

# B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 28,4% NO GMV TOTAL E GERAÇÃO DE CAIXA DE R\$ 89,4 MM NO 3T19

*O Marketplace segue em rápido desenvolvimento e atingiu R\$ 2,8 bilhões de GMV (+50,4%) no 3T19, com participação de 61,1% do GMV Total*

**Rio de Janeiro, 30 de outubro de 2019:** B2W Digital (B3: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 3º trimestre de 2019.

PRINCIPAIS INDICADORES	3T19	3T18	Delta	9M19	9M18	Delta
GMV Total (R\$ MM)	4.652	3.623	+28,4%	12.130	9.927	+22,2%
Marketplace (R\$ MM)	2.842	1.890	+50,4%	7.322	4.842	+51,2%
Marketplace (% do GMV Total)	61,1%	52,2%	+8,9 p.p.	60,4%	48,8%	+11,6 p.p.
# Sellers (Novos/Mil)	7,7	3,4	+4,3	16,8	9,1	+7,7
# Sellers (Base/Mil)	38,7	18,8	+19,9	38,7	18,8	+19,9
B2W Entrega (# Sellers/Mil)	36,5	15,0	+21,5	36,5	15,0	+21,5
B2W Entrega (% da base de Sellers)	94,3%	79,8%	+14,5 p.p.	94,3%	79,8%	+14,5 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	77,6%	68,1%	+9,5 p.p.	75,0%	66,8%	+8,2 p.p.

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2019 marca a conclusão do Plano Estratégico de três anos (2017-2019), que tem por objetivo acelerar o modelo híbrido de plataforma digital (1P + 3P + Serviços), com o crescimento contínuo do Marketplace e evolução consistente na geração de caixa.

No terceiro trimestre de 2019, seguimos observando os efeitos positivos dos ajustes realizados na operação do 1P, após o término da “Lei do Bem” no início do ano, e do processo contínuo de curadoria e revisão do sortimento. O Marketplace segue em rápido desenvolvimento, com crescimento de 50,4% (vs 3T18) - 16 trimestres consecutivos com crescimento acima de 50% - atingindo 61,1% de participação no GMV Total. Como resultado da evolução das operações de 1P e 3P, o GMV Total cresceu 28,4%, em linha com a curva esperada de aceleração para o ano de 2019.

O Marketplace continuará sendo uma importante frente de crescimento, permitindo que a Companhia ofereça tudo que o cliente procura (one-stop-shop). Nesse sentido, no 3T19, aceleramos a entrada de sellers e de sortimento, registrando novos recordes. No período, conectamos 7,7 mil novos Sellers (Base Total: 38,7 mil) e ampliamos o sortimento em 7,7 MM de SKUs (itens únicos), totalizando 19,8 MM. Outra importante frente de crescimento e expansão de sortimento é a operação de cross border, Americanas Mundo, que desde o lançamento em mar/19, já conectou 6,7 MM de SKUs (base: set/19).

Como resultado da evolução do nosso modelo de negócios, apresentamos mais um avanço significativo na trajetória de geração de caixa, com uma evolução de R\$ 32 MM no trimestre, que resultou na geração de caixa de R\$ 89 MM. No 9M19, o consumo de caixa totalizou R\$ 289 MM, redução de 36% ou R\$ 164 MM melhor em relação aos R\$ 454 MM registrados no 9M18.

Com os importantes resultados conquistados no período, reiteramos o nosso objetivo para o ano de 2019 de seguir crescendo acima do mercado e atingir geração de caixa positiva. Dessa forma, todas as áreas da Companhia estão preparadas para acelerar o crescimento e atingir novos patamares de venda, sempre com foco em oferecer a melhor experiência de compra para o cliente.

Estamos bastante animados e temos a convicção que todas as iniciativas em curso na B2W permitirão a conclusão com sucesso, do plano estratégico de três anos (2017-2019), gerando valor para os nossos acionistas e servindo de base para o crescimento futuro da Companhia.

Aproveitamos a oportunidade para agradecer ao nosso time pelo entusiasmo e dedicação, aos nossos fornecedores pela parceria, aos vendedores do Marketplace pela escolha da nossa plataforma, aos acionistas pela confiança e, principalmente, aos clientes pela preferência.

## A ADMINISTRAÇÃO

## DESTAQUES 3T19

- **O Aumento de Capital de R\$ 2,5 Bi contou com a adesão de 100% dos acionistas da Companhia.** Lojas Americanas participou com R\$ 1.564,5 MM e os acionistas minoritários aderiram com R\$ 935,5 MM (R\$ 2.459,4 MM no caixa do 3T19 e os demais R\$ 40,6 MM no 4T19).
- **B2W Digital gerou R\$ 89,4 MM de caixa no 3T19**, evolução de 54,9% ou R\$ 31,7 MM em relação aos R\$ 57,7 MM registrados no 3T18. No 9M19, o consumo de caixa totalizou R\$ 289,4 MM, redução de 36,2% ou R\$ 164,3 MM melhor em relação aos R\$ 453,7 MM registrados no 9M18.
- **B2W Marketplace conectou mais de 7,7 mil novos Sellers no 3T19**, saindo de uma base de 31,0 mil Sellers em jun/19 para mais de 38,7 mil Sellers em set/19. A base de Sellers aumentou em 2x do 3T18 para o 3T19 (de 18,8 mil para 38,7 mil Sellers).
- **B2W Entrega conectou mais de 8,1 mil Sellers no 3T19**, totalizando uma base de 36,5 mil Sellers e representando 94,3% dos Sellers conectados ao B2W Marketplace.
- **B2W Digital anunciou parceria com a Centauro, maior player de Esporte do Brasil.** Para expandir a presença na categoria de artigos esportivos, a B2W Digital lançou em out/19 uma plataforma em parceria com a Centauro, para venda online de artigos esportivos. Dessa forma, a Companhia abre uma nova frente de crescimento e passa a oferecer um sortimento ainda mais completo, além de impulsionar o aumento da frequência de compras e a captação de novos clientes.
- **B2W Digital anuncia a conexão de grandes players de Moda no B2W Marketplace.** Com o objetivo de impulsionar a categoria de moda, uma das que mais cresce na internet, o B2W Marketplace intensificou a conexão de grandes marcas como, Hering, Levi's, M Officer, Mizuno, Osklen, Ray Ban, Reserva, TNG, World Tennis, dentre outras que estarão disponíveis nos sites até a Black Friday.
- **Americanas Mundo expandiu o seu sortimento para mais de 6,7 milhões de SKUs em set/19.** Lançada em mar/19, a operação de cross border segue em rápida expansão e já conta com mais de 6,7 milhões SKUs, 16x maior que os 410 mil SKUs iniciais. A operação possibilita que os clientes comprem produtos de Sellers de todos os lugares do mundo.
- **LET'S anuncia a expansão da operação de Fulfillment para os Sellers do B2W Marketplace**, disponibilizando 4 Centros de Distribuição localizados nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Pernambuco, totalizando 250 mil m<sup>2</sup> de área de armazenagem dedicada aos Sellers. Em set/19, o B2W Fulfillment atingiu o total de 500 sellers conectados e com estoques operados pela plataforma, garantindo menor prazo de entrega e valores de frete mais competitivos.
- **LET'S lançou o app VOE (plataforma de crowdshipping) em ago/19.** Com o objetivo de acelerar as iniciativas de O2O, o VOE conecta entregadores independentes (moto, bicicleta e outros modais) na plataforma logística da B2W Digital, possibilitando a entrega de produtos aos clientes em até 2 horas. O app já conta com mais de 500 entregadores cadastrados e já atende 40 lojas físicas da LASA localizadas no Rio de Janeiro e em São Paulo.
- **Iniciativas da IF – Inovação e Futuro**
  - Ame atingiu a marca de 4,8 milhões de downloads e segue ganhando forte tração nas marcas da B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes por meio do cashback, gerando maior recorrência de compra e aumentando o spending do Cliente.
  - Ame anunciou importantes parcerias com o objetivo de ampliar a sua aceitação nos mundos físico e digital. A Ame integrou sua plataforma de pagamentos com a Linx (65 mil estabelecimentos credenciados) e com a VTEX (2.500 sites de e-commerce). Além disso, firmou parceria com a Mastercard para cartão pré-pago (aceito em 7,8 milhões de estabelecimentos).
  - Ame expandiu a operação para 1.337 lojas físicas da Lojas Americanas (vs 774 lojas no 2T19). Até o final de 2019, a Ame estará presente em todas as lojas da LASA.
  - Ame lançou novas funcionalidades: transportes público (passagem rodoviária), Games (versão *beta*), Tickets e Ingressos, integração com o Bike Itaú, vale refeição (versão *beta*) e compra e venda de milhas aéreas (versão *beta*). Lista completa de funcionalidades na seção da Ame na página 7.
  - Ame também segue expandindo sua rede de aceitação de forma orgânica, por meio da plataforma Ame Plus (perfil de vendedor).

## INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

### • Comercial e Marketing

- **Sortimento:** O número de itens (SKUs) ofertados nos sites totalizou 19,8 milhões ao final do 3T19, crescimento de 168% vs o 3T18, impulsionado pelo Marketplace (Sellers locais e internacionais).
  - Com objetivo de oferecer um sortimento cada vez mais amplo e uma experiência de compra completa, passamos a oferecer e-Gifts (cartões pré-pagos digitais) para consumo de jogos online, entretenimento e softwares, incluindo Netflix, Spotify, Google Play, Xbox Live, Uber, League of Legends, PlayStation, Nintendo, Office, entre outros.
  - Em set/19, implementamos melhorias no fluxo de compras dos e-Gifts. Foram incluídas novas informações no carrinho e check-out da compra sobre a disponibilização na aba Gift Card no “minha conta”.
  - Os clientes também podem comprar, com a conveniência da internet, planos pós-pago das quatro principais operadoras do Brasil: Vivo, Oi, Claro e Tim.
- **Marketing e SEO:** Com o crescimento exponencial do número de itens ofertados (SKUs), surgiu o desafio de dar visibilidade do sortimento disponível em nossos sites aos clientes, consolidando a percepção de que em nossas marcas, eles podem comprar de tudo (one-stop-shop).
  - Em linha com esse desafio, desde 2018 intensificamos as ações de marketing com foco na demonstração do sortimento da Companhia. Essas ações geraram excelentes retornos, como aumento do tráfego, frequência de compras e também do número de itens na sacola de compras dos clientes.
  - Com o objetivo de aumentar o tráfego orgânico das marcas da Companhia, otimizamos os investimentos realizados em SEO e no motor de busca dos sites que, associados ao enriquecimento da base de informações de produtos, têm permitido oferecer uma navegação cada vez mais personalizada aos clientes.
  - Ao longo de 2019, otimizações no algoritmo facilitaram o rastreamento dos produtos pelos motores de busca e trouxeram maior relevância das marcas no Google, cumprindo o objetivo de aumentar o número de visitas provenientes de busca orgânica.
- **Americanas Empresas:** marca exclusivamente voltada para clientes corporativos (pessoa jurídica) de todos os tamanhos, desde microempreendedores até grandes corporações. O cliente conta com mais de 3,5 milhões de produtos em 36 categorias, podendo comprar grandes quantidades com desconto progressivo, de acordo com o volume financeiro de compras. O site oferece também parcelamento em até 10 vezes sem juros nos cartões de crédito e em até 48 vezes no Cartão BNDES, além de prazo diferenciado para pagamento em boleto bancário.
- **Prime:** Único programa do Brasil em que o cliente pode comprar mais de 2,6 milhões de produtos com frete grátis quantas vezes quiser, sem se preocupar com valor mínimo da compra. Além disso, o cliente aproveita ofertas exclusivas e tem um atendimento dedicado.
  - O B2W Prime está disponível para todas as 2.479 cidades das regiões Sul e Sudeste do Brasil.
  - Os clientes Prime continuam demonstrando alto engajamento com as nossas marcas, visitando 4 vezes mais páginas por usuário, comprando 5 vezes mais e em 3 vezes mais categorias do que os clientes que ainda não aderiram ao programa.
  - No 3T19, a base de Sellers do B2W Prime cresceu 39,7% (vs 3T18).
  - Em out/19, o Americanas Prime foi integrado às lojas físicas da Lojas Americanas, oferecendo uma nova opção de Pegue na Loja com frete grátis e rápido (Click and Collect), além de descontos exclusivos para os clientes Prime em todas as Lojas Americanas.

### • Evolução do Marketplace

- **Americanas Mundo:** Operação de Cross Border que possibilita que os clientes comprem produtos de todos os lugares do mundo (incluindo EUA e China), criando uma nova frente de crescimento para o B2W Marketplace. Lançada em mar/19, a operação segue em rápido desenvolvimento e o número de itens ofertados já ultrapassa 6,7 milhões de SKUs (set/19). A operação permite também que a B2W entre de forma competitiva e asset-light (sem carregar estoque) em novas categorias de produtos, em especial as de tíquete médio menor, gerando maior número de transações e aumentando a frequência de compras dos clientes.
- **GMV Marketplace:** No 3T19, o Marketplace registrou crescimento de 50,4%, atingindo GMV de R\$ 2.842 milhões e participação de 61,1% do GMV Total.
- **Sellers:** No 3T19, o B2W Marketplace conectou mais de 7,7 mil novos Sellers, saindo de uma base de 31,0 mil Sellers em jun/19 para mais de 38,7 mil Sellers em set/19. A base de Sellers aumentou em 2x do 3T18 para o 3T19 (de 18,8 mil para 38,7 mil Sellers).

- **Sortimento:** O sortimento do B2W Marketplace registrou crescimento de 171%, saindo de uma base de 7,2 milhões de itens no 3T18 para 19,5 milhões de itens ao final do 3T19.
  - **APIs:** Desde o início, em 2014, o B2W Marketplace opera com APIs abertas, o que permite a integração rápida e eficaz com as principais plataformas e ERPs do mercado. Por meio das APIs, os Sellers simplificam a gestão das principais variáveis do negócio (produto, pricing, SAC, estoque, troca e reembolso, chat, fulfillment e frete) e conseguem também fazer a gestão multicanal (vendas no Marketplace e em suas lojas próprias). Atualmente são realizadas mais de 200 MM requests/dia.
  - **B2W Analytics:** O B2W Marketplace lançou uma nova plataforma de dados totalmente integrada com o Portal Parceiro para ajudar os Sellers a encantar os clientes e vender mais. Através do B2W Analytics, os Sellers têm acesso a informações para identificar exatamente onde deverão agir para aumentar a competitividade do seu sortimento, conhecendo as melhores oportunidades no buybox e alavancando suas vendas.
- **Plataformas Mobile e UX (Experiência do Cliente)**
    - **Tráfego:** Ao longo do 3T19, o tráfego por dispositivos móveis representou 77,6% do total de visitas, um crescimento de 9,5 p.p. comparado com o 3T18.
    - **Apps:** 48 milhões de downloads dos apps das marcas desde os seus lançamentos..
    - **MAU:** Ao final do 3T19, os apps das marcas totalizaram 17 MM de usuários ativos (Monthly Active Users – Fonte: App Annie).
    - **Navegação por Loja:** Desde o início de out/19, os clientes da Americanas.com contam com mais uma facilidade para o seu dia-a-dia. No app da Americanas.com, agora é possível consultar as ofertas de todas as lojas físicas. O cliente seleciona a loja mais próxima pela localização ou por um endereço e, com isso, pode conhecer todas as ofertas, realizar a compra e retirar na loja selecionada no mesmo dia, sempre com frete grátis.
    - **Pegue na Loja:** Para oferecer maior conveniência aos nossos clientes, fizemos melhorias no fluxo de compra para retirada em lojas físicas. Melhoramos a experiência na etapa de seleção de lojas, com um novo mapa que mostra todas as lojas próximas com estoque disponível para o cliente. Além disso, na sacola de compras, o cliente pode visualizar e incluir uma nova seleção de produtos complementares oferecidos por aquela loja.
    - **Fast Checkout:** Desde mar/19, os clientes Ame e Prime da Americanas.com podem efetuar compras diretamente na página de produto, podendo aproveitar toda a conveniência de comprar com poucos cliques, frete grátis e recebendo cashback. A iniciativa reduz em 50% o número de etapas para a conclusão da compra, reduzindo o abandono do carrinho de compras e aumentando a conversão.
    - **App Americanas.com – “Aqui tem Desconto”:** No mês de setembro, a área de descontos em loja do app da Americanas.com (“Aqui tem Desconto”) foi remodelada. Na nova área, as ofertas foram organizadas por categorias, facilitando a busca dos clientes. Marcando a nova fase, todas as quartas-feiras são apresentadas ofertas especiais. Com essa mudança, em apenas 30 dias, foi observado um crescimento de 38% nas vendas dos itens com desconto do aplicativo.
    - **QR Code:** Lançamos, em set/18, o leitor de QR Code no header do app do Shoptime. Apenas apontando o smartphone para a televisão, o telespectador pode explorar todas as informações do produto exibido, ler as avaliações dos clientes, visualizar produtos similares e saber mais sobre a programação do canal.
    - **Nova Home Submarino:** Através de uma experiência interativa, o Submarino passou a indicar livros com desconto, baseado nos assuntos mais buscados no Google. O objetivo é oferecer aos leitores mais informações para adquirirem conhecimento e se posicionarem melhor em debates sobre temas da atualidade. Quanto mais falam de um assunto nas redes sociais, mais ofertas em livros sobre ele são exibidas.
    - **UX:** Com o objetivo de oferecer um processo de compra diferenciado, com personalização da experiência online, criamos um novo formato de organização das categorias de produtos (verticais), adaptando a navegabilidade e as funcionalidades de acordo com suas particularidades. Até o momento, já lançamos 6 verticais com o novo conceito, tendo as categorias de *long tail* como foco: Garagem Digital (Automotivo), Crushes Literários (Livros), Ambiente e Estilo (Casa e Decoração), Perfumaria, Beleza e Artigos para Bebês.

- **Serviços Digitais**

- **B2WAds:** A solução completa de publicidade da B2W Digital apresentou crescimento de 106% em sua receita no 3T19 (vs 3T18). O B2WADS permite que Sellers, fornecedores, fabricantes (indústria) e agências de propaganda impactem o cliente em toda a jornada de compra, aumentando a visibilidade de seus produtos e marcas nos sites da B2W.
- **BIT Services:** Oferece soluções completas de tecnologia para dar suporte às operações e crescimento sustentável dos Sellers do B2W Marketplace e das operações online de grandes marcas.
  - B-Seller: Webstore e Serviços de ERP
  - Sieve: Inteligência de preços online
  - Site Blindado: Segurança e credibilidade virtual
  - Skyhub: Integração do marketplace

- **Serviços Financeiros**

- **Promotora de Crédito:** Ao longo de 9M19, a joint-venture de cartões de crédito da B2W e Cetelem (Submarino Finance e Digital Finance) registrou um volume de R\$ 3,2 bilhões em transações aprovadas, representando um crescimento de 17,0% em comparação o 9M18. No mesmo período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1,7 bilhão, crescimento de 19,1% em comparação com o ano anterior.
  - Em set/19, a Promotora de Crédito registrava 3,3 MM de cartões emitidos (2,0 MM no Submarino Finance e 1,3 MM na Digital Finance, que inclui as marcas Americanas.com, Shoptime e Sou Barato).
- **Crédito Seller:** Os Sellers do Marketplace podem contratar crédito (empréstimos) de maneira rápida, segura, simples e 100% online. As contratações podem ser feitas para pagamento em parcelas (crédito parcelado) ou na modalidade de pagamento integral (crédito parcela única). No 3T19, continuando a atender as solicitações dos nossos parceiros do Marketplace, o crédito parcelado, cujo prazo de pagamento pode chegar a 24 meses, agora pode ser contratado para pagamento estendido da primeira parcela para 30 ou 45 dias além da data de primeiro vencimento original. No crédito parcela única, os vencimentos são de 30, 45 ou 60 dias. Além disso, com o objetivo de atender ainda melhor os Sellers, habilitamos o Crédito Seller como um meio de pagamento na plataforma B2WAds.
  - Permite que os Sellers tenham acesso a uma nova fonte de financiamento, sendo uma alternativa mais vantajosa que as opções tradicionais encontradas no mercado.
  - Ferramenta poderosa para acelerar as vendas dos Sellers no Marketplace. Os Sellers que contrataram o produto vem investindo mais em estoque, competitividade (preços e descontos) e publicidade, assim como em suas operações, para dar suporte ao crescimento de vendas dentro da plataforma.
  - Os critérios para concessão de crédito são definidos com base no histórico de vendas dos Sellers no Marketplace combinado com informações de crédito e risco, disponíveis no mercado.
  - As parcelas devidas são descontadas das vendas futuras dos Sellers dentro da plataforma.
  - Para os Sellers conectados ao B2W Fulfillment, são oferecidas condições especiais, com limites de crédito e taxas diferenciadas.

- **Atendimento ao Cliente**

- A Americanas.com foi a grande campeã do prêmio E-BIT, que teve cerimônia de premiação em mar/19, sendo novamente eleita a "Loja Diamante Mais Querida".
- O Submarino foi o grande campeão do prêmio IBEVAR-FIA na categoria Varejistas Eletrônicos do ranking de imagem, que teve cerimônia de premiação em ago/19. O ranking, organizado pelo IBEVAR (Instituto Brasileiro de Executivos do Varejo e Mercado de Consumo) e pela FIA (Fundação Instituto de Administração).
- 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 8,3, enquanto as marcas dos principais concorrentes possuem uma nota média de 7,1.
  - 76,2% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 55,2% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.

- O índice médio de solução das marcas da B2W é de 89,7% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 80,2%.
  - WhatsApp: Com o objetivo de estar cada vez mais próximo dos clientes, a B2W lançou um novo canal de relacionamento via WhatsApp, promovendo uma forma de comunicação inovadora e amigável nas principais etapas de compra.
    - Atualmente, 60% dos pedidos já contam com tracking pelo WhatsApp.
    - Mensalmente são enviadas 5 milhões de mensagens com o tracking do pedido e a base de clientes que optaram por receber comunicação pelo app atingiu 7 milhões.
  - Chatoff: Concluímos a implantação da plataforma de atendimento digital ao cliente da B2W (Chatoff), que reduziu em mais de 90% taxa de mediação nos atendimentos aos clientes e Sellers do Marketplace. Pelo novo canal de atendimento trafegam 140 mil mensagens por dia entre clientes, Sellers e B2W. Dessa forma, de maneira simples e rápida, o cliente pode obter informações do pedido, trocar o produto ou cancelar a compra.
- **O2O (Online to Offline)**

Utilizando o conceito de “Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.”, as iniciativas O2O da Lojas Americanas e B2W vêm aprimorando a experiência de compra dos clientes e crescendo em ritmo acelerado (+150% vs 3T18). Nos últimos doze meses, mais de 2,5 milhões de pessoas realizaram suas compras por meio dessas iniciativas.

  - **LASA Seller:** Ao longo do 9M19, registramos pedidos de clientes de mais de 4.000 cidades. Além disso, adicionamos novos itens ao sortimento, com foco em categorias de recorrência. Registramos um crescimento de venda de mais de 10x em relação ao mesmo período de 2018.
  - **Pegue na Loja Hoje (Click and Collect Now):** Disponível em todas as 1.582 Lojas Americanas, possibilita a retirada do produto (estoque da loja) em até 1 hora após a compra online (com frete grátis).
  - **LASA Entrega (Ship from Store):** Compra online dos produtos da Lojas Americanas mais próxima e recebe em até 2 horas no endereço de desejo. Disponível em 16 cidades, totalizando 108 lojas.
  - **Pegue na Loja (Click and Collect):** Cliente compra online e retira na loja física. Disponível em 1.325 Lojas Americanas (vs 810 lojas no 3T18), o modelo também já está disponível em 150 lojas físicas de Sellers do B2W Marketplace. No 3T19, mais de 2,5 mil sellers do B2W Marketplace foram habilitados para a operação de Click and Collect.
  - **Prateleira Infinita:** operação de venda assistida na Lojas Americanas para os produtos oferecidos na plataforma digital (1P e 3P). Dessa forma, os clientes tem acesso a uma experiência omnichannel completa, combinando a conveniência e o sortimento do mundo digital, com os serviços e a experiência do mundo físico. No 3T19, a operação apresentou um ticket médio aproximadamente 15x maior em relação ao das lojas físicas e crescimento de 43% em relação ao 3T18.
  - **O2O para Sellers do B2W Marketplace:** Transforma as lojas físicas dos sellers em flexible fulfillment centers. Desta forma, as iniciativas Pegue na Loja, Pegue na Loja Hoje (1 hora) e Ship From Store (2 horas) poderão ser expandidas para as mais de 15.000 lojas físicas dos Sellers do B2W Marketplace.
- **LET'S - Logística e Distribuição**

Plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição da LASA e da B2W, que tem o objetivo de otimizar as operações das companhias por meio de um modelo flexível de Fulfillment.

  - **Fast Delivery:** O programa, lançado em jun/18, reduziu em 50% (em média) os prazos de entrega dos itens de 1P e de 3P (considerando Sellers conectados ao B2W Entrega).
  - **Prazo de Entrega:** Atualmente mais de 50% de todas as compras realizadas nos sites da B2W (1P e 3P) e enviadas pela LET'S são entregues em até 2 dias. No 3T19, o prazo médio de entrega prometido aos clientes na hora da compra era de 6 dias, enquanto o prazo médio efetivo da entrega realizada foi de 3 dias. Nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, o prazo médio prometido era de 4 dias, enquanto o prazo médio efetivo da entrega foi de 2 dias.
  - **B2W Entrega:** Plataforma que opera e controla as entregas do B2W Marketplace. Os Sellers conectados ao B2W Entrega contam com 5 tipos de serviços: *Fulfillment (storage + delivery)*, *Pick Up - Grandes Operações* (retirada do produto no CD do Seller + *delivery*), *Direct Collect* (retirada do produto no CD do Seller - Médios e Pequenos + *delivery*), *Drop Off Hub* (Seller entrega em um dos hubs da Direct + *delivery*) e *Drop Off Loja* (Seller entrega em uma das Lojas Americanas + *delivery*).

O B2W Entrega atingiu mais de 36,5 mil Sellers ao final do 3T19, representando 94,3% da base total de Sellers e participando em mais de 70% dos pedidos realizados no Marketplace.

- **B2W Fulfillment:** Atingiu o total de 500 sellers conectados e com estoques operados pela plataforma, garantindo menor prazo de entrega e valores de frete mais competitivos. Através do B2W Fulfillment o cliente obtém a melhor experiência de compra, onde todo o processo logístico (estoques, transporte e atendimento) é operado pela B2W. Atualmente a operação conta com 4 Centros de Distribuição localizados nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Pernambuco, totalizando 250 mil m<sup>2</sup> de área de armazenagem dedicada aos Sellers.
- **VOE:** Com o objetivo de acelerar as iniciativas de O2O, o app VOE conecta entregadores independentes (moto, bicicleta e outros modais) na plataforma logística da B2W Digital, possibilitando a entrega de produtos aos clientes em até 2 horas, das 1.582 lojas físicas da Lojas Americanas e das mais de 15.000 lojas físicas dos Sellers do B2W Marketplace. O app já conta com 500 entregadores cadastrados e já atende 40 lojas físicas da LASA localizadas no Rio de Janeiro e em São Paulo.
- **Entrega com Drones:** A B2W Digital é a primeira empresa do varejo brasileiro a realizar voos experimentais para entregas com drones. A previsão é que em 2021 sejam realizadas as primeiras entregas de produtos em rotas dos Centros de Distribuição da Companhia para as lojas físicas da Lojas Americanas.
- **Americanas Lockers:** Armários autônomos para retirada de produtos. Após a compra na Americanas.com, o cliente recebe um QR Code para abertura automática do locker. Os Americanas Lockers estarão localizados em lojas com grande fluxo de pessoas, estações de metrô/ônibus e condomínios residenciais.

## • IF – Inovação e Futuro

Diante do contexto de transformação acelerada dos mundos físico e digital, e com o objetivo de capturar as oportunidades geradas por esse novo ambiente de negócios, em 2018, foi criada a IF - Inovação e Futuro, fora das operações de Lojas Americanas e B2W. A IF nasceu com a missão de construir negócios disruptivos e potencializar diversas iniciativas das Companhias. As principais verticais de atuação da IF são: incubar novos negócios, acelerar iniciativas já existentes, investir em startups (venture capital), liderar as frentes de O2O e prospectar novas oportunidades, incluindo operações de M&A.

- **Ame:** fintech e plataforma mobile de negócios, uma das primeiras iniciativas da IF, segue acelerando e apresentando indicadores impressionantes.
  - O app da Ame já conta com mais de 4,8 milhões de downloads em um pouco mais de 1 ano de operação.
  - A Ame vem ganhando forte tração nas marcas da B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes, gerando maior recorrência de compra e aumentando o spending.
  - A Lojas Americanas segue desenvolvendo funcionalidades exclusivas para o mundo físico. Dessa forma, em apenas 1 ano, a Ame já está em 1.337 lojas em todo o Brasil (vs 774 no 2T19). Até o final de 2019, estará presente em todas as lojas.
  - Em 18 de setembro de 2019, foi firmado acordo com a Linx, permitindo que cerca de 65 mil estabelecimentos que utilizam o sistema Linx Pay passem a aceitar Ame.
  - Em 23 de setembro de 2019, foi anunciada a parceria com a Mastercard para oferta do cartão pré-pago da Ame, com o conceito digital first, funcionando como espelho da conta Ame dos clientes e também disponível como cartão físico, caso desejado. A parceria torna possível que os clientes paguem com Ame em todos 7,8 milhões de estabelecimentos credenciados da Mastercard.
  - Em 09 de outubro de 2019, foi anunciada a parceria com a VTEX, possibilitando a conexão da Ame com os mais de 2.500 sites de e-commerce que utilizam os sistemas da VTEX.
  - Ame também segue expandindo sua rede de aceitação de forma orgânica, por meio da plataforma Ame Plus (perfil de vendedor).
  - Ao longo dos últimos meses, diversas funcionalidades foram lançadas:
    - Cash in com cartão de crédito
    - Receber e transferir recursos para outras contas Ame
    - Pagar merchants off us (Ame Plus: outros lojistas do mundo físico)
    - Cash out conta-corrente (transferência para conta bancária, exclusivo Ame Plus)
    - Geomarketing (localização dos lojistas com filtro por tipo de estabelecimento)
    - Pagar contas (Boletos)
    - Cash in conta-corrente (transferência bancária)
    - Cash in boleto (boleto bancário)
    - Cash in Lojas Americanas (no PDV da loja)
    - Cash out Lojas Americanas (no PDV da loja, em versão *beta*)

- Recarga celular pré-pago
- Crédito pessoa física (em versão *beta*)
- Transporte público (recarga de vale-transporte)
- Transporte privado
- E-Gifts
- Marketplace de serviços
- Plano de Bike do Itaú
- Programa de indicação de amigos (Member Get Member)
- Tickets e ingressos para eventos
- Passagem rodoviária
- Games (em versão *beta*)
- Vale refeição (em versão *beta*)
- Compra e venda de milhas aéreas (em versão *beta*)

- **Time Digital**

- **Hackathon:** O B2W Marketplace, em parceria com a FIAP (Faculdade de Informática e Administração Paulista), promoveu um Hackathon (maratona de programação) durante o Marketplace Summit 2019. Com o tema "O2O - DEVELOPING KILLER EXPERIENCES", alunos da faculdade e engenheiros de software da B2W formaram times mistos e desenvolveram, em 36 horas, soluções inovadoras para o desafio proposto. A maratona seguiu o mesmo modelo utilizado internamente nos *digital labs* da B2W (Hackathon IRONbit) e nossos líderes de equipes atuaram como mentores para ajudar os times no processo de ideação e pitch das soluções.
- **Programa Trainee 2020:** Abrimos as inscrições para o Programa Trainee da B2W Digital e estamos na etapa de triagem de currículos e provas online. Após a aprovação no processo seletivo, os trainees percorrerão diversas áreas da Companhia, seguindo um modelo de *job rotation*, e depois serão alocados nas suas áreas, onde desenvolverão projetos específicos.
- **Programa de Estágio 2019:** No 3T19, a B2W Digital finalizou o processo seletivo do programa de estágio nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo com a contratação de mais de 70 estudantes. Além de participarem de diversos treinamentos técnicos, comportamentais e de imersão na Companhia, os estagiários terão a oportunidade de aprender na prática o que estão estudando em seus cursos, vivenciando no dia-a-dia o dinamismo de uma empresa digital.
- **Summer Job 2019:** Abrimos as inscrições para mais uma edição do Summer Job da B2W Digital, com foco em estudantes com interesse em atuar em projetos específicos nas diversas áreas de negócio da Companhia. Os profissionais ficam alocados em projetos estratégicos da Companhia e contam com o acompanhamento de um tutor, orientação de carreira e apresentação de seus projetos finais para a Diretoria da B2W.
- **Working Day:** A ação tem como objetivo fortalecer a nossa marca empregadora junto às principais universidades e também promover o debate e a troca de experiências entre profissionais e alunos. No 3T19, realizamos dois "Working day" com foco exclusivo no público feminino da área de Tecnologia. As participantes passaram um dia em nosso escritório, onde conheceram um pouco mais sobre a Companhia e tiveram palestras sobre Código Limpo, Coding Dojo e uma Roda de Conversa sobre carreira com as nossas desenvolvedoras, em que todas puderam trocar experiências e entender mais sobre nossa cultura digital.
- **Meetup:** Ao longo de 2019, promovemos em nossos *digital labs* uma série de encontros da comunidade tech, com foco em abordagens diversas, como: SEO, Frontend, QA Ladies, Meetup Ministry of Testing, React Rio, Java, 3º Cloud Girls RJ e BI. No 3T19, recebemos também as comunidades do AfroPython, Scrum Aplicado, Product School, dentre outras.

- **Governança e Sustentabilidade Empresarial**

Alinhados com os princípios do Pacto Global e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU), seguimos no 3T19 avançando em nossas estratégias de sustentabilidade.

- **FTSE Russell:** As ações da Companhia (BTOW3) foram incluídas no FTSE4Good Index Series, índice que tem por objetivo mensurar a performance dos ativos com boas práticas ambientais, sociais e de governança corporativa (ESG).
- **ISE:** Pelo quinto ano consecutivo, ingressamos na carteira de empresas do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) 2019 da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão.

- **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 2019, promovido pela Institutional Investor. A Companhia ficou entre as 3 melhores empresas nas categorias “Best IR By Team” (Consumer/Retailing) e “Best IR Professionals” (Consumer/Retailing).
- **Relatório Anual:** Em jun/19, divulgamos o Relatório Anual 2018, adotando, mais uma vez, orientações internacionais do Relato Integrado. O documento também é guiado pelos indicadores mundiais da Global Report Initiative (GRI) e está alinhado com os princípios do Pacto Global e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU). Fizemos também a revisão por empresa independente, pelo segundo ano consecutivo, reforçando o compromisso com a transparência e confiança das informações divulgadas.
- **Ética:** A B2W passou a ser signatária do Pacto Empresarial pela Integridade e Anticorrupção, iniciativa desenvolvida pelo Instituto Ethos, que tem por objetivo unir empresas e promover um mercado mais íntegro e ético, erradicando o suborno e a corrupção.
- **Diversidade e Inclusão:** viabilizamos a acessibilidade dos sites para pessoas com deficiência auditiva, visual e motora por meio da Hand Talk e com a Essential Accessibility, possibilitando que os sites sejam lidos em linguagens de sinais (para deficientes auditivos), em voz alta (para deficientes visuais) e apenas com o movimento dos olhos (para deficientes motores).
- **Responsabilidade Social e Ambiental:** A B2W Digital conquistou, pelo terceiro ano consecutivo, o Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol. A Companhia teve mais uma vez seu inventário de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) verificado por uma auditoria externa, reafirmando assim o compromisso com a transparência e qualidade das informações.
- **Prêmios:** O resultado do trabalho realizado pela B2W também é reconhecido por meio de prêmios que são referência no mercado, que atestam a credibilidade e a força de suas marcas. Em 2019, a Americanas.com ficou em primeiro lugar na categoria de "Vendas Online" da premiação Marcas Mais do Estadão. Além disso, a B2W Digital foi destaque no Prêmio LIDE de Varejo, Consumo e Shopping Center, na categoria Omnicanalidade e primeiro lugar no prêmio 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro [SBVC] na categoria Maiores do E-commerce.

## DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 3T19 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 III e no Anexo V.

A partir de janeiro de 2019, as demonstrações de resultados da Companhia passam a refletir as novas práticas contábeis implementadas pelo CPC 06 (R2)/IFRS 16. Desta forma, para manter a comparabilidade dos resultados (3T19 vs 3T18 e 9M19 vs 9M18), está sendo apresentada a demonstração de resultados do trimestre findo em 30 de setembro de 2018 (3T18) em valores comparáveis. A reapresentação dos resultados trimestrais e ano de 2018 está disponível no site de RI da Companhia (ri.b2w.digital).

Os principais efeitos das novas práticas contábeis são nas linhas de despesas, depreciação e amortização, e resultado financeiro. Desta forma, os resultados do 3T18 foram ajustados nas seguintes linhas:

- Despesas com vendas: ajuste de R\$ 15,5 MM, passando de R\$ -328,3 MM para R\$ -312,8 MM
  - Depreciação e Amortização: ajuste de R\$ -13,1 MM, de R\$ -110,1 MM para R\$ -123,2 MM
  - Despesas Financeiras: ajuste de R\$ -5,3 MM, passando de R\$ -258,9 MM para R\$ -264,2 MM
  - Imposto de Renda e Contribuição Social: ajuste de R\$ 1,0 MM, de R\$ 54,4 MM para R\$ 55,4 MM
  - Resultado Líquido: ajuste de R\$ -1,9 MM, passando de R\$ -105,8 MM para R\$ -107,7 MM.
- **GMV Total:** No 3T19, o GMV foi de R\$ 4.651,5 milhões, crescimento de 28,4% quando comparado aos R\$ 3.622,7 milhões registrados no 3T18. No 9M19, o GMV acumulado foi de R\$ 12.130,0 milhões, 22,2% superior aos R\$ 9.926,9 milhões no 9M18.

O Marketplace segue em rápido desenvolvimento, com crescimento de 50,4% (vs 3T18) e atingindo 61,1% de participação no GMV Total (vs 52,2% no 3T18). No 3T19, observamos os efeitos positivos no 1P dos ajustes realizados na operação, após o término da “Lei do Bem”, no início do ano, e do processo contínuo de curadoria e revisão do sortimento.

- **Receita Bruta:** No 3T19, a receita bruta totalizou R\$ 2.098,8 milhões, comparado com os R\$ 1.922,2 milhões registrados no 3T18. Já no 9M19, a receita bruta acumulada foi de R\$ 5.550,7 milhões vs R\$ 5.574,8 milhões obtidos no 9M18.
- **Receita Líquida:** No 3T19, a receita líquida totalizou R\$ 1.681,2 milhões, comparado com os R\$ 1.556,8 milhões registrados no 3T18. No 9M19, a receita líquida foi de R\$ 4.441,6 milhões vs R\$ 4.509,8 milhões no 9M18.
- **Lucro Bruto Ajustado:** No 3T19, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 551,7 milhões, crescimento de 16,0% vs os R\$ 475,5 milhões registrados no 3T18. A margem bruta ajustada expandiu 2,3 p.p., passando de 30,5% no 3T18 para 32,8% no 3T19. No 9M19, o lucro bruto foi de R\$ 1.414,5 milhões, crescimento de 9,0% vs os R\$ 1.297,3 milhões do 9M18, com uma expansão de margem de 3,0 p.p. (31,8% vs 28,8%).
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 3T19, as despesas ajustadas totalizaram R\$ -399,4 milhões vs os R\$ -343,5 milhões registrados no 3T18. O SG&A como percentual do GMV, apresentou uma redução de 0,9 ponto percentual, saindo de 9,5% no 3T18 para 8,6% no 3T19. No 9M19, as despesas totalizaram R\$ -1.068,8 milhões vs R\$ -989,5 milhões registrados no 9M18. O percentual do SG&A em relação ao GMV, reduziu 1,2 ponto percentual, saindo de 10,0% no 9M18 para 8,8% no 9M19.
- **EBITDA Ajustado:** No 3T19, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 152,3 milhões, crescimento de 15,3% comparado com os R\$ 132,1 milhões registrados no 3T18. A margem EBITDA Ajustada saiu de 8,5% no 3T18 para 9,1% no 3T19, um aumento de 0,6 p.p. No 9M19, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 345,7 milhões, crescimento de 12,3% comparado com os R\$ 307,9 milhões registrados no 9M18. A margem EBITDA Ajustada expandiu 1,0 p.p., saindo de 6,8% no 9M18 para 7,8% no 9M19.
- **Resultado Financeiro Líquido:** No 3T19, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -151,5 milhões (vs R\$ -158,2 milhões no 3T18). O resultado financeiro saiu de R\$ -423,9 milhões no 9M18 para R\$ -466,0 milhões no 9M19.
- **Resultado Líquido:** No 3T19, o resultado líquido foi de R\$ -102,5 milhões vs R\$ -107,8 milhões no 3T18. No 9M19, o resultado líquido foi de R\$ -369,3 milhões (vs R\$ -335,6 milhões no 9M18).
- **Gestão de Caixa:**
  - **Geração de Caixa:** No 3T19, a geração de caixa foi de R\$ 89,4 MM, evolução de R\$ 31,7 MM vs a geração de caixa de R\$ 57,7 MM registrados no 3T18.

Como forma de capturar todos os efeitos, a geração ou 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. Neste trimestre, para o cálculo da geração de caixa, foram desconsiderados os R\$ 2.459,4 MM recebidos em set/19, provenientes do aumento de capital.

- **Capital de Giro:** -16 dias em set/19 (melhora de 60 dias vs 3T18). Esse resultado reflete o processo de curadoria e revisão do sortimento do 1P, a otimização no planejamento de compra de mercadoria, bem como o aumento de participação do 3P (Marketplace) nas vendas totais.

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 3T19, o CAPEX totalizou R\$ 117,6 MM, representando 2,5% do GMV Total.

- **Aumento de Capital**

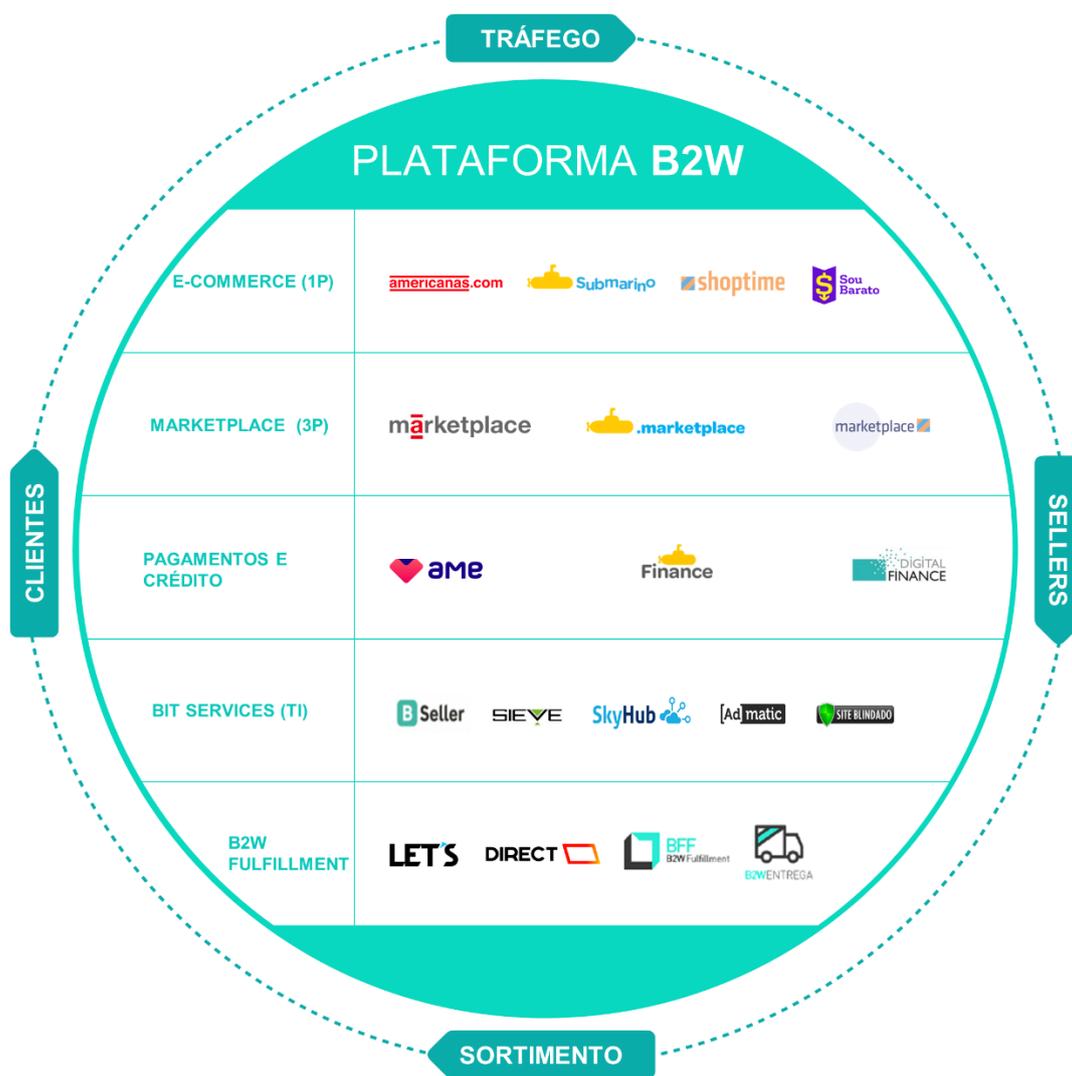
- O Aumento de Capital de R\$ 2,5 Bi contou com a adesão de 100% dos acionistas da Companhia. Lojas Americanas participou com R\$ 1.564,5 MM e os acionistas minoritários aderiram com R\$ 935,5 MM (R\$ 2.459,4 MM no caixa do 3T19 e os demais R\$ 40,6 MM no 4T19).
  - Em 19 de agosto de 2019, foi realizada Reunião do Conselho de Administração com o objetivo de aprovar a proposta de aumento do capital social da Companhia, no valor de R\$ 2.500.000.035,00 (dois bilhões, quinhentos milhões e trinta e cinco reais), mediante a emissão privada de 64.102.565 novas ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, pelo preço de emissão de R\$ 39,00 (trinta e nove reais) por ação.
  - O Aumento de Capital tem por objetivo melhorar a estrutura de capital, mantido o compromisso de geração de caixa, permitindo que a Companhia siga investindo na plataforma digital e acelerando o seu crescimento, por meio de um ecossistema completo de soluções, que inclui a LET'S (Flexible Fulfillment Platform) e a Ame (Plataforma Mobile de Negócios), e de iniciativas como O2O – Online to Offline e Serviços Digitais, conforme detalhado em apresentação também disponibilizada aos Srs. Acionistas nesta data como anexo à Ata da Reunião do Conselho de Administração que aprovou o Aumento de Capital (ambas disponíveis no Módulo IPE do Sistema Empresas.net nos sites [www.cvm.gov.br](http://www.cvm.gov.br) e [www.b3.com.br](http://www.b3.com.br) e no site de RI da Companhia - [ri@b2wdigital.com](mailto:ri@b2wdigital.com)).
  - Os acionistas tiveram do dia 23 de agosto de 2019 ao dia 21 de setembro de 2019 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 22 de agosto de 2019. O rateio de sobras e sobras adicionais ocorreu entre 30 de setembro e 07 de outubro de 2019.

## ANEXO I: SOBRE B2W DIGITAL

A B2W Digital é líder em e-commerce 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 Sou Barato) e uma operação de Marketplace em rápido crescimento. A plataforma construída ao longo dos últimos anos permite que a B2W também ofereça serviços de tecnologia, logística, distribuição, atendimento ao cliente e pagamentos.

### PLATAFORMA DIGITAL E CICLO VIRTUOSO DA B2W:



## ANEXO II: DEMONSTRATIVOS DE RESULTADO

### EXCLUINDO OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados <sup>1</sup> (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro			Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro		
	3T19	3T18 c/ IFRS 16	Variação	9M19	9M18 c/ IFRS 16	Variação
	<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	4.651,5	3.622,7	28,4%	12.130,0	9.926,9
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	2.098,8	1.922,2	9,2%	5.550,7	5.574,8	-0,4%
Impostos sobre vendas e serviços	(417,6)	(365,4)	14,3%	(1.109,1)	(1.065,0)	4,1%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>1.681,2</b>	<b>1.556,8</b>	<b>8,0%</b>	<b>4.441,6</b>	<b>4.509,8</b>	<b>-1,5%</b>
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.129,4)	(1.081,3)	4,5%	(3.027,1)	(3.212,5)	-5,8%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>551,7</b>	<b>475,5</b>	<b>16,0%</b>	<b>1.414,5</b>	<b>1.297,3</b>	<b>9,0%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	32,8%	30,5%	2,3 p.p.	31,8%	28,8%	3,0 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(529,3)</b>	<b>(466,7)</b>	<b>13,4%</b>	<b>(1.453,1)</b>	<b>(1.346,4)</b>	<b>7,9%</b>
Com vendas	(344,9)	(312,8)	10,3%	(932,2)	(896,0)	4,0%
Gerais e administrativas	(54,5)	(30,7)	77,5%	(136,6)	(93,5)	46,1%
Depreciação e amortização	(129,8)	(123,2)	5,4%	(384,4)	(357,0)	7,7%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	<b>22,4</b>	<b>8,8</b>	<b>154,5%</b>	<b>(38,6)</b>	<b>(49,1)</b>	<b>-21,4%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(151,5)</b>	<b>(158,2)</b>	<b>-4,3%</b>	<b>(466,0)</b>	<b>(423,9)</b>	<b>9,9%</b>
Receitas financeiras	124,4	106,0	17,4%	366,2	340,5	7,5%
Despesas financeiras	(275,9)	(264,2)	4,4%	(832,2)	(764,4)	8,9%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(1,2)	0,1	-1300,0%	(1,2)	0,2	-700,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(15,6)	(13,8)	13,0%	(39,9)	(30,8)	29,5%
Imposto de renda e contribuição social	43,3	55,4	-21,8%	176,4	168,1	4,9%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(102,5)</b>	<b>(107,8)</b>	<b>-4,9%</b>	<b>(369,3)</b>	<b>(335,6)</b>	<b>10,0%</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-6,1%	-6,9%	0,8 p.p.	-8,3%	-7,4%	-0,9 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>152,3</b>	<b>132,1</b>	<b>15,3%</b>	<b>345,7</b>	<b>307,9</b>	<b>12,3%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	9,1%	8,5%	0,6 p.p.	7,8%	6,8%	1,0 p.p.

<sup>1</sup>Refletindo ajustes do CPC 06 (R2) / IFRS 16, conforme indicado na página 9 (Seção Destaques Financeiros)

Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

### SEM EXCLUIR OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados <sup>1</sup> (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro			Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro		
	3T19	3T18 c/ IFRS 16	Variação	9M19	9M18 c/ IFRS 16	Variação
	<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	4.651,5	3.622,7	28,4%	12.130,0	9.926,9
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	2.098,8	1.922,2	9,2%	5.550,7	5.574,8	-0,4%
Impostos sobre vendas e serviços	(417,6)	(365,4)	14,3%	(1.109,1)	(1.065,0)	4,1%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>1.681,2</b>	<b>1.556,8</b>	<b>8,0%</b>	<b>4.441,6</b>	<b>4.509,8</b>	<b>-1,5%</b>
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.184,8)	(1.151,0)	2,9%	(3.199,8)	(3.386,3)	-5,5%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>496,4</b>	<b>405,8</b>	<b>22,3%</b>	<b>1.241,8</b>	<b>1.123,5</b>	<b>10,5%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	29,5%	26,1%	3,4 p.p.	28,0%	24,9%	3,1 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(473,9)</b>	<b>(397,0)</b>	<b>19,4%</b>	<b>(1.280,4)</b>	<b>(1.172,7)</b>	<b>9,2%</b>
Com vendas	(289,6)	(243,0)	19,2%	(759,5)	(722,2)	5,2%
Gerais e administrativas	(54,5)	(30,7)	77,5%	(136,6)	(93,5)	46,1%
Depreciação e amortização	(129,8)	(123,2)	5,4%	(384,4)	(357,0)	7,7%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	<b>22,4</b>	<b>8,8</b>	<b>154,5%</b>	<b>(38,6)</b>	<b>(49,1)</b>	<b>-21,4%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(151,5)</b>	<b>(158,2)</b>	<b>-4,3%</b>	<b>(466,0)</b>	<b>(423,9)</b>	<b>9,9%</b>
Receitas financeiras	124,4	106,0	17,4%	366,2	340,5	7,5%
Despesas financeiras	(275,9)	(264,2)	4,4%	(832,2)	(764,4)	8,9%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(1,2)	0,1	-1300,0%	(1,2)	0,2	-700,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(15,6)	(13,8)	13,0%	(39,9)	(30,8)	29,5%
Imposto de renda e contribuição social	43,3	55,4	-21,8%	176,4	168,1	4,9%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(102,5)</b>	<b>(107,8)</b>	<b>-4,9%</b>	<b>(369,3)</b>	<b>(335,6)</b>	<b>10,0%</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-6,1%	-6,9%	0,8 p.p.	-8,3%	-7,4%	-0,9 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>152,3</b>	<b>132,1</b>	<b>15,3%</b>	<b>345,7</b>	<b>307,9</b>	<b>12,3%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	9,1%	8,5%	0,6 p.p.	7,8%	6,8%	1,0 p.p.

<sup>1</sup>Refletindo ajustes do CPC 06 (R2) / IFRS 16, conforme indicado na página 9 (Seção Destaques Financeiros)

## BALANÇO PATRIMONIAL

<b>B2W - Companhia Digital</b>		
Balança Patrimonial		
	<u>30/09/2019</u>	<u>30/06/2019</u>
(em milhões de reais)		
<b><u>ATIVO</u></b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	4.508,3	3.313,2
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	3.266,2	2.156,7
Contas a receber de clientes	610,8	480,1
Estoques	894,3	852,4
Impostos a recuperar	552,9	513,6
Despesas antecipadas e outros	378,3	385,5
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>10.210,8</b>	<b>7.701,5</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	112,5	92,4
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.352,2	1.301,7
Impostos a recuperar	1.259,5	1.295,7
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	157,3	152,0
Investimentos	40,7	-
Imobilizado	399,1	411,3
Intangível	3.002,0	3.014,4
Ativo de direito de uso	192,9	209,2
<b>Total do Ativo Não Circulante</b>	<b>6.516,0</b>	<b>6.476,7</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>16.726,8</b>	<b>14.178,2</b>
<b><u>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</u></b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	2.229,4	1.961,9
Empréstimos e financiamentos	1.324,1	1.157,8
Debêntures	12,0	8,0
Salários, provisões e contribuições sociais	71,1	62,3
Tributos a recolher	55,0	46,5
Imposto de renda e contribuição social	9,9	3,6
Outras obrigações	371,3	325,5
Arrendamento	68,5	69,2
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>4.141,3</b>	<b>3.634,8</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	6.411,2	6.733,5
Debêntures	200,0	200,0
Partes relacionadas	21,3	15,6
Provisões para contingências e outras obrigações	152,0	158,0
Arrendamento	163,5	178,4
<b>Total do Passivo Não Circulante</b>	<b>6.948,0</b>	<b>7.285,5</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	5.779,1	5.742,3
Adiantamento para futuro aumento de capital	2.465,7	-
Reservas de capital	37,4	57,7
Lucros (prejuízos) acumulados	(2.644,7)	(2.542,2)
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>5.637,5</b>	<b>3.257,8</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>16.726,8</b>	<b>14.178,2</b>

## FLUXO DE CAIXA

<b>B2W - Companhia Digital</b>			
<b>Demonstrativo de Fluxo de Caixa</b>			
<b>(em milhões de reais)</b>			
	<b>Consolidado</b>		
	<b>30/09/2019</b>	<b>30/09/2018</b>	<b>Varição</b>
		<b>c/ IFRS 16</b>	
<b>Atividades Operacionais</b>			
<b>Resultado Líquido do Período</b>	<b>(369,3)</b>	<b>(335,8)</b>	<b>33,5</b>
<b>Ajustes ao Resultado Líquido:</b>			
Depreciações e amortizações	386,6	359,0	(27,6)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(187,8)	(184,0)	3,8
Juros, variações monetárias e cambiais	426,9	414,4	(12,5)
Equivalência patrimonial	1,2	-	(1,2)
Outros	(5,4)	(48,3)	(42,9)
<b>Resultado Líquido Ajustado</b>	<b>252,2</b>	<b>205,2</b>	<b>(47,0)</b>
<b>Variações de Capital de Giro:</b>			
Contas a receber	(321,6)	227,2	548,8
Estoques	(9,9)	364,8	374,7
Fornecedores	108,8	(354,9)	(463,7)
<b>Variações em Capital de Giro:</b>	<b>(222,7)</b>	<b>237,1</b>	<b>459,8</b>
<b>Variações em Ativos:</b>			
Despesas antecipadas	8,6	3,4	(5,2)
Depósitos judiciais	(22,2)	(22,2)	-
Impostos a recuperar	(52,9)	(113,1)	(60,2)
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	78,9	(43,4)	(122,3)
<b>Variações em Ativos:</b>	<b>12,4</b>	<b>(175,3)</b>	<b>(187,7)</b>
<b>Variações em Passivos:</b>			
Salários e encargos sociais	13,3	16,6	3,3
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	(2,7)	0,3	3,0
Outras obrigações (circulante e não circulante)	13,7	48,1	34,4
Contas a receber/pagar empresas ligadas	62,3	35,1	(27,2)
<b>Variações em Passivos:</b>	<b>86,6</b>	<b>100,1</b>	<b>13,5</b>
<b>Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures</b>	<b>(366,1)</b>	<b>(315,4)</b>	<b>50,7</b>
<b>Liquidação de juros sobre arrendamentos</b>	<b>(15,5)</b>	<b>(15,5)</b>	<b>-</b>
<b>Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos</b>	<b>(7,0)</b>	<b>(10,6)</b>	<b>(3,6)</b>
<b>Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais</b>	<b>(260,1)</b>	<b>25,6</b>	<b>285,7</b>
<b>Atividades de Investimento</b>			
Titulos e valores mobiliários	(1.450,1)	1.107,3	2.557,4
Imobilizado	(8,2)	(14,2)	(6,0)
Intangível	(336,3)	(235,8)	100,5
Valor pago pelas aquisições de controladas	(1,3)	(8,0)	(6,7)
<b>Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento</b>	<b>(1.795,9)</b>	<b>849,2</b>	<b>2.645,1</b>
<b>Atividades de Financiamento</b>			
Captações	2.037,8	2.214,6	176,8
Pagamentos	(1.021,0)	(1.418,9)	(397,9)
Pagamentos de arrendamento	(47,7)	(27,7)	20,0
Aumento de capital em dinheiro	9,6	0,6	(9,0)
Adiantamento para futuro aumento de capital	2.465,7	9,7	(2.456,0)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>	<b>3.444,4</b>	<b>778,3</b>	<b>(2.666,1)</b>
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	1.388,4	1.653,4	265,0
<b>Caixa e Bancos no início do período</b>	<b>3.119,9</b>	<b>1.469,5</b>	<b>(1.650,4)</b>
<b>Caixa e Bancos no final do período</b>	<b>4.508,3</b>	<b>3.122,9</b>	<b>(1.385,4)</b>

## ANEXO III SOBRE O DEMONSTRATIVOS DE RESULTADO

### Efeitos na consolidação da transportadora subsidiária da B2W Digital

A BFF Logística e Distribuição Ltda., subsidiária da B2W Digital, presta 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 3T19, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 152,3 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 136,6 milhões no 3T19 (8,1% da RL) vs R\$ 118,3 MM no 3T18 (7,6% da RL).

<b>Conciliação do EBITDA Consolidado- R\$ MM</b>	<b>3T19</b>	<b>3T18</b>	<b>Δ %</b>
		<small>c/ IFRS 16</small>	
<b>(=) EBITDA Ajustado</b>	<b>152,3</b>	<b>132,1</b>	<b>15,3%</b>
<b>(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(15,6)</b>	<b>(13,8)</b>	<b>13,0%</b>
<b>(=) EBITDA (CVM 527/12)</b>	<b>136,7</b>	<b>118,3</b>	<b>15,6%</b>

**ANEXO IV: ENDIVIDAMENTO**

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	30/09/2019	30/09/2018	30/09/2019	30/09/2018
<b>Endividamento Consolidado - R\$ MM</b>				
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	1.324,1	1.120,5	1.052,6	1.120,5
Debêntures de Curto Prazo	12,0	12,4	12,0	12,4
<b>Endividamento de Curto Prazo</b>	<b>1.336,1</b>	<b>1.132,8</b>	<b>1.064,6</b>	<b>1.132,8</b>
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	6.411,2	5.871,3	6.411,2	5.871,3
Debêntures de Longo Prazo	200,0	200,0	200,0	200,0
<b>Endividamento de Longo Prazo</b>	<b>6.611,2</b>	<b>6.071,3</b>	<b>6.611,2</b>	<b>6.071,3</b>
<b>Endividamento Bruto (1)</b>	<b>7.947,3</b>	<b>7.204,1</b>	<b>7.675,8</b>	<b>7.204,1</b>
Disponibilidades	7.887,0	5.085,8	7.887,0	5.085,8
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	525,1	198,4	253,6	198,4
<b>Disponibilidades Totais (2)</b>	<b>8.412,1</b>	<b>5.284,2</b>	<b>8.140,6</b>	<b>5.284,2</b>
<b>Caixa (Dívida) Líquida (2) - (1)</b>	<b>464,8</b>	<b>(1.919,9)</b>	<b>464,8</b>	<b>(1.919,9)</b>
<b>Geração (Consumo) de Caixa<sup>1</sup></b>	<b>89,4</b>	<b>57,7</b>	<b>89,4</b>	<b>57,7</b>
<b>Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)</b>	<b>1.092</b>	<b>862</b>	<b>1.125</b>	<b>862</b>

<sup>1</sup>Exclui no 3T19 os R\$ 2.459,4 MM provenientes da operação de aumento de capital.

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.

Em dez/18, o Conselho de Administração aprovou a estruturação do FIDC (Fundo de Antecipação de Recebíveis de Cartão de Crédito) com patrimônio líquido de R\$ 1,1 bilhão. O FIDC é uma ferramenta única no mercado, representando uma importante fonte de captação de recursos.

A composição do contas a receber da B2W está demonstrada na tabela a seguir:

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	30/09/2019	30/09/2018	30/09/2019	30/09/2018
<b>Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM</b>				
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	4.516,0	3.696,6	4.516,0	3.696,6
Desconto de Recebíveis	(3.990,9)	(3.498,3)	(4.262,4)	(3.498,3)
<b>Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação</b>	<b>525,1</b>	<b>198,4</b>	<b>253,6</b>	<b>198,4</b>
Ajuste a Valor Presente	(7,8)	(3,5)	(7,8)	(3,5)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(56,2)	(44,4)	(56,2)	(44,4)
Outras Contas a Receber	149,6	139,4	149,6	139,4
<b>Contas a Receber Líquido Consolidado</b>	<b>610,8</b>	<b>289,8</b>	<b>339,2</b>	<b>289,8</b>

**ANEXO V: 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).
- **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.



### Eventos 3T19

#### Divulgação de Resultados

30 de outubro de 2019 (quarta-feira)  
após fechamento da Bolsa

#### Teleconferência com Webcast

(em português - tradução simultânea para inglês)

31 de outubro de 2019 (quinta-feira)

12:00h (Horário de Brasília)

Acesso: +55 (11) 3181-8565

ou +55 (11) 4210-1803

Código: B2W

[Link para Webcast:](#)

[www.b2wdigital.com/webcast3T19](http://www.b2wdigital.com/webcast3T19)

Replay: Até 6 de novembro de 2019

Acesso: +55 (11) 3193-1012

Código: 8823339#

**Palestrante:**

Fábio Abrate - CFO e DRI

**Equipe de Relações**

com Investidores

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

+55 (21) 2206-6000

### 3Q19 Events

#### Earnings Release

October 30th, 2019 (Wednesday)  
after B3 trading hours

#### Conference Call and Webcast

(in Portuguese - simultaneous translation into English)

October 31st, 2019 (Thursday)

11:00 a.m. (Eastern Time)

Connection: +1 412 717-9627

Code: B2W

[Link to Webcast:](#)

[www.b2wdigital.com/webcast3Q19](http://www.b2wdigital.com/webcast3Q19)

Replay: Until November 6th, 2019

Access: +55 (11) 3193-1012

Code: 0764991#

**Speaker:**

Fábio Abrate - CFO and IRO

**Investor Relations Team**

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

+55 (21) 2206-6000

**IBOVESPA**

**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**

**MSCI**

**ISEB3**  
2019

**FTSE**