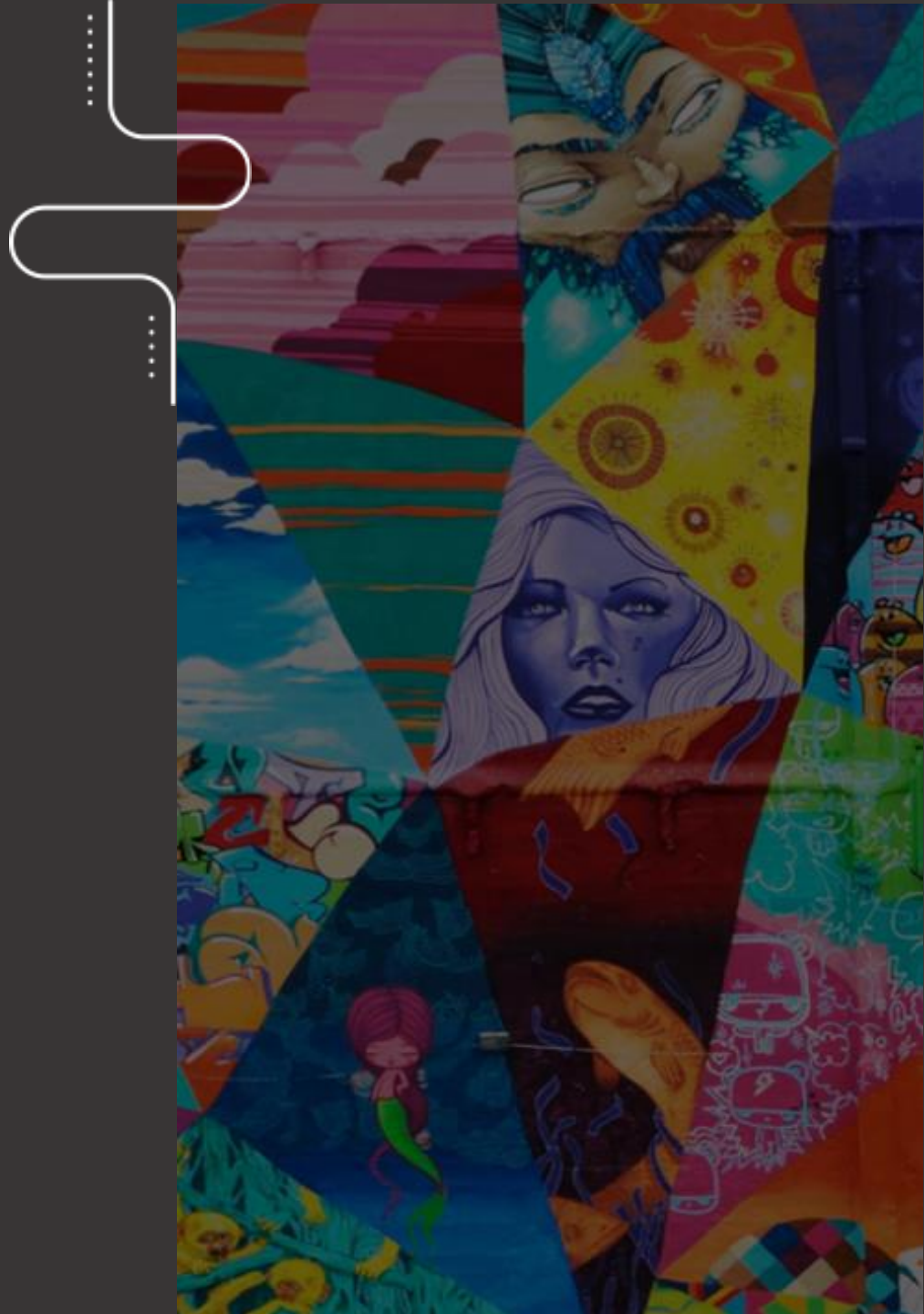




# RESULTADOS

## 4T15

11 DE MARÇO, 2016



# AGENDA

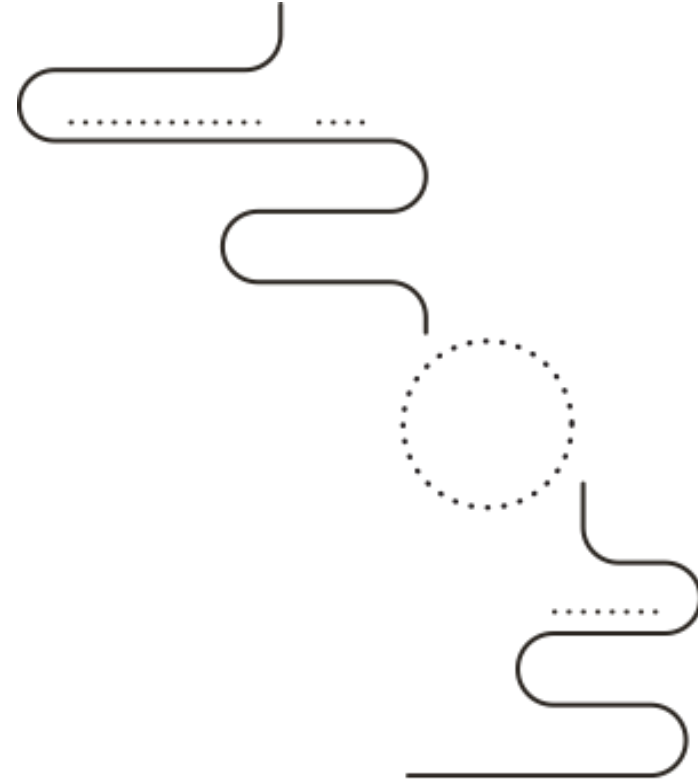


1. CONQUISTAS 2013-2015

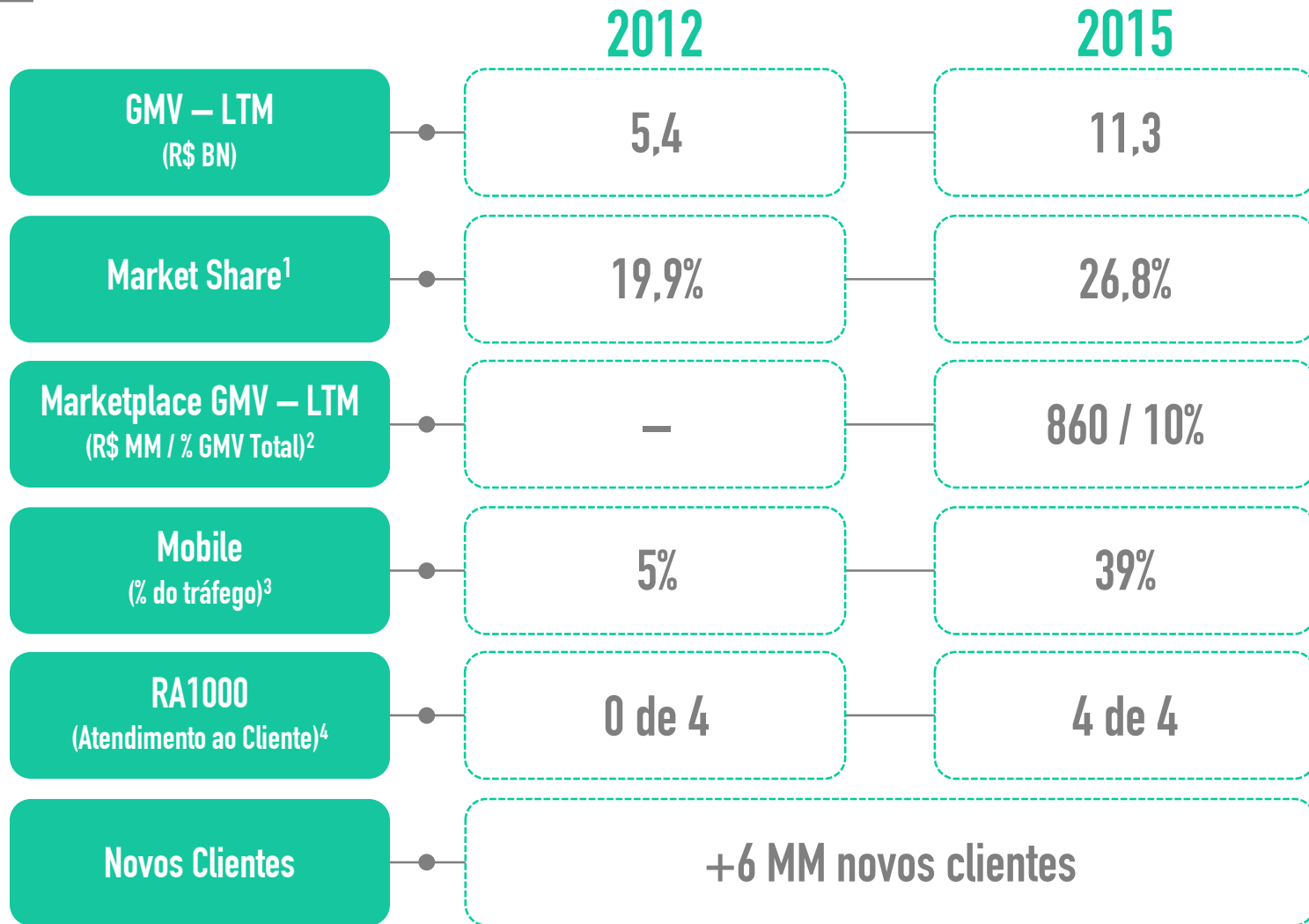
2. RESULTADOS 4T15

3. DESTAQUES COMERCIAIS E OPERACIONAIS

4. INVESTIMENTOS 2013-2015



# 1. IMPORTANTES CONQUISTAS - 2013/2015



Investimentos em logística, tecnologia e experiência de compra construíram barreiras relevantes para a entrada e a competição no e-commerce brasileiro.

<sup>1</sup> Referente ao 1S12 para 2012 e o 4T15 para 2015; <sup>2</sup> % GMV Total referente ao 4T15; <sup>3</sup> Referente ao último trimestre do ano (4T12 e 4T15); <sup>4</sup> Considera o número de marcas com o mais alto nível de reputação em atendimento ao cliente (RA 1000), segundo o site Reclame Aqui.

## 2. PRINCIPAIS INDICADORES – 4T15

GMV (R\$)

**3.749 MM**  
**+18,5%**

GMV MARKETPLACE (R\$)

**359 MM**  
**+581,7%**

MOBILE (% DO TRÁFEGO)

**38%**  
**+14,3 p.p.**

MARKET SHARE (%)

**26,8%**  
**+0,7 p.p.**

MARKETPLACE (% GMV TOTAL)

**9,6%**  
**+7,9 p.p.**

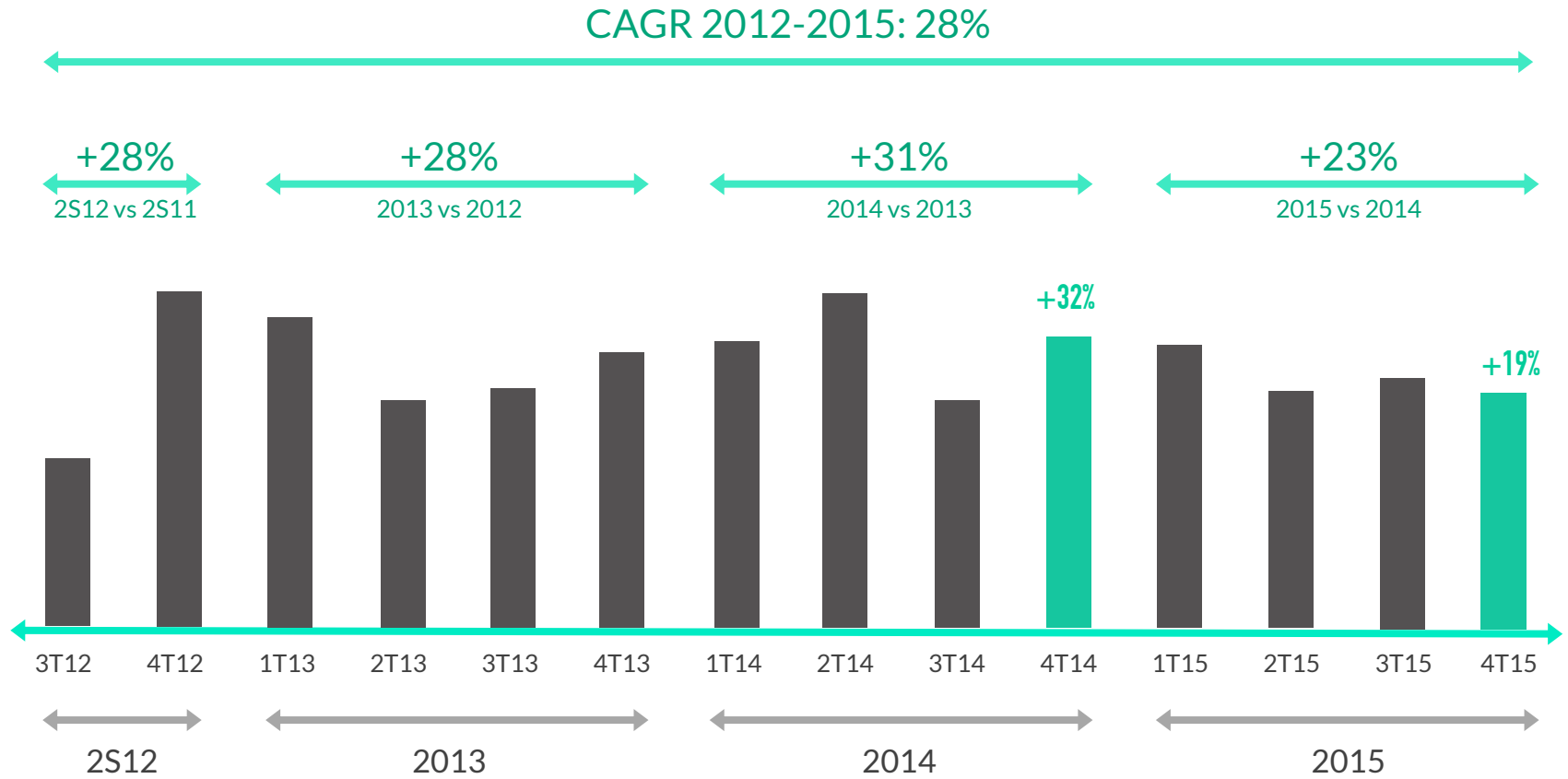
NOVOS CLIENTES

**LTM<sup>1</sup>**  
**+1,6 MM**

<sup>1</sup> Last twelve months: Últimos doze meses

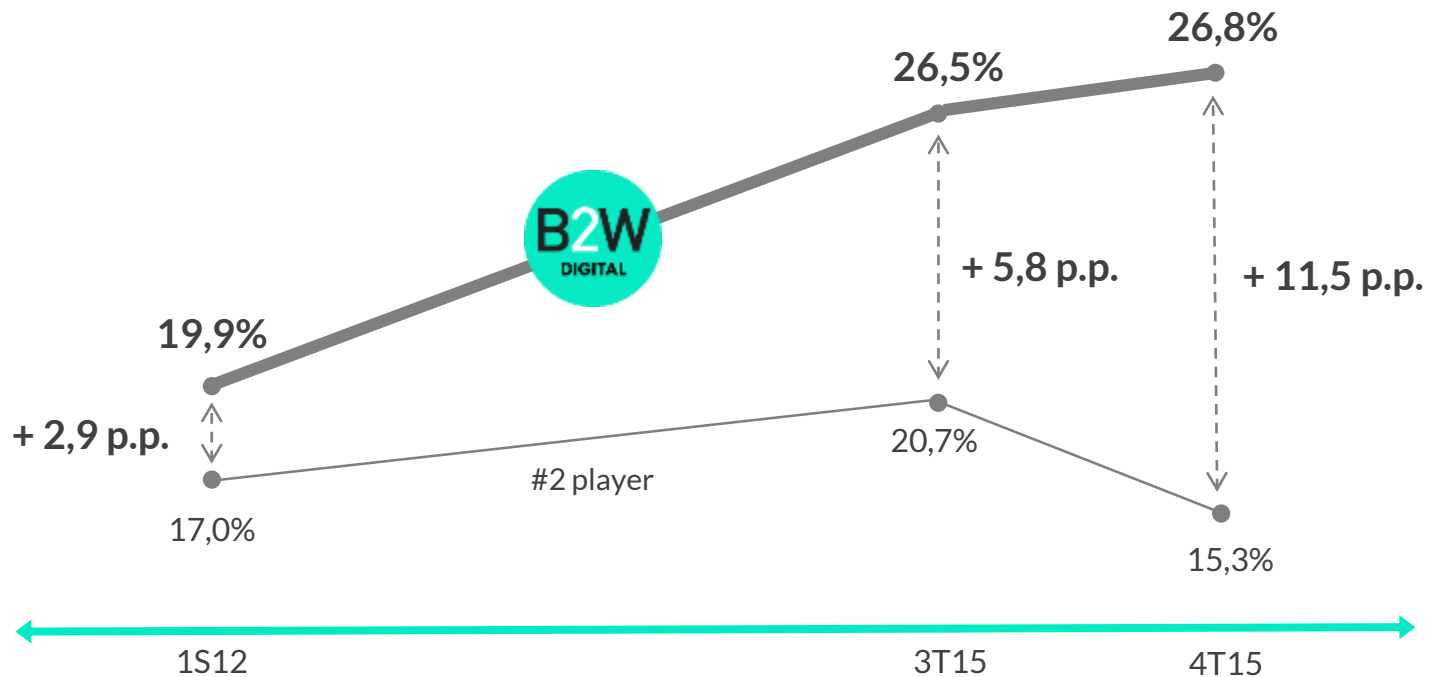
## 2. CRESCIMENTO DE GMV

14 trimestres consecutivos de crescimento de GMV acima do mercado.



## 2. EXPANSÃO DE MARKET SHARE

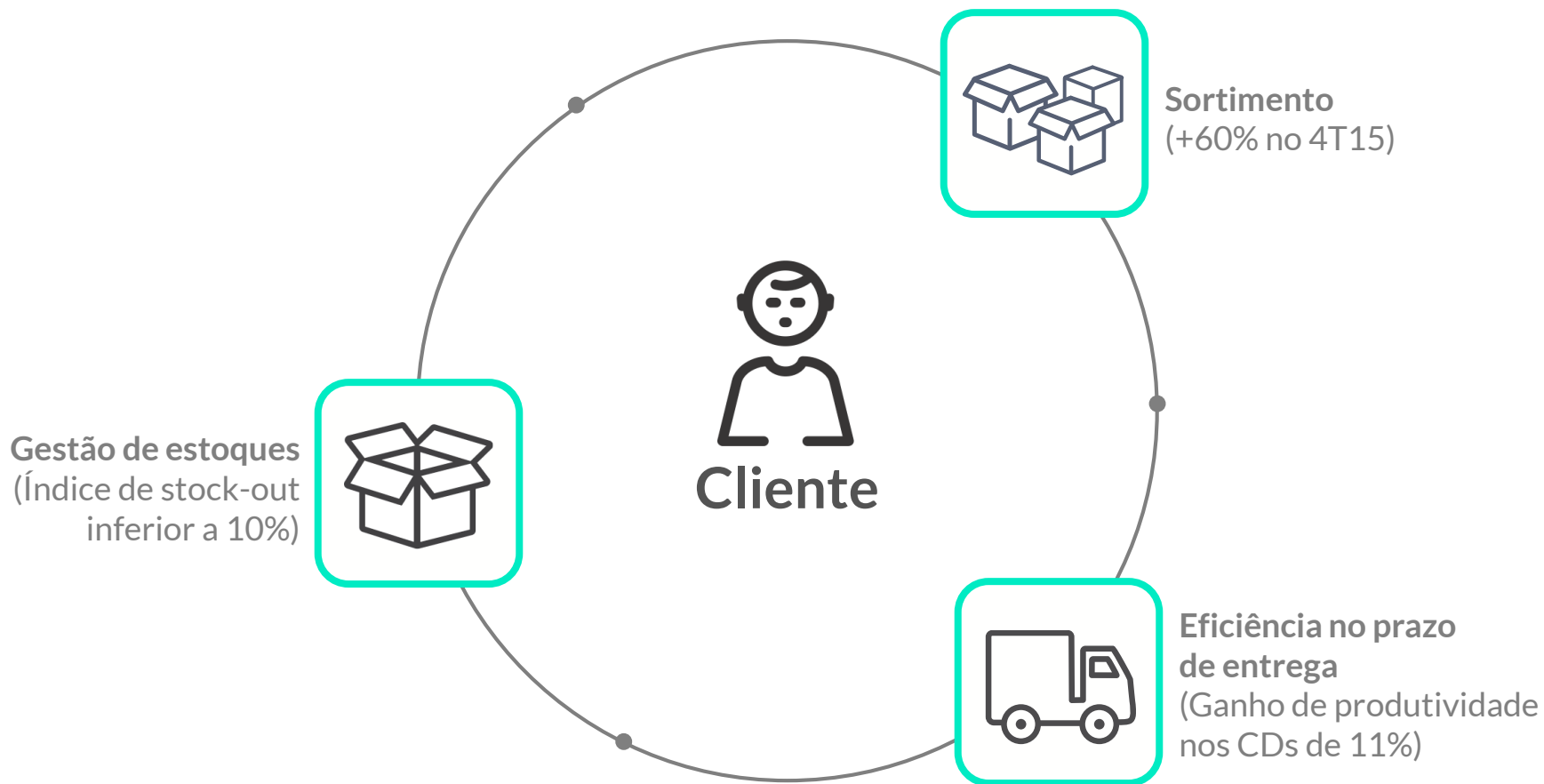
Forte ganho de *market share*, **consolidando** nossa posição de **liderança** na América Latina.



Fonte: e-Bit (Mercado) e divulgações públicas (#2 player).

### 3. COMERCIAL E MARKETING

Forte performance no Black Friday e Natal, com *excelência na gestão de estoques, aumento do sortimento e eficiência no prazo de entrega.*

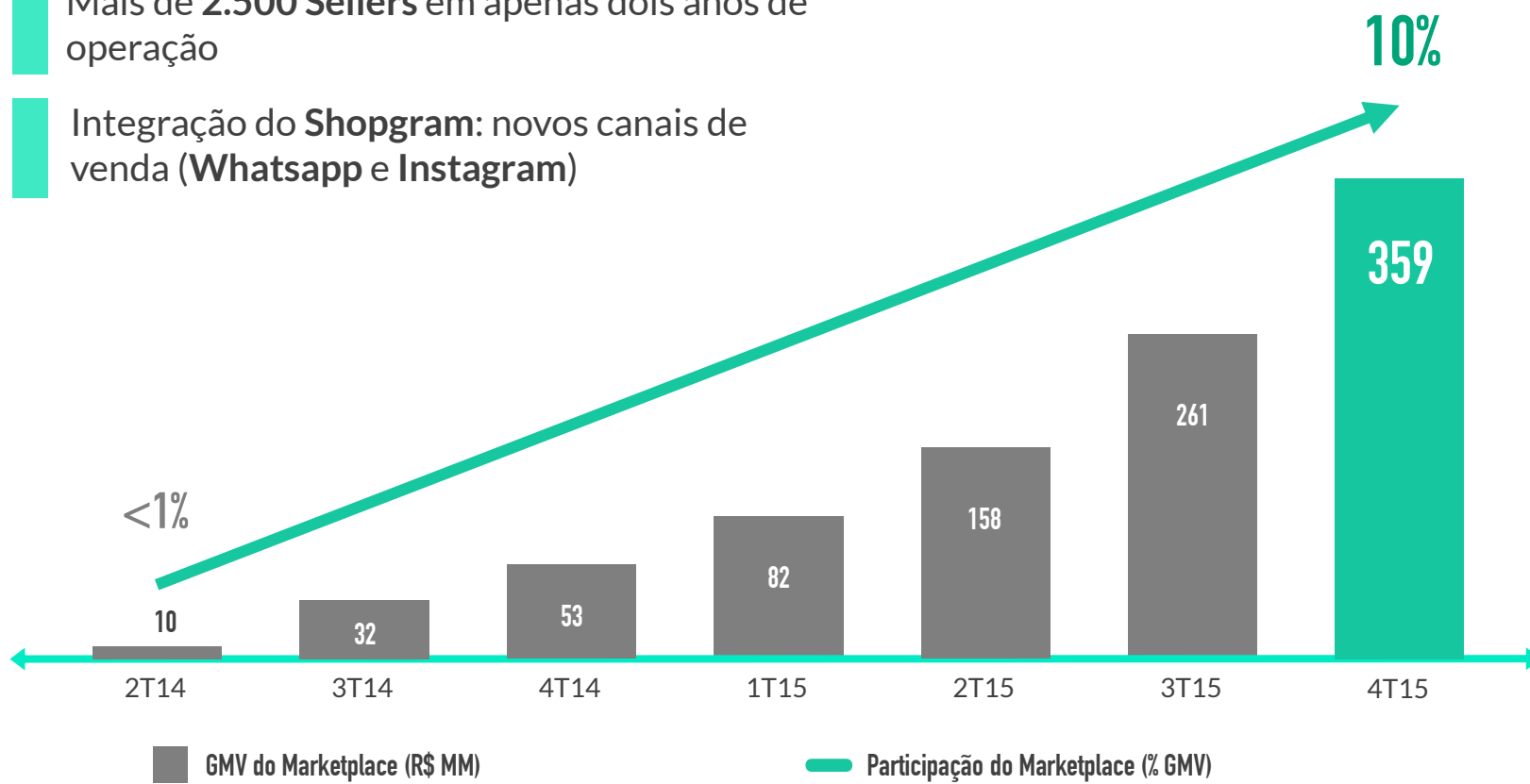


### 3. CRESCIMENTO GMV DO MARKETPLACE

GMV do Marketplace *creceu 577%* vs. 4T14

Mais de **2.500 Sellers** em apenas dois anos de operação

Integração do **Shopgram**: novos canais de venda (Whatsapp e Instagram)





### 3. LOGÍSTICA E OPERAÇÕES

#### MALHA LOGÍSTICA

11 CDs - mais de 500.000 m<sup>2</sup> (+ 35% yoy)

142 Hubs (+49% vs. 2014)

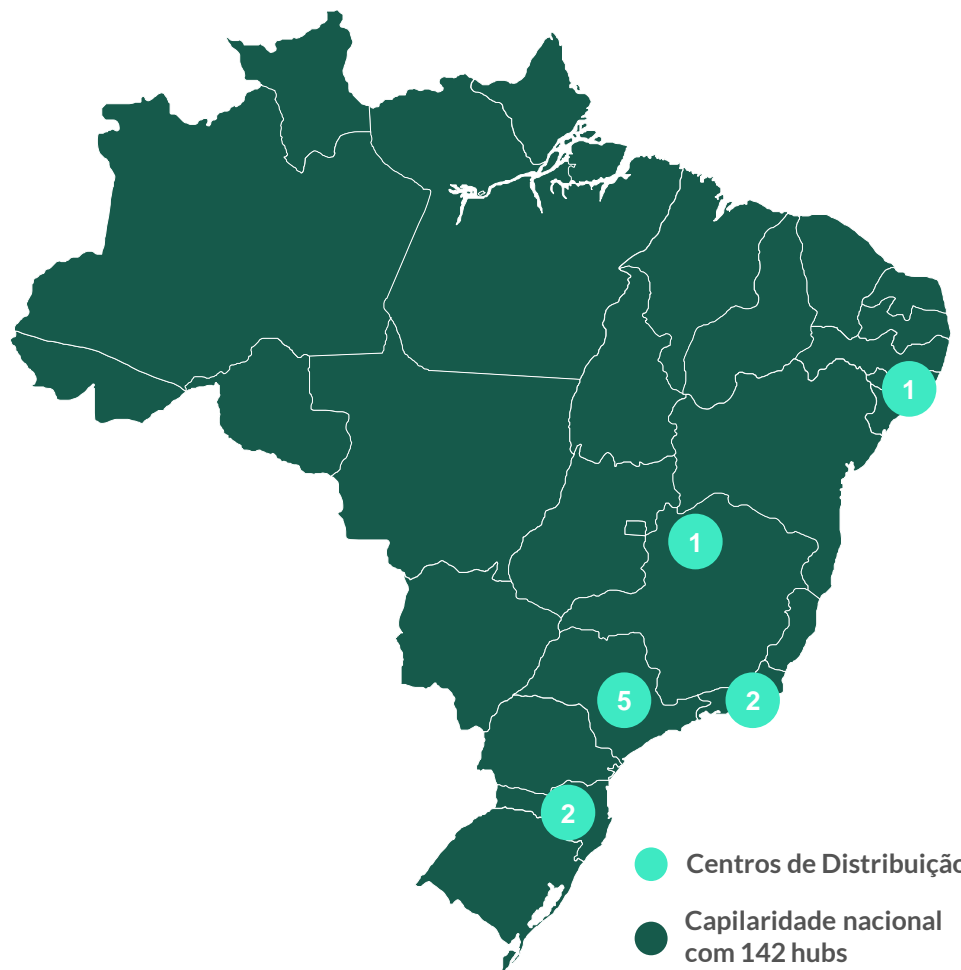
#### MENU DE FRETE

Same Day	Agendada
Next Day	Rápida
Econômica	Em Loja

#### DISTRIBUIÇÃO

Ampliação da capacidade *tecnológica de Tracking* dos pedidos.

Unidade de Distribuição B2W:  
participação de 70% ao final de 2015.



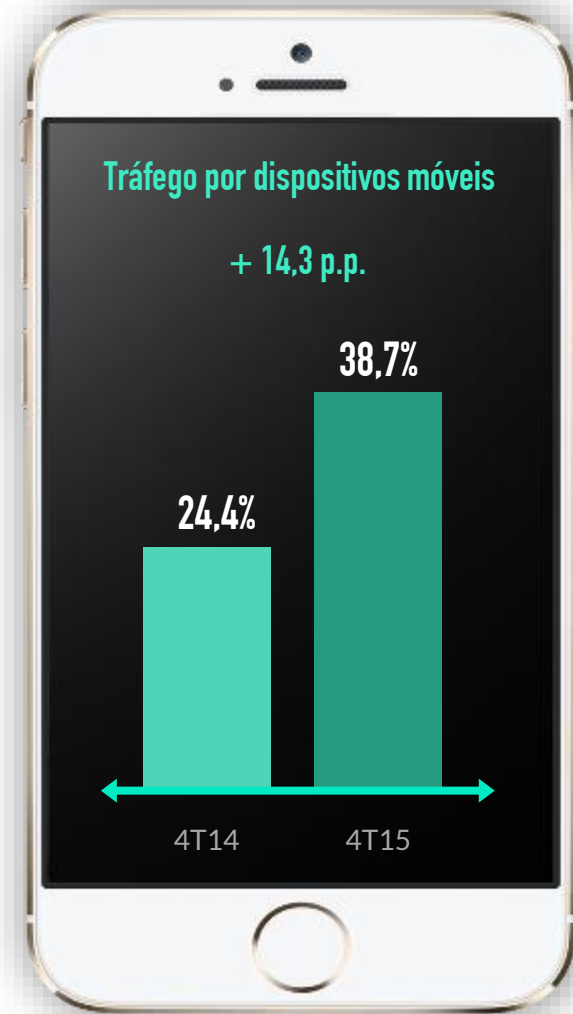
### 3. “MOBILE FIRST”

**Liderança** da B2W Digital na migração do e-commerce para a **plataforma de dispositivos móveis (m-commerce)**.

App da Americanas.com: mais baixado na App Store e no Google Play (no Black Friday).

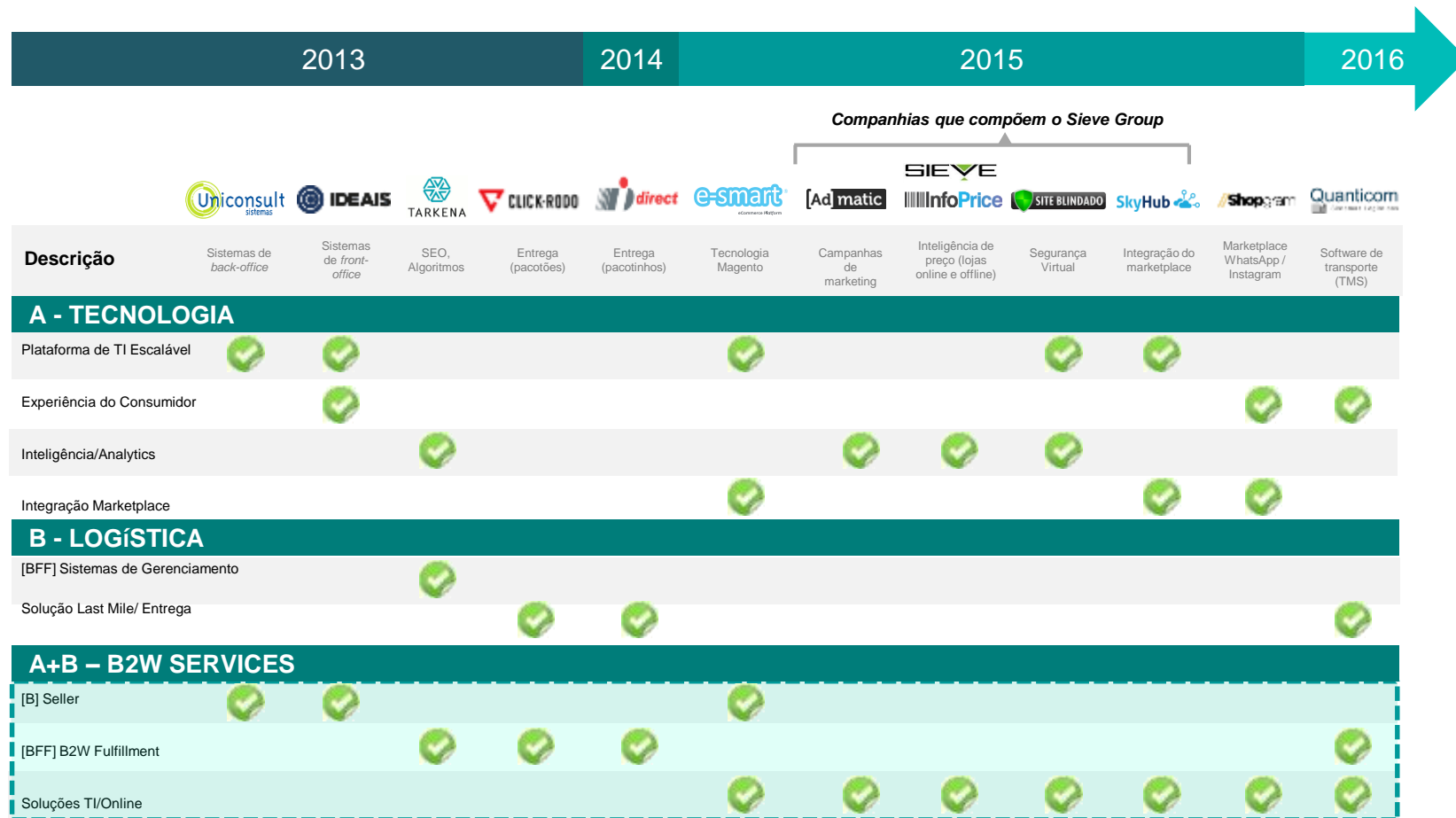
Nov/15: Todos os apps somados foram baixados **1 milhão de vezes** (4x Out/15).

**Aumento de 280%** no número de **downloads** no 4T15 comparado com o 4T14.



### 3. SERVIÇOS DIGITAIS

A B2W Services oferece soluções completas nas verticais de *tecnologia e logística*.



Conjunto completo de **serviços de valor agregado** para suportar os **sellers do marketplace** e os **vendedores online**, incluindo **BFF B2W Fulfillment (logística e distribuição)** e **[B] Seller (serviços de tecnologia)**

### 3. SERVIÇOS FINANCEIROS

*Oferta* de cartões de *crédito* para todas as marcas da B2W.

Em 2015, *carteira de recebíveis* superou a marca de **R\$ 1,0 bilhão** (+40% yoy).



#### SUBMARINO FINANCE

**1,5 milhão** de cartões emitidos.

**35%** de participação nas vendas do Submarino.com.

#### VANTAGENS PARA O CLIENTE

Promoções exclusivas.

Programa de recompensas.

Limite de crédito especial para compras nos sites.

#### DIGITAL FINANCE

**350 mil** cartões emitidos desde lançamento no final de 2014.

Curva de aprendizado acelerada (**+75%** ativação financeira<sup>1</sup>).

#### VANTAGENS PARA A B2W

Menor MDR.

Fidelidade do cliente (**+2,1x frequência de compra**).

Maior tíquete médio (**+22%**).

<sup>1</sup> Em comparação com os patamares observados no início da operação da Submarino Finance.

### 3. ATENDIMENTO AO CLIENTE

Em 2015, a B2W Digital *venceu* os principais prêmios de excelência em *atendimento ao cliente*.



Prêmio Época Reclame Aqui  
Americanas | Submarino



eBit Diamante  
Americanas | Submarino



Certificação RA 1000  
Americanas | Submarino |  
Shoptime | SouBarato



Top of Mind Internet  
nos últimos 8 anos  
Americanas



Marcas Mais:  
Melhores marcas do  
e-commerce  
Americanas | Submarino



Marcas dos Cariocas:  
Melhores marcas do  
e-commerce  
Americanas | Submarino

### 3. TALENTOS DIGITAIS



Inauguração do *escritório avançado de pesquisa e inovação* no *MIT (Boston/EUA)*.



Lançamento do *International Summer Internship*, recrutando alunos de universidades norte-americanas de primeira linha.



Patrocínio do *HackPuc*, maratona de 36 horas de programação, organizada pela PUC-Rio.



Patrocínio do *EmTech Brasil*, conferência no Rio de Janeiro organizada pela revista *MIT Technology Review*.



### 3. SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

A B2W Digital é a *primeira* e *única* empresa de e-commerce a fazer parte da carteira do *Índice de Sustentabilidade Empresarial* da BM&Fbovespa.



Compromisso com o **desenvolvimento sustentável**.



Lançamento do programa **TecEscola<sup>1</sup>** para capacitar **150 professores** em **50 unidades** para beneficiar **15 mil alunos**.



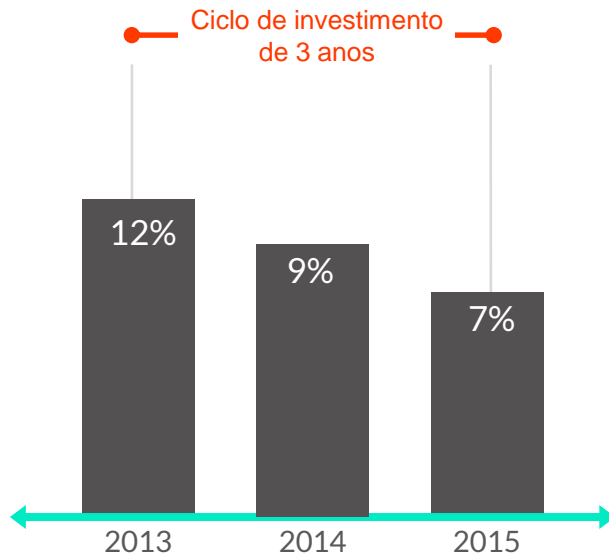
**Apoio a projetos sociais** em educação, ensino profissionalizante e geração de renda da Bolsa de Valores Socioambientais (BVSA) do Instituto Bovespa.

<sup>1</sup> Com o apoio da Secretaria de Estado de Educação do RJ (Seeduc).

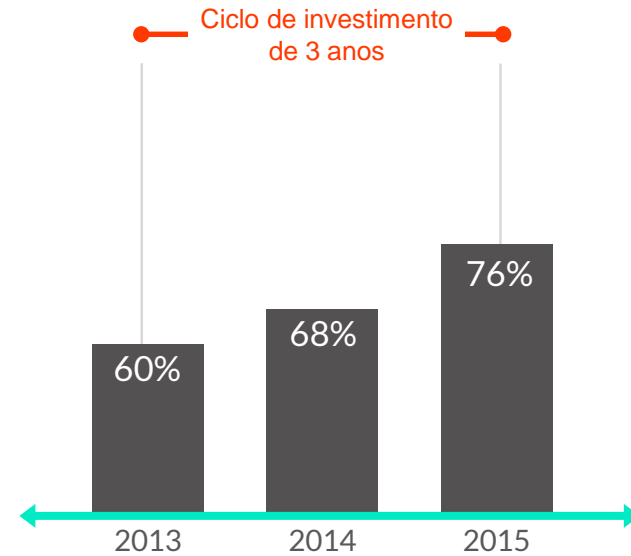
## 4. INVESTIMENTOS 2013-2015

A B2W seguirá investindo na *plataforma digital construída*.

Durante o Plano de Negócios de 3 anos, o CAPEX como % do GMV Total reduziu continuamente...



...enquanto a cobertura do CAPEX pelo EBITDA aumentou continuamente.



Nota: Capex total de R\$ 714mm, R\$ 812mm e R\$ 808mm em 2013, 2014 e 2015, respectivamente.





A Plataforma Digital  
que conecta ***Pessoas,***  
***Negócios, Produtos e***  
***Serviços.***



*Teleconferência de Resultados  
e Webcast 4T15*

*Relações com Investidores*

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

*[ri@b2wdigital.com](mailto:ri@b2wdigital.com)*

*Telefone: +55 (21) 3722-3618*