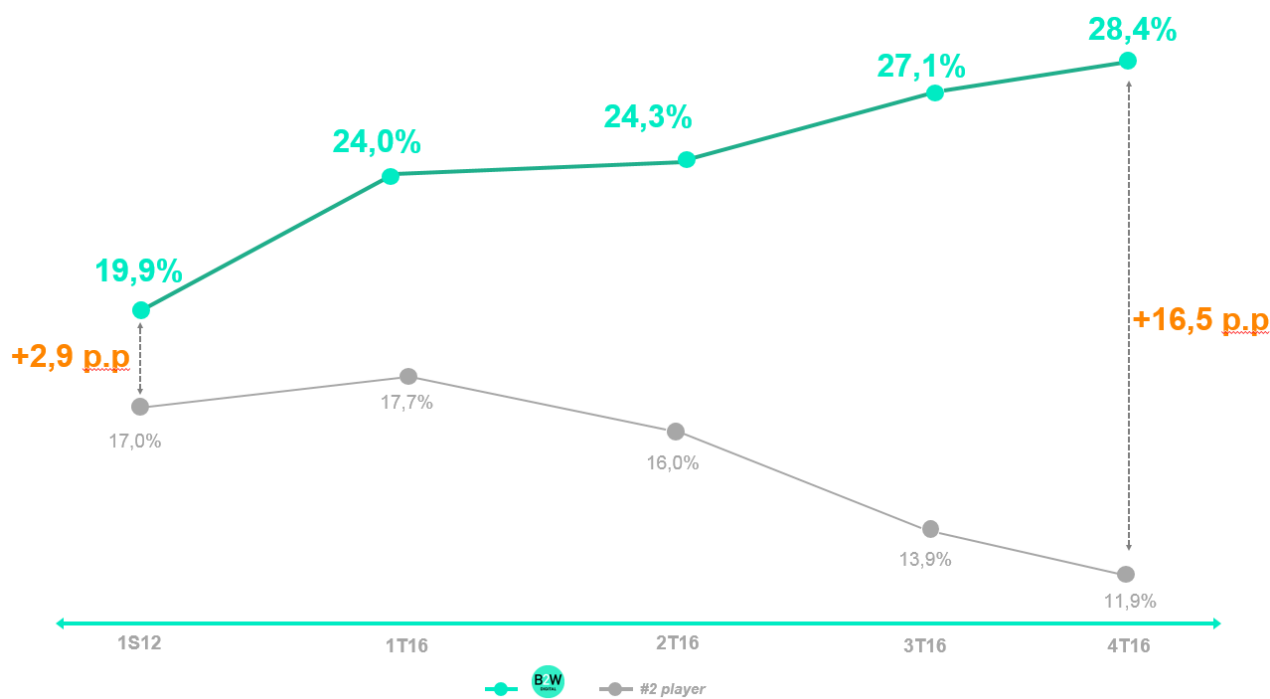
A Companhia possui as maiores e mais queridas marcas da internet (Americanas.com, Submarino, Shoptime e SouBarato) e uma operação de Marketplace em rápido crescimento. A plataforma construída ao longo dos últimos anos permite que a B2W também ofereça serviços de tecnologia, logística, distribuição, atendimento ao cliente e financiamento ao consumo.

### PLATAFORMA DIGITAL E CICLO VIRTUOSO DA B2W:



## ANEXO II: MARKET SHARE

### EVOLUÇÃO DO MARKET SHARE



## ANEXO III: DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

EXCLUINDO OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DAS TRANSPORTADORAS SUBSIDIÁRIAS DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro			Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T16	4T15	Varição	2016	2015	Varição
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	4.436,0	3.749,4	18,3%	12.457,7	11.266,4	10,6%
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	3.666,3	3.434,5	6,7%	10.520,4	10.509,6	0,1%
Impostos sobre vendas e serviços	(641,6)	(526,7)	21,8%	(1.919,1)	(1.495,8)	28,3%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>3.024,7</b>	<b>2.907,8</b>	<b>4,0%</b>	<b>8.601,3</b>	<b>9.013,8</b>	<b>-4,6%</b>
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(2.309,0)	(2.277,1)	1,4%	(6.524,1)	(6.902,7)	-5,5%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>715,7</b>	<b>630,7</b>	<b>13,5%</b>	<b>2.077,2</b>	<b>2.111,1</b>	<b>-1,6%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	23,7%	21,7%	2,0 p.p.	24,1%	23,4%	0,7 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(531,6)</b>	<b>(482,1)</b>	<b>10,3%</b>	<b>(1.680,8)</b>	<b>(1.740,9)</b>	<b>-3,5%</b>
Com vendas	(428,2)	(386,6)	10,8%	(1.308,1)	(1.361,0)	-3,9%
Gerais e administrativas	(26,4)	(31,6)	-16,5%	(80,9)	(139,9)	-42,2%
Depreciação e amortização	(77,0)	(63,9)	20,5%	(291,8)	(240,0)	21,6%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	<b>184,1</b>	<b>148,6</b>	<b>23,9%</b>	<b>396,4</b>	<b>370,2</b>	<b>7,1%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(324,1)</b>	<b>(269,8)</b>	<b>20,1%</b>	<b>(1.084,3)</b>	<b>(818,3)</b>	<b>32,5%</b>
Receitas financeiras	138,7	131,9	5,2%	481,1	385,9	24,7%
Despesas financeiras	(462,8)	(401,7)	15,2%	(1.565,4)	(1.204,2)	30,0%
Outras receitas (despesas) operacionais*	(10,1)	100,9	-110,0%	(35,3)	41,9	-184,2%
Imposto de renda e contribuição social	47,8	(140,9)	-133,9%	237,3	(12,2)	-2045,1%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(102,3)</b>	<b>(161,2)</b>	<b>-36,5%</b>	<b>(485,9)</b>	<b>(418,4)</b>	<b>16,1%</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-3,4%	-5,5%	2,1 p.p.	-5,6%	-4,6%	-1,0 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>261,1</b>	<b>212,5</b>	<b>22,9%</b>	<b>688,2</b>	<b>610,2</b>	<b>12,8%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	8,6%	7,3%	1,3 p.p.	8,0%	6,8%	1,2 p.p.

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

 Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

SEM EXCLUIR OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DAS TRANSPORTADORAS SUBSIDIÁRIAS DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 31 de Dezembro			Períodos findos em 31 de Dezembro		
(em milhões de reais)	4T16	4T15	Variação	2016	2015	Variação
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	<b>4.436,0</b>	<b>3.749,4</b>	<b>18,3%</b>	<b>12.457,7</b>	<b>11.266,4</b>	<b>10,6%</b>
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	<b>3.666,3</b>	<b>3.434,5</b>	<b>6,7%</b>	<b>10.520,4</b>	<b>10.509,6</b>	<b>0,1%</b>
Impostos sobre vendas e serviços	(641,6)	(526,7)	21,8%	(1.919,1)	(1.495,8)	28,3%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>3.024,7</b>	<b>2.907,8</b>	<b>4,0%</b>	<b>8.601,3</b>	<b>9.013,8</b>	<b>-4,6%</b>
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(2.438,7)	(2.391,4)	2,0%	(6.889,2)	(7.226,2)	-4,7%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>586,0</b>	<b>516,4</b>	<b>13,5%</b>	<b>1.712,1</b>	<b>1.787,6</b>	<b>-4,2%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	19,4%	17,8%	1,6 p.p.	19,9%	19,8%	0,1 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(401,9)</b>	<b>(367,8)</b>	<b>9,3%</b>	<b>(1.315,7)</b>	<b>(1.417,4)</b>	<b>-7,2%</b>
Com vendas	(298,5)	(272,3)	9,6%	(943,0)	(1.037,5)	-9,1%
Gerais e administrativas	(26,4)	(31,6)	-16,5%	(80,9)	(139,9)	-42,2%
Depreciação e amortização	(77,0)	(63,9)	20,5%	(291,8)	(240,0)	21,6%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	<b>184,1</b>	<b>148,6</b>	<b>23,9%</b>	<b>396,4</b>	<b>370,2</b>	<b>7,1%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(324,1)</b>	<b>(269,8)</b>	<b>20,1%</b>	<b>(1.084,3)</b>	<b>(818,3)</b>	<b>32,5%</b>
Receitas financeiras	138,7	131,9	5,2%	481,1	385,9	24,7%
Despesas financeiras	(462,8)	(401,7)	15,2%	(1.565,4)	(1.204,2)	30,0%
Outras receitas (despesas) operacionais*	(10,1)	100,9	-110,0%	(35,3)	41,9	-184,2%
Imposto de renda e contribuição social	47,8	(140,9)	-133,9%	237,3	(12,2)	-2045,1%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(102,3)</b>	<b>(161,2)</b>	<b>-36,5%</b>	<b>(485,9)</b>	<b>(418,4)</b>	<b>16,1%</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-3,4%	-5,5%	2,1 p.p.	-5,6%	-4,6%	-1,0 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>261,1</b>	<b>212,5</b>	<b>22,9%</b>	<b>688,2</b>	<b>610,2</b>	<b>12,8%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	8,6%	7,3%	1,3 p.p.	8,0%	6,8%	1,2 p.p.

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

## BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital Balço Patrimonial (em milhes de reais)	Consolidado	
	31/12/2016	30/09/2016
<b>ATIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e bancos	224,2	203,7
Ttulos e valores imobiliários	1.742,5	1.269,1
Contas a receber de clientes	689,1	869,2
Estoques	1.541,3	1.605,7
Impostos a recuperar	441,3	288,8
Despesas antecipadas e outros	298,0	265,1
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>4.936,4</b>	<b>4.501,6</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Imposto de renda e contribuio social diferidos	722,7	673,8
Impostos a recuperar	1.067,5	1.083,6
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	91,3	91,5
Imobilizado	538,3	544,8
Intangível	2.885,1	2.822,8
<b>Total do Ativo Não Circulante</b>	<b>5.304,9</b>	<b>5.216,5</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>10.241,3</b>	<b>9.718,1</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	2.107,9	1.638,8
Empréstimos e financiamentos	526,1	532,2
Debêntures	0,8	224,2
Salários, provisões e contribuies sociais	65,3	79,5
Tributos a recolher	68,4	44,9
Imposto de renda e contribuio social	5,3	7,4
Outras obrigações	345,6	261,8
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>3.119,4</b>	<b>2.788,8</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	3.539,3	3.465,3
Debêntures	200,0	-
Partes relacionadas	81,8	14,3
Provisões para contingências e outras obrigações	222,8	278,2
<b>Total do Passivo Não Circulante</b>	<b>4.043,9</b>	<b>3.757,8</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	4.483,0	4.477,4
Reservas de capital	38,9	35,7
Ajuste de avaliao patrimonial	(0,9)	(0,9)
Lucros (prejuízos) acumulados	(1.443,1)	(1.340,9)
Participação de não controladores	0,1	0,1
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3.078,0</b>	<b>3.171,4</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>10.241,3</b>	<b>9.718,1</b>

## FLUXO DE CAIXA

<b>B2W - Companhia Digital</b>			
<b>Demonstrativo de Fluxo de Caixa</b>			
<b>(em milhões de reais)</b>			
	<b>Consolidado</b>		
<b>Atividades Operacionais</b>	<b>31/12/2016</b>	<b>31/12/2015</b>	<b>Varição</b>
<b>Resultado Líquido do Período</b>	<b>(485,9)</b>	<b>(418,4)</b>	<b>67,5</b>
<b>Ajustes ao Resultado Líquido:</b>			
Depreciações e amortizações	291,8	239,9	(51,9)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(247,0)	(21,9)	225,1
Juros, variações monetárias e cambiais	546,1	470,4	(75,7)
Ganho na alienação de investimento	-	(99,2)	(99,2)
Outros	21,0	53,0	32,0
<b>Resultado Líquido Ajustado</b>	<b>126,0</b>	<b>223,8</b>	<b>97,8</b>
<b>Variações de Capital de Giro:</b>			
Contas a receber	408,9	282,7	(126,2)
Estoques	(134,1)	(61,6)	72,5
Fornecedores	(370,6)	(149,1)	221,5
<b>Variações em Capital de Giro:</b>	<b>(95,8)</b>	<b>72,0</b>	<b>167,8</b>
<b>Variações em Ativos:</b>			
Despesas antecipadas	(6,1)	(15,8)	(9,7)
Depósitos judiciais	1,5	10,7	9,2
Impostos a recuperar	(432,6)	(394,9)	37,7
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	(125,6)	(120,2)	5,4
<b>Variações em Ativos:</b>	<b>(562,8)</b>	<b>(520,2)</b>	<b>42,6</b>
<b>Variações em Passivos:</b>			
Salários e encargos sociais	(4,7)	11,8	16,5
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	17,6	27,6	10,0
Outras obrigações (circulante e não circulante)	49,1	47,6	(1,5)
<b>Variações em Passivos:</b>	<b>62,0</b>	<b>87,0</b>	<b>25,0</b>
<b>Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntur</b>	<b>(311,8)</b>	<b>(116,5)</b>	<b>195,3</b>
<b>Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos</b>	<b>(3,5)</b>	<b>(3,2)</b>	<b>0,3</b>
<b>Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais</b>	<b>(785,9)</b>	<b>(257,1)</b>	<b>528,8</b>
<b>Atividades de Investimento</b>			
Títulos e valores mobiliários	496,3	(925,0)	(1.421,3)
Imobilizado	(28,9)	(144,6)	(115,7)
Intangível	(430,9)	(576,7)	(145,8)
Valor pago pelas aquisições de controladas	(67,4)	(186,3)	(118,9)
Valor recebido pela alienação de controladas	-	278,4	278,4
<b>Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento</b>	<b>(30,9)</b>	<b>(1.554,2)</b>	<b>(1.523,3)</b>
<b>Atividades de Financiamento</b>			
Captações	408,9	2.963,8	2.554,9
Pagamentos	(544,4)	(1.053,1)	(508,7)
Reservas de capital	-	4,1	4,1
Aumento de capital em dinheiro	847,1	30,6	(816,5)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>	<b>711,6</b>	<b>1.945,4</b>	<b>1.233,8</b>
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	(105,2)	134,1	239,3
<b>Caixa e Bancos no início do período</b>	<b>329,4</b>	<b>195,3</b>	<b>(134,1)</b>
<b>Caixa e Bancos no final do período</b>	<b>224,2</b>	<b>329,4</b>	<b>105,2</b>

## ANEXO IV: NOTA SOBRE O DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

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

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

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

### EBITDA Ajustado

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

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

No 4T16, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 261,1 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 251,0 milhões no 4T16, representando 8,3% da RL.

## ANEXO V: ENDIVIDAMENTO

	Incluindo a Consolidação do FIDC		Excluindo a Consolidação do FIDC	
	31/12/2016	30/09/2016	31/12/2016	30/09/2016
<b>Endividamento Consolidado - R\$ MM</b>				
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	526,1	532,2	526,1	532,2
Debêntures de Curto Prazo	0,8	224,2	0,8	224,2
<b>Endividamento de Curto Prazo</b>	<b>526,9</b>	<b>756,4</b>	<b>526,9</b>	<b>756,4</b>
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	3.539,3	3.465,3	2.988,1	2.780,1
Debêntures de Longo Prazo	200,0	-	200,0	-
<b>Endividamento de Longo Prazo</b>	<b>3.739,3</b>	<b>3.465,3</b>	<b>3.188,1</b>	<b>2.780,1</b>
<b>Endividamento Bruto (1)</b>	<b>4.266,2</b>	<b>4.221,7</b>	<b>3.715,0</b>	<b>3.536,5</b>
Disponibilidades	1.966,7	1.472,8	1.939,4	1.428,5
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	578,7	689,4	54,9	48,5
<b>Disponibilidades Totais (2)</b>	<b>2.545,4</b>	<b>2.162,2</b>	<b>1.994,3</b>	<b>1.477,0</b>
<b>Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)</b>	<b>1.720,8</b>	<b>2.059,5</b>	<b>1.720,8</b>	<b>2.059,5</b>
<b>Dívida (Caixa) Líquida / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)</b>	<b>2,5</b>	<b>3,2</b>	<b>2,5</b>	<b>3,2</b>
<b>Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)</b>	<b>828</b>	<b>753</b>	<b>873</b>	<b>778</b>

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

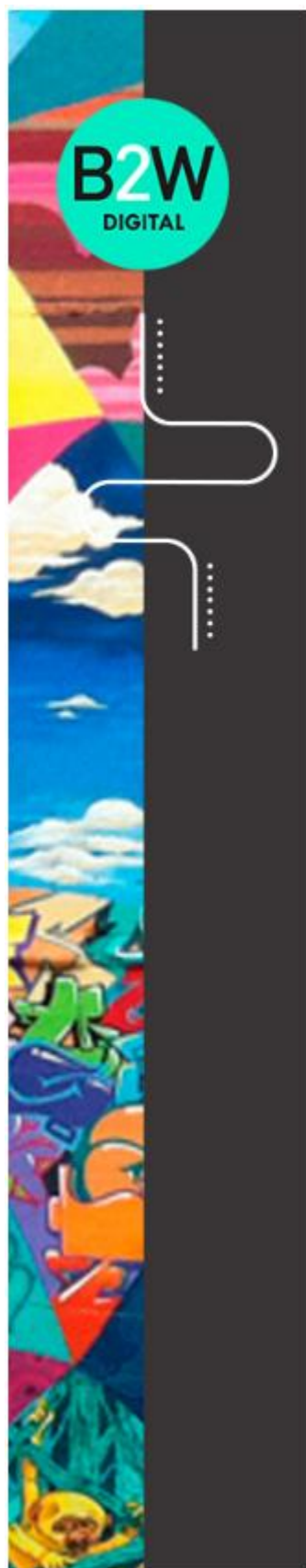
	Incluindo a Consolidação do FIDC		Excluindo a Consolidação do FIDC	
	31/12/2016	30/09/2016	31/12/2016	30/09/2016
<b>Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM</b>				
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	2.992,8	2.302,5	2.992,8	2.302,5
Desconto de Recebíveis	(2.414,1)	(1.613,1)	(2.937,9)	(2.254,0)
<b>Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação</b>	<b>578,7</b>	<b>689,4</b>	<b>54,9</b>	<b>48,5</b>
Ajuste a Valor Presente	(2,1)	(2,3)	(2,1)	(2,3)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(17,2)	(15,2)	(17,2)	(15,2)
Outras Contas a Receber	129,7	197,4	129,7	197,4
<b>Contas a Receber Líquido Consolidado</b>	<b>689,1</b>	<b>869,3</b>	<b>165,3</b>	<b>228,4</b>

## ANEXO VI: DEFINIÇÕES

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

**INFORMAÇÕES SOBRE WEBCAST E CONFERENCE CALL**

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

**Eventos 4T16****Divulgação de Resultados**

20 de fevereiro de 2017 (segunda-feira)  
após fechamento da Bolsa

**Teleconferência com Webcast**

(em português - tradução simultânea para inglês)

21 de fevereiro de 2017 (terça-feira)  
10:30h (Hora de Brasília)

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

**Código:** B2W

**Link para Webcast:**

[www.b2wdigital.com/  
webcast4T16](http://www.b2wdigital.com/webcast4T16)

**Replay:** Até 27 de fevereiro de 2016

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

**Código:** 3251665#

**Palestrante:**

Fábio Abrate - CFO e DRI

**Equipe de Relações com Investidores**

ri@b2wdigital.com

+55 (21) 2206-6000

**4Q16 Events****Earnings Release**

February 20th, 2017 (Monday)  
after Bovespa's trading hours

**Conference Call and Webcast**

(in Portuguese - simultaneous translation into English)

February 21st, 2017 (Tuesday)  
8:30 a.m. (Eastern Standard Time)

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

**Code:** B2W

**Link to Webcast:**

[www.b2wdigital.com/  
webcast4Q16](http://www.b2wdigital.com/webcast4Q16)

**Replay:** Until February 27th, 2017

**Access:** +55 (11) 3193-1012  
or +55 (11) 2820-4012

**Code:** 8649306#

**Speaker:**

Fábio Abrate - CFO and IRO

**Investor Relations Team**

ri@b2wdigital.com

+55 (21) 2206-6000

**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