

# B2W - Companhia Digital



Companhia Aberta  
CNPJ/MF nº 00.776.574/0006-60  
NIRE 33.3.0029074-5



## RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2015

### 1. PERFIL ORGANIZACIONAL

No cumprimento das disposições legais e de acordo com a legislação societária brasileira vigente, a B2W Digital apresenta, a seguir, o Relatório da Administração com os resultados financeiros e operacionais do exercício findo em 31 de Dezembro de 2015.

As ações da Companhia estão listadas na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBOVESPA) e são registradas no Novo Mercado, o mais alto nível de Governança Corporativa do Brasil, sob o código de negociação BTOW3.

Lojas Americanas S.A. é a acionista controladora da B2W Digital, com aproximadamente 55,6% das ações da Companhia. As ações em negociação em mercado (*free-float*) correspondem a aproximadamente 44,4% do capital total da Companhia.



### 1.1 SOBRE A B2W DIGITAL

A B2W é uma companhia digital, líder na América Latina. A B2W Digital atua nas seguintes frentes: e-commerce por meio das marcas Americanas.com, Submarino, Shoptime e SouBarato; 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 e atraindo os melhores talentos.

A B2W Digital é uma plataforma de e-commerce, com um portfólio de marcas: Americanas.com, Submarino, Shoptime e SouBarato, que oferecem um amplo sortimento de mais de 1,5 milhão de produtos, divididos em mais de 40 categorias como games, produtos de informática, telefones, eletrônicos, brinquedos, relógios, perfumes, eletrodomésticos, instrumentos musicais, livros, papeleria, CD, DVD, cama, mesa e banho, cine e foto, utilidades domésticas, móveis, produtos automotivos, entre outros e por meio dos canais de distribuição internet, lojas físicas, TV e quiosques. Possui também uma plataforma de Marketplace que permite que os *sellers* (vendedores) vendam seus produtos nos sites Americanas.com, Submarino e Shoptime.

Com sede no Rio de Janeiro, a Companhia conta ainda com onze centros de distribuição (localizados nos estados de Minas Gerais, Pernambuco, Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo), 3 B2W Inovação e Tecnologia - dois localizados no Rio de Janeiro e um em São Paulo, além de um Digital Lab no MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) em Boston (EUA).

### 1.2 NOSSAS MARCAS

**Americanas.com | A maior loja. Os menores preços**

Desde 1999, a Americanas.com é a maior e mais completa loja online da América Latina. A marca, eleita pelos consumidores como a nº 1 em atendimento, oferece mais de um milhão de produtos, distribuídos em 36 categorias, que podem ser adquiridos pelo site, lojas físicas ou por meio de mais de 900 quiosques instalados dentro das Lojas Americanas, além dos produtos de outras lojas disponíveis no Marketplace. As diversas opções de entrega contribuem para uma experiência de compra única e cada vez mais completa.

### Submarino | Os produtos que você curte e o melhor serviço da internet

O Submarino – loja online pioneira e referência em tecnologia e inovação – oferece mais de 30 categorias de produtos por meio da internet, lojas físicas e *mobile*, com ênfase na venda de livros, games, eletrônicos, informática, telefonia e moda. O site conta também com as áreas exclusivas *“CoolStuff”*, voltadas para as últimas tendências e os produtos mais inovadores, e *“Wearable Tech”* (tecnologia para vestir), onde estão os mais modernos dispositivos conectados à internet. Para tornar a experiência de compra ainda melhor, o Submarino acaba de lançar o Prime, o maior programa de fidelidade da internet, que oferece entrega rápida grátis por um ano, promoções exclusivas e vários outros benefícios. O Cartão Submarino, melhor meio de pagamento da internet, torna o Submarino ainda melhor, com o Programa de Leqúas, promoções e descontos exclusivos.

### Shoptime | Produtos exclusivos a demonstração ao vivo

O Shoptime é o maior canal de *home shopping* do Brasil. São 20 anos de história, 24 horas no ar e a maior programação ao vivo da TV brasileira: 11 horas, todos os dias. Na TV, site, *mobile app* ou catálogo, a marca é referência na demonstração multicanal de produtos e live soluções práticas e modernas às casas de seus clientes, com foco nas suas marcas próprias: Casa & Conforto, Fun Kitchen, La Cuisine e Life Zone.

### SouBarato | O maior Outlet online da internet

O SouBarato é o *outlet* da Americanas.com, que oferece diariamente descontos de até 70% em produtos novos, usados e reembalados. Lançado no final de 2011, o SouBarato apresenta sortimento amplo e variado, das melhores marcas e em mais de 20 categorias, como smartphones, computadores, TVs, eletroeletrônicos, entre outros.

### 1.3 EVOLUÇÃO DO MARKETPLACE

O Marketplace das marcas Americanas.com, Submarino e Shoptime continua em rápido desenvolvimento e é parte relevante do nosso Plano de Negócios, sendo um importante avanço de ganhos de *market share* e rentabilidade para a B2W Digital. Essa operação permite que *sellers* (vendedores) vendam seus produtos nos sites Americanas.com, Submarino e Shoptime, pagando uma comissão sobre as vendas realizadas e soluções adicionais ofertadas.

Em 2015, apenas no seu segundo ano de operação, o Marketplace atingiu R\$ 860 milhões (8% do GMV total), em comparação com R\$ 96 milhões registrados em 2014, um crescimento de 792%.

Dentre os benefícios para os *sellers* estão o acesso às marcas mais queridas e líderes de tráfego na internet, o acesso às plataformas de tecnologia e de logística, distribuição e atendimento ao cliente. Os benefícios para a B2W incluem maior sortimento de produtos (atraindo mais clientes para os sites) e maior crescimento de receita e rentabilidade.

### 1.4 NOSSOS SERVIÇOS DE CRÉDITO AO CONSUMIDOR

Os serviços de crédito ao consumidor são uma plataforma importante para a B2W Digital. A Companhia oferece cartões próprios para as quatro marcas Americanas.com, Submarino, Shoptime e SouBarato. As vantagens para os clientes incluem descontos exclusivos, programas de recompensa e limite de crédito adicional para compras nos sites.

### Submarino Finance

O Submarino Finance oferece o Cartão Submarino Mastercard, que tem vantagens especiais no Submarino como descontos e parcelamentos exclusivos, limite de crédito diferenciado e um programa de fidelidade, o Programa Leqúas. Em 2015, ultrapassamos a marca de 1,5 milhão de cartões emitidos e participação de 35% nas vendas do Submarino.

### Digital Finance

Replicando o modelo de sucesso do Submarino Finance, há menos de um ano, a Companhia passou a oferecer cartões de crédito nas marcas Americanas.com, Shoptime e SouBarato com a bandeira MasterCard, em parceria com a Cetelem. Os benefícios para os clientes dos cartões de crédito das marcas são acesso a descontos exclusivos, programas de recompensas e limite de crédito especial para compra nos sites. No total, a Digital Finance já emitiu mais de 340 mil cartões de crédito.

### 1.5 PLATAFORMA DE TECNOLOGIA E SERVIÇOS

A B2W Services é resultado da construção de uma plataforma de tecnologia e distribuição disruptiva, robusta e inovadora para suportar o crescimento da Companhia. Para isso, foi fundamental a integração em nossa plataforma de empresas líderes em tecnologia no Brasil e das duas principais transportadoras de *last mile*.  
• Unicousoft - sistemas de *backoffice*, que coordenam as etapas internas da operação, incluindo controle de estoque, logística, gerenciamento de pedidos, cadastro de produtos, relatórios, pagamentos e recebimentos de recursos, entre outros;

- Ideais - sistemas de *front-office* como arquitetura de sites, soluções de usabilidade e navegabilidade, e soluções para dispositivos móveis como desenvolvimento de *apps* e sites responsivos;
- Tarkena - empresa especializada em algoritmos de busca (*Search Engine Optimization* - SEO), gestão de dados dos clientes, sistemas de previsão de vendas e balanceamento de estoques entre Centros de Distribuição;
- E-smart - principal desenvolvedora da plataforma Magento (tecnologia para criação de lojas online), sendo a única empresa deste segmento com a certificação *“Magento’s Gold Partner”*, na América do Sul;
- Admatic - especializada em soluções que otimizam e integram lojas virtuais com ferramentas de marketing digital, provendo o mais completo *software* para gestão e automação de campanhas em sites de busca, comparadores de preços, *retargeting*, afiliados, entre outros;
- Sieve - especializada em inteligência de preços e sortimentos, monitoramento de dados e precificação dinâmica para o e-commerce;
- Intelecto - especializada em inteligência e pesquisa de preço para o varejo físico e indústria, por meio de *hardware* patenteado para coleta de preços e algoritmo de inteligência artificial aplicado para tratamento de dados;
- Site Blindado - especializada em soluções de segurança online contra invasões, infecções por *malware*, roubo de informações e de números de cartões de crédito, conferindo aos sites melhor reputação e maior conversão de vendas;
- Skyhub - especializada na integração de lojas online e *off-line* às principais operações de marketplace e de comparadores de preço da internet;
- Shoptime - plataforma de marketplace para venda de produtos de moda via os aplicativos Whatsapp e Instagram;
- Quantum - plataforma especializada no desenvolvimento de *softwares* de transporte (TMS), com foco em tecnologia de rastreamento de pedidos (*Tracking*);
- Direct - principal transportadora especializada em comércio eletrônico do país, com foco em pequenos volumes, abaixo de 30 kg;
- Click-Rodo - transportadora especializada em comércio eletrônico, com foco em grandes volumes, acima de 30 kg.

A B2W Services oferece soluções completas nas verticais de tecnologia e distribuição para suportar as operações dos *sellers* do Marketplace e operações online de grandes marcas.

### 2. MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Em 2015, a B2W – Companhia 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.

Desde que anunciamos o plano de 3 anos (2013-2015), crescemos acima do mercado, trintese após trimestre, com ganhos expressivos de *market share*, que saiu de 20% no 1º semestre de 2012 para 27% no 4º trimestre de 2015. Durante o mesmo período, adicionamos mais de 6 milhões de novos clientes a nossa base. 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.

Ao longo dos três últimos anos, mais que dobramos de tamanho, saindo de um GMV (Gross Merchandise Volume) de R\$ 5,4 bilhões em 2012 para R\$ 11,3 bilhões em 2015.

Ao longo deste período, fizemos aquisições e integramos 11 empresas estratégicas, sendo nove empresas *best-in-class* em diferentes verticais de tecnologia e as duas melhores transportadoras especializadas em *last mile* do Brasil.

Estar mais próximos dos clientes, investindo obstinadamente na construção de uma plataforma que conecta pessoas, negócios, produtos e serviços, nos colocou em uma posição de destaque no e-commerce da América Latina.

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.

### A ADMINISTRAÇÃO

#### 3. ESTRATÉGIA E INVESTIMENTO

##### 3.1. CENÁRIO ECONÔMICO

Em 2015, diante dos desafios macroeconômicos – com a inflação medida pelo IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) registrando uma taxa acumulada de 10,67% e o Produto Interno Bruto (PIB) registrando uma variação de -3,8% (segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) – o setor de comércio eletrônico teve faturamento de R\$ 41,3 bilhões, o que representa um crescimento de 15,3% em relação a 2014. O crescimento do mercado é sustentado pela constante expansão da base de usuários de internet e consequentemente pelo crescimento do número de e-consumidores, bem como pelo desenvolvimento de novas tecnologias.

Assim, a B2W Digital reitera sua confiança e suas perspectivas positivas para o futuro, tanto em relação ao desenvolvimento do país como nas oportunidades de crescimento da internet e do e-commerce. A Companhia mantém seu foco em oferecer a melhor experiência de compra, com a expansão dos negócios e dos produtos e serviços oferecidos em meio ao crescimento do número de adeptos ao comércio eletrônico e ao aumento da penetração do varejo online sobre o varejo total no Brasil.

##### 3.2. ESTRATÉGIA

Em 2012, a B2W Digital montou um Plano de Negócios de três anos (2013-2015), que incluiu um novo ciclo de investimentos. Estar mais próxima dos clientes, melhorar a experiência de compra e retornar o crescimento foram componentes fundamentais desta fase. Os principais pilares do Plano de Negócios foram Logística, Distribuição e Tecnologia, para fazer frente aos desafios do e-commerce na América Latina.

O Plano de Negócios da B2W Digital, contava com o lançamento da operação de Marketplace (3P), que permite que os *sellers* (vendedores) vendam seus produtos nos sites Americanas.com, Submarino e Shoptime. O Marketplace (3P) é uma operação diferente da venda direta (1P) porque não carrega o estoque e a Companhia recebe uma comissão sobre as vendas realizadas e soluções adicionais ofertadas. Dentre os benefícios para os *sellers* estão o acesso às marcas mais queridas e líderes de tráfego na internet, e o acesso às plataformas de tecnologia e de logística, distribuição e atendimento ao cliente. Os benefícios para a B2W incluem maior sortimento de produtos (atraindo mais clientes para os sites) e maior crescimento de receita e rentabilidade.

Os últimos 3 anos prepararam a B2W Digital para um ciclo de crescimento ainda maior e de geração de caixa livre futuro. A B2W conta com mais de mil engenheiros de internet/tecnologia trabalhando exclusivamente nos projetos da B2W Digital e continuará investindo para ter as melhores pessoas e se tornar um celeiro de talentos. Com sua cultura inovadora, a B2W se mostra cada vez mais capaz de atrair gente criativa, com capacidade de aprender e se mover rápido, ser flexível e tomar as decisões mais acertadas, perseguindo sempre o crescimento do negócio.

A plataforma de tecnologia da B2W, que é única e abrangente, cria larga vantagem competitiva em relação aos *competitors*. A companhia é líder no conceito *mobile*, acelerando a migração do e-commerce para *m-commerce* (de *desktops* e laptops para dispositivos móveis) e entregando uma experiência de compra superior. Isto só foi possível em função das aquisições, que permitiram à B2W construir uma plataforma digital única, com larga utilização de *big data* e *data science*.

O Marketplace (3P) é parte relevante do modelo de negócio e a B2W é reconhecida como a melhor opção para os *sellers* do Marketplace fazendo negócios na internet.

O ganho de escala percebido pelos *sellers*, os levam a utilizar cada vez mais a plataforma de serviços, que conta com o nível de excelência da B2W. A expectativa para os próximos anos é que o número de *sellers* cresça de maneira expressiva, o que significa maior sortimento, mais tráfego, mais clientes, maior venda e maior rentabilidade.

### 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 desajustado 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 plataforma do Shoptime, os *sellers* do Marketplace da B2W agora podem vender em novos canais: Whatsapp e Instagram. Além disso, os *sellers* do Shoptime 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.
- Os 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 2015).
- 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.
- O uso do Black Friday, o *app* da Americanas.com e 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 otimização 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, Johnson & Johnson.
- Admatic: Fnac, Sephora, Prellé, Safer, Droga Onofre, DPaschoal e Wine.
- Site Blindado: Tarkena, Ambev e CA.
- 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 Venovo 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, KMD de Venovo (linha Venovo), NECT, 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 fim de 2015, as operações registram 1,9 milhão de cartões de crédito 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 o Submarino Finance, ao longo dos 10 anos de 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 do Submarino Finance.
- Em linha com suas características de inovação e pioneirismo, a B2W lançou a categoria de Serviços também para produtos vendidos por terceiros, disponibilizando o seu sortimento de serviços e serviços para itens comprados de *sellers* do Marketplace e de outros players do mercado.
- Atendimento ao Cliente
- As 4 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 outros players de e-commerce possuem o Reclame Aqui com 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 Caríocas e Marcas Mais).

3.3 INVESTIMENTO

Nos últimos três anos adotamos um plano de investimento que teve como principal objetivo viabilizar o crescimento e a melhoria de nossas operações. Em 2015, o último ano do plano de investimento, investimos R\$ 808 milhões, principalmente nas áreas de logística, distribuição, tecnologia e inovação.

### 4. PANORAMA DO RESULTADO

#### 4.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS

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 4º trimestre de 2015 (4T15) e ao ano de 2015, exceto onde indicado o contrário.

#### PRINCIPAIS INDICADORES

|                        | 4T15  | 4T14  | Δ%         | 2015   | 2014  | Δ%         |
|------------------------|-------|-------|------------|--------|-------|------------|
| 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.       |

4.2 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\$ 9.179,9 milhões registrados em 2014.

#### 4.3 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%.

4.4 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.

#### 4.5 LUCRO BRUTO AJUSTADO E MARGEM BRUTA AJUSTADA

No 4T15, o lucro bruto ajustado, excluindo os efeitos na consolidação das transportadoras subsidiárias, 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% do 4T14 para 21,7% no 4T15.

Em 2015, o lucro bruto ajustado, excluindo os efeitos na consolidação das transportadoras subsidiárias, 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.

#### 4.6 DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS AJUSTADAS

No 4T15, as despesas com SG&A ajustadas, excluindo os efeitos na consolidação das transportadoras subsidiárias, 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, excluindo os efeitos na consolidação das transportadoras subsidiárias, totalizaram R\$ 1.508,8 milhões, representando 16,7% da receita líquida, uma redução de 0,6 p.p. em comparação com 2014.

#### 4.7 EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADO

No 4T15, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 212,5 milhões, representando 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.

#### 4.8 EBITDA (CVM 527/12)

O Objeto de Valores Mobiliários (CVM) editou no dia 04/10/2012 a Instrução 527/12, que dispõe sobre a divulgação de informações de natureza não contábil, como o EBITDA.

A Comissão de 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.

No 4T15, o EBITDA Ajustado alcançou R\$ 212,5 milhões. Incluindo o EBITDA de operações descontinuadas e outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme Instrução CVM 527/12, foi de R\$ 313,4 milhões no 4T15, representando 10,2% do RL, em 2015. O EBITDA ajustado alcançou R\$ 610,2 milhões. Incluindo o EBITDA de operações descontinuadas e outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme Instrução CVM 527/12, seria de R\$ 652,1 milhões em 2015, representando 7,2% do RL.

#### 4.9 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 ao mesmo período de 2014.

4.10 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 ao desafio 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 incluiu 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 ganharam cada vez mais relevância e terão contribuição significativa na rentabilidade de todas as frentes de negócio da Companhia.

Em função da evolução de suas operações e as expectativas de desempenho futura 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 em relação ao custo projetado de imposto de renda e contribuição social diferido.

Assim, a Companhia adotou por meio de um teste de *impairment* por especialistas externos e independentes, o seguinte cenário, passando de 23,6% do 4T14 para 21,7% no 4T15.

Em 2015, o lucro bruto ajustado, excluindo os efeitos na consolidação das transportadoras subsidiárias, 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.

**5.3 O PAPEL DOS COMITÊS**  
**Comitê de Auditoria**  
 O Comitê de Auditoria é composto por três membros, para um mandato que coincidirá com o prazo de mandato dos membros do Conselho de Administração, sendo permitida a reeleição. Os membros do Comitê de Auditoria são nomeados pelo Conselho de Administração, exclusivamente entre os Conselheiros Independentes. Compete ao Comitê, entre outras funções, revisar as demonstrações financeiras anuais e trimestrais da Companhia, reportando suas conclusões, a cada trimestre, ao Conselho de Administração.

**Comitê de Nomeação**  
 Composto por quatro membros do Conselho de Administração, dos quais pelo menos dois devem sempre ser Conselheiros Independentes, o Comitê de Nomeação cumpre um mandato que coincidirá com o prazo de mandato dos membros do Conselho de Administração, sendo permitida a reeleição. Compete ao Comitê de Nomeação a indicação ao Conselho de Administração dos candidatos, cujos nomes serão submetidos à Assembleia Geral da Companhia para a eleição dos membros de seu Conselho de Administração.

**Comitê de Sustentabilidade**  
 Conhecido como Companhia Verde, o Comitê de Sustentabilidade contou com a participação de um membro do Conselho de Administração ao longo dos encontros em 2015. Composto por membros da Diretoria e executivos de diferentes áreas, o Comitê traz uma visão multidisciplinar para a Companhia e sua atuação visa fomentar as melhores práticas de gestão, baseadas no equilíbrio entre os pilares econômico, ambiental e social. O comitê é responsável pela elaboração do Relatório Anual e de Sustentabilidade consolidado da Companhia, o qual tem sua aprovação final pela CEO. O Diretor de Relações Institucionais é o responsável pelos assuntos relativos à gestão da Sustentabilidade e se reporta diretamente à Presidência.

Por meio de um relatório anual, 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.

**5.4 POLÍTICAS E REGULAMENTOS**  
 Ao longo de 2015, a B2W manteve o seu compromisso no combate à corrupção e na promoção da ética no relacionamento com todos os seus stakeholders. Além do Código de Ética e Conduta, aprovado pelo Conselho de Administração e Diretoria, a Companhia tem uma Política de Compliance e Combate à Corrupção que está disponível no site da Companhia Verde (www.companhiaverde.com.br). No momento da admissão, todos os associados recebem uma cópia do Código de Ética e Conduta, assinando um termo de ciência e acordo.

Nossas políticas estabelecem normas rígidas e punições severas aos infratores e praticantes de atos fraudulentos. Valorizamos o comportamento íntegro, transparente e solidário e promovemos, desde 2014, os aspectos da Lei Anticorrupção (12.846/13), que traz novidades sobre a responsabilidade das empresas quanto às condutas lesivas contra a administração pública. Diversas políticas contribuem no processo de governança, entre elas, a Política de Divulgação e Uso das Informações.

**5.5 ADESAO AO PACTO GLOBAL**  
 Signatária do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) desde 2014, a B2W tem trabalhado para fortalecer os processos internos de gestão da sustentabilidade, bem como em toda a cadeia de fornecedores. O Pacto Global é uma iniciativa que reúne milhares de empresas ao redor do mundo comprometidas com as melhores práticas corporativas de respeito aos direitos humanos, sobretudo em relação às questões trabalhistas, bem como ao meio ambiente e à ética nos negócios.

Nesse sentido, promovemos e valorizamos a difusão de princípios de proteção e valorização dos direitos humanos, destacando esses termos nos contratos comerciais com o propósito de colaborar na erradicação do trabalho forçado e no combate a qualquer prática que não respeite o Princípio da Dignidade Humana na cadeia produtiva de valor. Todos os nossos contratos incluem cláusulas específicas puníveis com proibição de multa e descredenciamento imediato, no caso de irregularidades. A Companhia aplica diversas iniciativas dos setores público e privado, engajados na identificação dos riscos e potenciais impactos de violação dos direitos humanos associados às suas atividades.

**6.1 MELHOR E MAIOR TIME DIGITAL DA AMÉRICA LATINA**  
**6.1 TALENTOS PREPARADOS PARA CRESCER**  
*Atitude e excelência em primeiro lugar*  
 Para fazer frente ao crescimento acelerado do mercado de e-commerce na América Latina, a B2W Digital tem investido cada vez mais em processos de melhoria na atração, retenção e desenvolvimento de seus talentos, bem como no fortalecimento de sua cultura organizacional e identidade corporativa. Entendemos que apenas com direcionamentos claros e uma equipe bem preparada, iremos assegurar o cumprimento do nosso planejamento estratégico e a perenidade do nosso negócio.

Em 2015, a Companhia aperfeiçoou os programas de recrutamento e seleção e de formação e desenvolvimento de competências. Frente ao aumento crescente na demanda por profissionais qualificados para atuar no mercado digital, a B2W tem buscado valorizar e capacitar também sua equipe interna, para avançar cada vez mais os resultados. Atendendo às premissas de geração de empregos e da promoção do desenvolvimento local territorial nas regiões em que atua, a B2W Digital manteve a estratégia de priorizar a contratação de mão de obra local. Quase 100% de seus técnicos, que atuam em áreas operacionais, moram próximo aos seus centros de distribuição localizados nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Pernambuco.

Um dos grandes desafios foi ampliar o programa de desenvolvimento de novas lideranças, que em 2015, foram mais de 100 novos gerentes digitais para assumirem posições de liderança.

**6.2 PERFIL PROFISSIONAL**  
 O quadro profissional da B2W DIGITAL leu o exercício com um total de 16.862 associados, dos quais 7.716 mulheres (45,76%) e 9.146 homens (54,24%). Para promover a igualdade entre homens e mulheres e garantir que políticas salariais de contratação e promoção não tenham qualquer possibilidade de discriminação, a Companhia aposta na meritocracia como a única base para o desenvolvimento de carreira.

Todos os nossos associados cumprem a jornada legal de suas categorias profissionais, ingressando na Companhia com contratos de experiência de, no máximo, 90 dias. Após esse período, dependendo da avaliação de proficiência, os profissionais têm seus contratos prorrogados por tempo indeterminado.

A Companhia permanece adotando práticas de atuar em prol da diversidade e da igualdade de oportunidades. Todos os associados são selecionados única e exclusivamente por suas características e perfil profissional, não importando cor, sexo, orientação política, religiosa ou sexual, circunstância inscrita no Código de Ética e praticada em todos os níveis hierárquicos.

**6.3. RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE TALENTOS**  
**Como ingressar na maior e mais querida Companhia Digital da América Latina**  
 A B2W Digital desenvolveu um planejamento arrojado com o intuito de identificar os melhores talentos do mercado nas funções afins ao negócio, que tivessem perfil empreendedor e estivessem alinhados aos valores e princípios da Companhia.

Por meio das principais portas de entrada - programas de estágio, trainee e novos talentos -, recrutamos jovens universitários e recém-formados que se identificam com o "Jeito de Ser B2W". Já por meio do Programa MBA, recrutamos profissionais com excelência acadêmica e experiência consolidada.

**Programa MBA**  
 Identificar e recrutar talentos das principais escolas de negócios do mundo. Esse é o objetivo do Programa MBA, iniciado em 2012, e que tem selecionado e formado lideranças da Companhia em poucos anos. Os profissionais iniciam atividades na B2W como responsáveis por projetos específicos e são acompanhados diretamente pelos diretores.

**International Summer Internship**  
 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.

**EmTech (Emerging Technologies)**  
 Em setembro de 2015, a B2W Digital patrocinou o EmTech (*Emerging Technologies*), o mais importante encontro do mundo sobre tecnologia 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.

**Programa Trainee**  
 Com duração de 12 meses, o Programa de Trainee da B2W Digital segue a linha *job rotation*, prática que permite maximizar o aproveitamento e o aprendizado do trainee dentro da Companhia, passando por diversas áreas a fim de conhecer os processos, as atividades e as especificidades do negócio. Possui também o treinamento "on the job", cuja finalidade é identificar e desenvolver potenciais talentos, para que futuramente ocupem posições de destaque no negócio.

Ao todo, a Companhia recebeu mais de 21 mil inscrições de todo o País e sete trainees foram contratados em janeiro de 2016. Durante o processo, foram valorizadas características como iniciativa, capacidade de execução e análise, comunicação, habilidade para se relacionar com pessoas e gostar de desafios.

**Programa Novos Talentos**  
 Com o propósito de capacitar os profissionais recém-formados para serem futuros líderes da Companhia, sua maneira acelerada, a Companhia possui o Programa Novos Talentos. Ao ingressarem na B2W, os Novos Talentos são alocados diretamente em suas áreas de atuação para começarem a se desenvolver no job. Eles também participam de algumas palestras com "Visão Geral Corporativa", na qual trocam experiências com gestores de diversas áreas, além de realizarem visitas técnicas a algumas unidades. Desta forma, passam a ter uma visão macro do negócio.

**Programa Começando Juntos - Menor Aprendiz**  
 A B2W Digital possui o programa "Começando Juntos, de mãos dadas com o menor aprendiz". Para a Companhia é um orgulho poder contribuir no processo de formação de cidadãos e não apenas das competências profissionais destes jovens. Nesse sentido, a B2W promoveu melhorias, como o início do treinamento de sensibilização de gestor e tutor e do programa de desenvolvimento dos Jovens Aprendizes, no CD Itapevi (SP).

A B2W tem estimulado os associados a compartilharem conhecimento junto aos 89 menores aprendizes selecionados para atuarem na área administrativa em 2015. O Programa engloba a qualificação profissional e interpessoal desses jovens e tem se desenvolvido permanentemente através da inclusão de treinamentos presenciais, online (e-learning), além de outras ferramentas.

**Programa SOMAR - Inclusão de Pessoas com Deficiência (PcD)**  
 Ser uma Companhia cada vez mais inclusiva faz parte dos nossos valores. Por isso, identificar talentos e promover a qualificação de pessoas com deficiência em nossas unidades de negócio tem sido um grande desafio, considerando o crescimento acelerado do setor. Para isso, a B2W deu continuidade à divulgação das vagas nos canais institucionais e às parcerias com secretarias municipais e consultorias especializadas para oportunidades nos centros de distribuição em todo o país.

Em abril, a B2W Digital marcou presença na ReaTech, maior evento da América Latina dedicado a reabilitação, inclusão e acessibilidade para Pessoas com Deficiência (PcD).

**HackPuc (Puc Rio)**  
 Como estímulo ao desenvolvimento de projetos tecnológicos empreendedores, patrocinamos o evento HackPuc, no Puc Rio, onde foram desenvolvidos importantes iniciativas através da prática do *hackathon* (maratona de programação).

**6.4. DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS**  
*Não há limite para o crescimento e o sucesso*  
 Alinhados aos princípios, políticas e valores da Companhia, nossos programas de desenvolvimento estão estruturados nos três pilares: Processo, Método e Resultados. Com o objetivo de buscar o aprimoramento contínuo de todos os nossos profissionais e contribuir para a excelência na gestão corporativa dos processos de recursos humanos, oferecemos treinamentos específicos para cada perfil e desafio assumido pelo associado.

Todos os associados que se identificam com a cultura da Companhia, gostam de tecnologia/internet e querem desenvolver o máximo de seu potencial, encontram inúmeras oportunidades na B2W. Prova disso é o número crescente de horas de treinamentos em 2015: 69.505 horas de capacitação, entre ambientação, treinamentos técnicos e comportamentais.

Em função do acelerado crescimento da Companhia, a B2W realizou mais de 2.600 promoções na carreira de seus associados em todos os níveis. Nos cargos de gestão, o quadro de associados techou o exercício com 28,9% líderes, 26,4% supervisores, 33,9% coordenadores e 8,1% gerentes. Como critérios na contratação e na promoção dos

profissionais, a Companhia aposta no potencial de desenvolvimento das pessoas, independentemente de qualquer critério de raça, idade ou tempo de casa.

Os treinamentos são promovidos nos três centros de inovação e tecnologia (BITS: B2W Inovação e Tecnologia) e nos onze centros de distribuição, espalhados por todo o país.

**B2W Fellows - Programa de Bolsas de Estudo**  
 O Programa é destinado aos associados com dois anos ou mais de casa e que tenham sido indicados por seus superiores imediatos, por conta do desempenho destacado no exercício de suas funções. O objetivo do programa é promover a formação acadêmica dos participantes, qualificando-os ainda mais e ampliando suas chances de crescimento na carreira. Aos associados selecionados, a Companhia oferece bolsas de estudo para cursos presenciais de graduação e pós-graduação.

**Digital LAB**  
 Dedicado às atividades de seus Digital LABs, ambientes colaborativos que contam com a parceria de duas grandes instituições de ensino e pesquisa (MIT-Massachusetts Institute of Technology e Harvard), a B2W inaugurou um escritório avançado de pesquisa e inovação no MIT (Boston/EUA), com o objetivo de desenvolver projetos disruptivos, estando mais próxima dos centros de excelência em tecnologia digital do mundo.

**7.0 GESTÃO SOCIOAMBIENTAL**  
**7.1 SUSTENTABILIDADE PARA CRESCER**  
 Para a B2W Digital manter o seu crescimento acelerado e continuar ampliando *market share*, é necessário cada vez mais engajar seus associados e manter um diálogo constante com clientes, investidores e fornecedores, demonstrando que o compromisso com os temas socioambientais está no centro do planejamento estratégico da Companhia. Para a B2W Digital, um negócio sustentável prevê a adoção de boas práticas de gestão nas dimensões econômica, social e ambiental.

Muitas das conquistas no ano de 2015 foram baseadas no aprimoramento de nossas políticas e normas para gestão das questões socioambientais. A Política de Sustentabilidade sofreu alterações como a inserção de tópicos específicos sobre relacionamento com comunidades, diretrizes de investimento social privado, bem como papéis e responsabilidades. Na Política de Meio Ambiente, ampliamos os aspectos relacionados à Saúde e Segurança do Trabalho, transformando-a em uma Política de Saúde, Segurança e Meio Ambiente.

As ações pautadas pela área de Sustentabilidade têm sido permanentemente avaliadas desde 2010, quando ocorreu a criação do Comitê de Sustentabilidade - Companhia Verde, conforme apresentado no capítulo Governança. Nosso propósito é manter a performance financeira alinhada às ações de responsabilidade social e as melhorias para redução de impactos ambientais em todas as nossas unidades de negócio. Para isso, todos os nossos associados são motivados a contribuir nessa direção e os resultados têm demonstrado que estamos no caminho certo.

A B2W Digital entende que todos os seus públicos de relacionamento devem ser estimulados a participar do desenvolvimento sustentável da Companhia e da sociedade. Por essa razão, clientes, acionistas, fornecedores, governo, organizações não governamentais e comunidades também são continuamente engajados a participar e contribuir para a evolução das nossas práticas socioambientais.

**7.2 CIDADANIA CORPORATIVA**  
 A cidadania corporativa tem orientado o "Jeito de ser B2W" e sua forma de fazer negócios. A implementação de ações de responsabilidade social para o público interno e externo combinada com a adoção de boas práticas de uma gestão sustentável tem trazido benefícios tanto para a empresa quanto para a sociedade em geral. Nesse contexto, a B2W deu continuidade em 2015 a uma agenda de patrocínios a projetos culturais e sociais, patoados no esporte, na educação, na inclusão digital e na disseminação da cultura brasileira, sempre valorizando a diversidade regional.

Em paralelo às iniciativas de mobilização dos associados para diversas campanhas, a Companhia tem contribuído para o incentivo ao bem-estar e lazer e aos hábitos de consumo mais saudáveis. Pelo segundo ano consecutivo, a Companhia vem conscientizando e oferecendo produtos e ações como a corrida e caminhada do Circuito "Todo mundo vai".

**Bolsa de Valores Socioambientais**  
 A B2W apoia 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.

**Educação Digital**  
 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. As 50 escolas foram selecionadas prioritariamente no eixo Centro - Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro, a maioria em área de vulnerabilidade social, sendo 30 em áreas de UPP. O projeto também atende a Região Metropolitana, incluindo locais como Bangú, Realengo e Duque de Caxias.

Com o intuito de formar jovens conectados que possam transformar a realidade das comunidades onde vivem, o "TecEscola" também capacitou 30 profissionais conhecidos como "mediadores de tecnologia" para multiplicar a metodologia em toda a rede de ensino carioca, que conta ainda com o apoio dos diretores das escolas participantes.

Ao longo do ano, foram promovidos eventos como a "Experiência TeCLab", no qual 120 professores e líderes educacionais puderam desenvolver protótipos de aplicativos para trazer melhorias aos desafios cotidianos da educação no Estado. Ao todo, os docentes receberam quatro horas de treinamento mensal na metodologia, o que correspondeu a 25% do período de 16 horas mensais previsto no Estado do RJ. A meta é dobrar o número de horas de capacitação em 2016, passando para 32 horas mensais.

O investimento social feito em 2015 demonstra que a Companhia está no caminho certo, contribuindo para fomentar o relacionamento dos entes públicos, privados e do terceiro setor, na direção para a construção de políticas públicas que elevem a qualidade do ensino público no Estado.

Em 2016, a previsão é que sejam capacitados 1.500 jovens em cursos de tecnologia para fins profissionalizantes, 150 em webdesign e 50 em introdução à linguagem Java. A B2W Digital prevê ainda, no próximo ano, a mobilização de associados da área de tecnologia para atuarem junto aos voluntários na capacitação dos jovens em linguagem de programação e webdesign.

**BALANÇOS PATRIMONIAIS LEVANTADOS EM 31 DE DEZEMBRO (Em milhares de reais)**

| ATIVO  | Controladora |                  |                  |                  | Consolidado      |                |      |      |      |
|--|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|------|------|------|
|  | Nota         | 2015             | 2014             | 2015             | 2014             | 2015           | 2014 | 2015 | 2014 |
|  |              |                  | Reclassificado   |                  |                  | Reclassificado |      |      |      |
| <b>CIRCULANTE</b>                                |              |                  |                  |                  |                  |                |      |      |      |
| Caixa e equivalentes de caixa                    | 7            | 325.521          | 185.533          | 329.424          | 1.935.349        |                |      |      |      |
| Títulos e valores mobiliários                    | 8            | 2.012.198        | 1.151.224        | 2.239.205        | 1.315.849        |                |      |      |      |
| Contas a receber de clientes                     | 9            | 786.328          | 735.747          | 858.431          | 897.640          |                |      |      |      |
| Estoque  | 10           | 1.385.465        | 1.343.832        | 1.425.872        | 1.366.221        |                |      |      |      |
| Impostos a recuperar                             | 11           | 187.874          | 128.170          | 205.888          | 145.594          |                |      |      |      |
| Despesas antecipadas                             |              | 64.893           | 29.593           | 79.599           | 31.696           |                |      |      |      |
| Outros circulantes                               |              | 115.807          | 67.417           | 119.271          | 75.541           |                |      |      |      |
| <b>Total do ativo circulante</b>                 |              | <b>4.878.086</b> | <b>3.641.336</b> | <b>5.257.690</b> | <b>4.027.890</b> |                |      |      |      |
| <b>NÃO CIRCULANTE</b>                            |              |                  |                  |                  |                  |                |      |      |      |
| Realizável a longo prazo:                        |              |                  |                  |                  |                  |                |      |      |      |
| Títulos e valores mobiliários                    | 8            | 29.830           | 28.716           | -                | -                |                |      |      |      |
| Impostos a recuperar                             | 11           | 872.653          | 519.557          | 872.653          | 519.957          |                |      |      |      |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos | 12(a)        | 423.630          | 440.037          | 474.252          | 504.974          |                |      |      |      |
| Depósitos judiciais                              | 21(a)        | 18.807           | 23.412           | 19.163           | 30.127           |                |      |      |      |
| Partes relacionadas                              | 13           | 42.701           | 113.025          | -                | 5.736            |                |      |      |      |
| Outros ativos não circulantes                    |              | 69.265           | -                | 75.988           | 871              |                |      |      |      |
| Investimentos                                    | 14           | 434.209          | 213.150          | -                | 474.169          |                |      |      |      |
| Imobilizado                                      | 15           | 539.722          | 444.827          | 565.965          | 474.169          |                |      |      |      |
| Intangível                                       | 16           | 2.183.604        | 1.838.439        | 2.682.780        | 2.071.241        |                |      |      |      |
| <b>Total do ativo não circulante</b>             |              | <b>4.642.421</b> | <b>3.621.563</b> | <b>4.690.711</b> | <b>3.607.075</b> |                |      |      |      |
| <b>TOTAL DO ATIVO</b>                            |              | <b>9.497.507</b> | <b>7.262.899</b> | <b>9.948.401</b> | <b>7.634.965</b> |                |      |      |      |

As notas explicativas da administração são parte integrante das demonstrações financeiras

**DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO ABRANGENTE**

| EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO (Em milhares de reais)    | Controladora     |                  | Consolidado      |                  |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|
|   | 2015             | 2014             | 2015             | 2014             |
| Prejuízo do exercício   | (418.384)        | (163.313)        | (418.437)        | (163.313)        |
| Itens a serem posteriormente reclassificados para o resultado |                  |                  |                  |                  |
| Ajustes de conversão acumulada de investidas no exterior      | 52               | (254)            | 52               | (254)            |
| <b>Total do resultado abrangente</b>                          | <b>(418.332)</b> | <b>(163.567)</b> | <b>(418.385)</b> | <b>(163.567)</b> |
| Atribuído a Sócios da Empresa Controladora                    | (418.332)        | (163.567)        | (418.332)        | (163.567)        |
| Atribuído a Sócios Não Controladores                          | -                | -                | (53)             | -                |

As notas explicativas da administração são parte integrante das demonstrações financeiras

**DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA**

| EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO (Em milhares de reais) | Controladora     |                  | Consolidado      |                  |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|
|  | 2015             | 2014             | 2015             | 2014             |
|  |                  | Reclassificado   |                  | Reclassificado   |
| <b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>          |                  |                  |                  |                  |
| <b>Prejuízo do exercício</b>                               | (418.384)        | (163.313)        | (418.384)        | (163.313)        |
| Ajustes ao prejuízo:                                       |                  |                  |                  |                  |
| Depreciação e Amortização                                  | 219.715          | 126.826          | 239.938          | 149.716          |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos           | 16.408           | (115.183)        | (21.917)         | (123.889)        |
| Juros, variações monetárias e cambiais                     | 350.519          | (60.783)         | 385.949          | (39.292)         |
| Equivalência Patrimonial                                   | (152.660)        | (5.158)          | -                | -                |
| Ganho na alienação de investimento                         | 152.660          | -                | (99.188)         | -                |
| Outros   | 44.122           | 7.590            | 53.012           | 4.445            |
| Participação de não controladores                          | -                | -                | (53)             | -                |
| <b>Prejuízo ajustado</b>                                   | <b>101.418</b>   | <b>(210.211)</b> | <b>138.357</b>   | <b>(172.333)</b> |
| <b>Redução (aumento) nos ativos operacionais</b>           |                  |                  |                  |                  |
| Contas a receber   | 133.506          | (111.346)        | 282.712          | (59.343)         |
| Estoque  | (43.601)         | (242.579)        | (61.619)         | (253.349)        |
| Impostos a recuperar                                       | (412.400)        | (252.754)        | (394.928)        | (256.387)        |
| Despesas antecipadas                                       | (35.300)         | (1.097)          | (47.903)         | (1.886)          |
| Depósitos judiciais  | 4.605            | 251              | 10.743           | 104              |
| Contas a receber empresas ligadas                          | 75.728           | (78.737)         | 5.736            | (5.736)          |
| Outras contas a receber (circulante e não circulante)      | (117.858)        | (26.358)         | (120.163)        | (18.804)         |
| <b>Prejuízo ajustado</b>                                   | <b>(395.118)</b> | <b>(712.612)</b> | <b>(325.422)</b> | <b>(595.201)</b> |
| <b>Redução (aumento) nos passivos operacionais</b>         |                  |                  |                  |                  |
| Fornecedores   | (148.841)        | 232.583          | (149.054)        | 252.645          |
| Salários, encargos e contribuições sociais                 | 5.551            | 10.864           | 14.844           | 14.904           |
| Títulos a recolher (circulante e não circulante)           | 15.764           | 5.818            | 24.346           | 8.787            |
| Outras obrigações (circulante e não circulante)            | 100.233          | 25.199           | 142.351          | 142.351          |
| Contas a pagar empresas ligadas                            | 68.665           | 40.084           | 16.550           | (35.910)         |
| Outros passivos operacionais                               | 24.705           | 389.852          | (71.115)         | 384.926          |

As notas explicativas da administração são parte integrante das demonstrações financeiras

**DEMONSTRAÇÕES DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO**

| EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO (Em milhares de reais)         | Controladora     |                    |                                 |                      | Total            |
|--|------------------|--------------------|---------------------------------|----------------------|------------------|
|  | Capital Social   | Reserva de Capital | Ajuste de avaliação patrimonial | Prejuízos acumulados |                  |
| <b>Saídos em 1º de janeiro de 2015</b>                             | <b>3.605.326</b> | <b>12.671</b>      | <b>(420)</b>                    | <b>(538.120)</b>     | <b>3.079.457</b> |
| <b>Resultado abrangente</b>  |                  |                    |                                 |                      |                  |
| Prejuízo do exercício  | -                | -                  | -                               | (418.384)            | (418.384)        |
| Aumento de Participação em Controladas                             | -                | -                  | -                               | (747)                | (747)            |
| Variação cambial de investimento no exterior                       | -                | -                  | 52                              | -                    | 52               |
| <b>Distribuições aos acionistas e contribuições aos acionistas</b> |                  |                    |                                 |                      |                  |
| Aumento de capital   | 30.644           | -                  | -                               | -                    | 30.644           |
| Plano de opção de ações  | 15.020           | -                  | -                               | -                    | 15.020           |
| <b>Saídos em 31 de dezembro de 2015</b>                            | <b>3.635.970</b> | <b>27.691</b>      | <b>(368)</b>                    | <b>(957.251)</b>     | <b>3.079.457</b> |

As notas explicativas da administração são parte integrante das demonstrações financeiras

**DEMONSTRAÇÕES DO VALOR ADICIONADO**

| EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO (Em milhares de reais)   | Controladora       |                    | Consolidado        |                    |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|  | 2015               | 2014               | 2015               | 2014               |
| <b>Recetas</b>   |                    |                    |                    |                    |
| Vendas de Mercadorias e Serviços                             | 9.279.817          | 8.451.592          | 10.509.601         | 9.094.308          |
| Perdas (Ganhos) estimadas em créditos de liquidação duvidosa | (2.643)            | (125)              | (2.643)            | (125)              |
| <b>Insusos Adquiridos de Terceiros</b>                       |                    |                    |                    |                    |
| Custos de mercadorias e serviços vendidos                    | (7.655.149)        | (6.751.836)        | (8.544.248)        | (7.116.501)        |
| Materiais, energia, serviços de terceiros e outros           | (739.405)          | (694.410)          | (600.039)          | (780.419)          |
| Perda / Recuperação de valores ativos                        | 191.522            | -                  | 189.111            | -                  |
| <b>Valor Adicionado Bruto</b>                                | <b>(8.263.032)</b> | <b>(7.446.246)</b> | <b>(8.955.236)</b> | <b>(7.896.290)</b> |
| Depreciação e Amortização                                    | (2.299.917)        | (1.015.600)        | (1.512.133)        | (1.201.638)        |
| Valor Adicionado Líquido Produzido                           | (1.080.252)        | 888.774            | 1.272.195          | 1.051.922          |
| <b>Valor Adicionado Recebido em Transferência</b>            |                    |                    |                    |                    |
| Resultado de equivalência patrimonial                        | (41.298)           | 5.158              | -                  | -                  |
| Recetas financeiras  | 351.011            | 263.065            | 385.806            | 283.633            |
| Outros   | 309.713            | 268.223            | 385.806            | 283.633            |
| <b>Valor Adicionado</b>                                      |                    |                    |                    |                    |





A Companhia utilizou as mesmas premissas no item (a) acima e nota 12 (a) para o teste de *impairment* do ativo intangível e não identificou necessidade de provisão para perdas.

### (c) Juros de empréstimos capitalizados

Os valores dos juros de empréstimos capitalizados durante o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2015 e exercício encerrado em 31 de dezembro de 2014 foram de R\$ 95.939 e R\$ 101.830, respectivamente. A taxa adotada para apuração dos custos de captação de empréstimos elegíveis para capitalização foi de aproximadamente 124,5% do CDI em 31 de dezembro de 2015 (118,0% do CDI em 31 de dezembro de 2014), correspondente à média ponderada dos empréstimos tomados pela Companhia.

### (d) Direito de uso de lavra

A Companhia readquiriu da LASA o montante de R\$ 16.500 referente à utilização da lavra em meios de telecomunicação (internet, televidas, entre outros), oriundo da finalização da parceria entre LASA e a Itaú Unibanco Holding S.A e registrou o referido montante como ativo intangível.

### 17. Empréstimos e financiamentos

#### (a) Composição

| Objeto                            | Encargos anuais               | Vencimento | Controladora     |                  | Consolidado      |                  |
|-----------------------------------|-------------------------------|------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                   |                               |            | 2015             | 2014             | 2015             | 2014             |
| <b>Em moeda nacional</b>          |                               |            |                  |                  |                  |                  |
| Capital de giro                   | 109,0% CDI a 140,0% CDI       | 20.10.2020 | 1.294.468        | –                | 1.404.908        | 150.184          |
| BNDES (i)                         | TJLP + 1,4% a.a a 4,0% a.a.   | 15.09.2022 | 414.660          | 420.222          | 414.660          | 420.222          |
| BNDES (ii)                        | SELIC + 2,9% a.a.             | 15.09.2022 | 379.580          | 74.465           | 379.580          | 74.465           |
| BNDES (iii)                       | 6% a.a.                       | 15.09.2021 | 22.539           | 14.472           | 22.539           | 14.472           |
| FINEP (v)                         | 4% a.a.                       | 15.12.2020 | 231.570          | 77.073           | 231.570          | 79.555           |
| Quotas FIDC (iv)                  | 108,9% a 157,0% do CDI        | 06.06.2018 | 659.382          | 667.460          | 645.983          | 664.837          |
| <b>Em moeda estrangeira (iii)</b> |                               |            |                  |                  |                  |                  |
| Capital de giro (ii)              | US\$ + 3,5294% a 7,4724% a.a. | 12.11.2019 | 913.926          | 349.781          | 964.300          | 399.346          |
| Operações de swap (ii)            | 121,5% CDI a 138,2% CDI       | 12.11.2019 | (59.783)         | (91.414)         | (63.073)         | (94.096)         |
|                                   |                               |            | <b>3.856.342</b> | <b>1.512.059</b> | <b>4.000.467</b> | <b>1.708.985</b> |

Parcela do não circulante..... 3.650.042 1.102.641 3.646.642 1.135.018  
Parcela do circulante..... 206.300 409.418 353.825 573.967

(i) Financiamentos do BNDES relacionados ao programa FINEM (investimentos em tecnologia da informação, implantação de centro de distribuição, aquisição de máquinas e equipamentos e investimentos em projeto social), PEC (Capital de Giro), BNDES Automático e "Cidadão conectado - Computador para todos".  
(ii) As operações em moedas estrangeiras encontram-se protegidas contra oscilações de câmbio, por intermédio de instrumentos financeiros derivativos de swap (Nota 4).  
(iii) Captação coanote a Resolução nº 2.770 do Banco Central do Brasil (BACEN).  
(iv) Representa o saldo das quotas sênior e subordinadas mezanino emitidas pelo FIDC (Nota 8(a)).

#### Empréstimos e financiamentos de longo prazo por ano de vencimento

|           | Controladora     |                  | Consolidado      |                  |
|-----------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|           | 2015             | 2014             | 2015             | 2014             |
| 2016..... | 659.383          | 774.703          | –                | 132.243          |
| 2017..... | 323.027          | 92.177           | 333.027          | 97.177           |
| 2018..... | 1.250.163        | 75.187           | 1.896.146        | 745.024          |
| 2019..... | 862.761          | 75.187           | 862.761          | 75.187           |
| 2020..... | 414.297          | 67.177           | 414.297          | 67.177           |
| 2021..... | 91.003           | 18.210           | 91.003           | 18.210           |
| 2022..... | 49.408           | –                | 49.408           | –                |
|           | <b>3.650.042</b> | <b>1.102.641</b> | <b>3.646.642</b> | <b>1.135.018</b> |

A Companhia e suas controladas estão sujeitas a determinadas cláusulas restritivas de dívida (*Debt Covenants* e *Cross Default*) constantes dos contratos de empréstimos e financiamentos. Essas cláusulas incluem, entre outras, a manutenção de certos índices financeiros, calculados com base nas informações trimestrais divulgadas pela Administração. Em 31 de dezembro de 2015 e 31 de dezembro de 2014 todos os índices estavam atendidos.

#### (b) Garantias

Os empréstimos e financiamentos estão garantidos por cartas de fiança no valor de R\$ 1.048.348.

#### (c) Linhas de crédito disponíveis

Em 31 de dezembro de 2015, a Companhia e suas controladas possuíam linhas de crédito com diversas instituições, a fim de utilizá-las nos momentos necessários para conduzir o crescimento orgânico da Companhia.

#### 18. Debêntures

##### (a) Composição

| Data de emissão                | Vencimento | Tipo de emissão | Títulos em circulação | Valor na data de emissão | Encargos financeiros anuais | 2015       |         | 2014    |      |
|--------------------------------|------------|-----------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------------|------------|---------|---------|------|
|                                |            |                 |                       |                          |                             | 2015       | 2014    | 2015    | 2014 |
| 1ª Emissão privada.....        | 22.12.2010 | 22.12.2016      | Privada               | 200.000                  | 1.000                       | 111,5% CDI | 200.728 | 200.582 | –    |
| Parcela do não circulante..... |            |                 |                       |                          |                             |            | –       | 200.000 | –    |
| Parcela do circulante.....     |            |                 |                       |                          |                             |            | 200.728 | 582     | –    |

##### (b) Movimentação

|                                       | 2ª Emissão Pública |                | 1ª Emissão Privada |                | 3ª Emissão Pública |          | Total          |
|---------------------------------------|--------------------|----------------|--------------------|----------------|--------------------|----------|----------------|
|                                       | 2015               | 2014           | 2015               | 2014           | 2015               | 2014     |                |
| <b>Em 1º de janeiro de 2014.....</b>  | <b>114.631</b>     | <b>200.577</b> | <b>317.397</b>     | <b>632.605</b> | <b>–</b>           | <b>–</b> | <b>632.605</b> |
| Amortização de juros.....             | (122.389)          | (24.146)       | (337.426)          | (483.961)      | –                  | –        | (483.961)      |
| Encargos financeiros.....             | 7.758              | 24.151         | 20.029             | 51.938         | –                  | –        | 51.938         |
| <b>Em 31 de dezembro de 2014.....</b> | <b>–</b>           | <b>200.582</b> | <b>–</b>           | <b>200.582</b> | <b>–</b>           | <b>–</b> | <b>200.582</b> |
| Amortização de juros.....             | –                  | (29.577)       | –                  | (29.577)       | –                  | –        | (29.577)       |
| Encargos financeiros.....             | –                  | 29.723         | –                  | 29.723         | –                  | –        | 29.723         |
| <b>Em 31 de dezembro de 2015.....</b> | <b>–</b>           | <b>200.728</b> | <b>–</b>           | <b>200.728</b> | <b>–</b>           | <b>–</b> | <b>200.728</b> |

#### (c) Informações sobre as emissões de debêntures:

A seguir são apresentadas as descrições das debêntures emitidas e que estão em vigor em 2015 e 2014:

| Natureza   | 2ª emissão pública   | 1ª emissão privada  | 3ª emissão pública   |
|--|--|---|--|
| Data de emissão.....                             | 21.07.2010   | 22.12.2010  | 13.06.2012   |
| Data de vencimento.....                          | 21.07.2014   | 22.12.2016  | 13.06.2017   |
| Quantidade emitida.....                          | 100  | 200   | 30   |
| Valor unitário.....                              | R\$ 1.000  | R\$ 1.000   | R\$ 10.000   |
| Índice financeiro para cálculo de covenants..... | (Dívida líquida / Ebitda ajustado) ≤ 3,5                     | (Dívida líquida / Ebitda ajustado) ≤ 3,5                                  | (Dívida líquida / Ebitda ajustado) ≤ 3,5   |
| Encargos financeiros anuais.....                 | IPCA + 8,4%  | 111,5% DI   | 120% DI  |
| Convertibilidade.....                            | simples, não conversíveis em ações                           | simples, não conversíveis em ações  | simples, não conversíveis em ações   |
| Tipo e forma.....                                | nominativas e escriturais                                    | nominativas e escriturais   | nominativas e escriturais  |
| Amortização do valor unitário.....               | 0,05% entre 24.09 e 26.09.2012 e 99,95% na data de pagamento | 0,05% entre 28.09 e 02.10.2012 e 99,95% na data de pagamento              | amortizado anualmente em três parcelas iguais e consecutivas (2015, 2016 e 2017) |
| Pagamento dos juros remuneratórios.....          | 21 de julho de cada ano (2011 a 2014)                        | 22 de dezembro de cada ano (2011 a 2016)                                  | 13 de junho de cada ano (2013 a 2017)  |
| Garantias.....                                   | não possui ativos da cia.                                    | não possui permissão de que de comum acordo entre emissora e debenturista | não possui   |
| Repactuação.....                                 | não possui   | não possui  | não possui   |

#### 19. Contas a pagar - Combinação de Negócios

Com o objetivo de expansão dos negócios e de acordo com o plano estratégico, a Companhia vem adquirindo empresas com operações ligadas a serviços digitais. Em 2013, foram adquiridas a Uniconsult (desenvolvimento de sistemas), Ideais Tecnologia (desenvolvimento de sistemas e operação de serviços de comércio eletrônico) e Tarkena (consultoria em inteligência de clientes e produtos). Também foram adquiridas as duas principais transportadoras especializadas em e-commerce do Brasil, Click Roda (2013) e Direct (2014). Em 2015, a Companhia adquiriu 9 empresas de tecnologia "best in class" (Grupo Sieve). Smart (principal desenvolvedora da plataforma Magento) e sua holding não operacional (Vectis). Demonstramos abaixo os valores a pagar ao fim dos exercícios de 2015 e 2014 pela aquisição dessas empresas:

|                   | Controladora |              | Consolidado   |               |
|-------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
|                   | 2015         | 2014         | 2015          | 2014          |
| Ideais.....       | 8.693        | 8.713        | 8.692         | 8.712         |
| Click Roda.....   | –            | –            | 1.231         | 1.088         |
| Uniconsult.....   | –            | –            | –             | 13.085        |
| Grupo Sieve.....  | –            | –            | 30.546        | –             |
| Tarkena.....      | 1.158        | 1.012        | 1.158         | 1.012         |
| Vectis/Smart..... | –            | –            | 3.364         | –             |
| Direct.....       | –            | –            | –             | 75.323        |
|                   | <b>9.851</b> | <b>9.725</b> | <b>44.991</b> | <b>99.220</b> |

|                   | Controladora  |               | Consolidado   |               |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                   | 2015          | 2014          | 2015          | 2014          |
| Ideais.....       | 19.732        | 12.394        | 19.731        | 12.394        |
| Click Roda.....   | –             | –             | 6.389         | 6.952         |
| Uniconsult.....   | –             | –             | –             | 153           |
| Grupo Sieve.....  | –             | –             | 30.581        | –             |
| Tarkena.....      | 1.158         | 1.158         | 1.158         | 1.158         |
| Vectis/Smart..... | –             | –             | 6.467         | –             |
| Direct.....       | –             | –             | –             | 75.323        |
|                   | <b>20.890</b> | <b>13.552</b> | <b>64.326</b> | <b>20.657</b> |

## DECLARAÇÃO DOS DIRETORES SOBRE AS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS E PARECER DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Os Diretores da B2W Companhia Digital, que abaixo subscrevem, declaram, nos termos do art. 25 da Instrução CVM 480, de 07 de dezembro de 2009, com alterações promovidas pela Instrução CVM 552, de 09 de outubro de 2014, que:

(i) reviram, discutiram e concordaram com as demonstrações contábeis da Companhia referentes ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2015 e afirmam que todas as informações relevantes próprias das demonstrações contábeis, e somente elas, estão sendo evidenciadas, e que correspondem às utilizadas pela Diretoria em sua gestão; e  
(ii) reviram, discutiram e concordaram, sem quaisquer ressalvas com as opiniões expressas no parecer dos auditores independentes da Companhia, com relação às demonstrações financeiras da companhia referentes ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2015.

Rio de Janeiro, 10 de março de 2016

A Diretoria

CARLOS ALBERTO DE SOUZA - Presidente

## RELATÓRIO DOS AUDITORES INDEPENDENTES SOBRE AS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS INDIVIDUAIS E CONSOLIDADAS

Aos Administradores e Acionistas  
B2W Companhia Digital  
Examinamos as demonstrações contábeis individuais da B2W Companhia Digital (a "Companhia" ou "Controladora") que compreendem o balanço patrimonial em 31 de dezembro de 2015 e as respectivas demonstrações do resultado, do resultado abrangente, das mutações do patrimônio líquido e dos fluxos de caixa para o exercício findo nessa data, bem como as demonstrações contábeis consolidadas da B2W Companhia Digital e suas controladas ("Consolidado") que compreendem o balanço patrimonial consolidado em 31 de dezembro de 2015 e as respectivas demonstrações consolidadas do resultado, do resultado abrangente, das mutações do patrimônio líquido e dos fluxos de caixa para o exercício findo nessa data, assim como o resumo das principais políticas contábeis e as demais notas explicativas.

#### Responsabilidade da administração sobre as demonstrações contábeis

A administração da Companhia é responsável pela elaboração e adequada apresentação dessas demonstrações contábeis de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS) emitidas pelo *International Accounting Standards Board* (IASB), e pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração de demonstrações contábeis livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou por erro.

#### Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é a de expressar uma opinião sobre essas demonstrações contábeis com base em nossa auditoria, conduzida de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria. Essas normas requerem o

#### 20. Tributos a recolher

|                   | Controladora  |               | Consolidado   |               |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                   | 2015          | 2014          | 2015          | 2014          |
| ICMS.....         | 20.553        | 11.937        | 29.015        | 18.437        |
| ISS.....          | 1.260         | 178           | 1.898         | 717           |
| Pis e Cofins..... | –             | –             | 7.927         | 6.804         |
| IPÊ.....          | –             | –             | 1.954         | 1.092         |
| Outros.....       | 6.066         | –             | 10.285        | 2.229         |
|                   | <b>27.879</b> | <b>12.115</b> | <b>51.079</b> | <b>29.279</b> |

#### 21. Provisão para contingências

A Companhia e suas controladas são partes em ações judiciais e processos administrativos perante tribunais e órgãos governamentais envolvendo questões fiscais, trabalhistas, aspectos cíveis e outros assuntos. A Administração possui um sistema de monitoramento de suas ações judiciais e administrativas conduzido por departamento jurídico interno e por advogados externos. A Administração, com base em informações de seus assessores jurídicos, análise das demandas judiciais pendentes e, quanto às ações trabalhistas, com base nas experiências anteriores referentes às quantias reivindicadas, constituiu provisão, em montante julgado suficiente, para cobrir as perdas potenciais com as ações em curso. Determinadas ações judiciais estão garantidas por cartas de fiança.

#### (a) Depósitos Judiciais

Quando requeridos legalmente, são efetuados depósitos judiciais, os quais totalizam:

|                          | Controladora |        | Consolidado |        |
|--------------------------|--------------|--------|-------------|--------|
|                          | 2015         | 2014   | 2015        | 2014   |
| Depósitos Judiciais..... | 18.807       | 23.412 | 19.163      | 30.127 |

Os depósitos judiciais realizados no exercício, controladora e consolidado, basicamente decorrem de recursos em processos tributários em tramitação na esfera federal.

#### (b) Provisões constituídas

|                   | Consolidado    |               |
|-------------------|----------------|---------------|
|                   | 2015           | 2014          |
| Fiscais.....      | 40.188         | 1.605         |
| Trabalhistas..... | 119.353        | 1.596         |
| Cíveis.....       | 54.270         | 37.174        |
|                   | <b>213.811</b> | <b>40.375</b> |

Fiscais Referem-se substancialmente, a processo por auto de infração lavrado para cobrança de suposto débito de ICMS.

#### Trabalhistas

A Companhia e suas controladas também são parte em ações judiciais de natureza trabalhista. Nenhuma dessas ações se refere a valores individualmente significativos, e as discussões envolvem principalmente reclamações de horas-extras entre outros.

#### Cíveis

A Companhia é parte, juntamente com suas controladas, em ações judiciais decorrentes do curso ordinário de suas operações e de suas controladas, principalmente relacionada a consumidores, que representavam, em 31 de dezembro de 2015, o montante indicado como passivo contingente referente a essas questões. Nenhuma dessas ações se refere a valores individualmente significativos.

Movimentação da provisão para contingências:

|  | Consolidado   |                | Fiscais       | Trabalhistas   | Cíveis   | Total    |
|--|---------------|----------------|---------------|----------------|----------|----------|
|  | 2015          | 2014           |               |                |          |          |
| <b>Saldo em 1º de janeiro de 2014.....</b>   | <b>337</b>    | <b>1.596</b>   | <b>41.420</b> | <b>43.353</b>  | <b>–</b> | <b>–</b> |
| Adições.....                                 | 1.762         | –              | 7.529         | 9.291          | –        | –        |
| Reversão.....                                | (554)         | –              | (11.788)      | (12.342)       | –        | –        |
| Atualização monetária.....                   | 60            | –              | 13            | 73             | –        | –        |
| <b>Saldos em 31 de dezembro de 2014.....</b> | <b>1.605</b>  | <b>1.596</b>   | <b>37.174</b> | <b>40.375</b>  | <b>–</b> | <b>–</b> |
| Adições.....                                 | 1.457         | –              | 10.923        | 12.380         | –        | –        |
| Reversão.....                                | (1.247)       | –              | (1.160)       | (2.407)        | –        | –        |
| Atualização monetária.....                   | –             | –              | –             | –              | –        | –        |
| Alocação Mais Valia – Direct.....            | 38.373        | 117.757        | 7.333         | 163.663        | –        | –        |
| <b>Saldos em 31 de dezembro de 2015.....</b> | <b>40.188</b> | <b>119.353</b> | <b>54.270</b> | <b>213.811</b> | <b>–</b> | <b>–</b> |

(c) Passivos contingentes não provisionados Fiscais Em 31 de dezembro de 2015, a Companhia possui demandas administrativas e judiciais de natureza cível no montante aproximado de R\$ 23.055 (R\$ 27.745 em 31 de dezembro de 2014), controladora e consolidado, classificadas pelos seus assessores jurídicos como "perdas possíveis".

Adicionalmente, existem ações de natureza tributária classificadas como "perdas possíveis" cuja principal refere-se a auto de infração lavrado para a cobrança de débito de IRPJ e CSLL decorrente de aproveitamento supostamente indevido de prejuízo fiscal e base negativa CSLL, uma vez que não observado o limite de 30% para realização da compensação, no valor aproximado de R\$ 66.030.

#### Imposto sobre Circulação de Mercadorias – ICMS

Não é esperado nenhum passivo relevante resultante dos passivos contingentes, além daqueles provisionados.

#### 22. Receita Antecipada

A B2W firmou em 18 de outubro de 2013, Contrato de Acordo Comercial Seguro de Garantia Estendida com a seguradora CARDIF do Brasil Seguros e Garantias S.A., com interveniência da TRR Securitas Corretora de Seguros Ltda., e da Panamericano Administração e Corretagem de Seguros e de Previdência Privada Ltda., pelo prazo de até 5 anos, com o objetivo de explorar a oferta de Garantia Estendida, das compras realizadas pelos clientes através dos canais de venda da Companhia.

Por conta desse contrato, a B2W recebeu a título de receita antecipada a importância de R\$ 35.000 que está sendo apropriado ao resultado mediante cumprimento de metas.

Os valores recebidos e ainda não apropriados estão contabilizados, no passivo, nas rubricas "Outros circulantes" e "Outros não circulantes".

Adiantamento recebido..... 35.000

Apropriado em 2013..... (17.285)

Apropriado em 2014..... (2.484)

Apropriado em 2015..... (2.566)

**A apropriar..... 12.665**

Parcela do não circulante..... 10.176

Parcela do circulante..... 2.489