

B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 16% NO GMV TOTAL, ATINGINDO R\$ 3,1 BILHÕES NO 3T16

Marketplace continua em rápido desenvolvimento, atingindo R\$ 571 milhões de GMV (crescimento de 117%) com participação de 19% do GMV total

Rio de Janeiro, 10 de Novembro de 2016: B2W Digital (Bovespa: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 3º trimestre de 2016.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

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

Com apenas 2 anos de operação, o Marketplace da B2W já atingiu R\$ 1,7 bilhão de GMV nos últimos 12 meses (crescimento de 203%) e é a operação de Marketplace que mais cresce no mundo¹. Sendo parte relevante da estratégia da Companhia, o Marketplace contribuirá fortemente para o seu crescimento e rentabilidade.

Nos próximos cinco anos (2016-2020), a B2W Digital vai seguir investindo na plataforma digital construída, rentabilizando todas as suas frentes de negócios, com o objetivo de gerar valor para os seus acionistas.

PRINCIPAIS INDICADORES	3T16	3T15	Delta
GMV Total (R\$ MM)	3.060	2.642	15,8%
Market Share (%)	27.1%	25.9%	+1,2 p.p.
Marketplace (R\$ MM)	571	263	117,1%
Marketplace (% do GMV)	18,7%	10,0%	+8,7 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	52,2%	34,8%	+17,4 p.p.
Novos Clientes (Mil LTM)	375	1.874	N.A

DESTAQUES 3T16

- **B2W Marketplace conectou mais de 1.900 novos sellers no 9M16:** O Marketplace (3P) continua em rápido crescimento, saindo de uma base de 2.500 sellers ao final de 2015 para mais de 4.400 sellers ao final do 9M16. Na comparação com o mesmo período do ano passado o número de sellers mais que dobrou.
- **B2W Marketplace fechou novas importantes parcerias:** Em linha com a estratégia da B2W de integrar novos lojistas de vários tamanhos e diversos setores, o B2W Marketplace fechou parceria com importantes lojas como Ricardo Eletro (Eletrodomésticos, Eletrônicos e Variedade), Dell (Informática e Tecnologia), Britânia (Eletroportáteis), Philco (Eletrônicos) e Mahogany (Cosméticos e Perfumaria).
- **B2W Marketplace lançou novo portal para conectar pequenos sellers:** Como parte da nossa estratégia de crescimento acelerado do Marketplace, foi lançada uma nova plataforma com foco nos pequenos sellers, que vendem uma grande variedade de produtos, ampliando o sortimento dos sites da B2W. Logo após a conclusão do cadastro e validação dos principais dados do seller, eles já podem fazer o upload de seus produtos por meio de um portal exclusivo - sem necessidade de integração de sistemas - onde também poderão gerenciar todas as etapas de suas vendas.
- **B2W Digital estabeleceu acordo operacional com a Vialog:** A B2W estabeleceu acordo operacional com a Vialog, transportadora líder em entregas do comércio eletrônico na região Sul do país. Com o acordo, a B2W assumirá, por meio da Direct, a operação de entrega de encomendas da Vialog, que inclui a utilização de 40 hubs.
- **B2W Digital lançou a nova loja online da Sephora:** A B2W foi escolhida para operar a nova loja online da Sephora no Brasil, por meio da plataforma [B] Seller. Essa escolha ratifica a posição da Companhia como a principal plataforma digital do país.

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS PARA ALAVANCAR A PLATAFORMA DIGITAL

• Comercial e Marketing

- Desde o início do plano de investimento, o *market share* da B2W expandiu em 7,2 p.p., passando de 19,9% no 1S12 para 27,1% no 3T16.
- Essa evolução é consequência da excelência na operação e na gestão das variáveis comerciais. O sucesso nas vendas depende de uma série de fatores, como o sortimento desejado pelo cliente, níveis adequados de estoque, condições e formas de pagamento, prazo de entrega, entre outras. Abaixo, destacamos alguns indicadores do 3T16:
 - Gestão dos estoques: A B2W opera com índice de *stock-out* inferior a 10% e registrou uma evolução de 3,1 pontos percentuais nesse indicador no 3T16, em comparação com o 2T16.
 - Aumento do sortimento: +127% em relação ao 3T15, impulsionado pelo Marketplace.
 - Eficiência no prazo de entrega: Ganho de produtividade nos Centros de Distribuição (CDs) de 12% no 3T16 vs 3T15, em função da melhoria de processos e da implementação de linhas automatizadas de faturamento e processos de melhoria contínua, resultando em um prazo de entrega mais rápido para os clientes.
- O Submarino Prime, lançado em versão beta em dezembro de 2015, oferece ao cliente uma experiência de compra superior por um valor fixo anual. Com o Prime, o cliente compra com frete grátis e entrega rápida quantas vezes quiser, recebe ofertas exclusivas e conta com atendimento dedicado. Os resultados dos primeiros 9 meses do programa mostram que os clientes Submarino Prime expandiram suas compras para categorias diferentes das que compravam anteriormente e possuem frequência de compra três vezes maior do que os clientes que ainda não aderiram ao programa.

• Evolução do Marketplace

- O Marketplace segue em rápido crescimento, adicionando mais de 1.900 novos *sellers* no 9M16, saindo de uma base de 2.500 *sellers* ao final de 2015 para mais de 4.400 *sellers* ao final do 3T16.
- No 3T16, o Marketplace registrou crescimento de 117%, atingindo GMV de R\$ 571 milhões com participação de 19% do GMV total.
- Ao final do 3T16, o número de itens disponibilizados pelos *sellers* aumentou em 200% em comparação com o final do 3T15, atingindo mais de 2 milhões de itens.
- Em linha com a estratégia da B2W de integrar novos lojistas de vários tamanhos e diversos setores, o B2W Marketplace fechou parceria com importantes lojas como Ricardo Eletro (Eletrodomésticos, Eletrônicos e Variedade), Dell (Informática e Tecnologia), Britânia (Eletroportáteis), Philco (Eletrônicos) e Mahogany (Cosméticos e Perfumaria).
- Como parte da nossa estratégia de rápido crescimento do Marketplace, foi lançada uma nova plataforma com foco nos pequenos *sellers*, que vendem uma grande variedade de produtos, ampliando o sortimento dos sites da B2W. Logo após a conclusão do cadastro e validação dos principais dados do *seller*, eles já podem fazer o upload de seus produtos por meio de um portal exclusivo - sem necessidade de integração de sistemas - onde também poderão gerenciar todas as etapas de suas vendas.
- Com o objetivo de capacitar os *sellers* para que vendam cada vez mais no Marketplace da B2W, em setembro, realizamos o *Seller Day*, um evento que reuniu centenas de *sellers* para um programa completo de desenvolvimento com foco na BlackFriday, por meio de workshops e treinamentos para aprimoramento comercial e operacional.

• Logística e Operações

- A B2W Digital opera um total de 11 centros de distribuição por todo Brasil, totalizando área de armazenagem superior a 500 mil metros quadrados, um crescimento de 35% em relação ao 3T15.
- A B2W Digital abriu mais 15 Centros Operacionais (*transit points*) no 3T16, totalizando 176 (+81% vs 3T15), estrategicamente posicionados para suportar o sistema de distribuição da Companhia. Os Centros Operacionais da B2W são *HUBs* de consolidação de carga e bases que facilitam a distribuição das entregas para os clientes.
- Em 2013 e 2014, a B2W Digital adquiriu as duas principais transportadoras especializadas em *e-commerce* do Brasil (Click-Rodo e Direct), resultando na criação da Unidade de Distribuição B2W.
 - Ao longo do 3T16, a participação da Unidade de Distribuição B2W atingiu 94% do total de entregas realizadas pela Companhia, em comparação a um *share* de 55% das entregas no 3T15.
 - No 3T16, a Unidade de Distribuição B2W (UND) passou a realizar as entregas de 22 novos clientes, incluindo Chanel, C&A, Tok&Stok e grandes *sellers* do Marketplace. Os serviços para clientes externos já representam 25% da receita da UND e correspondem a mais de 5 milhões de entregas por ano.

- A verticalização da distribuição permitiu a criação do Menu de Frete no 3T14, serviço que oferece até 6 opções de entrega para todo o país: *Same Day*, *Next Day*, Rápida, Econômica, Agendada e Entrega em Loja.
 - No 3T16, o número de entregas diárias da opção “*Next Day*” do Menu de Frete aumentou em 8 vezes em relação ao 3T15, devido à expansão da cobertura para novas cidades (Rio de Janeiro e Belo Horizonte) e ao aumento do limite de peso dos pedidos para 30kg.
 - A opção de entrega “Rápida” oferece um prazo 35% mais rápido que o mercado. Essa opção está disponível para 100% do sortimento de produtos e em todos os estados do país, aumentando o seu *share* nas entregas da Companhia de 4% no 3T15 para 10% no 3T16.
 - A opção “Entrega em Loja” está atualmente disponível em mais de 250 lojas, em comparação a 80 no final do 3T15, e sua utilização, que aumentou em 3 vezes no mesmo período, foi facilitada pela implantação de um mapa interativo no site, tornando mais fácil, assim, a localização da Lojas Americanas mais próxima e mais conveniente para o cliente.
 - O Menu de Frete tem sido um grande sucesso com os clientes, que recebem os produtos de forma mais rápida, e permite à Companhia aumentar seu índice de cobertura de frete (arrecadação de frete dividido pela despesa de frete).
 - Em Outubro, a B2W estabeleceu acordo operacional com a Vialog, transportadora líder em entregas do comércio eletrônico na região Sul do país. Com o acordo, a B2W assumirá, por meio da Direct, a operação de entrega de encomendas da Vialog, que inclui a utilização de 40 *hubs*.
- **Mobile e Tecnologia**
 - Ao longo do 3T16, o tráfego por dispositivos móveis representou pela primeira vez mais da metade do total de visitas, atingindo 52,2%, um crescimento de 17,4 p.p. comparado com o 3T15.
 - Este crescimento foi impulsionado pelos 4 apps da B2W Digital (Americanas.com, Submarino, Shoptime e Sou Barato), que chegaram a mais de 3,6 milhões de downloads nos nove primeiros meses do ano, um crescimento de 171%.
 - Os apps proporcionam uma experiência de compra mais fluida e rápida, além de oferecer recursos exclusivos como o de selecionar os produtos favoritos. Como resultado, os clientes com app visitam com mais frequência as marcas, buscam mais por produtos e compram mais.
- **Serviços Digitais**
 - Resultado da aquisição de 12 empresas (dez empresas de tecnologia “*best in class*” e as duas principais transportadoras especializadas em *e-commerce* do Brasil), a B2W Services oferece soluções completas nas verticais de tecnologia e logística para suportar as operações dos *sellers* do Marketplace e operações online de grandes marcas, incluindo o [B] Seller (webstore e serviços de ERP) e [BFF] B2W Fullfilment (armazenagem, distribuição e atendimento ao cliente).
 - Desde a aquisição do Sieve Group, em julho de 2015, expandimos em mais de 50% o nível de *cross-sell* da B2W Services (*cross-sell*: utilização de mais de um serviço do portfólio da B2W por um mesmo parceiro).
 - Ao longo do 3T16, as soluções oferecidas pelas empresas integradas da B2W Services foram contratadas por diversas grandes marcas, conforme destacamos abaixo:
 - Sieve (Inteligência de Preços Online): Casa Show e Itatiaia
 - [B] Seller (Webstore e Serviços de ERP): Sephora
 - Site Blindado (Segurança Virtual): Netfarma, Onofre e Sephora
 - Skyhub (Integração do Marketplace): Ricardo Eletro e Brastemp
 - Admatic (Marketing Digital): Osklen, Canon e Zattini
 - A B2W foi escolhida para operar a nova loja online da Sephora no Brasil, por meio da plataforma [B] Seller. Essa escolha ratifica a posição da Companhia como a principal plataforma digital do país.
- **Serviços Financeiros**
 - Ao longo do 9M16, as operações de cartões de crédito da B2W (Submarino Finance e Digital Finance) registraram um volume de R\$ 1,9 bilhão em transações aprovadas, representando um crescimento de 9% em comparação com o 9M15.
 - No mesmo período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1 bilhão, com um crescimento de 8% em comparação com o 9M15.
 - Em 30 de setembro de 2016, as operações registravam 2,1 milhões de cartões emitidos (1,54 milhão para Submarino Finance e 548 mil para Digital Finance, que inclui as marcas Americanas.com, Shoptime e Sou Barato).
 - As vantagens para os clientes que possuem os cartões de crédito da B2W são: descontos exclusivos, programas de recompensa e limite de crédito especial para compras nos sites. Em contrapartida, as

vantagens para a B2W são: menor custo de tarifas de cartões (MDR), aumento da fidelização dos clientes (frequência de compra 2,2 vezes maior) e aumento do tíquete médio (22% maior).

- O portfólio de Seguros e Serviços segue apresentando forte crescimento, registrando um aumento no tíquete médio de 31% no 3T16 vs 3T15, devido à ampliação do sortimento nos últimos anos para incluir novos seguros e serviços, incluindo Seguro contra Roubo, Furto e Quebra Acidental.
- Seguindo com a ampliação do sortimento, incluímos oferta de serviços no fluxo de vendas e expandimos o portfólio com o início da oferta de 9 novos serviços de instalações na Americanas.com, como instalações de Televisores, Home Theaters, Máquinas de Lava e Seca, entre outras.

- **Atendimento ao Cliente**

- As principais marcas da B2W Digital são consideradas referências em atendimento ao cliente, possuindo os mais altos níveis de avaliação do Reclame Aqui.
- A nota média dada pelos clientes no Reclame Aqui para as marcas da B2W é de 7,0, enquanto as marcas dos principais concorrentes possuem uma nota média de 4,3.
- 73% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 47% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
- O índice médio de solução das marcas da B2W é de 90% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 67%.
- Essas conquistas são resultado do compromisso da Companhia em otimizar a qualidade de serviço e atendimento oferecido aos seus clientes.
- Como resultado da excelência em atendimento ao cliente, a B2W foi novamente a campeã nas categorias mais importante do Prêmio Época Reclame Aqui 2016. A Americanas.com ganhou pela 4ª vez consecutiva na categoria “E-commerce – Eletroeletrônico”; o Cartão Submarino ganhou pela 3ª vez consecutiva na categoria “Bancos e Serviços Financeiros – Cartões/Varejo”; e a Direct ganhou pela primeira vez na categoria “Logística e Transportes”.

- **Talentos Digitais**

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

- **Sustentabilidade Empresarial**

- A B2W concluiu a meta de apoiar 10 projetos da Bolsa de Valores Socioambiental da Bovespa (BVSA), durante os anos de 2015 e 2016, com base nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU. Todos os projetos tiveram como foco: Educação, Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável.
- A B2W Digital reafirmou a parceria com a ONG referência em conhecimento tecnológico, Recode (antigo CDI) e com a Secretaria de Estado de Educação do Rio de Janeiro (Seeduc) no projeto TecEscola, iniciando os cursos online para capacitação de 1.500 alunos em tecnologia, mais 150 em *webdesign* e outros 50 em Java, além dos 150 professores de 50 unidades de ensino da Rede Estadual já formados pelo projeto para capacitar 15 mil estudantes que cursam o segundo grau nessas escolas.
- Pelo segundo ano consecutivo, a B2W foi a única empresa de e-commerce selecionada para integrar a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBOVESPA.

DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 3T16, e estão de acordo com os padrões internacionais de relatório financeiro (IFRS), com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), bem como pelo regulamento de listagem do Novo Mercado e em reais (R\$). As definições para as métricas ajustadas se encontram no Anexo IV e no Anexo VI.

- **GMV:** No 3T16, o GMV foi de R\$ 3.060,0 milhões, comparado com os R\$ 2.642,0 milhões registrados no 3T15, representando um crescimento de 15,8%.
- **Receita Bruta:** No 3T16, a receita bruta totalizou R\$ 2.551,2 milhões, comparado com os R\$ 2.411,1 milhões registrados no 3T15, representando um crescimento de 5,8%.
- **Receita Líquida:** No 3T16, a receita líquida totalizou R\$ 2.065,2 milhões, comparado com os R\$ 2.078,1 milhões registrados no 3T15, representando uma variação de -0,6%. A redução da receita líquida em comparação com o crescimento da receita bruta (diferença de 6,4 p.p.) está relacionada às mudanças tributárias no país, válidas desde janeiro de 2016.
- **Lucro Bruto Ajustado:** No 3T16, lucro bruto ajustado totalizou R\$ 496,0 milhões, comparado com os R\$ 505,7 milhões registrados no 3T15, representando uma variação de -1,9%. Como resultado, a margem bruta ajustada variou -0,3 p.p., passando de 24,3% no 3T15 para 24,0% no 3T16.
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 3T16, as despesas com SG&A ajustadas totalizaram R\$ 355,0 milhões, representando 17,2% da receita líquida, uma redução de 1,1 p.p. em comparação com o 3T15, quando as despesas com SG&A ajustadas representaram 18,3% da receita líquida.
- **EBITDA Ajustado:** No 3T16, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 141,0 milhões, comparado com os R\$ 125,4 milhões registrados no 3T15, representando um crescimento de 12,4%. Nesse período, a margem EBITDA Ajustada aumentou em 0,8 p.p., saindo de 6,0% no 3T15 para 6,8% no 3T16.
- **Resultado Financeiro Líquido:** No 3T16, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -275,7 milhões, representando uma variação de 34,0% em relação aos R\$ -205,7 milhões registrados no 3T15.
- **Resultado Líquido:** No 3T16, o resultado líquido foi de R\$ -144,9 milhões, comparado com os R\$ -124,6 milhões obtidos no 3T15.
- **Gestão de Caixa:**
 - **Capital de Giro:** O Capital de Giro líquido em dias ao final de setembro de 2016 foi de 68 dias, um aumento de 9 dias comparado com o final de setembro de 2015.
 - **CAPEX:** A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, no 3T16, os investimentos consolidados no imobilizado e no intangível (desenvolvimento de websites e sistemas) totalizaram R\$ 96,6 milhões, ou 3,2% do GMV total, redução de 2,8 p.p. em comparação com o 3T15, quando o CAPEX representou 6,0% do GMV total. Dessa forma, o EBITDA Ajustado no 3T16 cobriu 146,0% do CAPEX do período, comparado com um índice de cobertura de 78,5% no 3T15. No acumulado dos nove primeiros meses de 2016, o CAPEX totalizou R\$ 330,5 milhões, uma redução de 29% em relação ao registrado no 9M15.
- **Endividamento:** O caixa da B2W, excluindo a consolidação do FIDC, em 30/09/2016 totalizou R\$ 1.477,0 milhões, 2,0x o endividamento de curto prazo da Companhia, que totalizou R\$ 756,4 milhões. O nível de alavancagem (definido como Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM) foi de 3,2x, em 30/09/2016, comparado com 3,0x, em 30/06/2016.

- **Aumento de Capital**

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



ANEXO I: SOBRE B2W DIGITAL

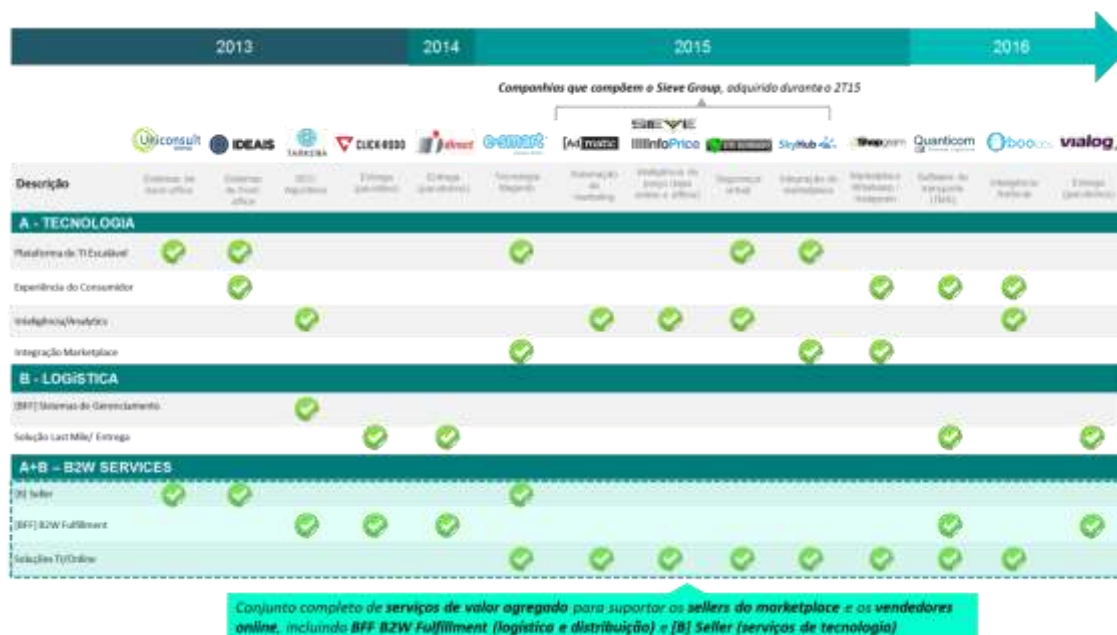
A B2W é uma companhia digital, líder na América Latina, a qual a história se confunde com a própria história do e-commerce no Brasil. A Companhia atua nas seguintes frentes: e-commerce por meio das marcas Americanas.com, Submarino, Shoptime e Sou Barato; plataformas de serviços de crédito ao consumidor Submarino Finance e Digital Finance; plataforma de tecnologia; plataforma de logística, distribuição e atendimento ao cliente; e Marketplace.

Com o propósito de conectar pessoas, negócios, produtos e serviços em uma mesma plataforma digital única, a B2W investe constantemente na estratégia de estar cada vez mais próxima dos clientes, oferecendo a melhor experiência de compra, atraindo os melhores talentos e criando barreiras a novos entrantes. Como consequência dessa evolução, a Companhia vem ganhando *market share* ano a ano.

Abaixo a visão integrada da B2W:

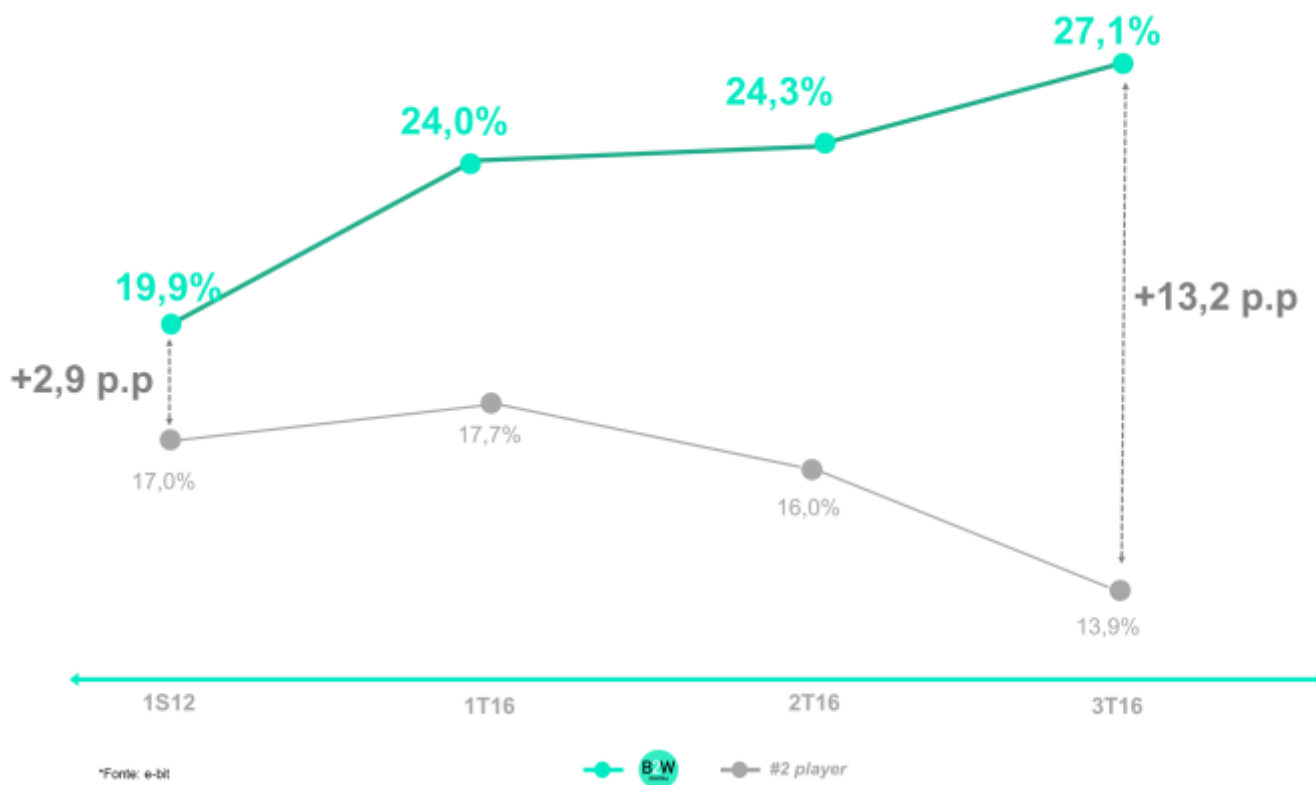


EVOLUÇÃO DA PLATAFORMA DE NEGÓCIO:



ANEXO II: MARKET SHARE

EVOLUÇÃO DO MARKET SHARE



ANEXO III: DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

EXCLUINDO OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DAS TRANSPORTADORAS SUBSIDIÁRIAS DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro			Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro		
	3T16	3T15	Variação	9M16	9M15	Variação
Gross Merchandise Volume (GMV)	3.060,0	2.642,0	15,8%	8.022,0	7.517,0	6,7%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.551,2	2.411,1	5,8%	6.854,1	7.075,1	-3,1%
Impostos sobre vendas e serviços	(486,0)	(333,0)	45,9%	(1.277,5)	(969,1)	31,8%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.065,2	2.078,1	-0,6%	5.576,6	6.106,0	-8,7%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.569,2)	(1.572,4)	-0,2%	(4.215,1)	(4.625,7)	-8,9%
Lucro Bruto	496,0	505,7	-1,9%	1.361,5	1.480,3	-8,0%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	24,0%	24,3%	-0,3 p.p.	24,4%	24,2%	0,2 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(427,8)	(446,9)	-4,3%	(1.149,2)	(1.258,6)	-8,7%
Com vendas	(337,9)	(333,8)	1,2%	(879,8)	(974,3)	-9,7%
Gerais e administrativas	(17,1)	(46,5)	-63,2%	(54,6)	(108,3)	-49,6%
Depreciação e amortização	(72,8)	(66,6)	9,3%	(214,8)	(176,0)	22,0%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	68,2	58,8	16,0%	212,3	221,7	-4,2%
Resultado Financeiro Líquido	(275,7)	(205,7)	34,0%	(760,2)	(548,5)	38,6%
Receitas financeiras	115,0	104,7	9,8%	342,4	253,9	34,9%
Despesas financeiras	(390,7)	(310,4)	25,9%	(1.102,6)	(802,4)	37,4%
Outras receitas (despesas) operacionais*	(9,7)	(37,6)	-74,2%	(25,2)	(59,0)	-57,3%
Imposto de renda e contribuição social	72,3	59,9	20,7%	189,5	128,4	47,6%
Resultado Líquido	(144,9)	(124,6)	16,3%	(383,6)	(257,4)	49,0%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-7,0%	-6,0%	-1,0 p.p.	-6,9%	-4,2%	-2,7 p.p.
EBITDA Ajustado	141,0	125,4	12,4%	427,1	397,7	7,4%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	6,8%	6,0%	0,8 p.p.	7,7%	6,5%	1,2 p.p.

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

 Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

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

B2W - Companhia Digital	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 30 de Setembro			Períodos findos em 30 de Setembro		
	3T16	3T15	Variacão	9M16	9M15	Variacão
Demonstração de Resultados (em milhões de reais)						
Gross Merchandise Volume (GMV)	3.060,0	2.642,0	15,8%	8.022,0	7.517,0	6,7%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.551,2	2.411,1	5,8%	6.854,1	7.075,1	-3,1%
Impostos sobre vendas e serviços	(486,0)	(333,0)	45,9%	(1.277,5)	(969,1)	31,8%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.065,2	2.078,1	-0,6%	5.576,6	6.106,0	-8,7%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.661,7)	(1.647,4)	0,9%	(4.450,5)	(4.834,9)	-8,0%
Lucro Bruto	403,5	430,7	-6,3%	1.126,1	1.271,1	-11,4%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	19,5%	20,7%	-1,2 p.p.	20,2%	20,8%	-0,6 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(335,3)	(371,9)	-9,8%	(913,8)	(1.049,4)	-12,9%
Com vendas	(245,4)	(258,8)	-5,2%	(644,4)	(765,1)	-15,8%
Gerais e administrativas	(17,1)	(46,5)	-63,2%	(54,6)	(108,3)	-49,6%
Depreciação e amortização	(72,8)	(66,6)	9,3%	(214,8)	(176,0)	22,0%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	68,2	58,8	16,0%	212,3	221,7	-4,2%
Resultado Financeiro Líquido	(275,7)	(205,7)	34,0%	(760,2)	(548,5)	38,6%
Receitas financeiras	115,0	104,7	9,8%	342,4	253,9	34,9%
Despesas financeiras	(390,7)	(310,4)	25,9%	(1.102,6)	(802,4)	37,4%
Outras receitas (despesas) operacionais*	(9,7)	(37,6)	-74,2%	(25,2)	(59,0)	-57,3%
Imposto de renda e contribuição social	72,3	59,9	20,7%	189,5	128,4	47,6%
Resultado Líquido	(144,9)	(124,6)	16,3%	(383,6)	(257,4)	49,0%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-7,0%	-6,0%	-1,0 p.p.	-6,9%	-4,2%	-2,7 p.p.
EBITDA Ajustado	141,0	125,4	12,4%	427,1	397,7	7,4%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	6,8%	6,0%	0,8 p.p.	7,7%	6,5%	1,2 p.p.

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

BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital Balço Patrimonial (em milhões de reais)	Consolidado	
	30/09/2016	30/06/2016
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e bancos	203,7	257,4
Títulos e valores imobiliários	1.269,1	1.596,1
Contas a receber de clientes	869,2	631,3
Estoques	1.605,7	1.435,0
Impostos a recuperar	288,8	223,4
Despesas antecipadas e outros	265,1	215,1
Total do Ativo Circulante	4.501,6	4.358,3
NÃO CIRCULANTE		
Títulos e valores mobiliários	-	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	673,8	595,0
Impostos a recuperar	1.083,6	1.063,1
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	91,5	93,8
Investimentos	-	-
Imobilizado	544,8	553,9
Intangível	2.822,8	2.784,4
Total do Ativo Não Circulante	5.216,5	5.090,2
TOTAL DO ATIVO	9.718,1	9.448,5
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	1.638,8	1.540,2
Empréstimos e financiamentos	532,2	445,8
Debêntures	224,2	215,8
Salários, provisões e contribuições sociais	79,5	66,4
Tributos a recolher	44,9	35,9
Imposto de renda e contribuição social	7,4	2,9
Outras obrigações	261,8	279,3
Total do Passivo Circulante	2.788,8	2.586,3
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	3.465,3	3.534,2
Partes relacionadas	14,3	30,2
Provisões para contingências e outras obrigações	278,2	274,6
Total do Passivo Não Circulante	3.757,8	3.839,0
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	4.477,4	4.186,8
Reservas de capital	35,7	33,1
Ajuste de avaliação patrimonial	(0,8)	(0,9)
Lucros (prejuízos) acumulados	(1.340,9)	(1.195,9)
Participação de não controladores	0,1	0,1
Total do Patrimônio Líquido	3.171,5	3.023,2
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	9.718,1	9.448,5

FLUXO DE CAIXA

B2W - Companhia Digital			
Demonstrativo de Fluxo de Caixa			
(em milhões de reais)	Consolidado		
Atividades Operacionais	30/09/2016	30/09/2015	Varição
Resultado Líquido do Período	(383,6)	(257,3)	126,3
Ajustes ao Resultado Líquido:			
Depreciações e amortizações	217,9	176,1	(41,8)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(198,0)	(145,6)	52,4
Juros, variações monetárias e cambiais	416,9	223,4	(193,5)
Outros	25,4	(18,1)	(43,5)
Resultado Líquido Ajustado	78,6	(21,5)	(100,1)
Variações de Capital de Giro:			
Contas a receber	179,9	205,6	25,7
Estoques	(185,5)	22,1	207,6
Fornecedores	(757,8)	(773,6)	(15,8)
Variações em Capital de Giro:	(763,4)	(545,9)	217,5
Variações em Ativos:			
Despesas antecipadas	(3,0)	3,7	6,7
Depósitos judiciais	1,3	9,9	8,6
Impostos a recuperar	(296,2)	(250,5)	45,7
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	(96,0)	(25,0)	71,0
Variações em Ativos:	(393,9)	(261,9)	132,0
Variações em Passivos:			
Salários e encargos sociais	9,5	17,1	7,6
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	(5,8)	27,5	33,3
Outras obrigações (circulante e não circulante)	(317,7)	(17,2)	300,5
Variações em Passivos:	(314,0)	27,4	341,4
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(2,1)	(2,5)	(0,4)
Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais	(1.394,8)	(804,4)	590,4
Atividades de Investimento			
Títulos e valores mobiliários	969,8	231,2	(738,6)
Imobilizado	(26,9)	(98,8)	(71,9)
Intangível	(303,6)	(364,8)	(61,2)
Valor pago pelas aquisições de controladas	(56,1)	(170,5)	(114,4)
Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento	583,2	(402,9)	(986,1)
Atividades de Financiamento			
Captações	111,6	1.518,9	1.407,3
Pagamentos	(267,1)	(389,7)	(122,6)
Reservas de capital	-	4,1	4,1
Aumento de capital em dinheiro	841,4	26,8	(814,6)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento	685,9	1.160,1	474,2
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	(125,7)	(47,2)	78,5
Caixa e Bancos no início do período	329,4	195,3	(134,1)
Caixa e Bancos no final do período	203,7	148,1	(55,6)

ANEXO IV: NOTA SOBRE O DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

Efeitos na consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital

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

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

EBITDA Ajustado

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

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

No 3T16, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 141,0 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 131,3 milhões no 3T16, representando 6,4% da RL.

ANEXO V: ENDIVIDAMENTO

	Incluindo a Consolidação do FIDC		Excluindo a Consolidação do FIDC	
	30/09/2016	30/06/2016	30/09/2016	30/06/2016
Endividamento Consolidado - R\$ MM				
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	532,2	445,8	532,2	445,8
Debêntures de Curto Prazo	224,2	215,8	224,2	215,8
Endividamento de Curto Prazo	756,4	661,6	756,4	661,6
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	3.465,3	3.534,2	2.780,1	2.875,6
Endividamento de Longo Prazo	3.465,3	3.534,2	2.780,1	2.875,6
Endividamento Bruto (1)	4.221,7	4.195,8	3.536,5	3.537,2
Disponibilidades	1.472,8	1.853,5	1.428,5	1.669,3
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	689,4	497,4	48,5	23,0
Disponibilidades Totais (2)	2.162,2	2.350,9	1.477,0	1.692,3
Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)	2.059,5	1.844,9	2.059,5	1.844,9
Dívida (Caixa) Líquida / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)	3,2	3,0	3,2	3,0
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	753	839	778	863

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

	Incluindo a Consolidação do FIDC		Excluindo a Consolidação do FIDC	
	30/09/2016	30/06/2016	30/09/2016	30/06/2016
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM				
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	2.302,5	1.953,3	2.302,5	1.953,3
Desconto de Recebíveis	(1.613,1)	(1.455,9)	(2.254,0)	(1.930,3)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	689,4	497,4	48,5	23,0
Ajuste a Valor Presente	(2,3)	(2,5)	(2,3)	(2,5)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(15,2)	(7,8)	(15,2)	(7,8)
Outras Contas a Receber	197,4	144,2	197,4	144,2
Contas a Receber Líquido Consolidado	869,3	631,3	228,4	156,9

ANEXO VI: DEFINIÇÕES

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

INFORMAÇÕES SOBRE WEBCAST E CONFERENCE CALL

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

**B2W**
DIGITAL**Eventos 3T16****Divulgação de Resultados**

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

Teleconferência com Webcast

(em português - tradução simultânea para inglês)

11 de novembro de 2016 (sexta-feira)

13:00h (Hora de Brasília)

Acesso: +55 (11) 3193-1001

ou +55 (11) 2820-4001

Código: B2W

Link para Webcast:

[www.b2wdigital.com/
webcast3T16](http://www.b2wdigital.com/webcast3T16)

Replay: Até 17 de novembro de 2016

Acesso: +55 (11) 3193-1012

ou +55 (11) 2820-4012

Código: 3225651#

Palestrante:

Fábio Abrate - CFO e DRI

Equipe de Relações

com Investidores

ri@b2wdigital.com

+55 (21) 2206-6000

3Q16 Events**Earnings Release**

November 10th, 2016 (Thursday)
after Bovespa's trading hours

Conference Call and Webcast

(in Portuguese - simultaneous translation into English)

November 11th, 2016 (Friday)

10:00 a.m. (Eastern Time)

Connection: +1 (786) 924-6977

Code: B2W

Link to Webcast:

[www.b2wdigital.com/
webcast3Q16](http://www.b2wdigital.com/webcast3Q16)

Replay: Until November 17th, 2016

Access: +55 (11) 3193-1012

or +55 (11) 2820-4012

Code: 2302635#

Speaker:

Fábio Abrate - CFO and IRO

Investor Relations Team

ri@b2wdigital.com

+55 (21) 2206-6000

BM&FBOVESPA
A Nova Bolsa

CVM

**BTOW3
NOVO
MERCADO**
BM&FBOVESPA

**Índice de
Ações com Tag Along
Diferenciado** **ITAG**

**Índice de
Ações com Governança
Corporativa Diferenciada** **IGC**

**Índice de
Consumo** **ICON**

**Índice de
Sustentabilidade
Empresarial** **ISE**
2015