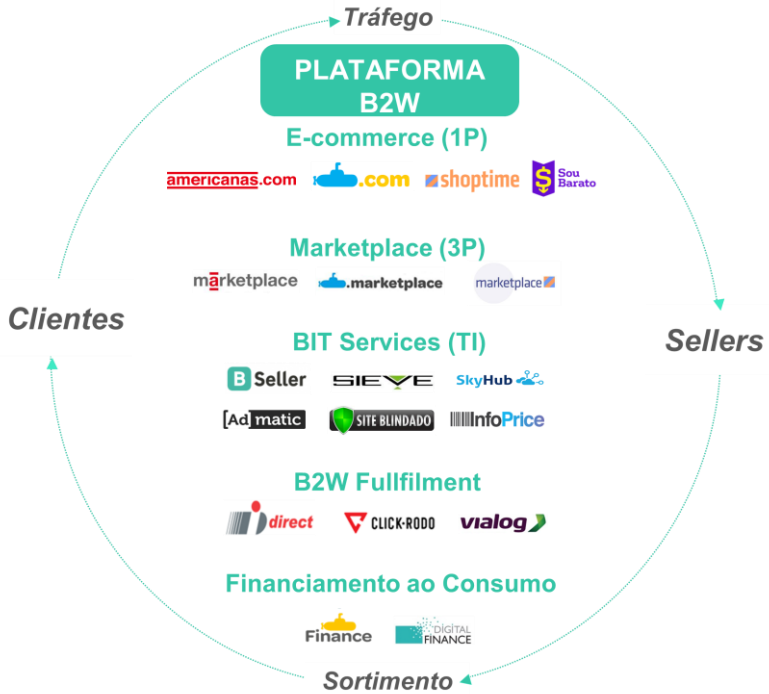
RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2017

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 2017.

1. PERFIL ORGANIZACIONAL

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

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



A Lojas Americanas é a acionista controladora da B2W DIGITAL, com participação de 61,99%. A Companhia está sediada no Rio de Janeiro e suas ações são negociadas por meio do código BTOW3 na BM&FBOVESPA, no segmento Novo Mercado, que possui o mais alto índice de Governança Corporativa do Brasil.

VISÃO

Estar mais próximo dos nossos clientes, nos tornando a maior e mais querida Companhia digital da América Latina.

VALORES

- Ter as **melhores pessoas**
- Ser um bom "**Dono do Negócio**"
- Buscar a **excelência na operação**
- Ter **foco no cliente**
- Delta – Fazer **mais e melhor** a cada dia
- Ser obcecado por **resultados**
- **Respirar inovação** o tempo todo

1.1. AS MAIORES E MAIS QUERIDAS MARCAS DA INTERNET

A B2W Digital possui o mais completo portfólio de marcas do e-commerce, que apresentam baixa sobreposição de clientes. Americanas.com, Submarino, Shoptime e Sou Barato possuem perfis diferentes de consumidores, que representam a quase totalidade da população brasileira.



Americanas.com
A maior loja. Os menores preços.

A Americanas.com é a maior loja online brasileira, com mais de 4 milhões de itens disponíveis em diversas categorias. Eleita pelos clientes como a número um em atendimento e a loja mais querida da internet, a Americanas.com oferece os melhores preços e grandes promoções o ano inteiro. A marca é democrática, inclusiva e presente no dia a dia dos brasileiros. Além do site, os clientes podem comprar pelos *apps* e quiosques instalados nas Lojas Americanas em todo o país.

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

O Submarino é uma marca da geração Y/Z, 100% digital (*pure player*), referência em tecnologia, entretenimento, cultura e inovação. O papel da marca é levar aos clientes as últimas tendências, explorando novidades e conteúdos por meio da curadoria de produtos feitas por influenciadores dos mais diversos assuntos. Essa postura se traduz em uma navegação ágil e personalizada que potencializa a experiência de descoberta e escolha dentro do site.

Shoptime
Produtos exclusivos e demonstração ao vivo.

O Shoptime é o maior canal de *home shopping* da América Latina. Especializado na demonstração de produtos ao vivo, está no ar 24 horas todos os dias, levando aos clientes conteúdo e entretenimento. O Shoptime oferece itens exclusivos e soluções práticas para o dia a dia com suas marcas próprias Casa & Conforto (cama, mesa e banho), Fun Kitchen (eletroportáteis), La Cuisine (utilidades domésticas) e Life Zone (esporte e lazer).

Sou Barato
O outlet da Americanas.com

O Sou Barato oferece produtos reembalados em perfeitas condições e usados com certificação de garantia, além de descontos de até 70%, em diversas categorias. Todos os produtos reembalados e usados passam por rigorosa triagem de assistências técnicas especializadas e são vendidos com garantia.

1.2. MARKETPLACE (3P)

O B2W Marketplace oferece a melhor proposta de valor para os sellers, que podem acessar as marcas com a melhor reputação da internet e um tráfego altamente qualificado para alavancar suas vendas. Para entregar a melhor experiência de compra ao cliente, os sellers contam também com o suporte de um time comercial extremamente experiente e qualificado, além de plataforma de serviços de tecnologia, logística, distribuição e atendimento ao cliente da B2W Digital.

O feedback dos sellers tem sido que eles vendem mais no B2W Marketplace quando comparado às outras plataformas disponíveis no mercado.

Com apenas três anos, o Marketplace já atingiu R$ 4,5 bilhões de GMV em 2017, um crescimento de 108%, representando 35,3% do GMV total. Ao longo do último ano, foram conectados 5.000 novos sellers, mais do que dobrando a base para 9.700 sellers.

Como consequência, o número de itens oferecido aos clientes registrou crescimento de 71%, se comparado a 2016, atingindo mais de 4,6 milhões de produtos.

Parte relevante da estratégia da Companhia, o Marketplace contribuirá fortemente para o seu crescimento e rentabilidade.

1.3. BIT SERVICES: PLATAFORMA DE TECNOLOGIA E SERVIÇOS

A BIT Services, resultado da aquisição de dez empresas de tecnologia “best in class”, oferece soluções completas em diferentes verticais de tecnologia para suportar as operações de e-commerce da B2W (1P) e dos sellers do Marketplace (3P).

Verticais de Tecnologia:

- **[B] Seller:** Webstore e Serviços de ERP
- **Sieve:** Inteligência de Preços Online
- **Skyhub:** Integração do Marketplace
- **Admatic:** Marketing Digital
- **Site Blindado:** Segurança Digital
- **Infoprice:** Integração de Preços Offline

1.4. DIGITAL LAB: B2W INOVAÇÃO E TECNOLOGIA (BIT)

O Digital Lab da B2W se tornou referência em iniciativas disruptivas, desenvolvendo projetos inovadores com as Universidades de Harvard, MIT e Stanford, que resultaram em artigos publicados junto à comunidade científica. As frentes desenvolvidas foram: **Otimização de Marketing** (em parceria com o Laboratório de Inteligência Artificial da Universidade de Stanford, do professor Andrew Ng, fundador do Google Brains e co-fundador do Coursera), **Precificação Dinâmica** (com o professor David Simchi-Levi do MIT), **Last Mile** (com o professor Matthias Winkenbach, diretor do MIT Megacity Logistics Lab) e **Inteligência Artificial** (criação do Marvin, plataforma open source de inteligência artificial e machine learning).

1.5. B2W FULFILLMENT: LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO

Em 2013 e 2014, a B2W Digital adquiriu as duas principais transportadoras especializadas em e-commerce do Brasil (Click-Rodo e Direct). Em 2016, estabeleceu acordo operacional com a Vialog, transportadora líder em entregas do comércio eletrônico na região Sul do país.

A plataforma de logística e distribuição da B2W utiliza tecnologia inovadora (sistema proprietário de roteirização e controle de entrega) e malha completa (11 CDs e 200 Hubs) para fornecer serviços logísticos em todo o país, incluindo armazenagem, transporte, entrega de última milha, tecnologia, atendimento ao cliente e apoio de back-end.

Como resultado desses movimentos, criamos o B2W Fulfillment (armazenagem, distribuição e atendimento ao cliente). Atualmente, a plataforma é responsável por entregar 98% dos pedidos do 1P e atender os clientes dos sites da B2W Digital.

Para suportar o crescimento dos sellers do Marketplace, em mar/17 lançamos o B2W Entrega, plataforma que opera e controla as entregas do 3P. Os sellers conectados à plataforma têm acesso a entregas mais baratas e rápidas, além de um melhor nível de serviço, o que permite que eles alavanquem suas vendas.

O B2W Entrega atingiu mais de 4.900 sellers ao final do 4T17, representado 50,5% da base total de sellers.

1.6. PROGRAMA DE FIDELIDADE PRIME

Os clientes das marcas Americanas.com, Submarino e Shoptime têm a disposição o programa de fidelidade Prime, por meio do qual recebem frete grátis com diferencial de serviço (tem entrega rápida quantas vezes quiser, ofertas exclusivas e atendimento dedicado). Atualmente o programa está disponível em todas as 2.479 cidades das regiões Sul e Sudeste do Brasil e os sellers do

Marketplace conectados ao B2W Entrega têm seus produtos elegíveis ao Prime. Os clientes Prime dobram a frequência de compras e gastam três vezes mais.

No Shoptime, os membros do programa, também podem desenvolver e comprar produtos exclusivos e personalizados.

1.7. FINANCIAMENTO AO CONSUMO

Com o objetivo de se tornar o melhor meio de pagamento do Submarino, evoluir a experiência de compra dos clientes e fomentar o crescimento de vendas, o Submarino Finance foi criado em 2006 por meio de uma joint venture com o Banco Cetelem.

Pioneiro na concessão e aprovação de crédito online, em poucos anos o cartão Submarino atingiu significativa participação nas vendas do site, altos índices de ativação da base de clientes e elevada rentabilidade da sua carteira de recebíveis. Em 2014 a B2W Digital expandiu a operação, criando também a Digital Finance, e passou a oferecer cartões e produtos financeiros aos clientes Americanas.com, Shoptime e Sou Barato.

Com contratação 100% digital, os cartões da B2W Digital oferecem aos clientes descontos exclusivos, melhores opções de parcelamento, programas de fidelidade, limite de crédito extra para compras nos sites e empréstimos pessoais. Dentre as vantagens para a B2W Digital destacam-se: menor custo de comissão (MDR), maior fidelização dos clientes.

O volume de transações aprovadas pelas operações de cartões de crédito Submarino Finance (cartão Submarino) e Digital Finance (cartões Americanas.com, Shoptime e Sou Barato) atingiu R$ 3,3 bilhões em 2017. Ao final de 2017, as operações totalizavam uma base de 2,6 milhões de cartões emitidos, sendo 1,7 milhão na Submarino Finance e 949 mil na Digital Finance.

A operação da Promotora de Crédito é rentável para a B2W. O lucro líquido do 4T17 foi 3,5 vezes maior que o do 4T16, dobrando de tamanho em 2017 (vs 2016).



2. MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Ao longo dos últimos 5 anos, a B2W investiu fortemente na sua Plataforma Digital, com o propósito maior de conectar pessoas, negócios, produtos e serviços. Este importante ciclo de investimentos fez parte do Plano Estratégico da Companhia para enfrentar os desafios estruturais e logísticos do país, criando a melhor experiência para o cliente.

A plataforma construída permitiu que a Companhia consolidasse a posição de liderança no e-commerce no Brasil (1P) e desenvolvesse uma operação de Marketplace (3P) de rápido crescimento. Da mesma forma que a nossa Plataforma Digital é atrativa para o Cliente, peça central da estratégia da Companhia, se torna também atrativa para parceiros estratégicos como fornecedores e sellers do Marketplace.

Em menos de 4 anos de operação, o Marketplace atingiu R$ 4,5 bilhões em volume transacionado (2017) e continua crescendo de forma acelerada (+108,4% no 4T17 vs. 4T16). Este resultado reflete a proposta de valor que a B2W oferece aos seus sellers: tráfego qualificado, acesso às marcas mais queridas da internet no Brasil, serviço de atendimento ao cliente, diferentes tipos de soluções digitais, time comercial extremamente experiente e qualificado e, sobretudo, suporte em logística e distribuição. B2W investiu na construção de uma plataforma proprietária de logística e distribuição que permite aos Sellers terem o mesmo nível de serviço ao cliente oferecido pela Companhia no 1P.

O crescimento do 3P permitiu à B2W Digital acelerar a mudança do seu modelo de negócios, de e-commerce (Vendas Diretas/1P) para modelo híbrido de plataforma digital (combinação de Vendas Diretas/1P, Marketplace/3P e Serviços). O ano de 2017 marcou a migração acelerada de itens/linhas de produtos do 1P para o 3P (o Marketplace encerrou o ano com participação de mais de 35% do GMV Total).

Como resultado desse processo, a Companhia apresentou um avanço significativo na trajetória de geração de caixa, gerando R$ 509 milhões no 4T17. No ano completo de 2017, o consumo de caixa reduziu significativamente (~R$ 700 MM melhor vs 2016).

Concluído o ano de transição (2017), as iniciativas na Companhia para 2018 terão como foco acelerar o GMV Total, por meio do crescimento exponencial do Marketplace (deve representar mais de 50% do GMV Total no ano), seguir atraindo e desenvolvendo os melhores talentos, desenvolver novas frentes de negócios e continuar na trajetória da geração de caixa livre no curto prazo, importante movimento para tornar a B2W autossustentável.

A ADMINISTRAÇÃO



3. ESTRATÉGIA E INVESTIMENTO

3.1 CENÁRIO ECONÔMICO

Em 2017, mesmo diante de um cenário macroeconômico ainda desafiador que limitou o crescimento da economia - crescimento do PIB de 1,0% - o comércio eletrônico, segundo dados do e-Bit, apresentou um faturamento de R$ 47,7 bilhões, crescimento de 7,5% em relação a 2016. O crescimento do mercado é impulsionado pela constante expansão da base de usuários de internet e pelo crescimento do número de e-consumidores.

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, aumentando a penetração do e-commerce sobre o varejo total e de outras oportunidades de negócios.

Fontes: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Banco Central do Brasil e eBit.

3.2 ESTRATÉGIA

A peça central da estratégia da Companhia é o cliente, e garantir uma experiência de compra online de excelência é o foco dos nossos esforços.

Para garantirmos uma experiência superior, em meio a um ambiente com desafios estruturais e logísticos, foi necessário investir fortemente na criação de uma plataforma única, que permite atender e superar as expectativas dos nossos clientes.

Ao longo dos últimos anos, a Companhia investiu em tecnologia, logística, distribuição e atendimento, criando a melhor experiência de compra. Com os principais investimentos estruturais realizados, a B2W segue investindo em sua Plataforma Digital, com o propósito maior de conectar pessoas, negócios, produtos e serviços.

Após consolidar a posição de liderança no e-commerce no Brasil (1P) e desenvolver uma operação de Marketplace (3P) de rápido crescimento, a Companhia segue em transição acelerada de e-commerce para plataforma digital.

Para garantir o sucesso na execução dessa estratégia, a Companhia conta com sua cultura inovadora e o melhor time digital da América Latina, incluindo mais de mil engenheiros de internet/tecnologia.

Iniciativas estratégicas para alavancar a plataforma digital

- **Comercial e Marketing**

  - **Market Share:** Desde o início do plano de investimento, o market share da B2W expandiu em 7,8 p.p., passando de 19,9% no 1S12 para 27,7% no 4T17.

  - **Sortimento:** O número de itens (SKUs) ofertados nos sites totalizou 4,6 milhões ao final do 4T17, crescimento de 71% vs o 4T16, impulsionado pelo Marketplace.

  - **Prime:** No programa de fidelidade Prime, o cliente tem frete grátis com diferencial de serviço (tem entrega rápida quantas vezes quiser, recebe ofertas exclusivas e conta com atendimento dedicado).
    - A companhia expandiu a oferta do programa para todas as 2.479 cidades das regiões Sul e Sudeste do Brasil, anteriormente restrito às capitais Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte. Em nov/17, a companhia lançou o Americanas Prime, programa de fidelidade da Americanas.com, permitindo que os clientes da marca já utilizassem o serviço durante a Black Friday. Ao longo do 4T17, a B2W Digital incluiu mais de mil sellers do Marketplace nos programas Submarino Prime e Americanas Prime, ampliando o sortimento anterior de 160 mil para mais 1 milhão de ofertas disponíveis aos assinantes. Para participar do Prime, os sellers devem estar integrados ao B2W Entrega, serviço de logística e distribuição da B2W, e possuir alto nível de serviço e avaliação pelos clientes. Em fev/18, o programa foi lançado também na marca Shoptime.
    - Os clientes Prime dobram a frequência de compras e gastam três vezes mais.

- **Evolução do Marketplace**

  - **GMV Marketplace:** No 4T17, o Marketplace registrou crescimento de 108,4%, atingindo GMV de R$ 1.796,5 milhões e com participação de 42,8% do GMV total.

  - **Sellers:** No 4T17, o B2W Marketplace conectou mais de 1.900 novos sellers. Ao longo do ano, foram conectados mais de 5.000 novos sellers. O feedback dos sellers tem sido que eles vendem mais no B2W Marketplace quando comparado às outras plataformas disponíveis no mercado.

  - **Sortimento:** B2W Marketplace atingiu 4,2 milhões de itens ao final do 4T17, crescimento de 92% em comparação ao mesmo período do ano anterior.

  - **C2C:** Em dez/17, a Companhia lançou a venda de produtos usados entre pessoas físicas (C2C) na Americanas.com, ampliando o sortimento dos sites de forma ilimitada e contribuindo significativamente para o aumento do tráfego recorrente dos sites e da base de clientes da B2W.

- **Logística e Operações**

  - **Unidade de Distribuição B2W (UND):** No 4T17, a participação da UND atingiu 97% do total de entregas realizadas pela Companhia nas vendas diretas/1P. Ao longo do trimestre, a Unidade de Distribuição passou a realizar as entregas de 14

novos clientes. A receita com clientes externos representou 45% do faturamento total no trimestre.

- **Menu de Frete:** A verticalização da logística e da distribuição permitiu a criação do Menu de Frete com 6 opções de entrega para todo o país: Same Day, Next Day, Rápida, Econômica, Agendada e Entrega em Loja. No 4T17, o número de entregas diárias da opção "Next Day" do Menu de Frete aumentou em 120% em relação ao 4T16.

- **B2W Entrega:** A plataforma que opera e controla as entregas do Marketplace, atingiu mais de 4.900 sellers ao final do 4T17, representado 50,5% da base total de sellers. No final do ano, a plataforma foi integrada ao programa de fidelidade Prime, permitindo que os sellers disponibilizem seus itens para os clientes membros do programa.

- **Last Mile:** Em out/17 foi realizada a apresentação de conclusão do projeto de "Last Mile" em parceria com o MIT para desenvolver malhas logísticas eficientes de entrega na última milha. A apresentação foi realizada no nosso *digital lab* de São Paulo (BIT-SP) e contou com a palestra sobre Desafios Logísticos Urbanos e as novas tendências mundiais de Supply Chain, do professor Matthias Winkenbach (diretor do MIT).

- **Mobile e Tecnologia**

  - **Tráfego:** Ao longo do 4T17, o tráfego por dispositivos móveis representou mais da metade do total de visitas, atingindo 62,7%, um crescimento de 11,4 p.p. comparado com o 4T16.

  - **Apps:** 3,8 milhões de downloads ao longo do 4T17, crescimento de 85% em comparação ao 4T16 e totalizando aproximadamente 18,2 milhões de downloads desde os seus lançamentos.

  - **Inteligência Artificial:** Como resultado de 2 anos de pesquisa e desenvolvimento, a B2W criou o Marvin, um sistema de inteligência artificial (AI). No final de 2017, foi tomada a decisão de torna-lo um sistema de AI de código aberto para a comunidade global de desenvolvedores, permitindo que eles tenham uma plataforma robusta e inovadora para usar essa tecnologia e, por sua vez, acelerar o processo de conhecimento do Marvin. O Marvin é fundamental para aprimorar os sistemas da B2W de Last Mile, Buy Box, Pricing, Busca de Produtos (SEO), entre outros.

- **Serviços Digitais**

  - **B2WAds:** A plataforma de anúncios nativos do B2W Marketplace conectou 375 novos sellers ao longo do 4T17, totalizando uma base de mais de 1.300 anunciantes. O B2WAds permite que os Sellers tenham maior visibilidade de seus produtos dentro dos sites da B2W e vendam mais.

- **BIT Services:** Oferece soluções completas de tecnologia para suportar as operações e o crescimento sustentável dos sellers do Marketplace e operações online de grandes marcas. No 4T17, as receitas de serviços referentes às soluções oferecidas pelas empresas de tecnologia da B2W cresceram 32%.

- **Serviços Financeiros**

  - **Promotora de Crédito:** Ao longo de 4T17, a joint-venture de cartões de crédito da B2W e Cetelem (Submarino Finance e Digital Finance) registrou um volume de R$ 951,5 milhões em transações aprovadas. Ao longo de 2017, foram registrados um volume de R$ 3,3 bilhões em transações aprovadas, representando um crescimento de 17% em comparação com 2016. No mesmo período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R$ 1,25 bilhão, crescimento de 12% em comparação com 2016.
    - Em 31 de dezembro de 2017, essas operações registravam 2,6 milhões de cartões emitidos (1.685 mil no Submarino Finance e 949 mil na Digital Finance, que inclui as marcas Americanas.com, Shoptime e Sou Barato).
    - A operação da Promotora de Crédito é rentável para a B2W. O lucro líquido do 4T17 foi 3,5 vezes maior que o do 4T16, dobrando de tamanho em 2017 (vs 2016).

  - **Cartão BNDES:** Disponível como meio de pagamento no site B2W Empresas (vendas corporativas), que passa a ser o primeiro site de comércio eletrônico a aceitar o Cartão. O cartão BNDES possui R$ 55,6 bilhões em crédito pré-aprovado e transacionou R$ 2,9 bilhões em 2017. Em fev/18, o sortimento disponível para compras com o cartão foi ampliado para aproximadamente 20.000 itens.

- **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 5,3.
    - 72% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 53% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
    - O índice médio de solução das marcas da B2W é de 87% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 77%.
    - Essas conquistas são resultado do compromisso da Companhia em otimizar a qualidade de serviço e atendimento oferecido aos seus clientes.

- **Talentos Digitais**

  - **Hackathon:** Como estímulo ao desenvolvimento de projetos tecnológicos empreendedores com potencial de criação de novos negócios, promovemos 3 edições do evento IronBIT, onde foram desenvolvidas importantes iniciativas através da prática do hackathon (maratona de programação). Ao todo foram mais de 200 inscritos, 40 projetos inovadores desenvolvidos.

  - **Meios de Pagamentos**: Em out/17 promovemos o Programa de Imersão da FGV-SP, onde 20 alunos de graduação de Administração passaram uma semana alocados no BIT SP junto com o Professor Adrian Cernev para desenvolver um

projeto sobre quais produtos/serviços de meios de pagamento a B2W pode oferecer para os consumidores não bancarizados.

- **Big Data & Applied Retail Analytics:** A B2W participou do Congresso Latino-Americano de Varejo (CLAV) que teve como objetivo promover a geração, o compartilhamento e a divulgação de conhecimento no Varejo. Durante o evento, que tinha como objetivo, integrar a abordagem acadêmica à relevância profissional e teve como tema "Big Data & Applied Retail Analytics, apresentamos nossas iniciativas e o Marvin, nossa plataforma Open Source de inteligência artificial.

- **Governança e Sustentabilidade Empresarial**

  - **ISE:** Pelo quarto ano consecutivo, conquistamos a carteira de empresas do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) 2018 da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão

  - **BVSA:** A B2W manteve a parceria com a Bolsa de Valores Socioambiental da B3 (BVSA), apoiando mais um projeto em abril de 2017. Entre 2015 e 2017, a Companhia apoiou 11 projetos com base nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

  - **Transparência:** A B2W está entre as empresas mais transparentes do Brasil pela qualidade das demonstrações financeiras, sendo uma das vencedoras do “Troféu Transparência” no 21º Prêmio ANEFAC (Associação Nacional dos Executivos de Finanças).

  - **Comunicação com o Mercado:** Refletindo a busca pela eficiência na comunicação com o mercado e nas boas práticas de Relacionamento com os Investidores, a B2W foi selecionada em duas categorias do ranking Latin America Executive Team 2017, promovido pela Revista Institutional Investor. A Companhia ficou entre as 3 melhores empresas nas categorias “Best IR By Team Small Cap” (Consumer/Retailing) e “Best IR Professionals Small Cap” (Consumer/Retailing).

  - **Instituto Ethos:** A B2W aderiu em 2017 ao Instituto Ethos, organização da sociedade civil dedicada a mobilizar, sensibilizar e auxiliar empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

3.3 INVESTIMENTO

Como parte de sua estratégia, a Companhia B2W segue investindo na plataforma digital construída, com o objetivo de viabilizar o crescimento e a melhoria de suas operações. Em 2017, foram investidos R$ 379,9 milhões, principalmente em tecnologia e inovação, com foco no desenvolvimento do Marketplace e das plataformas de venda por dispositivos móveis.

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 4° trimestre de 2017 (4T17) e ao ano de 2017, exceto onde indicado o contrário.

4.2 RESULTADOS

PRINCIPAIS INDICADORES	4T17	4T16	Delta	2017	2016	Delta
GMV Total (R$ MM)	4.201	4.436	-5,3%	12.838	12.458	3,1%
Marketplace (R$ MM)	1.796	862	108,4%	4.533	2.179	108,0%
Marketplace (% do GMV Total)	42,8%	19,4%	+23,4 p.p.	35,3%	17,5%	+17,8 p.p.
# Sellers (Novos)	1.900	300	1.600	5.000	2.200	2.800
# Sellers (Base)	9.700	4.700	5.000	9.700	4.700	5.000
B2W Entrega (# Sellers)	4.900	-	N.A	4.900	-	N.A
B2W Entrega (% base de Sellers)	50,5%	-	N.A	50,5%	-	N.A
Mobile (% do Tráfego)	62,7%	51,3%	+11,4 p.p.	57,4%	49,4%	+8,0 p.p.

B2W Marketplace registrou venda recorde na Black Friday. Os investimentos realizados na plataforma digital nos últimos anos refletiram, mais uma vez, na liderança de tráfego e de vendas durante o evento. Os Sellers puderam escalar seus negócios, vendendo em um único dia 20 vezes mais que um dia forte de venda. Na Black Friday, fomos a maior plataforma de Marketplace do Brasil e o 3P representou mais de 50% do GMV Total da B2W.

GMV Total: No 4T17, o GMV foi de R$ 4.200,9 milhões, comparado com os R$ 4.436,0 milhões registrados no 4T16. Em 2017, o GMV foi de R$ 12.838,5 milhões, comparado com os R$ 12.457,7 milhões registrados em 2016, representando um crescimento de 3,1%.

O Marketplace da B2W segue em rápido desenvolvimento e atingiu R$ 1.796 milhões de GMV no 4T17 (crescimento de 108,4%), com participação de 42,8% do GMV Total. Em 2017, o Marketplace atingiu R$ 4.533 de GMV (crescimento de 108,0%), representando 35,3% do GMV Total.

Receita Bruta: No 4T17, a receita bruta totalizou R$ 2.580,4 milhões, comparado com os R$ 3.666,3 milhões registrados no 4T16. Em 2017, a receita bruta totalizou R$ 8.763,6 milhões, comparado com os R$ 10.520,4 milhões registrados em 2016.

Receita Líquida: No 4T17, a receita líquida totalizou R$ 2.106,1 milhões, comparado com os R$ 3.024,7 milhões registrados no 4T16. Em 2017, a receita líquida totalizou R$ 7.120,8 milhões, comparado com os R$ 8.601,3 milhões registrados em 2016.

Lucro Bruto Ajustado: No 4T17, o lucro bruto ajustado totalizou R$ 582,8 milhões, comparado com os R$ 715,7 milhões registrados no 4T16. A margem bruta ajustada expandiu 4,0 p.p., passando de 23,7% no 4T16 para 27,7% no 4T17.

Em 2017, lucro bruto ajustado totalizou R$ 1.769,3 milhões, comparado com os R$ 2.077,2 milhões registrados em 2016.

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas: No 4T17, as despesas ajustadas totalizaram R$ 367,8 milhões, representando uma redução de R$ 86,8 milhões (-19,1%) vs os R$ 454,6 registrados no 4T16. No 4T17, as despesas SG&A representaram 8,8% do GMV Total, uma redução de 1,4 p.p. em comparação com o 4T16, quando as despesas representaram 10,2% do GMV Total.

Em 2017, as despesas ajustadas totalizaram R$ 1.149,2 milhões, representando uma redução de R$ 239,8 milhões (-17,3%) vs os R$ 1.389,0 registrados nem 2016. No ano de 2017, as despesas SG&A representaram 9,0% do GMV Total, uma redução de 2,0 p.p. em comparação com a 2016, quando as despesas representaram 11,2% do GMV Total.

EBITDA Ajustado: No 4T17, o EBITDA Ajustado atingiu R$ 214,9 milhões, comparado com os R$ 261,1 milhões registrados no 4T16. A margem EBITDA Ajustada saiu de 8,6% no 4T16 para 10,2% no 4T17, um aumento de 1,6 p.p.

Em 2017, o EBITDA Ajustado atingiu R$ 620,1 milhões, comparado com os R$ 688,2 milhões registrados em 2016. Nesse período, a margem EBITDA Ajustada aumentou em 0,7 p.p., saindo de 8,0% em 2016 para 8,7% em 2017.

Resultado Financeiro Líquido: No 4T17, o resultado financeiro líquido foi de R$ -173,6 milhões, representando uma redução de 46,4% em relação aos R$ -324,1 milhões registrados no 4T16.

Em 2017, o resultado financeiro líquido foi de R$ -868,5 milhões, representando uma variação de -19,9% em relação aos R$ -1.084,3 milhões registrados em 2016.

Resultado Líquido: No 4T17, o resultado líquido foi de R$ -34,9 milhões, representando uma redução de 65,9% em relação aos R$ -102,3 milhões registrados no 4T16.

Em 2017, o resultado líquido foi de R$ -411,4 milhões, comparado com os R$ -485,9 milhões obtidos em 2016.

Gestão de Caixa:

Geração de Caixa: No 4T17, a Companhia gerou R$ 509 milhões de caixa. Como forma de capturar todos os efeitos, a geração/consumo de caixa é medida pela variação da dívida líquida em relação ao trimestre anterior, sempre desconsiderando eventuais recursos de operações de aumento de capital.

Dessa forma, em 31/12/2017, a Dívida Líquida da Companhia totalizou R$ 1.466,2 MM, uma redução de R$ 509,2 MM vs a dívida líquida de R$ 1.975,4 MM registrada em 30/09/2017. No ano completo, o consumo de caixa reduziu R$ 669,7 MM, saindo de R$ 1.625,1 MM em 2016 para R$ 955,4 MM em 2017 (Dívida Liquida saiu de R$ 1.720,8 MM em 2016 para R$ 1.466,2 MM em 2017 – desconsiderando o montante de R$ 1.210 MM do aumento de capital – a dívida líquida aumentou em R$ 955,4 MM).

Capital de Giro: Melhorou 4 dias (4T17 vs. 4T16), principalmente em função da forte aceleração do 3P (Marketplace).

Importante lembrar que o Marketplace (cujas transações em cartão de crédito são aprovadas na plataforma da B2W e compõem o saldo bruto de recebíveis) não demanda Capital de Giro (a B2W figura como intermediária e recebe uma comissão sobre as vendas realizadas).

CAPEX: A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, no ano de 2017, os investimentos consolidados no imobilizado e no intangível (desenvolvimento de websites e sistemas) totalizaram R$ 379,9 milhões (redução de 17,6% vs os R$ 459,9 milhões de 2016), representando 3,0% do GMV total (redução de 0,7 p.p. vs os 3,7% de 2016). Dessa forma, o EBITDA Ajustado de 2017 cobriu 163% do CAPEX do período, comparado com um índice de cobertura de 149% em 2016.

Endividamento: O caixa da B2W, excluindo os efeitos do FIDC, em 31/12/2017 totalizou R$ 4.559,6 milhões, cobrindo 3,4 vezes o endividamento de curto prazo da Companhia, que totalizou R$ 1.347,7 milhões. O nível de alavancagem (definido como Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM) foi de 2,4x em 31/12/2017 comparado com 3,0x em 30/09/2017.

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
Endividamento Consolidado - R$ MM	**31/12/2017**	**30/09/2017**	**31/12/2017**	**30/09/2017**
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	1.563,7	1.377,2	1.347,4	1.071,3
Debêntures de Curto Prazo	0,3	21,1	0,3	21,1
Endividamento de Curto Prazo	**1.564,0**	**1.398,3**	**1.347,7**	**1.092,4**
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	4.478,1	4.260,1	4.478,1	4.260,1
Debêntures de Longo Prazo	200,0	200,0	200,0	200,0
Endividamento de Longo Prazo	**4.678,1**	**4.460,1**	**4.678,1**	**4.460,1**
Endividamento Bruto (1)	**6.242,1**	**5.858,4**	**6.025,8**	**5.552,5**
Disponibilidades	4.456,8	3.516,2	4.456,8	3.516,2
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	319,1	366,8	102,8	60,8
Disponibilidades Totais (2)	**4.775,9**	**3.883,0**	**4.559,6**	**3.577,0**
Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)	**1.466,2**	**1.975,4**	**1.466,2**	**1.975,4**
Dívida (Caixa) Líquida / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)	**2,4**	**3,0**	**2,4**	**3,0**
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	**764**	**737**	**791**	**786**

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 Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R$ MM	**31/12/2017**	**30/09/2017**	**31/12/2017**	**30/09/2017**
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	3.169,7	2.495,7	3.169,7	2.495,7
Desconto de Recebíveis	(2.850,6)	(2.129,0)	(3.066,9)	(2.434,9)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	**319,1**	**366,8**	**102,8**	**60,8**
Ajuste a Valor Presente	(1,4)	(1,1)	(1,4)	(1,1)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(34,3)	(25,1)	(34,3)	(25,1)
Outras Contas a Receber	131,4	107,9	131,4	107,9
Contas a Receber Líquido Consolidado	**414,8**	**448,5**	**198,5**	**142,6**

4.3 Aumento de Capital

Em 9 de março de 2017, 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$ 1.210.000.000,00 (um bilhão, duzentos e dez milhões de reais), mediante a emissão privada de 110.000.000 novas ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, pelo preço de emissão de R$ 11,00 (onze reais) por ação.

O Aumento de Capital foi aprovado por maioria em Assembleia Geral Extraordinária realizada no dia 25 de março de 2017. Dessa forma, os acionistas tiveram do dia 27 de março de 2017 ao dia 25 de abril de 2017 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 24 de março de 2017.

O Aumento de Capital teve 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 e acelere o crescimento do Marketplace.

O Aumento de Capital contou com a adesão de praticamente 100% dos acionistas da Companhia. Lojas Americanas entrou com R$ 752 milhões no dia 27 de março de 2017 (equivalentes a sua participação de 62,16%) e os acionistas minoritários aderiram na sua totalidade com os demais R$ 458 milhões entre o final de abril e início de maio de 2017.



4.4 DEMONSTRATIVO DO RESULTADO

EXCLUINDO OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DAS TRANSPORTADORAS DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro			Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T17	4T16	Variação	2017	2016	Variação
Gross Merchandise Volume (GMV)	**4.200,9**	**4.436,0**	**-5,3%**	**12.838,5**	**12.457,7**	**3,1%**
Receita Bruta de Vendas e Serviços	**2.580,4**	**3.666,3**	**-29,6%**	**8.763,6**	**10.520,4**	**-16,7%**
Impostos sobre vendas e serviços	(474,3)	(641,6)	-26,1%	(1.642,8)	(1.919,1)	-14,4%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	**2.106,1**	**3.024,7**	**-30,4%**	**7.120,8**	**8.601,3**	**-17,2%**
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.523,3)	(2.309,0)	-34,0%	(5.351,5)	(6.524,1)	-18,0%
Lucro Bruto	**582,8**	**715,7**	**-18,6%**	**1.769,3**	**2.077,2**	**-14,8%**
Margem Bruta (% RL)	27,7%	23,7%	4,0 p.p.	24,8%	24,1%	0,7 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	**(443,0)**	**(531,6)**	**-16,7%**	**(1.481,7)**	**(1.680,8)**	**-11,8%**
Com vendas	(311,8)	(428,2)	-27,2%	(1.044,7)	(1.308,1)	-20,1%
Gerais e administrativas	(56,0)	(26,4)	112,1%	(104,5)	(80,9)	29,2%
Depreciação e amortização	(75,2)	(77,0)	-2,3%	(332,5)	(291,8)	13,9%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	**139,7**	**184,1**	**-24,1%**	**287,6**	**396,4**	**-27,4%**
Resultado Financeiro Líquido	**(173,6)**	**(324,1)**	**-46,4%**	**(868,5)**	**(1.084,3)**	**-19,9%**
Receitas financeiras	107,5	138,7	-22,5%	501,0	481,1	4,1%
Despesas financeiras	(281,1)	(462,8)	-39,3%	(1.369,5)	(1.565,4)	-12,5%
Participação de acionista não controlador	0,1	-	-	0,3	-	-
Outras receitas (despesas) operacionais*	(18,7)	(10,1)	85,1%	(39,7)	(35,3)	12,5%
Imposto de renda e contribuição social	17,7	47,8	-63,0%	208,9	237,3	-12,0%
Resultado Líquido	**(34,9)**	**(102,3)**	**-65,9%**	**(411,4)**	**(485,9)**	**-15,3%**
Margem Líquida (% RL)	-1,7%	-3,4%	1,7 p.p.	-5,8%	-5,6%	-0,2 p.p.
EBITDA Ajustado	**214,9**	**261,1**	**-17,7%**	**620,1**	**688,2**	**-9,9%**
Margem EBITDA Ajustada (% RL)	10,2%	8,6%	1,6 p.p.	8,7%	8,0%	0,7 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 DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro			Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T17	4T16	Variação	2017	2016	Variação
Gross Merchandise Volume (GMV)	**4.200,9**	**4.436,0**	**-5,3%**	**12.838,5**	**12.457,7**	**3,1%**
Receita Bruta de Vendas e Serviços	**2.580,4**	**3.666,3**	**-29,6%**	**8.763,6**	**10.520,4**	**-16,7%**
Impostos sobre vendas e serviços	(474,3)	(641,6)	-26,1%	(1.642,8)	(1.919,1)	-14,4%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	**2.106,1**	**3.024,7**	**-30,4%**	**7.120,8**	**8.601,3**	**-17,2%**
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.593,6)	(2.438,7)	-34,7%	(5.554,9)	(6.889,2)	-19,4%
Lucro Bruto	**512,6**	**586,0**	**-12,5%**	**1.565,9**	**1.712,1**	**-8,5%**
Margem Bruta (% RL)	24,3%	19,4%	4,9 p.p.	22,0%	19,9%	2,1 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	**(372,8)**	**(401,9)**	**-7,2%**	**(1.278,3)**	**(1.315,7)**	**-2,8%**
Com vendas	(241,6)	(298,5)	-19,1%	(841,3)	(943,0)	-10,8%
Gerais e administrativas	(56,0)	(26,4)	112,1%	(104,5)	(80,9)	29,2%
Depreciação e amortização	(75,2)	(77,0)	-2,3%	(332,5)	(291,8)	13,9%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	**139,7**	**184,1**	**-24,1%**	**287,6**	**396,4**	**-27,4%**
Resultado Financeiro Líquido	**(173,6)**	**(324,1)**	**-46,4%**	**(868,5)**	**(1.084,3)**	**-19,9%**
Receitas financeiras	107,5	138,7	-22,5%	501,0	481,1	4,1%
Despesas financeiras	(281,1)	(462,8)	-39,3%	(1.369,5)	(1.565,4)	-12,5%
Participação de acionista não controlador	*0,1*	-	-	*0,3*	-	-
Outras receitas (despesas) operacionais*	(18,7)	(10,1)	85,1%	(39,7)	(35,3)	12,5%
Imposto de renda e contribuição social	17,7	47,8	-63,0%	208,9	237,3	-12,0%
Resultado Líquido	**(34,9)**	**(102,3)**	**-65,9%**	**(411,4)**	**(485,9)**	**-15,3%**
Margem Líquida (% RL)	-1,7%	-3,4%	1,7 p.p.	-5,8%	-5,6%	-0,2 p.p.
EBITDA Ajustado	**214,9**	**261,1**	**-17,7%**	**620,1**	**688,2**	**-9,9%**
Margem EBITDA Ajustada (% RL)	10,2%	8,6%	1,6 p.p.	8,7%	8,0%	0,7 p.p.

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

4.5 NOTA SOBRE O DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

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 4T17, o EBITDA Ajustado foi de R$ 214,9 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R$ 196,2 milhões no 4T17, representando 9,3% da RL.

4.6 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.

5. GOVERNANÇA CORPORATIVA

5.1 TRANSPARÊNCIA E COMPROMISSO COM STAKEHOLDERS

A B2W Digital é a maior companhia de e-commerce da América Latina e foi constituída em 2006 sob as regras estabelecidas pela Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBOVESPA) e pelo Novo Mercado, o que inclui uma base acionária composta exclusivamente por ações ordinárias e a eleição de membros independentes para o Conselho de Administração.

Estrutura acionária

As ações da B2W estão listadas na BM&FBOVESPA e são negociadas sob o código BTOW3. Em 31 de dezembro de 2017, o bloco de controle de Lojas Americanas era composto por 61,99% das ações da Companhia.

Política de dividendos

O estatuto social da Companhia, em linha com os princípios da legislação vigente, fixa o valor mínimo para dividendos em 25% do lucro líquido do exercício, ajustado na forma da legislação em vigor. Em 2017, a B2W não distribuiu dividendos a seus acionistas.

Ações

As ações ordinárias da Companhia fazem parte do ITAG – Índice de Ações com Tag Along Diferenciado. Esse indicador é composto de ações de empresas que oferecem as mesmas condições aos acionistas minoritários, em caso de troca de controle. Também fazemos parte de outros importantes índices, como Icon, IGC, IVBX-2 e MSCI.

Aderência à câmara de arbitragem

A B2W elegeu a mediação como meio de resolver conflitos de interesses entre sócios e administradores e entre estes e a Companhia. Na falta de um acordo, a empresa, seus acionistas e os administradores ficam obrigados a buscar, por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre eles. Essas controvérsias ou disputas poderão estar relacionadas com ou oriundas, em especial, de aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos das disposições contidas no estatuto social, nas disposições da Lei nº 6.404/76, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil e pela Comissão de Valores Mobiliários e nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de valores mobiliários em geral, além daquelas constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado, do Contrato de Participação do Novo Mercado, do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do

Mercado e, especialmente, do Termo de Voto e Assunção de Obrigações (“Termo de Voto”) celebrado em 13 de dezembro de 2006 e arquivado na sede da Companhia.

Estamos vinculados, também, à Câmara de Arbitragem do Mercado. Qualquer demanda pode ser conduzida por essa entidade, instituída pela BM&FBOVESPA, de acordo com o regulamento da referida Câmara, podendo as partes, nos termos do capítulo 12 do mesmo regulamento, eleger, de comum acordo, outra câmara ou centro de arbitragem para resolver seus litígios.

Auditores Independentes

Em conformidade com a Instrução CVM nº 381, a Companhia informa que os seus auditores independentes não prestaram durante o exercício findo em 31 de Dezembro de 2017 outros serviços que não os relacionados com auditoria externa.

A política da Companhia na contratação de outros serviços, que não auditoria externa, de auditores independentes assegura que não haja conflito de interesses, perda de independência ou objetividade destes auditores independentes.

5.2 ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

Conselho de Administração e Diretoria

A B2W conta com um Conselho de Administração formado por sete membros e adota uma série de iniciativas que vão além do que o Novo Mercado exige, como a participação de conselheiros independentes na composição do Conselho de Administração em número maior do que o mínimo exigido.

A avaliação dos conselheiros é feita a partir das metas financeiras e operacionais estabelecidas no ano anterior. Todo ano, o Conselho se reúne trimestralmente ou sempre que necessário por convocação de seu Presidente.

À Diretoria, enquanto órgão colegiado exerce as atribuições que a lei, o Estatuto Social e o Conselho de Administração lhe conferirem para a prática dos atos necessários ao funcionamento regular da Companhia.

Membros independentes

Luiz Carlos Di Sessa Filippetti
Mauro Muratorio Not
Paulo Antunes Veras

Representantes da Controladora e membros do Conselho de Administração

Celso Alves Ferreira Louro

Jorge Felipe Lemann

Miguel Gomes Pereira Sarmiento Gutierrez

André Street de Aguiar

Diretoria da B2W Digital

Anna Christina Ramos Saicali – Presidente/CEO

Carlos Eduardo Rosalba Padilha – Diretor Operacional

Carlos Henrique de Lucca Fortes Gatto – Diretor Operacional

Flávio de Almeida Serapião – Diretor Operacional

Fábio da Silva Abrate – Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Jean Pierre Lessa e Santos Ferreira – Diretor Operacional

José Timotheo Barros – Diretor Operacional

Marcelo da Silva Nunes – Diretor Financeiro

Marcio Cruz Meirelles – Diretor Comercial

Thiago Mendes Barreira – Diretor Comercial

5.3 O PAPEL DOS COMITÊS

Comitê de Auditoria

Compete ao Comitê, entre outras funções, revisar os relatórios da administração e as demonstrações financeiras anuais e trimestrais da Companhia, reportando suas conclusões, a cada trimestre, ao Conselho de Administração.

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.

Comitê de Nomeação

O Comitê de Nomeação é responsável pela indicação dos candidatos ao Conselho de Administração, cujos nomes serão submetidos à Assembleia Geral da Companhia para a eleição dos membros de seu Conselho de Administração.

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 coincide com o prazo de mandato dos membros do Conselho de Administração, sendo permitida a reeleição.

Comitê de Sustentabilidade

Durante os últimos 9 anos, o Comitê de sustentabilidade, conhecido como Companhia Verde, tem disseminado uma cultura de sustentabilidade corporativa baseada nos pilares de crescimento econômico viável integrado à adoção de boas práticas socioambientais em toda a nossa cadeia de valor. Composto por membros da Diretoria e executivos de diferentes áreas, além de contar com a participação de um membro do Conselho de administração ao longo dos encontros, 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.

Pelo quarto ano consecutivo, companhia foi selecionada para fazer parte da carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBOVESPA, o que reflete mais uma vez o compromisso da organização em conciliar a performance dos resultados financeiros com o desenvolvimento sustentável. Recebemos ainda, pelo terceiro ano consecutivo, o "Selo Verde – Prêmio Chico Mendes" na categoria "Gestão Socioambiental Responsável.

5.4 POLÍTICAS E REGULAMENTOS

Ao longo de 2017, 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.

A B2W valoriza 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. Nossas políticas estabelecem normas rígidas e punições severas aos infratores e praticantes de atos fraudulentos.

Signatária do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) desde 2013, temos 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 impõem cláusulas específicas punitivas como previsão de multas e descredenciamento imediato, no caso de irregularidades. Apoiamos também 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. MELHOR E MAIOR TIME DIGITAL DA AMÉRICA LATINA

6.1 TALENTOS PREPARADOS PARA CRESCER

Para fazer frente ao crescimento acelerado do mercado digital na América Latina, a B2W Digital investe 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 2017, 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 Digital busca valorizar e capacitar sua equipe interna, para alavancar 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 onze centros de distribuição localizados nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Pernambuco.

6.2 PERFIL PROFISSIONAL

Nosso quadro profissional fechou o exercício com um total de 7.390 associados, dos quais 3.690 mulheres (49,9%) e 3.700 homens (50,1%). Para promover a igualdade entre homens e mulheres, eliminando qualquer possibilidade de discriminação, apostamos na meritocracia como a única base para o desenvolvimento de carreira. Todos os 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, os profissionais têm seus contratos prorrogados por tempo indeterminado. Permanecemos 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, orientações política, religiosa ou

sexual, circunstâncias inscritas no Código de Ética da Cia e praticada em todos os níveis hierárquicos.

6.3. ATRAÇÃO DE TALENTOS

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 alinhados aos valores e princípios da Companhia. Por meio das principais portas de entrada - Programas de Estágio, Trainee e Novos Talentos - recrutamos universitários e recém-formados que se identificam com o “Jeito de Ser B2W”. Já por meio do Programa MBA, recrutamos profissionais com excelência acadêmica nacional e internacional e experiência consolidada.

Programa MBA

Identificar e recrutar talentos das principais escolas de negócios do mundo é o objetivo do Programa MBA, iniciado em 2012, e que tem selecionado e formado lideranças da Companhia em poucos anos. Os profissionais iniciam na B2W Digital 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.

Programa Summer Job

A B2W Digital lançou em 2017 o seu programa de estágio de férias, recrutando alunos de universidades brasileiras de primeira linha para participarem de projetos inovadores juntamente com os associados da B2W.

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 aprendizado do trainee na Companhia, passando por diversas áreas a fim de conhecer processos, atividades e 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 oito trainees foram contratados em janeiro de 2017. Durante o processo, foram valorizadas características como iniciativa, capacidade de execução e análise, dinamismo, 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, de maneira acelerada, a Companhia possui o Programa Novos Talentos. Ao ingressarem na B2W Digital, os Novos Talentos são alocados diretamente em suas áreas de atuação para começarem a se desenvolver on the job. Eles também participam de palestras na "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.

Maratona de Programação

Como estímulo ao desenvolvimento de projetos tecnológicos empreendedores, patrocinamos a etapa final do evento XXII Final Brasileira da Maratona SBC (Sociedade Brasileira de Computação) de Programação, em Foz do Iguaçu, onde foram desenvolvidas importantes iniciativas por meio da prática do hackathon (maratona de programação). Este evento é uma das mais importantes competições científicas do país e a mais antiga, respeitada e conhecida competição científica na área de Tecnologia de Informação. Com foco em alunos do ensino superior, visa a formação de talentos na área. Os participantes são potenciais líderes e formadores de opinião no âmbito acadêmico e, posteriormente, no âmbito profissional. A Final Brasileira reuniu os melhores times do Brasil, escolhidos através de seletivas regionais no mês de set/17. Os vencedores da competição foram classificados para representar o Brasil no International Collegiate Programming Contest, a principal competição internacional da área.

Programa Começando Juntos – Menor Aprendiz

A B2W Digital possui o programa "Começando Juntos, de mãos dadas com o menor aprendiz" que oferece a primeira experiência no mercado de trabalho para Jovens Aprendizes desenvolverem suas competências. O programa engloba a qualificação profissional e interpessoal desses jovens, que tem se desenvolvido permanentemente por meio da inclusão de treinamentos presenciais, online (e-learning), além de outras ferramentas. Para a Companhia é um orgulho poder contribuir no processo de formação de cidadãos e não apenas das competências profissionais destes jovens. Em 2017, mantivemos os projetos job rotation e imersão nas áreas, que possibilitaram ao jovem aprendiz um conhecimento mais abrangente sobre os negócios da Companhia.

Programa SOMAR – Inclusão de Pessoas com Deficiência (PcD)

Ser uma Companhia cada vez mais inclusiva faz parte dos nossos valores. Com esse propósito, a B2W Digital ampliou a divulgação das vagas existentes nos canais institucionais e nas parcerias com secretarias municipais e consultorias especializadas para estas oportunidades.

Além disso, 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.

6.4. DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS

Alinhados aos princípios, políticas e valores da Companhia, nossos programas de desenvolvimento estão estruturados em três pilares: pessoas, 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 Digital. Prova disso é o número expressivo de horas de treinamentos em 2017: foram mais de 25 mil horas, entre ambientação, treinamentos técnicos e comportamentais. Os treinamentos são promovidos na Sede, nos dois centros de inovação e tecnologia (BITs: B2W Inovação e Tecnologia) e nos centros de distribuição, em 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

Dando continuidade às atividades de seus Digital LABs, ambientes colaborativos que contam com a parceria de duas renomadas instituições internacionais de ensino e pesquisa (MIT-Massachusetts Institute of Technology e Harvard), inauguramos em 2015, um escritório avançado de pesquisa e inovação no MIT (Boston/EUA), com o objetivo de desenvolver projetos disruptivos, estando mais próximos dos centros de excelência em tecnologia digital do mundo. Em 2017, fechamos parcerias com as universidades de Chicago e IESE, de onde recebemos cinco estudantes de MBA que realizaram um projeto em nossas instalações. Além disso, entre abril e outubro de 2017, fizemos um projeto de Otimização de Investimento de Marketing, em parceria com o Laboratório de Inteligência Artificial da Universidade de Stanford, do professor Andrew Ng, fundador do Google Brains e co-fundador do Coursera. O objetivo do projeto foi desenvolver algoritmos que permitam otimizar o desempenho de anúncios de seus produtos, utilizando técnicas de aprendizagem de máquina (machine learning) e de otimização matemática.

Programa de Desenvolvimento de Lideranças

Em 2017, continuamos aplicando o PDG.com, o Programa de Desenvolvimento de Gestores, que visa auxiliar os líderes em transição de carreira, buscando entendimento sobre seu papel, impacto das suas ações sobre os liderados e, consequentemente, sobre a organização. O Programa vem sendo aplicado em todos os níveis de gestão, contribuindo na preparação de todo o time da Companhia.

Além disso, em 2017, demos continuidade ao Programa LBA (Leadership and Business Academy), em parceria com a HBS (Harvard Business School) para aperfeiçoamento das nossas lideranças.

6.5 – Evolução de Carreira

Em função do acelerado crescimento da Companhia, a B2W Digital registrou mais de 851 promoções na carreira de seus associados em todos os níveis. Considerando as promoções para cargos de gestão, 17% destes, foram promovidos para “Líder”, 13% para “Supervisor”, 42% para “Coordenador” e 27% para “Gerente”. 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, tempo de casa ou porta de entrada.

7. GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

7.1 SUSTENTABILIDADE PARA CRESCER

A B2W reafirma seu papel de relevância na sociedade e gera valor em diferentes pilares que movimentam seu negócio como: a geração de emprego, o incentivo ao empreendedorismo, a inovação tecnológica, a ampliação da oferta de produtos e serviços, o desenvolvimento de pessoas e a responsabilidade corporativa. O investimento social privado em Organizações do Terceiro Setor é realizado em consonância com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU: ODS 2, ODS 3, ODS 4, ODS 6, ODS 7, ODS 8, ODS 9 e ODS 12.

A Companhia vem buscando cada vez mais identificar e apoiar iniciativas relevantes que tenham impacto positivo junto aos seus públicos de interesse. O resultado dessas ações pode ser percebido nas melhorias das condições de vida de crianças e jovens, seja por meio da educação, capacitação profissional, prática de esportes ou acesso à informação, arte e cultura.

Ressalta-se que ao longo do ano, os temas Saúde e Meio Ambiente foram abordados com o público interno por meio de ações de comunicação.

Código de Conduta e Ética

O Código de Conduta e Ética da B2W Digital reflete o compromisso da Companhia com os princípios de integridade, transparência e ética estabelecidos nas suas relações com todos os seus stakeholders — associados, acionistas, clientes, fornecedores, autoridades, órgãos públicos e agências reguladoras, concorrentes e a sociedade civil.

Destaca-se em 2017, o esforço da Companhia em revisar o documento que está programado para ser lançado em 2018. A iniciativa será conduzida pela alta liderança e o compromisso é alcançar todos os associados. As informações sobre o tema, assim como a citação de políticas e regulamentos estão descritos no capítulo Governança deste relatório.

Bolsa de Valores Socioambientais

A Companhia superou, em 2017, a meta de apoio a projetos por meio da Bolsa de Valores Socioambientais (BVSA), da B3 Investimento Social. Ao total, foram 11 organizações beneficiadas, sendo 10 já apoiadas anteriormente. O novo projeto é voltado para o desenvolvimento de soluções tecnológicas e estima alcançar um público de 300 pessoas.

Galpão Aplauso

A B2W Digital, em parceria com a ONG Galpão Aplauso, implementou em 2017 o projeto-piloto de capacitação profissional em Logística. O curso foi realizado no Centro de Distribuição (CD) da Companhia, em Itapevi, no estado de São Paulo. O projeto visa contribuir para a redução da vulnerabilidade social de jovens, promoção da geração de renda e qualificação da mão de obra local. A região é considerada um dos maiores polos logísticos do Brasil. A meta inicial, a ser atingida em 2018, é formar 28 jovens entre 17 e 29 anos, que moram próximos às instalações da B2W. Com carga horária de 384 horas, os alunos aprendem desde disciplinas básicas como Matemática e Português, até a operação de empilhadeiras em ambiente real que simulam a rotina operacional. Também aprendem regras e protocolos de comportamento e desenvolvem competências para a solução de questões logísticas.

TecEscola

A B2W Digital, em parceria com o Projeto TecEscola, da ONG Recode, que utiliza a tecnologia como meio de conexão entre o ensino e os jovens, cumpriu a meta de formação de alunos. Foram certificados 157 jovens em Web Design 55 jovens em Programação e 1.102 jovens em Introdução ao Mundo Digital.

A parceria foi concluída em 2017 e deixou um legado de sensibilização e capacitação tecnológica a alunos e professores de 57 escolas públicas do estado do Rio de Janeiro. Além da formação de 100 professores, como facilitadores na introdução da tecnologia no processo de ensino e a plataforma online de ensino digital TecEscola. Para possibilitar a disseminação do modelo de aprendizagem, foi criado ainda o Guia de Replicação, que poderá ser utilizado pela rede estadual de ensino, assim como dará subsídios para a construção de políticas públicas de educação e tecnologia.

Livros nas Praças

Americanas.com e Lojas Americanas apoiam o projeto Livros nas Praças que conta com um ônibus-biblioteca para levar literatura a bairros de baixa renda da capital fluminense. Em 2017, onze comunidades foram beneficiadas pelo projeto com a oferta de um acervo variado de obras infantis, infanto-juvenis e para o público adulto, incluindo audiobooks para deficientes visuais. A inciativa impactou cerca de 17.000 pessoas no ano e permanecerá no portfólio de organizações patrocinadas pela Companhia em 2018.

Grafitarte

Três comunidades do Rio de Janeiro, localizadas nos bairros da Gamboa, Leme e Bonsucesso (Maré), foram contempladas pelo Grafitarte. O projeto sociocultural de intervenção urbana é apoiado pelo Submarino.com e busca promover a interação artística em espaços nas comunidades por meio de oficinas de arte e desenho (grafite) para jovens da rede pública de ensino, inseridos em um cenário de vulnerabilidade social. Nas comunidades, os alunos das escolas municipais Bahia (Bonsucesso), Darcy Vargas (Gamboa) e São Tomás de Aquino (Leme) grafitaram três muros a partir da orientação de renomados artistas grafiteiros, como Rafa Monteiro, Smael e Luiz Carlos SK. Ao todo, mais de 150 alunos, entre 12 e 18 anos, foram impactados diretamente pelo projeto.

Natal Sem Fome

A B2W Digital participou da campanha Natal Sem Fome, promovida pela ONG Ação Cidadania, fundada em 1993 pelo sociólogo Herbert de Souza, conhecido como Betinho e falecido em 1997. A Companhia contribuiu com a doação de 10 toneladas de alimentos.

Projeto Grael

A Americanas.com e a Lojas Americanas patrocinaram, em 2017, o Projeto Grael dos irmãos e campeões olímpicos de vela Lars e Torben Grael. A ONG é voltada à inclusão e democratização da prática esportiva alinhada à capacitação profissional para o mercado náutico. O apoio da Companhia, reforça seu compromisso em incentivar o esporte e estilo de vida saudável.

Com sede em Niterói (RJ), o projeto oferece aulas gratuitas de vela, natação e canoa havaiana, além de oficinas de marcenaria, fibra de vidro, eletrônica, carpintaria, mecânica e capotaria. Ao longo de 19 anos, a iniciativa já atendeu mais de 16 mil jovens e somente este ano foram mais de 400 beneficiados.

Essas relações reforçam a Sustentabilidade como a diretriz de investimento e criam uma rede de contatos consistente para aportes de patrocínio futuros, dando celeridade ao processo de seleção e desenvolvimento de novos projetos.