

B 2 W COMPANHIA GLOBAL DO VAREJO RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2006

No cumprimento das disposições legais e de acordo com a legislação societária vigente, B2W Companhia Global do Varejo, empresa resultante da fusão entre Americanas.com e Submarino, constituída em 13 de dezembro de 2006, para maior comparabilidade, apresenta o Relatório da Administração baseado em demonstrações de resultado pró-forma, não auditadas, das marcas Americanas.com, Shoptime e Submarino.

A Companhia destaca que a abertura da receita bruta e EBITDA por marca são de caráter excepcional e não recorrente, bem como das suas subsidiárias.

As ações da B2W estão listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) sob o código SUBA3 (ordinárias). Tão logo as documentações relativas ao processo de fusão e abertura de capital da B2W sejam aprovadas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), a B2W receberá a autorização para mudança do *ticker* para BTOW3. Cabe ressaltar, que as ações da SUBA3 já refletem o capital total da B2W.

1. VISÃO GERAL DA COMPANHIA

B2W - Companhia Global do Varejo

Em 13 de Dezembro, foi aprovada em Assembléia Geral Extraordinária, a fusão entre as empresas Americanas.com e Submarino, tendo sido a operação submetida às entidades brasileiras de defesa da concorrência (Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE, Secretaria de Direito Econômico - SDE e Secretaria de Acompanhamento Econômico - SEAE) no prazo e na forma requerida em Lei. O Ato de Concentração está atualmente sendo analisado pela SEAE e SDE e, posteriormente será enviado ao CADE para julgamento. A B2W está acompanhando o andamento do processo e colaborando com as autoridades na sua instrução.

A integração das operações resultará na geração de valor, agregando vantagens competitivas para fazer frente aos grandes varejistas tradicionais do mercado brasileiro e aos novos entrantes. A fusão trará benefícios aos clientes, com a oferta de um maior sortimento de produtos e novos serviços.

A B2W possui em seu portfólio as marcas: **Americanas.com**, **Shoptime**, **Submarino**, **Submarino Finance**, **Submarino Viagens** e **Ingresso.com**, que oferecem centenas de milhares de produtos e serviços em mais de 30 categorias através dos canais de distribuição internet, catálogos, TV e quiosques. A B2W também oferece serviços de comércio eletrônico terceirizado para algumas das empresas líderes na área de bens de consumo, (*"business to business to consumer - B2B2C"*).

Ao final de 2006, a B2W tinha uma base de aproximadamente 4,3 milhões de clientes ativos que realizaram mais de sete milhões de pedidos.

De nossos centros de distribuição chegamos a entregar pedidos para as principais cidades do Brasil em até dois dias úteis, e oferecemos a entrega no mesmo dia da compra, para alguns produtos, na região metropolitana de São Paulo.

➔ Americanas.com

A Americanas.com oferece mais de 30 categorias de produtos em seus canais de venda: Internet (www.americanas.com), televendas e quiosques. São vendidos mais de trezentos mil itens, nas categorias: eletrônicos, CDs, DVDs, informática, eletrodomésticos, livros, *games*, papelaria, brinquedos, telefones e vinhos. Entre os destaques de 2006 podemos mencionar o início da oferta de serviços digitais, tais como revelação de fotos, *download* de músicas e recarga de celulares, além de livros importados, produtos automotivos, casa e jardim, instrumentos musicais entre outros.

Atua também como parceira de operacionalização de comércio eletrônico para grandes marcas, tais como Coca-Cola, Xerox, TIM, Expand, Antônio Bernardo e Havaianas.

➔ Shoptime

O Shoptime atua no mercado em três canais de venda: canal de TV, Catálogo e Internet (www.shoptime.com). O nosso canal de TV alcança 14,2 milhões de lares brasileiros - 3,2 milhões via TV por assinatura e 11 milhões via antenas parabólicas (Sky 19, Net 31, TVA Digital 12, Neo TV, Vertical 5B). Já o Catálogo Shoptime é uma ferramenta de forte fidelização, sendo distribuído sete vezes ao ano em tiragem de 400 mil exemplares em todo o Brasil. O *site* na Internet recebe mais de 180 mil visitantes por dia. Juntos, esses canais oferecem 18 categorias de produtos a mais de 2,5 milhões de clientes. A ênfase do sortimento do Shoptime está nos artigos de utilidade doméstica em geral, informática, cama, mesa e banho, além da exclusiva linha de eletroportáteis *Fun Kitchen*.

➔ Submarino

O site Submarino (www.submarino.com) oferece centenas de milhares de itens, em 25 categorias de produtos, como livros, informática, CDS, DVDs, eletrônicos, e brinquedos. Oferece, também, serviços online, incluindo os sites Submarino Viagens (www.submarinoviagens.com), Ingresso.com (www.ingresso.com), e cartões de crédito oferecidos pelo Submarino Finance. O Catálogo Submarino tem uma tiragem de 400 mil exemplares bimestrais em todo o Brasil. Oferece também serviços de parceria na operacionalização de comércio eletrônico para grandes empresas como Natura, Nokia e Gradiente.

➤ Subsidiárias: Ingresso.com, Submarino Viagens e Submarino Finance

VENDA DE INGRESSOS ONLINE

A Ingresso.com oferece tecnologia e serviços de compra via *web* de ingressos para shows, teatros, futebol, parques, eventos e cinemas. Atualmente a Ingresso.com é a maior vendedora de ingressos *online* de cinema no Brasil. Hoje, os nossos clientes podem escolher *online* seus assentos individuais para determinadas salas de cinemas, além de obter a entrega digital do ingresso para algumas operadoras de celular.

Indicadores Operacionais	1T06	2T06	3T06	4T06	2006
Ingresso.com					
Ingressos vendidos	206.154	350.661	275.368	216.783	1.048.966
Receita bruta (R\$ 000's)	1.155	1.478	1.272	1.257	5.162
EBITDA (R\$ 000's)	279	355	(90)	416	960
Clientes ativos (000's)	187	210	220	220	220

VENDA DE VIAGENS ONLINE

Submarino Viagens oferece aos nossos clientes serviços de reservas de hotéis, pacotes turísticos, passagens aéreas, cruzeiros e aluguel de veículos. Através de nossa nova infra-estrutura de reservas *online* os clientes Submarino Viagens poderão escolher e reservar hotéis em todo Brasil e no exterior, comprar passagens aéreas para vôos domésticos e internacionais e reservar pacotes de excursão, que incluem transporte, acomodação e passeios.

Indicadores Operacionais	1T06	2T06	3T06	4T06	2006
Submarino Viagens					
Valor das reservas (R\$ 000's)	7.588	8.805	10.384	11.087	37.863
EBITDA (R\$ 000's)	(556)	(145)	(485)	(371)	(1.558)
Passageiros ativos (000's)	12	14	19	26	26

FINANCIAMENTO ONLINE

Através de nossa parceira com a Cetelem oferecemos o Cartão de Crédito Submarino e financiamento em até 24 parcelas com juros para compra de produtos no site Submarino, incluindo um exclusivo programa de recompensas e promoções especiais para os detentores de nosso cartão. Ao final de 2006, com pouco menos de seis meses de operação, foram emitidos mais de cinquenta mil cartões.

Indicadores Operacionais	1T06	2T06	3T06	4T06	2006
Submarino Finance					
Produção (R\$ 000's)	-	248	1.310	6.745	8.303
EBITDA (R\$ 000's)	-	-	(569)	(5.223)	(5.792)
Cartões emitidos	-	-	1.314	50.630	51.944

2. MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A B2W Companhia Global do Varejo, por meio de suas marcas, registrou resultados expressivos no ano de 2006 (pró-forma).

Sob o ponto de vista operacional, teve um crescimento de 64% na receita bruta impulsionada pelo contínuo crescimento de nossa base de clientes ativos totalizando R\$ 2,4 bilhões. Apresentou também um crescimento de EBITDA de 70%, alcançando R\$ 207,0 milhões e uma margem de 12,4%.

Para 2007 temos como maior meta otimizar as nossas operações, de modo a alcançar novos e superiores patamares de resultados buscando sempre melhor atender nossos clientes.

Gostaríamos de agradecer à dedicação dos nossos associados e também ao apoio e a confiança de todos os nossos clientes, fornecedores e acionistas.

A Diretoria B2W

3. CENÁRIO ECONÔMICO

Segundo dados do IBGE, em 2006, a inflação medida pelo IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo) registrou taxa acumulada de 3,14%, a menor desde 1998 e inferior aos 5,69% registrados em 2005. Este índice situou-se abaixo da meta de inflação estabelecida pelo Governo para o ano.

No ano, houve uma desvalorização do dólar em relação ao real de 8,66%, o que contribuiu para a deflação em alguns produtos com a composição de preços atrelada à moeda norte-americana.

A taxa básica de juros da economia (SELIC) fechou o ano de 2006 em 13,25%, abaixo dos 18% registrados ao final de 2005.

Reiteramos nossa confiança no desenvolvimento econômico do Brasil e nas oportunidades de crescimento do segmento de varejo. Manteremos foco na expansão de nossos negócios, principalmente impulsionado pela expectativa de crescimento do número de adeptos ao comércio eletrônico, sortimento e lançamento de novas categorias e serviços.

4. ESTRATÉGIA E INVESTIMENTOS

Estratégia

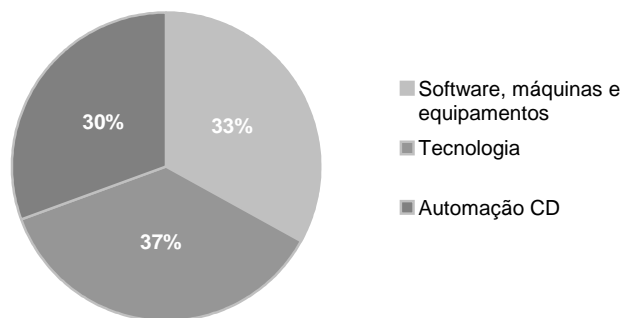
A estratégia da B2W é melhorar sua posição competitiva no mercado de varejo brasileiro. A seguir, apresentamos os principais elementos desta estratégia:

- Crescimento de vendas e geração de caixa operacional através da melhoria contínua na nossa operação

- Capturar sinergias operacionais e vantagens competitivas provenientes da integração dos canais Americanas.com, Shoptime e Submarino
- Aumentar o volume de negócios de nossas subsidiárias (Submarino Viagens, Submarino Finance e Ingresso.com)
- Buscar a atualização tecnológica e logística, bem como capacitar nossos associados, de forma a suportar os desafios que se apresentam na trajetória de crescimento da companhia
- Aumentar nossa base de clientes ativos
- Aumentar a frequência de compras
- Prospectar viabilidade de oportunidades de desenvolvimento de negócios no mercado internacional

Investimentos

Os investimentos em ativo imobilizado mais significativos realizados em 2006 na B2W foram de aproximadamente R\$ 66,1 milhões divididos em: (i) softwares, máquinas e equipamentos, no valor de R\$ 30,5 milhões; (ii) tecnologia e desenvolvimentos para expansão dos negócios no valor de R\$ 19,4 milhões; (iii) automação dos centros de distribuição e benfeitorias no valor de R\$ 16,2 milhões.



O investimento contabilizado para as aquisições da Ingresso.com e Travelweb em 2005 foi de R\$ 7,5 milhões. Ainda temos pagamentos adicionais que montam R\$ 4,0 milhões e dependem do desempenho destes negócios com base em métricas específicas acordadas.

Gente

Em 31 de dezembro de 2006 a Companhia possuía 1.031 associados.

A expansão das operações da B2W tem reflexos diretos no desenvolvimento profissional de seus associados. A Companhia conta com programas de treinamento e capacitação das pessoas visando os desafios de crescimento.

As oportunidades de carreira estão atreladas a meritocracia e ao comprometimento de seus associados com a visão de longo prazo da Companhia.

Recrutamento de Talentos

Com o objetivo de atrair talentos para a Companhia, recrutar e capacitar estudantes universitários e jovens recém-formados que se identifiquem com os negócios e atitude empresarial refletida nos valores da Companhia, a B2W conta com dois importantes programas: o Programa de *Trainee* e o Programa de Estágio.

Programa de Trainees

O Programa de Trainee destina-se à seleção de jovens recém-formados para ocuparem funções gerenciais na empresa. Ao longo deste programa, os *trainees* percorrem todas as áreas da Companhia e são alocados em projetos desafiadores logo no início das suas carreiras.

Programa de Estágio

O Programa de Estágio busca estudantes universitários com espírito empreendedor e que tenham como objetivo fazer parte de uma equipe orientada por resultados. Esse programa tem alto índice de aproveitamento dos jovens profissionais.

5. PANORAMA DO RESULTADO PRÓ-FORMA

A comparação das informações apresentadas refere-se aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2005 e em 31 de dezembro de 2006, exceto onde indicado.

As demonstrações financeiras auditadas da Companhia são elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, baseada na Lei das Sociedades Anônimas, nas regras e regulamentos da CVM e nos padrões e regras de contabilidade estabelecidas pelo Instituto dos Auditores Independentes do Brasil ("GAAP Brasileiro").

Com o objetivo de haver comparabilidade dos resultados, os comentários de desempenho foram baseados em demonstrações de resultado pró-forma, não auditadas, das empresas fusionadas nos exercícios de 2005 e 2006. A discussão a seguir é baseada, exclusivamente, no resultado consolidado das marcas Americanas.com, Shoptime e Submarino.

B2W S/A
Demonstrativo de Resultado Pró-Forma

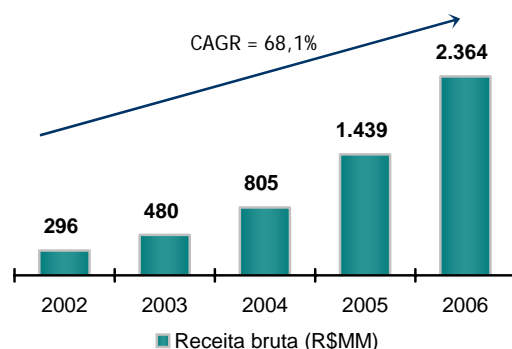
Em milhares de reais	Consolidado Americanas.com/Shoptime/Submarino	
	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Receita bruta de vendas	2.363.611	1.439.009
Impostos, devoluções e descontos	(697.014)	(417.274)
Receita líquida	1.666.597	1.021.735
CMV	(1.170.098)	(732.172)
Lucro bruto	496.499	289.563
<i>Margem bruta (% RL)</i>	29,8%	28,3%
Despesas Operacionais	(325.263)	(195.188)
Com vendas, gerais e administrativas	(289.565)	(167.642)
Despesas extraordinárias	(18.740)	(15.457)
Depreciação e amortização	(16.982)	(11.736)
Outras receitas (despesas) operacionais	24	(352)
Resultado operacional antes do resultado financeiro	171.237	94.375
<i>Margem operacional (% RL)</i>	10,3%	9,2%
Resultado financeiro líquido	(72.054)	(45.272)
Resultado operacional antes da equivalência	99.182	49.103
Equivalência patrimonial	(6.410)	40
Receita (despesa) não operacional	49.851	(7.947)
Imposto de renda e contribuição social	106	14.826
Lucro líquido do exercício	142.729	56.022
EBITDA	206.958	121.569
<i>Margem EBITDA (% RL)</i>	12,4%	11,9%

R\$ MM	Americanas.com / Shoptime				Submarino			
	<u>4T06</u>	<u>4T05</u>	<u>2006</u>	<u>2005</u>	<u>4T06</u>	<u>4T05</u>	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Receita Bruta	501	331	1.528	865	279	191	835	574
EBITDA	50	31	142	77	22	16	65	45
<i>Margem EBITDA</i>	14,5%	13,3%	13,4%	12,8%	11,1%	11,7%	10,7%	10,6%

Receita Bruta

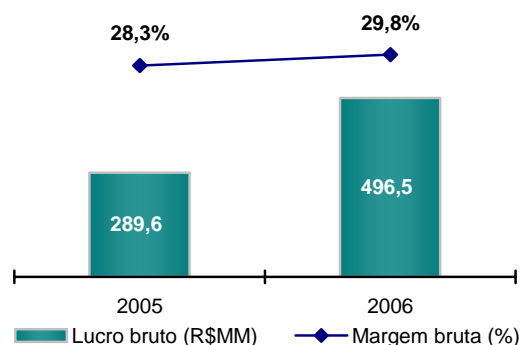
No quarto trimestre de 2006 a receita bruta consolidada dos negócios de comércio eletrônico foi de R\$ 780,3 milhões, apontando um crescimento de 49,6% em relação à receita bruta de R\$ 521,8 milhões, apurada no mesmo período do ano anterior.

No acumulado de janeiro a dezembro de 2006, a receita bruta consolidada dos negócios de comércio eletrônico atingiu R\$ 2,4 bilhões (US\$ 1,1 bilhão), com aumento de 64,3% em relação a 2005. Vale ressaltar que o desempenho de Shoptime está contabilizado somente a partir de setembro de 2005, data da aquisição desta empresa.



Lucro Bruto e Margem Bruta

O lucro bruto consolidado para 2006 foi de R\$ 496,5 milhões, representando um aumento de 71,5% em relação aos R\$ 289,6 milhões apurados no mesmo período do ano anterior. Em termos percentuais representou 29,8% da receita líquida em 2006, comparada a 28,3% em 2005, registrando aumento de 150 pontos base.



Despesas Operacionais

No acumulado do ano de 2006, as despesas com vendas, gerais e administrativas atingiram R\$ 289,6 milhões, equivalentes a 17,4% da receita líquida, contra R\$ 167,6 milhões, ou 16,4% da receita líquida, no mesmo período

de 2005. O aumento de 100 pontos base foi influenciado pela inclusão das despesas do Shoptime que passaram a ser consolidada somente a partir de setembro de 2005.

As despesas extraordinárias foram de R\$ 18,7 milhões em 2006 comparadas aos R\$ 15,5 milhões registrados em 2005. Estas despesas referem-se aos custos oriundos do processo de abertura de capital do Submarino e a emissão secundária realizada no primeiro trimestre de 2005 e no segundo trimestre de 2006, respectivamente.

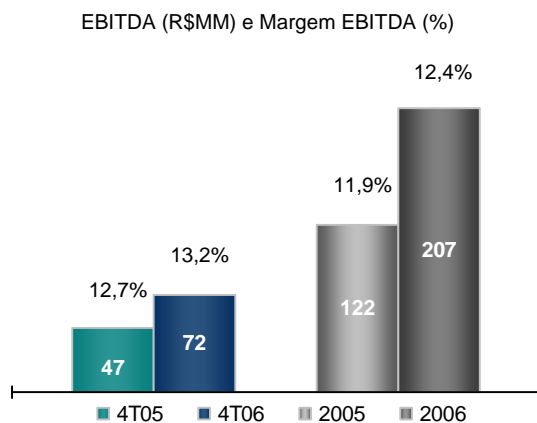
EBITDA

No quarto trimestre de 2006 o EBITDA alcançou R\$ 71,7 milhões com crescimento de 53,0% em relação ao mesmo período do ano anterior, representando uma margem EBITDA de 13,2% da receita líquida.

No acumulado de 2006, o EBITDA totalizou R\$ 207,0 milhões representando crescimento de 70,2% em relação a 2005 com margem equivalente a 12,4% da receita líquida.

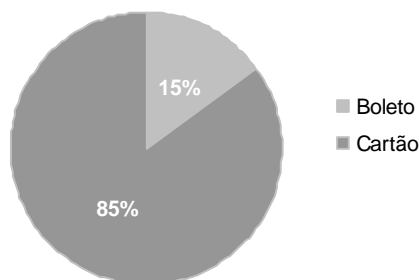
Em 2006, os indicadores de desempenho revelam uma evolução da performance operacional da B2W quando comparados aos mesmos indicadores do ano anterior.

O EBITDA é calculado a partir do resultado operacional antes do resultado financeiro, excluídos a depreciação, amortização e despesas extraordinárias.



Venda por Modalidade de Pagamento

A abertura das vendas por modalidade de pagamento no acumulado de 2006 pode ser verificada no gráfico a seguir:



Resultado Financeiro

No acumulado do ano, a despesa financeira líquida foi de R\$ 72,1 milhões (4,3% da receita líquida), comparado a R\$ 45,3 milhões em 2005 (4,4% da receita líquida). O resultado financeiro do período sofreu forte impacto do aumento de tributos e contribuições sobre operações financeiras e ainda os efeitos da aquisição do Shoptime (que foram considerados somente a partir de setembro de 2005).

Equivalência Patrimonial

A equivalência patrimonial contempla, basicamente, as subsidiárias Ingresso.com, Submarino Viagens e Submarino Finance. Em 2006 o resultado de equivalência patrimonial registrou um prejuízo de R\$ 6,4 milhões, principalmente pelo impacto das operações de Submarino Viagens e Submarino Finance, que se encontram em fase de investimento. Reiteramos nosso entusiasmo com relação às perspectivas de crescimento dos novos negócios.

Receitas (Despesas) Não Operacionais

A receita não operacional de R\$ 49,9 milhões registrada em 2006 refere-se, basicamente, ao ganho de capital realizado financeiramente por conta da incorporação da Toulon. Esse montante foi devidamente tributado pela Companhia, tendo os efeitos fiscais pertinentes, incluídos na linha de imposto de renda e contribuição social no resultado do exercício.

Lucro Líquido e Resultado Líquido por Ação

O lucro líquido em 2006 totalizou R\$ 142,7 milhões (8,6% da receita líquida), comparado a R\$ 56,0 milhões (5,5% da receita líquida) registrados em 2005. O lucro líquido por ação foi de R\$ 1,2595 em 2006 com crescimento de 155% em relação ao montante de R\$ 0,4944 registrado em 2005.

Capital Social e Eventos Relevantes

O capital social totalmente integralizado está dividido em 113.324.017 ações ordinárias nominativas, sem valor nominal. Em 31 de dezembro de 2006, as ações estão assim distribuídas:

Ações ordinárias	
	2006
Bloco Controlador	60.345.039
Acionistas no exterior	43.046.018
Acionistas no país	9.932.960
	113.324.017

Nota: A B2W possui um *free float* de 46,75%

6. GOVERNANÇA CORPORATIVA E MERCADO DE CAPITALIS

A B2W é constituída sob as regras estabelecidas pelo Novo Mercado da Bovespa, o mais alto nível de governança corporativa. Estas incluem uma base acionária composta exclusivamente por ações ordinárias e a eleição de membros independentes para o Conselho de Administração. A B2W conta com um Conselho de Administração formado por nove membros, sendo cinco indicados pelo acionista controlador, Lojas Americanas, e quatro membros independentes.

Lojas Americanas e B2W assinaram um Termo de Voto e de Assunção de Obrigações que rege os assuntos de Governança Corporativa e os itens relativos à participação acionária. Por um período de quatro anos após a conclusão da operação, Lojas Americanas estará impedida de adquirir ações adicionais da B2W que superem a quantidade de 10% do *free-float*, sem a aprovação prévia da maioria dos membros independentes do Conselho de Administração. Lojas Americanas também estará impedida de vender suas ações da B2W por um período de dois anos contados a partir da data da conclusão da operação.

Desempenho das Ações

As ações da B2W estão listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) sob o código SUBA3 (ordinárias), encerraram o ano cotadas a R\$ 69,99 registrando uma valorização de 66,8%. No mesmo período, o Ibovespa registrou uma valorização de 32,9%.



Índices de Mercado

Em 2006, as ações ordinárias da Companhia (SUBA3) passaram a fazer parte do IBrX-50, índice composto pelas 50 ações mais líquidas da Bovespa. Dado nossa participação no Novo Mercado e respeito aos mais altos níveis de governança

corporativa, nossas ações também fazem parte do IBVX-2 Índice Valor Bovespa – uma carteira hipotética constituída exclusivamente por papéis emitidos por empresas de excelente conceito junto aos investidores, classificados em termos de valor de mercado e liquidez de suas ações.

Integramos também o ITAG – Índice de Ações com *Tag Along* diferenciado, composto por empresas que oferecem as mesmas condições aos acionistas minoritários em caso de troca de controle, e o MSCI – *Morgan Stanley Capital International*.

A partir do primeiro quadrimestre de 2007 passamos a fazer do Ibovespa, índice que compreende as ações que, em conjunto, representaram 80% da liquidez do mercado à vista nos doze meses anteriores na Bolsa de Valores de São Paulo.

Audidores Independentes

Em atendimento a Instrução CVM nº 381/03, incisos I a IV do artigo 2º, a B2W informa que o grupo não possui outros contratos com seus Auditores Independentes que não os de auditoria das demonstrações Financeiras da Companhia.

7. MEIO AMBIENTE

Nossa atividade consiste na venda de produtos de fornecedores e oferta de serviços pela Internet. Assim, a Companhia não realiza atividades de caráter poluidor, utilizando-se apenas de depósito para estoque dos produtos oferecidos. Dentre esses produtos não se encontram produtos químicos ou que possam afetar de forma nociva o meio ambiente. A Companhia não sofreu qualquer auto de infração, oriundo de qualquer órgão público, sobre quaisquer aspectos ambientais ou de regularização do depósito utilizado. Além disso, a Companhia se considera em situação regular perante as autoridades governamentais quanto à utilização do depósito para estoque.