

B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 31% NO GMV TOTAL E GERAÇÃO DE CAIXA DE R\$ 479,3 MM NO 4T19

O Marketplace segue em rápido desenvolvimento e atingiu R\$ 4,3 bilhões de GMV (+47,2%) no 4T19, com participação de 64,2% do GMV Total

Rio de Janeiro, 20 de fevereiro de 2020: B2W Digital (B3: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 4º trimestre de 2019. Para manter a comparabilidade entre os períodos, o resultado apresentado do 4T19 e ano de 2019 foram ajustados de forma a desconsiderar os créditos fiscais procedentes de ação transitada em julgado no STF relativa a inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS, conforme Fato Relevante publicado em 20/12/2019.

PRINCIPAIS INDICADORES	4T19	4T18	Delta	2019	2018	Delta
GMV Total (R\$ MM)	6.647	5.078	+30,9%	18.778	15.005	+25,1%
Marketplace (R\$ MM)	4.267	2.898	+47,2%	11.589	7.740	+49,7%
Marketplace (% do GMV Total)	64,2%	57,1%	+7,1 p.p.	61,7%	51,6%	+10,1 p.p.
Sortimento (Itens/MM)	29,5	8,1	+21,4	29,5	8,1	+21,4
# Sellers (Novos/Mil)	8,1	3,1	+5,0	24,9	12,2	+12,7
# Sellers (Base/Mil)	46,8	21,9	+24,9	46,8	21,9	+24,9
B2W Entrega (# Sellers/Mil)	44,6	18,5	+26,1	44,6	18,5	+26,1
B2W Entrega (% da base de Sellers)	95,3%	84,5%	+10,8 p.p.	95,3%	84,5%	+10,8 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	80,1%	70,2%	+9,9 p.p.	76,7%	67,8%	+8,9 p.p.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Desde a sua criação (2006), a B2W Digital segue investindo nos pilares fundamentais do seu negócio. De 2007 até 2019, tivemos três importantes ciclos, que totalizaram R\$ 5,4 bilhões em investimentos (CAPEX) na Plataforma Digital e no desenvolvimento do e-commerce no Brasil, que ainda possui baixa penetração no varejo total, o que entendemos ser uma extraordinária oportunidade.

Os investimentos se concentraram em três grandes pilares: tecnologia, logística e gente. Construímos ao longo dos anos ativos únicos para operar e-commerce/marketplace no Brasil e também um time digital de primeira linha, com DNA de tecnologia e que respira inovação. Nosso time é a melhor combinação de gente jovem com experiência. As treze aquisições de empresas, de tecnologia e logística, que realizamos entre 2013 e 2015, foram responsáveis também pela chegada de muitos talentos. Nos orgulhamos das integrações bem sucedidas e do alto índice de retenção dessas pessoas brilhantes. Atualmente, temos mais de 1.500 desenvolvedores construindo a B2W do futuro.

Nosso DNA de tecnologia permitiu que a Plataforma Digital fosse desenvolvida baseada em cloud e microserviços, viabilizando que o time esteja organizado em mais de 90 Squads e acelerando o GMV Total e o lançamento de novas frentes de crescimento, sendo o Marketplace um excelente exemplo de negócio criado rapidamente a partir dessa arquitetura tecnológica.

O plano estratégico (2017-2019) teve como objetivos acelerar o crescimento do Marketplace (3P) e gerar caixa. O Marketplace saiu de um GMV de R\$ 2 bilhões em 2016 (18% do GMV Total) para R\$ 12 bilhões em 2019 (62% do GMV Total). Com a transformação do nosso modelo de negócios, a Companhia também atingiu uma expressiva evolução no fluxo de caixa, saindo de um consumo de R\$ 1,6 bilhão em 2016 para uma geração de caixa positiva de R\$ 190 milhões em 2019.

Nos últimos três anos, conectamos 42,1 mil Sellers (saindo de 4,7 mil em dez/16 para 46,8 mil em dez/19), o que permitiu um crescimento exponencial no sortimento ofertado ao cliente, que totalizou 29,5 milhões de itens ao final de 2019 (+26,8 MM vs os 2,7 MM de dez/16).

Nesse período, lançamos também o B2W Entrega, plataforma que opera e controla as entregas do Marketplace, reduzindo os prazos de entrega e o custo de frete em 50% (na média), totalizando uma adesão de 95% dos Sellers ao final de 2019.

Da mesma forma, desenvolvemos diversos produtos e serviços financeiros para que os Sellers possam seguir investindo em suas operações, como o desconto de recebíveis (solução nativa do B2W Marketplace) e o Crédito Seller, onde oferecemos empréstimos de maneira rápida, segura, simples e 100% online.

Com o rápido crescimento no número de Sellers e do sortimento, nossa plataforma se transformou para oferecer soluções cada vez mais completas e escaláveis, com o objetivo de dar suporte aos Sellers de acordo com suas diferentes necessidades. Atualmente, essas soluções se traduzem em mais de 230 milhões de requests por dia em nossas APIs, simplificando a operação dos Sellers nas principais variáveis do negócio (produto, pricing, SAC, estoque, troca, reembolso, frete, entre outras).

Entendemos que o nosso modelo híbrido de Plataforma Digital (1P, 3P e Soluções Digitais) tem uma proposta de valor superior para todos. Queremos continuar sendo a melhor opção para Fornecedores e Sellers, entregando tráfego robusto e qualificado e as melhores soluções para que continuem crescendo seus negócios conosco. Para o Cliente, queremos entregar a melhor experiência, por meio de um amplo sortimento e o melhor nível de serviço, com o máximo da conveniência.

Garantir o melhor nível de serviço da internet brasileira é prioridade e seguiremos oferecendo soluções completas para os Sellers, estimulando o empreendedorismo e possibilitando, também, o surgimento de novas empresas e negócios formais no Brasil.

O ano de 2019 significou o encerramento de um ciclo muito importante e, em 2020, temos o início de um novo ciclo. No novo plano estratégico de 3 anos (2020-2022), temos o objetivo de seguir acelerando o crescimento (GMV Total) e continuar gerando caixa. Estamos ainda mais preparados e motivados para transformar a experiência do Cliente, oferecendo “Tudo. A toda Hora. Em qualquer lugar”, o que vai direcionar as nossas decisões para mantermos os Clientes atuais e atrairmos novos Clientes.

A conveniência para os Clientes, endereçando as diferentes ocasiões de consumo, ditará o nosso ritmo de crescimento e será resultante do uso intensivo de dados, algoritmos e analytics para melhorar drasticamente a experiência dentro da Plataforma Digital. O foco será o de nos tornarmos ainda mais relevantes no dia a dia dos Clientes

“Tudo. A toda Hora. Em qualquer lugar” se traduz em aumentar continuamente a oferta de produtos e serviços, melhorando e ampliando a nossa disponibilidade e entregando onde o cliente desejar. Nesse sentido, temos o objetivo de alcançar a marca de mais de 100 MM de itens, com mais de 150 Mil Sellers conectados, até o final de 2022.

A LET’S, plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição da Americanas e B2W, será responsável por encurtar a distância até o Cliente, reduzindo o prazo de entrega para minutos, por meio da ampliação da malha logística para um total de 22 CDs até o final de 2022 (vs 15 CDs em dez-19) e da aceleração das iniciativas de O2O (Online to Offline).

A Ame, Fintech e Plataforma Mobile de Negócios de Americanas e B2W, que simplifica a vida das pessoas e empresas, seguirá fidelizando e engajando os Clientes, expandindo sua rede de aceitação de forma orgânica e por meio de parcerias estratégicas (como fizemos com Linx, Vtex, Cielo, Stone, Mastercard, Banco do Brasil, entre outras). A Ame possui um roadmap de novas funcionalidades para a aumentar radicalmente a frequência de uso, se tornando um one-stop-app, essencial no dia a dia dos Clientes.

A Ame Flash, que conecta entregadores independentes, vai acelerar também as iniciativas O2O, principalmente por meio da modalidade de entrega “ship from store”. A aquisição das startups Pedala e Courri, especializadas em entregas rápidas e sustentáveis (em centros urbanos), com bicicletas e patinetes, foi um movimento estratégico para avançarmos nesse mercado.

Identificamos também grandes oportunidades de crescimento em categorias ainda com baixa penetração no mundo online. A aquisição do Supermercado Now nos permite entrar com velocidade, escala e expertise nesse tipo de categoria. A categoria de Supermercado, de alta frequência de compras, ampliará ainda mais o nosso sortimento e a conveniência para o Cliente.

Seguiremos avançando na nossa estratégia de sustentabilidade, reforçando nosso compromisso com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). Somos signatários dos pactos voluntários de Empoderamento Feminino da ONU (WEP’s), da Coalizão pela Equidade Racial e de Gênero e da Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e Trabalho Decente.

Sabemos que ainda existem muitas oportunidades a serem desenvolvidas e estamos empenhados em fazer mais e melhor a cada dia.

Aproveitamos a oportunidade para agradecer ao nosso time pelo entusiasmo e dedicação. Fomos certificados pelo Great Place to Work (GPTW), um importante reconhecimento do esforço para seguir evoluindo e engajando o time para atingir metas cada vez mais desafiadoras, sempre com foco no cliente.

Agradecemos também aos nossos fornecedores pela parceria, aos vendedores do Marketplace pela escolha da nossa plataforma, aos acionistas pela confiança e, principalmente, aos clientes pela preferência.

Marcio Cruz
CEO, B2W Digital

DESTAQUES 4T19

- **B2W Digital gerou R\$ 479,3 MM de caixa no 4T19**, evolução de R\$ 264,6 MM em relação aos R\$ 214,7 MM registrados no 4T18. Em 2019, a geração de caixa totalizou R\$ 189,9 MM, uma evolução de R\$ 428,9 MM em relação ao consumo de R\$ 239,0 MM registrados em 2018. Dessa forma, a Companhia encerrou o ano com posição de caixa líquido de R\$ 984,7 MM.
- **B2W Digital 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. Na Black Friday, fomos a maior plataforma de Marketplace do Brasil e os Sellers puderam escalar seus negócios, vendendo o equivalente a 53 dias.
- **B2W Marketplace registrou um novo recorde, conectando mais de 8,1 mil novos Sellers no 4T19**, saindo de uma base de 38,7 mil Sellers em set/19 para mais de 46,8 mil Sellers em dez/19. Dessa forma, superamos o objetivo inicial de fechar o ano com 40 mil Sellers conectados.
- **B2W Digital totalizou um sortimento de 29,5 milhões de itens ao final do 4T19**, crescimento de 264% vs o 4T18, impulsionado pelo Marketplace. Dessa forma, superamos o objetivo inicial de fechar o ano com 20 MM de itens.
- **Americanas Mundo expandiu o seu sortimento para mais de 13,4 milhões de itens no 4T19**. Lançada em mar/19, a operação que possibilita que os clientes comprem produtos de Sellers de todos os lugares do mundo foi responsável pelo item mais vendido na Black Friday.
- **O2O (Online to Offline) ultrapassou a marca de R\$ 2 bilhões em GMV em 2019 (+153% vs 2018)**. Utilizando o conceito de “Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar”, as iniciativas O2O da Americanas e B2W vêm aprimorando a experiência de compra dos clientes e crescendo em ritmo acelerado. Nos últimos doze meses, mais de 2,8 milhões de pessoas realizaram suas compras por meio dessas iniciativas.
- **B2W Digital anunciou a aquisição do Supermercado Now**, plataforma inovadora de e-commerce com foco na categoria de Supermercado online. O modelo de negócios, de comprovado sucesso em outros países, possui grande oportunidade de crescimento no Brasil e permitirá à B2W expandir sua presença na categoria de Supermercado, abrindo uma nova frente de crescimento e oferecendo um sortimento ainda mais completo para os mais de 16 milhões de clientes ativos da Companhia.
- **LET’S abriu 3 novos Centros de Distribuição (CDs) ao final do 4T19**, nos estados do Pará, Minas Gerais e Rio Grande do Sul com o objetivo de reduzir a distância até o consumidor final, aumentando o número de cidades elegíveis para entregas em até 24 horas.
- **B2W Digital foi certificada com o selo “Great Place to Work 2020”**, um importante reconhecimento do esforço para seguir evoluindo e engajando o time para atingir metas cada vez mais desafiadoras, sempre com foco no cliente.

- **Iniciativas da IF – Inovação e Futuro**

- **Ame, o one-stop-app do Universo Americanas, atingiu 6,5 milhões de downloads** e segue ganhando forte tração na Americanas e na B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes por meio do *cashback*, gerando maior recorrência de compra e aumentando o *spending* do Cliente. Na Black Friday, a Ame transacionou mais de R\$ 800 MM em TPV, representando 17% das vendas online no Brasil.
- **Com objetivo de acelerar sua presença no mundo físico e online**, a Ame vem estabelecendo importantes parcerias com adquirentes, bandeiras de cartão, e plataformas de tecnologia para varejo, como: Cielo, Stone, Mastercard (cartão pré-pago), Linx e Vtex. Atualmente, a Ame já conta com presença em mais de 1,5 milhão de estabelecimentos.
- **Em dez/19, foi anunciada a parceria com o Banco do Brasil** para oferta de cartões de crédito por meio da Ame. A parceria é uma das iniciativas em desenvolvimento no *business plan* da Ame para a concessão de crédito para clientes e lojistas.
- **A Ame já conta com mais de 35 funcionalidades** para simplificar a vida do cliente, tornando-se um *one-stop app*. Durante o trimestre, foram lançadas novas *features* como doações para ONGs, mini-games e um piloto de delivery de cervejas geladas, por meio da Ame Flash. Lista completa de funcionalidades na seção da Ame na página 9.
- **Em dez/19, foi realizado o lançamento da Ame Pro (PDV e ERP Mobile)**, solução completa para gerenciamento de lojistas do mundo físico, com funcionalidades como gestão de pagamentos, estoque e tesouraria. A Ame Pro possui integração nativa com a Ame e com Marketplace, possibilitando a integração do lojista como Seller da B2W de forma automática.
- **Em dez/19, a Ame adquiriu as startups Pedala e Courri**, especializadas em entregas rápidas e sustentáveis com bicicletas e patinetes. As aquisições têm por objetivo acelerar a operação da Ame Flash, fazendo entregas nos grandes centros urbanos, além de ampliar a rede de entregadores parceiros conectados, permitindo a aceleração do “*ship from store*”.
- **A Ame é o meio de pagamento oficial do “Carnaval de Rua 2020 do Rio de Janeiro”**. Durante o evento, mais de 10 mil vendedores ambulantes estarão credenciados para vender com Ame, impactando milhões de pessoas.

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

- **Comercial e Marketing**

- **Sortimento:** O número de itens ofertados nos sites totalizou 29,5 milhões ao final do 4T19, crescimento de 264% vs o 4T18, impulsionado pelo Marketplace.
- **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).
 - 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 site oferece mais de 3,5 milhões de produtos em 36 categorias, o cliente pode comprar tanto itens para uso e consumo do dia a dia quanto grandes volumes para abastecer o estoque para revenda.
- **Prime:** Único programa do Brasil em que o cliente pode comprar mais de 2,8 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 5 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 4T19, a base de Sellers do B2W Prime cresceu 33,4% (vs 4T18).
- Em out/19, o Americanas Prime foi integrado às lojas físicas da 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 Americanas.

• Evolução do Marketplace

- **GMV Marketplace:** No 4T19, o Marketplace registrou crescimento de 47,2%, atingindo GMV de R\$ 4.267 milhões e participação de 64,2% do GMV Total.
- **Sellers:** No 4T19, o B2W Marketplace conectou mais de 8,1 mil novos Sellers, saindo de uma base de 38,7 mil Sellers em set/19 para mais de 46,8 mil Sellers em dez/19. A base de Sellers aumentou em 2,1x do 4T18 para o 4T19 (de 21,9 mil para 46,8 mil Sellers).
- **Sortimento:** O sortimento do B2W Marketplace registrou crescimento de 274%, saindo de uma base de 7,8 milhões de itens no 4T18 para 29,2 milhões de itens ao final do 4T19.
- **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 13,4 milhões de SKUs (dez/19).
 - Durante a Black Friday, o item mais vendido na Americanas.com foi um item do Americanas Mundo.
 - Em 2019, o Americanas Mundo contribuiu significativamente para a atração de novos clientes, reforçando a complementariedade entre o sortimento do 1P, dos Sellers locais do Marketplace e da operação de Cross Border. No 4T19, os itens do Americanas Mundo foram os que trouxeram mais clientes novos para a plataforma da B2W.
- **Marketplace Jirau da Amazônia:** Em parceria com a Fundação Amazônia Sustentável (FAS), implementamos o Marketplace Jirau da Amazônia no site da Americanas, gerando renda e inclusão para os moradores da região.
- **APIs:** 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 230 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 encantarem os clientes e venderem 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 4T19, o tráfego por dispositivos móveis representou 80,1% do total de visitas, um crescimento de 9,9 p.p. comparado com o 4T18.
- **Apps:** 62 milhões de downloads dos apps das marcas desde os seus lançamentos.
- **MAU:** Ao final do 4T19, os apps das marcas totalizaram 22 MM de usuários ativos (Monthly Active Users – Fonte: App Annie).
- **UX (Experiência do Cliente):**
 - **AMERICANAS**
 - Nova Página de Produto: Lançamos uma nova página de produto para site mobile e desktop. O objetivo foi facilitar a tomada de decisão do cliente, dando destaque

para as informações mais relevantes nesse processo. Os resultados foram medidos em um teste a/b, no qual a nova versão foi considerada a vencedora por apresentar um aumento de 2,3% na conversão.

- Jogo interativo no app (Black Friday): Com o objetivo de engajar os clientes durante os eventos, criamos jogos interativos no app, onde tivemos mais de 150 mil jogadores.
- Performance da home: Para a Black Friday, importantes alterações técnicas foram feitas no site mobile, reduzindo em 50% o tempo de carregamento.
- Aqui tem Desconto: Dando continuidade à otimização do “Aqui Tem Desconto”, área no aplicativo da Americanas onde o consumidor aproveita ofertas das lojas físicas, foram realizadas diversas melhorias, resultando em um crescimento de 102% no número de clientes utilizando a funcionalidade desde setembro de 2019.

SUBMARINO

- Cadastro automático de livros: Desenvolvemos um fluxo que permite o cadastro automático de livros. Com isso, as pré-vendas e os lançamentos de livros são disponibilizados para a venda no Submarino no mesmo dia em que eles são liberados no mercado pelas editoras, garantindo a nossa competitividade em relação aos concorrentes. Dessa forma, dobramos a quantidade de pré-vendas disponíveis.
- Nova oferta WOW: A página da Oferta Wow foi reformulada. Passamos a exibir os itens selecionados em cards que destacam automaticamente a melhor condição para a oferta como preço à vista, super cashback, desconto no cartão da marca e exclusividade app.

SHOPTIME

- Favoritos - Black Friday: Desenvolvemos um novo botão de Favoritos para a página de produto, incluindo a frase “Quero na Black Friday”. Ao “favoritar” um item, o usuário é informado que aquele produto pode concorrer a descontos durante o evento. A ação incentivou e engajou os usuários trazendo um aumento de 100% nos itens “favoritados” durante o evento.
- Banner personalizado na home - Black Friday: Seguindo a estratégia da campanha de Black Friday, desenvolvemos um componente que integra o nome de cada usuário ao Banner em destaque da Home.
- Nova home de móveis: Alteramos a home e criamos sete novas páginas para subcategorias relevantes. Além disso, também criamos páginas específicas para algumas lojas parceiras. Após as mudanças, subimos 5 posições nos resultados da busca orgânica no Google.

• Serviços Digitais

- **B2WAds:** A solução completa de publicidade da B2W Digital apresentou crescimento de 117% em sua receita de 2019 vs 2018, com aumento significativo na rentabilidade da operação. 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 2019, a joint-venture de cartões de crédito da B2W e Cetelem (Submarino Finance e Digital Finance) registrou um volume de R\$ 4,5 bilhões em transações aprovadas, representando um crescimento de 17,0% em comparação a 2018. No mesmo período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1,8 bilhão, crescimento de 15,1% em comparação com o ano anterior.

- Em dez/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). Visando atender as solicitações do Sellers, ao longo do ano de 2019, implementamos inovações nas formas de contratação, produtos e funcionalidades:
 - O crédito parcelado passou a ter maior prazo de pagamento, podendo chegar até a 24 meses.
 - Implantamos o Crédito Seller como meio de pagamento no B2W ADS, permitindo maior investimento dos Sellers em mídia.
 - Parceria com a marca Americanas Empresas, visando a possibilidade de negociações de compras, para reposição de estoques, como se fossem à vista, contudo, com a flexibilidade da modalidade de pagamento a prazo, através do Crédito Seller.
- **Atendimento ao Cliente**
 - A B2W recebeu, em dez/19, o prêmio Procon Carioca de atendimento ao cliente, sendo a única empresa do varejo contemplada.
 - Em 2019, a B2W estabeleceu um novo recorde de vitórias no Prêmio Época Reclame Aqui, vencendo em 4 categorias.
 - 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 8,2, enquanto as marcas dos principais concorrentes possuem uma nota média de 7,2.
 - 74,9% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 56,1% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
 - O índice médio de solução das marcas da B2W é de 88,2% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 79,9%.
 - O tempo médio de solução de reclamações foi reduzido em 26,8% no 1P e em 35,2% no 3P, melhorando significativamente a experiência de atendimento em relação a 2018.
 - WhatsApp: Lançamos um novo canal de relacionamento via WhatsApp, promovendo uma forma de comunicação inovadora e amigável nas principais etapas de compra. Para desenvolver o novo canal de atendimento, adotamos inteligência artificial na criação de um assistente virtual, capaz de conversar com os clientes e reconhecer suas necessidades. O projeto foi desenvolvido em parceria com o Google, com a utilização da ferramenta Dialogflow, do Google Cloud, que permite criar experiências de conversação mais naturais.
 - Atualmente, 60% dos pedidos já contam com tracking pelo WhatsApp.
 - Mensalmente são enviadas 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.
- **O2O (Online to Offline)**

Utilizando o conceito de “Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.”, as iniciativas O2O da Americanas e B2W vêm aprimorando a experiência de compra dos clientes e crescendo em ritmo acelerado (+160% vs 4T18). Nos últimos doze meses, as iniciativas e as modalidades O2O, combinadas, ultrapassaram a marca de R\$ 2 bilhões em GMV (+153% vs 2018).

 - **LASA Seller:** Em 2019, o sortimento disponível expandiu em 3x e a venda cresceu 2,5x em relação ao ano anterior. Durante a Red Friday a Americanas foi o maior Seller do B2W

Marketplace em número de itens vendidos, registrando uma venda nos dias de evento maior do que todo o ano de 2018.

- **Pegue na Loja Hoje (*Click and Collect Now*):** Disponível em todas as 1.700 Americanas, permitindo que o cliente compre online o estoque da loja e retire o produto em até 1 hora sem frete. A modalidade segue em rápido desenvolvimento, atingindo no mês de dezembro a marca de mais de 100 mil pedidos.
- **LASA Entrega (*Ship from Store*):** Compra online dos produtos da Americanas mais próxima e recebe em até 2 horas no endereço de desejo. Disponível em 110 cidades e 13 estados, totalizando 300 lojas implantadas.
- **Pegue na Loja (*Click and Collect*):** Cliente compra online e retira na loja física. Em 2019, nos tornamos a maior rede de pick-up points do Brasil, com mais de 8.000 pontos conectados (Americanas, lojas de Sellers e pontos parceiros) em mais de 5 mil municípios do Brasil, oferecendo a 99% da população brasileira acesso ao serviço.
- **Prateleira Infinita:** operação de venda assistida da Americanas para os produtos oferecidos na plataforma digital (1P e 3P). No 4T19, a operação apresentou um ticket médio aproximadamente 15x maior que o das lojas físicas e crescimento de 57% em relação ao 4T18.
- **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 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.

- **Prazo de Entrega:** Em 2019, mais de 50% de todas as compras realizadas nos sites da B2W (1P e 3P) e enviadas pela LET'S foram entregues em até 2 dias. No 4T19, mesmo com o grande volume de vendas na Black Friday, 61,3% das entregas para os estados do Rio de Janeiro e São Paulo foram realizadas em até 2 dias (1P e 3P).
- **Novos CDs:** LET'S anunciou a abertura de 3 novos Centros de Distribuição ao final do 4T19, nos estados do Pará, Minas Gerais e Rio Grande do Sul com o objetivo de reduzir a distância até o consumidor final, aumentando o número de cidades elegíveis para entregas em até 24 horas. Atualmente, a LET's opera 18 CDs nos estados: RJ, SP, MG, PE, PA, SC e RS.
- **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 Americanas + *delivery*). O B2W Entrega atingiu mais de 44,6 mil Sellers ao final do 4T19, representando 95,3% da base total de Sellers e participando em mais de 75% dos pedidos realizados no Marketplace.
 - **B2W Fulfillment:** Atingiu o total de 511 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.

- **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 da 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 (one-stop-app):** 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 6,5 milhões de downloads em um pouco mais de 18 meses de operação.
 - A Ame vem ganhando forte tração na Americanas e na B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes, gerando maior recorrência de compra e aumentando o spending.
 - A Americanas segue desenvolvendo funcionalidades exclusivas para o mundo físico. Dessa forma, em apenas 1 ano, a Ame já está em todas as 1.700 lojas em todo o Brasil (vs 1.337 no 3T19).
 - 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.
 - Em 06 de dezembro de 2019, foi anunciada a parceria com o Banco do Brasil para oferta de cartões de crédito por meio da Ame.
 - Em 06 de dezembro de 2019, foi anunciada também a parceria com a adquirente Stone para integração das plataformas de pagamento para viabilizar pagamentos via QR code nas maquininhas da Stone. Em 12 de dezembro de 2019, foi anunciada parceria similar com a Cielo.
 - 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 Americanas (no PDV da loja)
 - Cash out 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
 - Compra e venda de milhas aéreas (em versão *beta*)
 - Doações
 - Mini-games
 - Delivery de Cerveja (em versão *beta*)
- **Ame Flash:** Com o objetivo de acelerar as iniciativas de O2O, a Ame Flash conecta entregadores independentes (moto, bicicleta e outros modais), possibilitando a entrega de produtos aos clientes em até 2 horas, das 1.700 lojas físicas da Americanas e das lojas físicas dos Sellers do B2W

Marketplace. O app já conta com 800 entregadores cadastrados e já atende 100 lojas físicas no Rio de Janeiro e em São Paulo.

- **Aquisição Pedala e Courri:** Em dez/19, a Ame concluiu a aquisição das *startups* Pedala e Courri, especializadas em entregas rápidas e sustentáveis por bicicletas e patinetes. As aquisições têm por objetivo acelerar a operação da Ame Flash, fazendo entregas nos grandes centros urbanos com diferentes modais.

- **Time Digital**

- **Certificação “Great Place to Work 2020”:** Como resultado do compromisso da B2W Digital com o desenvolvimento dos talentos da Companhia, recebemos a certificação em jan/20. Esse é um importante reconhecimento do esforço para seguir evoluindo e engajando o time para atingir metas cada vez mais desafiadoras, sempre com foco no cliente.
- **Programa Trainee 2020:** Finalizamos o processo seletivo do Programa Trainee 2020 com a aprovação de 19 candidatos. Os novos trainees percorrerão diversas áreas da Companhia, seguindo um modelo de *job rotation*, e depois serão alocados nas suas áreas, onde desenvolverão projetos específicos.
- **Working days:** No 4T19, realizamos dois Working Days, com alunos das Universidades UFF e CEFET, no Rio de Janeiro, e um dedicado para mulheres, em São Paulo. Essa iniciativa tem como objetivo apresentar o dia-a-dia da B2W e as oportunidades de carreira. Durante o encontro, os convidados participam de palestras, tour pelo escritório e conversas com executivos da Companhia.
- **Meetups:** No 4T19, a B2W Digital deu continuidade às rodadas de *meetups* (eventos de comunidades técnicas). Os encontros são momentos informais para troca de informações e experiências sobre um tema específico, envolvendo pessoas de determinadas comunidades de tecnologia e também o público interno da Companhia, proporcionando um momento de networking entre os dois mundos. Nesse período, recebemos diversos grupos como o NODE.JS, Elastic, Java, GODOT, Nerd Girls, Devops, Python, dentre outros.
- **B-Talks:** No 4T19, lançamos o B-Talks, um talk show que visa compartilhar conhecimento, promover conversas e debates, apresentar e integrar áreas e pessoas. Os eventos têm formato de painel onde associados são entrevistados e apresentam projetos, com a mediação de um gestor. O evento é transmitido ao vivo por webcast para todas as nossas unidades e os associados podem enviar perguntas antes e ao longo da reunião.
- **Hackathons:** No 4T19, realizamos, em parceria com a USP-SP e o Inter Hack – o Hackathon para alunos da USP São Paulo, Leste e São Carlos.

- **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 4T19 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 sexto ano consecutivo, ingressamos na carteira de empresas do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) 2020 da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão.
- **Comunicação com o Mercado:** B2W Digital e Americanas realizaram o Investor Day.19 de forma integrada. O evento aconteceu no dia 06 de dezembro de 2019 no Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro, contando com a participação de mais de 300 investidores locais e estrangeiros, e de toda a diretoria das Companhias.
- **Ética:** A B2W é 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 Essencial 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. A Companhia também promove, em parceria com a Fundação Amazonas Sustentável (FAS), a venda de produtos artesanais de comunidades ribeirinhas e indígenas no site da Americanas.com para todo Brasil. Toda renda obtida com a venda é revertida para o desenvolvimento do projeto.
- **Prêmios:** O resultado do trabalho realizado pela B2W também é reconhecido por meio de prêmios que são referência no mercado e atestam a credibilidade e a força de suas marcas. Em 2019, a B2W estabeleceu um novo recorde de vitórias no Prêmio Época Reclame Aqui, vencendo em 4 categorias. Pelo 6º ano consecutivo, a marca foi eleita como preferida na categoria "Site de Compras" no Prêmio Marcas dos Cariocas, do jornal O Globo. Além disso, a Americanas.com foi nomeada a número 1 na categoria "E-commerce", do Marcas Mais Amadas, da revista Consumidor Moderno, e foi vencedora na categoria "Varejo Online Tradicional" do Melhores Serviços Estadão e também foi destaque no Prêmio Black Friday de Verdade, em que a Americanas.com foi vencedora nas 4 categorias que estava concorrendo.

DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 4T19 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 (4T19 vs 4T18 e 2019 vs 2018), está sendo apresentada a demonstração de resultados do trimestre findo em 31 de dezembro de 2018 (4T18) 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 4T18 foram ajustados nas seguintes linhas:

- Despesas com vendas: ajuste de R\$ 19,2 MM, passando de R\$ -410,4 MM para R\$ -391,2 MM
- Depreciação e Amortização: ajuste de R\$ -16,4 MM, de R\$ -112,0 MM para R\$ -128,4 MM
- Despesas Financeiras: ajuste de R\$ -5,6 MM, passando de R\$ -265,6 MM para R\$ -271,2 MM
- Imposto de Renda e Contribuição Social: ajuste de R\$ 1,0 MM, de R\$ 26,2 MM para R\$ 27,2 MM
- Resultado Líquido: ajuste de R\$ -1,9 MM, passando de R\$ -67,7 MM para R\$ -69,6 MM.

Para manter a comparabilidade entre os períodos, o resultado apresentado do 4T19 e ano de 2019 foram ajustados de forma a desconsiderar os créditos fiscais procedentes de ação transitada em julgado no STF relativa a inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS, conforme Fato Relevante publicado em 20/12/2019.

- **GMV Total:** No 4T19, o GMV foi de R\$ 6.647,5 milhões, crescimento de 30,9% quando comparado aos R\$ 5.078,5 milhões registrados no 4T18. Em 2019, o GMV acumulado foi de R\$ 18.777,5 milhões, 25,1% superior aos R\$ 15.005,4 milhões em 2018.

O Marketplace segue em rápido desenvolvimento, com crescimento de 47,2% (vs 4T18) e atingindo 64,2% de participação no GMV Total (vs 57,1% no 4T18).

- **Receita Bruta:** No 4T19, a receita bruta totalizou R\$ 2.806,7 milhões, comparado com os R\$ 2.469,5 milhões registrados no 4T18. Já em 2019, a receita bruta acumulada foi de R\$ 8.357,4 milhões vs R\$ 8.044,3 milhões obtidos em 2018.

- **Receita Líquida:** No 4T19, a receita líquida totalizou R\$ 2.220,1 milhões, comparado com os R\$ 1.978,6 milhões registrados no 4T18. Em 2019, a receita líquida foi de R\$ 6.661,7 milhões vs R\$ 6.488,5 milhões em 2018.
- **Lucro Bruto Ajustado:** No 4T19, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 728,4 milhões, crescimento de 15,3% vs os R\$ 631,6 milhões registrados no 4T18. A margem bruta ajustada expandiu 0,9 p.p., passando de 31,9% no 4T18 para 32,8% no 4T19. Em 2019, o lucro bruto foi de R\$ 2.142,9 milhões, crescimento de 11,1% vs os R\$ 1.928,9 milhões de 2018, com uma expansão de margem de 2,5 p.p. (32,2% vs 29,7%).
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 4T19, as despesas ajustadas totalizaram R\$ -474,1 milhões vs os R\$ -422,4 milhões registrados no 4T18. O SG&A como percentual do GMV, apresentou uma redução de 1,2 ponto percentual, saindo de 8,3% no 4T18 para 7,1% no 4T19. Em 2019, as despesas totalizaram R\$ -1.542,9 milhões vs R\$ -1.411,9 milhões registrados em 2018. O percentual do SG&A em relação ao GMV, reduziu 1,2 ponto percentual, saindo de 9,4% em 2018 para 8,2% em 2019.
- **EBITDA Ajustado:** No 4T19, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 254,3 milhões, crescimento de 21,6% comparado com os R\$ 209,2 milhões registrados no 4T18. A margem EBITDA Ajustada saiu de 10,6% no 4T18 para 11,5% no 4T19, um aumento de 0,9 p.p.. Em 2019, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 600,1 milhões, crescimento de 16,1% comparado com os R\$ 517,1 milhões registrados em 2018. A margem EBITDA Ajustada expandiu 1,0 p.p., saindo de 8,0% em 2018 para 9,0% em 2019.
- **Resultado Financeiro Líquido:** No 4T19, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -137,9 milhões (vs R\$ -163,6 milhões no 4T18). O resultado financeiro saiu de R\$ -587,5 milhões em 2018 para R\$ -603,9 milhões em 2019.
- **Resultado Líquido:** No 4T19, o resultado líquido foi de R\$ -22,3 milhões vs R\$ -69,6 milhões no 4T18. Em 2019, o resultado líquido foi de R\$ -391,6 milhões (vs R\$ -405,1 milhões em 2018).
- **Gestão de Caixa:**
 - **Geração de Caixa:** No 4T19, a geração de caixa foi de R\$ 479,3 MM, evolução de R\$ 264,6 MM vs a geração de caixa de R\$ 214,7 MM registrados no 4T18. Em 2019, a geração de caixa totalizou R\$ 189,9 MM, uma evolução de R\$ 428,9 MM em relação ao consumo de R\$ 239,0 MM registrados em 2018.

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\$ 40,6 MM recebidos em out/19, provenientes do aumento de capital (total de R\$ 2,5 bilhões no ano).

- **Capital de Giro:** -41 dias em dez/19 (melhora de 61 dias vs 4T18). 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 4T19, o CAPEX totalizou R\$ 136,6 MM, representando 2,1% do GMV Total. No ano de 2019, o CAPEX totalizou R\$ 510,1 MM, representando 2,7% do GMV Total.

- **Aumento de Capital**

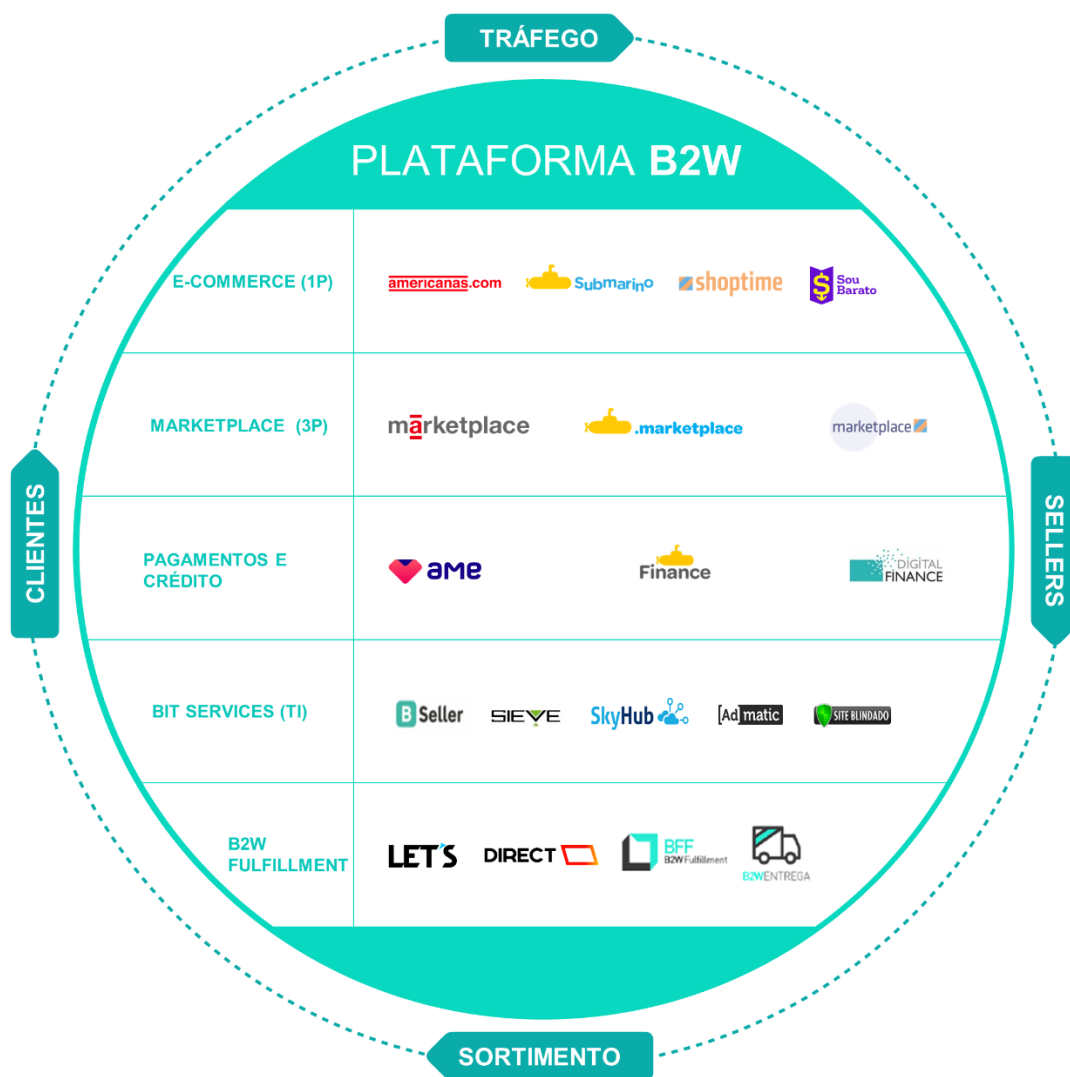
- O Aumento de Capital de R\$ 2,5 Bi contou com a adesão de 100% dos acionistas da Companhia. A Americanas participou com R\$ 1.564,5 MM e os acionistas minoritários aderiram com R\$ 935,5 MM (R\$ 2.459,4 MM no caixa do 3T19 e os demais R\$ 40,6 MM no 4T19).
 - Em 19 de agosto de 2019, foi realizada 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 e www.b3.com.br e no site de RI da Companhia - 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 DOS CRÉDITOS FISCAIS E EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados ¹ (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro			Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T19	4T18 c/ IFRS 16	Variação	2019	2018 c/ IFRS 16	Variação
	Gross Merchandise Volume (GMV)	6.647,5	5.078,5	30,9%	18.777,5	15.005,4
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.806,7	2.469,5	13,7%	8.357,4	8.044,3	3,9%
Impostos sobre vendas e serviços	(586,6)	(490,9)	19,5%	(1.695,7)	(1.555,8)	9,0%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.220,1	1.978,6	12,2%	6.661,7	6.488,5	2,7%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.491,7)	(1.347,0)	10,7%	(4.518,7)	(4.559,6)	-0,9%
Lucro Bruto	728,4	631,6	15,3%	2.142,9	1.928,9	11,1%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	32,8%	31,9%	0,9 p.p.	32,2%	29,7%	2,5 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(609,5)	(550,8)	10,7%	(2.062,6)	(1.897,2)	8,7%
Com vendas	(426,2)	(391,2)	8,9%	(1.358,4)	(1.287,2)	5,5%
Gerais e administrativas	(47,9)	(31,2)	53,5%	(184,5)	(124,7)	48,0%
Depreciação e amortização	(135,4)	(128,4)	5,5%	(519,8)	(485,3)	7,1%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	119,0	80,8	47,3%	80,3	31,7	153,3%
Resultado Financeiro Líquido	(137,9)	(163,6)	-15,7%	(603,9)	(587,5)	2,8%
Receitas financeiras	130,8	107,6	21,5%	496,9	448,1	10,9%
Despesas financeiras	(268,6)	(271,2)	-1,0%	(1.100,8)	(1.035,5)	6,3%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(2,5)	0,3	-933,3%	(3,7)	0,5	-840,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(6,7)	(14,3)	-53,1%	(46,6)	(45,0)	3,6%
Imposto de renda e contribuição social	5,9	27,2	-78,3%	182,3	195,2	-6,6%
Resultado Líquido	(22,3)	(69,6)	-68,0%	(391,6)	(405,1)	-3,3%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-1,0%	-3,5%	2,5 p.p.	-5,9%	-6,2%	0,3 p.p.
EBITDA Ajustado	254,3	209,2	21,6%	600,1	517,1	16,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	11,5%	10,6%	0,9 p.p.	9,0%	8,0%	1,0 p.p.

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

Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

CONCILIAÇÃO DOS EFEITOS REFERENTES À CRÉDITOS FISCAIS

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados ¹ (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro			Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T19 Contábil	Efeito cred. Fiscal	4T19 Ajustado	2019 Contábil	Efeito cred. Fiscal	2019 Ajustado
	Gross Merchandise Volume (GMV)	6.647,5	-	6.647,5	18.777,5	-
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.806,7	-	2.806,7	8.357,4	-	8.357,4
Impostos sobre vendas e serviços	(480,3)	106,3	(586,6)	(1.589,4)	106,3	(1.695,7)
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.326,4	106,3	2.220,1	6.768,0	106,3	6.661,7
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.491,7)	-	(1.491,7)	(4.518,7)	-	(4.518,7)
Lucro Bruto	834,7	106,3	728,4	2.249,2	106,3	2.142,9
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	35,9%	3,1 p.p.	32,8%	33,2%	1,0 p.p.	32,2%
Receitas (Despesas) Operacionais	(642,1)	(32,7)	(609,5)	(2.095,3)	(32,7)	(2.062,6)
Com vendas	(426,2)	-	(426,2)	(1.358,4)	-	(1.358,4)
Gerais e administrativas	(80,6)	(32,7)	(47,9)	(217,2)	(32,7)	(184,5)
Depreciação e amortização	(135,4)	-	(135,4)	(519,8)	-	(519,8)
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	192,6	73,6	119,0	154,0	73,6	80,3
Resultado Financeiro Líquido	(100,4)	37,5	(137,9)	(566,4)	37,5	(603,9)
Receitas financeiras	168,3	37,5	130,8	534,4	37,5	496,9
Despesas financeiras	(268,6)	-	(268,6)	(1.100,8)	-	(1.100,8)
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(2,5)	-	(2,5)	(3,7)	-	(3,7)
Outras receitas (despesas) operacionais	(6,7)	-	(6,7)	(46,6)	-	(46,6)
Imposto de renda e contribuição social	(31,9)	(37,8)	5,9	144,5	(37,8)	182,3
Resultado Líquido	51,1	73,4	(22,3)	(318,3)	73,4	(391,6)
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	2,2%	3,2 p.p.	-1,0%	-4,7%	1,2 p.p.	-5,9%
EBITDA Ajustado	328,0	73,6	254,3	673,7	73,6	600,1
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	14,1%	2,6%	11,5%	10,0%	0,9%	9,0%

Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

SEM EXCLUIR OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 31 de Dezembro			Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T19	4T18	Variação	2019	2018	Variação
Demonstração de Resultados ¹		c/ IFRS 16			c/ IFRS 16	
(em milhões de reais)						
Gross Merchandise Volume (GMV)	6.647,5	5.078,5	30,9%	18.777,5	15.005,4	25,1%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.806,7	2.469,5	13,7%	8.357,4	8.044,3	3,9%
Impostos sobre vendas e serviços	(586,6)	(490,9)	19,5%	(1.695,7)	(1.555,8)	9,0%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.220,1	1.978,6	12,2%	6.661,7	6.488,5	2,7%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.556,6)	(1.427,3)	9,1%	(4.756,4)	(4.813,6)	-1,2%
Lucro Bruto	663,5	551,4	20,3%	1.905,3	1.674,9	13,8%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	29,9%	27,9%	2,0 p.p.	28,6%	25,8%	2,8 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(544,6)	(470,5)	15,7%	(1.825,0)	(1.643,2)	11,1%
Com vendas	(361,3)	(311,0)	16,2%	(1.120,8)	(1.033,2)	8,5%
Gerais e administrativas	(47,9)	(31,2)	53,5%	(184,5)	(124,7)	48,0%
Depreciação e amortização	(135,4)	(128,4)	5,5%	(519,8)	(485,3)	7,1%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	119,0	80,8	47,3%	80,3	31,7	153,3%
Resultado Financeiro Líquido	(137,9)	(163,6)	-15,7%	(603,9)	(587,5)	2,8%
Receitas financeiras	130,8	107,6	21,5%	496,9	448,1	10,9%
Despesas financeiras	(268,6)	(271,2)	-1,0%	(1.100,8)	(1.035,5)	6,3%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(2,5)	0,3	-933,3%	(3,7)	0,5	-840,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(6,7)	(14,3)	-53,1%	(46,6)	(45,0)	3,6%
Imposto de renda e contribuição social	5,9	27,2	-78,3%	182,3	195,2	-6,6%
Resultado Líquido	(22,3)	(69,6)	-68,0%	(391,6)	(405,1)	-3,3%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-1,0%	-3,5%	2,5 p.p.	-5,9%	-6,2%	0,3 p.p.
EBITDA Ajustado	254,3	209,2	21,6%	600,1	517,1	16,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	11,5%	10,6%	0,9 p.p.	9,0%	8,0%	1,0 p.p.

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

CONCILIAÇÃO DOS EFEITOS REFERENTES À CRÉDITOS FISCAIS

B2W - Companhia Digital	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 31 de Dezembro			Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T19	Efeito cred.	4T19	2019	Efeito cred.	2019
Demonstração de Resultados ¹		Fiscal	Ajustado		Fiscal	Ajustado
(em milhões de reais)						
Gross Merchandise Volume (GMV)	6.647,5	-	6.647,5	18.777,5	-	18.777,5
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.806,7	-	2.806,7	8.357,4	-	8.357,4
Impostos sobre vendas e serviços	(480,3)	106,3	(586,6)	(1.589,4)	106,3	(1.695,7)
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.326,4	106,3	2.220,1	6.768,0	106,3	6.661,7
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.556,6)	-	(1.556,6)	(4.756,4)	-	(4.756,4)
Lucro Bruto	769,8	106,3	663,5	2.011,6	106,3	1.905,3
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	33,1%	3,2 p.p.	29,9%	29,7%	1,1 p.p.	28,6%
Receitas (Despesas) Operacionais	(577,2)	(32,7)	(544,6)	(1.857,7)	(32,7)	(1.825,0)
Com vendas	(361,3)	-	(361,3)	(1.120,8)	-	(1.120,8)
Gerais e administrativas	(80,6)	(32,7)	(47,9)	(217,2)	(32,7)	(184,5)
Depreciação e amortização	(135,4)	-	(135,4)	(519,8)	-	(519,8)
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	192,6	73,6	119,0	154,0	73,6	80,3
Resultado Financeiro Líquido	(100,4)	37,5	(137,9)	(566,4)	37,5	(603,9)
Receitas financeiras	168,3	37,5	130,8	534,4	37,5	496,9
Despesas financeiras	(268,6)	-	(268,6)	(1.100,8)	-	(1.100,8)
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(2,5)	-	(2,5)	(3,7)	-	(3,7)
Outras receitas (despesas) operacionais	(6,7)	-	(6,7)	(46,6)	-	(46,6)
Imposto de renda e contribuição social	(31,9)	(37,8)	5,9	144,5	(37,8)	182,3
Resultado Líquido	51,1	73,4	(22,3)	(318,3)	73,4	(391,6)
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	2,2%	3,2 p.p.	-1,0%	-4,7%	1,2 p.p.	-5,9%
EBITDA Ajustado	328,0	73,6	254,3	673,7	73,6	600,1
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	14,1%	2,6 p.p.	11,5%	10,0%	1,0 p.p.	9,0%

BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital Balanco Patrimonial	<u>31/12/2019</u>	<u>30/09/2019</u>
(em milhões de reais)		
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	3.535,8	4.508,3
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	2.947,5	3.266,2
Contas a receber de clientes	762,1	610,8
Estoques	951,4	894,3
Impostos a recuperar	684,1	552,9
Despesas antecipadas e outros	550,8	378,3
Total do Ativo Circulante	9.431,7	10.210,8
NÃO CIRCULANTE		
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	224,8	112,5
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.326,8	1.352,2
Impostos a recuperar	1.197,2	1.259,5
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	159,5	157,3
Investimentos	65,7	40,7
Imobilizado	407,9	399,1
Intangível	2.990,9	3.002,0
Ativo de direito de uso	252,2	192,9
Total do Ativo Não Circulante	6.625,0	6.516,0
TOTAL DO ATIVO	16.056,7	16.726,8
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	2.758,6	2.229,4
Empréstimos e financiamentos	1.321,0	1.324,1
Debêntures	0,2	12,0
Salários, provisões e contribuições sociais	60,3	71,1
Tributos a recolher	106,9	55,0
Imposto de renda e contribuição social	3,0	9,9
Outras obrigações	498,0	371,3
Arrendamento	79,6	68,5
Total do Passivo Circulante	4.827,6	4.141,3
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	4.912,2	6.411,2
Debêntures	200,0	200,0
Partes relacionadas	20,4	21,3
Provisões para contingências e outras obrigações	152,3	152,0
Arrendamento	209,7	163,5
Total do Passivo Não Circulante	5.494,6	6.948,0
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	8.289,6	5.779,1
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	2.465,7
Reservas de capital	38,5	37,4
Lucros (prejuízos) acumulados	(2.593,6)	(2.644,7)
Total do Patrimônio Líquido	5.734,5	5.637,5
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	16.056,7	16.726,8

FLUXO DE CAIXA

B2W - Companhia Digital			
Demonstrativo de Fluxo de Caixa			
(em milhões de reais)			
	Consolidado		
	31/12/2019	31/12/2018	Varição
		c/ IFRS 16	
Atividades Operacionais			
Resultado Líquido do Período	(318,2)	(405,6)	(87,4)
Ajustes ao Resultado Líquido:			
Depreciações e amortizações	522,7	488,1	(34,6)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(162,2)	(215,8)	(53,6)
Juros, variações monetárias e cambiais	523,1	523,8	0,7
Equivalência patrimonial	3,7	-	(3,7)
Outros	(14,5)	(36,9)	(22,4)
Resultado Líquido Ajustado	554,6	353,6	(201,0)
Variações de Capital de Giro:			
Contas a receber	(422,5)	388,8	811,3
Estoques	(57,0)	328,2	385,2
Fornecedores	595,5	120,7	(474,8)
Variações em Capital de Giro:	116,0	837,7	721,7
Variações em Ativos:			
Despesas antecipadas	1,9	(1,2)	(3,1)
Depósitos judiciais	(24,5)	(28,9)	(4,4)
Impostos a recuperar	(121,8)	(208,0)	(86,2)
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	(86,9)	22,8	109,7
Variações em Ativos:	(231,3)	(215,3)	16,0
Variações em Passivos:			
Salários e encargos sociais	2,5	5,5	3,0
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	49,2	22,2	(27,0)
Outras obrigações (circulante e não circulante)	129,2	111,2	(18,0)
Contas a receber/pagar empresas ligadas	61,4	(167,9)	(229,3)
Variações em Passivos:	242,3	(29,0)	(271,3)
Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures	(489,5)	(466,0)	23,5
Liquidação de juros sobre arrendamentos	(23,0)	(21,2)	1,8
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(11,2)	(15,6)	(4,4)
Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais	157,9	444,2	286,3
Atividades de Investimento			
Títulos e valores mobiliários	(1.251,5)	1.070,5	2.322,0
Imobilizado	(31,9)	(26,2)	5,7
Intangível	(411,1)	(325,6)	85,5
Aumento de capital em coligadas	(27,6)	-	27,6
Valor pago pelas aquisições de controladas	(1,5)	(19,3)	(17,8)
Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento	(1.723,6)	699,4	2.423,0
Atividades de Financiamento			
Captações	2.215,3	2.398,9	183,6
Pagamentos	(2.679,9)	(1.861,5)	818,4
Pagamentos de arrendamento	(69,7)	(41,2)	28,5
Aumento de capital em dinheiro	2.516,0	10,7	(2.505,3)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento	1.981,7	506,9	(1.474,8)
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	415,9	1.650,4	1.234,5
Caixa e Bancos no início do período	3.119,9	1.469,5	(1.650,4)
Caixa e Bancos no final do período	3.535,8	3.119,9	(415,9)
Atividades de investimento e financiamento não envolvendo caixa			
Integralização de capital em investida	41,8	-	(41,8)
Adoção inicial IFRS 16	(23,4)	-	23,4

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 4T19, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 254,3 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 247,6 milhões no 4T19 (11,2% da RL) vs R\$ 194,9 MM no 4T18 (9,9% da RL).

Conciliação do EBITDA Consolidado- R\$ MM	4T19	4T18 c/ IFRS 16	Δ %
(=) EBITDA Ajustado	254,3	209,2	21,6%
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(6,7)	(14,3)	-53,1%
(=) EBITDA (CVM 527/12)	247,6	194,9	27,0%

ANEXO IV: ENDIVIDAMENTO

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	31/12/2019	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2018
Endividamento Consolidado - R\$ MM				
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	1.321,0	723,1	872,0	723,1
Debêntures de Curto Prazo	0,2	0,2	0,2	0,2
Endividamento de Curto Prazo	1.321,2	723,3	872,2	723,3
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	4.912,2	5.920,9	4.912,2	5.920,9
Debêntures de Longo Prazo	200,0	200,0	200,0	200,0
Endividamento de Longo Prazo	5.112,2	6.120,9	5.112,2	6.120,9
Endividamento Bruto (1)	6.433,4	6.844,2	5.984,4	6.844,2
Disponibilidades	6.708,1	5.036,7	6.708,1	5.036,7
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	710,0	102,3	261,0	102,3
Disponibilidades Totais (2)	7.418,1	5.139,0	6.969,1	5.139,0
Caixa (Dívida) Líquida (2) - (1)	984,7	(1.705,2)	984,7	(1.705,2)
Geração (Consumo) de Caixa¹	189,9	(239,0)	189,9	(239,0)
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	1.166	893	1.236	893

¹Exclui os R\$ 2.500 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	
	31/12/2019	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2018
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM				
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	5.380,7	4.557,7	5.380,7	4.557,7
Desconto de Recebíveis	(4.670,7)	(4.455,4)	(5.119,7)	(4.455,4)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	710,0	102,3	261,0	102,3
Ajuste a Valor Presente	(8,2)	(1,9)	(8,2)	(1,9)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(51,0)	(45,0)	(51,0)	(45,0)
Outras Contas a Receber	111,3	100,1	111,3	100,1
Contas a Receber Líquido Consolidado	762,1	155,5	313,2	155,5

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.



Divulgação de Resultados
20 de fevereiro de 2020
(quinta-feira)
após fechamento da Bolsa

Teleconferência com Webcast
(em português - tradução simultânea para inglês)

21 de fevereiro de 2020
(sexta-feira)
12:00h (Horário de Brasília)

Acesso:
+55 (11) 3181-8565
ou +55 (11) 4210-1803
Código: B2W

Link para Webcast:

[ri.b2w.digital/
webcast4T19](https://ri.b2w.digital/webcast4T19)

Replay:
Até 27 de fevereiro de 2020
Acesso: +55 (11) 3193-1012
Código: 8823339#

Palestrante:
Raoni Lapagesse
Diretor de RI

Equipe de Relações com Investidores
ri@b2wdigital.com
+55 (21) 2206-6000

Earnings Release
February 20th, 2020
(Thursday)
after B3 trading hours

Conference Call and Webcast
(in Portuguese - simultaneous translation into English)

February 21st, 2020
(Friday)
10:00 a.m. (Eastern Time)

Connection:
+1 412 717-9627

Code: B2W

Link to Webcast:

[ri.b2w.digital/
webcast4Q19](https://ri.b2w.digital/webcast4Q19)

Replay:
Until February 27th, 2020
Access: +55 (11) 3193-1012
Code: 0764991#

Speaker:
Raoni Lapagesse
IR Director

Investor Relations Team
ri@b2wdigital.com
+55 (21) 2206-6000

