

B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 21,8% NO GMV TOTAL E GERAÇÃO DE CAIXA POSITIVA NO 2T19

O Marketplace segue em rápido desenvolvimento e atingiu R\$ 2,3 bilhões de GMV (+51,4%) no 2T19, com participação de 58,7% do GMV Total

Rio de Janeiro, 8 de agosto de 2019: B2W Digital (B3: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 2º trimestre de 2019.

PRINCIPAIS INDICADORES	2T19	2T18	Delta	1S19	1S18	Delta
GMV Total (R\$ MM)	3.899	3.201	+21,8%	7.479	6.304	+18,6%
Marketplace (R\$ MM)	2.289	1.511	+51,4%	4.480	2.951	+51,8%
Marketplace (% do GMV Total)	58,7%	47,2%	+11,5 p.p.	59,9%	46,8%	+13,1 p.p.
# Sellers (Novos/Mil)	5,5	3,3	+2,2	9,1	5,7	+3,4
# Sellers (Base/Mil)	31,0	15,4	+15,6	31,0	15,4	+15,6
B2W Entrega (# Sellers/Mil)	28,4	11,3	+17,1	28,4	11,3	+17,1
B2W Entrega (% da base de Sellers)	91,6%	73,4%	+18,2 p.p.	91,6%	73,4%	+18,2 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	74,6%	66,8%	+7,8 p.p.	73,3%	66,0%	+7,3 p.p.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2019 marcará 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 segundo trimestre de 2019, já pudemos observar 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. O Marketplace segue em rápido desenvolvimento, com crescimento de 51,4% (vs 2T18) e atingiu 58,7% de participação no GMV Total. Como resultado da evolução das operações de 1P e 3P, o GMV Total cresceu 2x mercado neste trimestre (21,8% vs 10,8%, fonte: Ebit).

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 2T19, aceleramos a entrada de sellers e de sortimento, registrando novos recordes. No período, conectamos 5,5 mil novos Sellers (Base Total: 31,0 mil) e ampliamos o sortimento em 3 MM de SKUs (itens únicos), totalizando 12,1 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 4,5 MM de SKUs (base: jul/19). Ao final do ano, queremos chegar a 40 mil Sellers conectados na plataforma, que vão contribuir para termos um sortimento de 20 MM de SKUs.

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\$ 40,3 MM no trimestre, que resultou na geração de caixa de R\$ 6,4 MM (vs o consumo de R\$ 33,9 MM registrado no 2T18), melhor resultado dos últimos 9 anos em um segundo trimestre.

Com os importantes resultados conquistados no período, reiteramos o nosso objetivo para o ano de 2019 de crescer o dobro 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 nossos acionistas pela confiança e principalmente aos clientes pela preferência.

A ADMINISTRAÇÃO

DESTAQUES 2T19

- **B2W Digital gerou R\$ 6,4 MM de caixa no 2T19.** A geração de caixa no 2T19 foi o melhor resultado dos últimos 9 anos em um segundo trimestre e é uma evolução de R\$ 40,3 MM vs o consumo de caixa de R\$ 33,9 MM registrados no 2T18.
- **B2W Marketplace conectou mais de 5,5 mil novos Sellers no 2T19,** saindo de uma base de 25,5 mil Sellers em mar/19 para mais de 31,0 mil Sellers em jun/19. A base de Sellers aumentou em 2x do 2T18 para o 2T19 (de 15,4 mil para 31,0 mil Sellers).
- **B2W Entrega conectou mais de 5,9 mil Sellers no 2T19,** totalizando uma base de 28,4 mil Sellers e representando 91,6% dos Sellers conectados ao B2W Marketplace.
- **Americanas Mundo expandiu o seu sortimento para mais de 4,5 milhões de SKUs em jul/19.** Lançada em mar/19, a operação de cross border segue em rápida expansão e já conta com mais de 4,5 milhões SKUs, 11x maior que os 410 mil SKUs iniciais. A operação possibilita que os clientes comprem produtos de Sellers de todos os lugares do mundo.
- **B2W Marketplace realizou o Summit 2019 em jul/19.** O evento proporcionou uma imersão no universo do B2W Marketplace durante dois dias, com mais de 100 palestrantes de temas diversos, como: Gestão, Técnicas de Venda, Tecnologia e Inovação, entre outros. O Summit contou com a participação de mais de 6.000 congressistas, entre sellers, fornecedores, parceiros estratégicos e a comunidade de desenvolvedores. Ao longo do evento, foram lançadas importantes novidades, como: O2O para Marketplace, VOE (app), Drone Delivery, Americanas Lockers e B2W Analytics.
 - **LET'S lançou O2O (Online to Offline) para Sellers do Marketplace.** A iniciativa transforma as lojas dos Sellers em Flexible Fulfillment Centers, revolucionando o processo de entrega no Marketplace com novas modalidades de *shipping*: Pegue na Loja, Pegue na Loja Hoje (1 hora) e Ship From Store (2 horas).
 - **LET'S lançou a plataforma de crowdshipping VOE.** Com o objetivo de acelerar as iniciativas de O2O, o App 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 1.518 lojas físicas das Lojas Americanas e com possibilidade de expansão para as mais de 15.000 lojas físicas dos Sellers do B2W Marketplace.
 - **LET'S iniciou os testes de entrega com Drones.** A B2W Digital é a primeira empresa a realizar voos experimentais para entregas com drone no varejo brasileiro. A previsão é que em 18 meses sejam realizadas as primeiras entregas de produtos em rotas dos Centros de Distribuição da Companhia para as lojas físicas das Lojas Americanas.
 - **LET'S lançou o 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.
 - **B2W Marketplace lançou o B2W Analytics,** uma nova plataforma de análise de dados em larga escala, totalmente integrada com o Portal Seller. Com o B2W Analytics, os Sellers passam a ter informações para identificar exatamente onde e como deverão agir para aumentar a competitividade das suas ofertas, alavancando suas vendas.
- **Iniciativas da IF – Inovação e Futuro**
 - Ame atingiu a marca de 3,2 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 expandiu a operação para 774 lojas físicas das Lojas Americanas (LASA). Ao longo de 2019, a Ame estará presente em todas as lojas da LASA e em outros lojistas do mundo físico.
 - Ame lançou novas funcionalidades: transportes público (Bilhete Único, versão Beta) e privado (Cabify), marketplace de serviços (versão Beta), e-Gift (versão Beta) e cash out Lojas Americanas (versão Beta). Lista completa de funcionalidades disponível na seção da Ame na página 7.

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

• Comercial e Marketing

- **Market Share:** No 2T19, o crescimento de GMV da Companhia foi de 21,8% vs 10,8% de crescimento do mercado (fonte: Ebit). O market share da B2W expandiu 2,7 p.p., passando de 27,0% no 2T18 para 29,7% no 2T19.
- **Sortimento:** O número de itens (SKUs) ofertados nos sites totalizou 12,1 milhões ao final do 2T19, crescimento de 89% vs o 2T18, impulsionado pelo Marketplace.
 - 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 jul/19, reformulamos o processo de desbloqueio e ativação dos e-Gifts para melhorar a experiência do cliente, tornando o processo mais ágil, prático e rápido.
 - Os clientes agora também podem comprar, com a conveniência da internet, planos pós-pago das quatro principais operadoras do Brasil: Vivo, Oi, Claro e Tim.
- **Marketing:** Com o crescimento exponencial do número de itens ofertados (SKUs), surgiu o desafio de dar visibilidade aos clientes do sortimento disponível em nossos sites, consolidando a percepção de que em nossas marcas eles podem comprar de tudo (one-stop-shop).
 - Em linha com esse desafio, intensificamos as ações de marketing desde 2018, 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.
 - Outra iniciativa importante foi a criação do Q&A, ferramenta que permite a troca de mensagens entre o cliente e o Seller para que eventuais dúvidas sobre o produto possam ser esclarecidas, resultando em uma melhor experiência de compra.
 - 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 do 2T19, 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. Adicionalmente, atualizações nas URLs aumentaram a visibilidade dos clientes quanto ao sortimento disponível em nossos sites.
- **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.
 - Em mar/19, a Americanas Empresas lançou novas funcionalidades, como comercialização de espaço de mídia e chat de vendas, permitindo que o cliente corporativo tire dúvidas, faça cotações e negocie compras de grande volume, diretamente com o nosso time comercial.
 - Em jul/19, a Americanas Empresas passou a aceitar pagamentos em boleto faturado, com o objetivo de atender as necessidades específicas de prazo de pagamento dos clientes corporativos. Além disso, Americanas Empresas iniciou a possibilidade de cotação assistida para compras superiores a R\$ 5,0 mil ou 50 itens.
- **Prime:** Único programa do Brasil em que o cliente pode comprar mais de 1,3 milhão 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 direito a 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 3 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 2T19, a base de Sellers do B2W Prime cresceu 42,3% (vs 2T18).

• Evolução do Marketplace

- **GMV Marketplace:** No 2T19, o Marketplace registrou crescimento de 51,4%, atingindo GMV de R\$ 2.289 milhões e participação de 58,7% do GMV Total.

- **Sellers:** No 2T19, o B2W Marketplace conectou mais de 5,5 mil novos Sellers, saindo de uma base de 25,5 mil Sellers em mar/19 para mais de 31,0 mil Sellers em jun/19. A base de Sellers aumentou em 2x do 2T18 para o 2T19 (de 15,4 mil para 31,0 mil Sellers).
- **Sortimento:** O sortimento do B2W Marketplace registrou crescimento de 97%, saindo de uma base de 6,0 milhões de itens no 2T18 para 11,8 milhões de itens ao final do 2T19.
- **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. Atualmente, o número de itens ofertados já ultrapassa 4,5 milhões de SKUs. 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 ticket médio menor, gerando maior número de transações e aumentando a frequência de compras dos clientes.
- **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, estoque 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 terão acesso a informações para identificar exatamente onde deverão agir para aumentar a competitividade do seu sortimento ao identificar as melhores oportunidades no buybox, alavancando suas vendas.
- **Plataformas Mobile e UX (Experiência do Cliente)**
 - **Tráfego:** Ao longo do 2T19, o tráfego por dispositivos móveis representou 74,6% do total de visitas, um crescimento de 7,8 p.p. comparado com o 2T18.
 - **Apps:** 40 milhões de downloads dos apps das marcas desde os seus lançamentos. Ao longo do 2T19, realizamos otimizações e melhorias nos Apps das marcas, tornando a inicialização 2x mais rápida.
 - **MAU:** Ao final do 2T19, os apps das marcas totalizaram 17 MM de usuários ativos (Monthly Active Users – Fonte: App Annie).
 - **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.
 - **Descontos Exclusivos:** No App da Americanas.com são oferecidos descontos exclusivos para produtos da Lojas Americanas, estimulando uma experiência integrada dos mundos físico e online. Ao todo, já foram registrados mais de 31 milhões de acessos aos descontos oferecidos.
 - **QR Code:** Lançamos, em set/18, o leitor de QR Code no header do App do Shoptime. Agora, 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.
 - **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 um crescimento de 152% em sua receita no 2T19 (vs 2T18). 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
 - Admatic: Marketing digital
 - Skyhub: Integração do marketplace

- **Serviços Financeiros**

- **Promotora de Crédito:** Ao longo do 1S19, a joint-venture de cartões de crédito da B2W e Cetelem (Submarino Finance e Digital Finance) registrou um volume de R\$ 2,1 bilhões em transações aprovadas, representando um crescimento de 19% em comparação ao 1S18. No mesmo período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1,6 bilhão, crescimento de 18% em comparação com o ano anterior.
 - Em jun/19, a Promotora de Crédito registrava 3,2 MM de cartões emitidos (1,9 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 2T19, atendendo a mais uma solicitação dos nossos parceiros do Marketplace, o Crédito Parcelado, cujo prazo de pagamento era de até 12 meses, foi estendido para até 24 meses. Já em relação ao Crédito Parcela Única, os vencimentos são de 30, 45 ou 60 dias.
Vantagens da plataforma:
 - 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".
- 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 7,2.
 - 77,1% 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 90,3% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 80,9%.
- WhatsApp: Com o objetivo de estar cada vez mais próximo dos clientes, em mai/18, a B2W lançou um novo canal de relacionamento via WhatsApp, promovendo uma forma de comunicação inovadora e amigável nas principais etapas de compra.
 - Em out/18, lançamos uma nova funcionalidade, permitindo que os clientes consultem o status do seu pedido (tracking) por meio do WhatsApp. Atualmente, 60% dos pedidos já contam com tracking pelo WhatsApp.

- Mensalmente são enviadas 4,5 milhões de mensagens com o tracking do pedido e a base de clientes que optaram por receber comunicação pelo App atingiu 6 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. O novo canal de atendimento trafega 135 mil mensagens por dia entre clientes, sellers e a área de atendimento ao cliente da 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. Nos últimos doze meses, mais de 2 milhões de pessoas realizaram suas compras por meio dessas iniciativas.

- **LASA Seller:** Lojas Americanas no B2W Marketplace. Até o 2T19, já havíamos registrado pedidos de clientes de mais de 3.800 cidades.
- **Pegue na Loja (Click and Collect):** Cliente compra online e retira na loja física. Disponível em 1.315 Lojas Americanas (vs 580 lojas no 2T18) em todos os estados do Brasil. Adicionalmente, o modelo também já está disponível 102 lojas físicas de Sellers do B2W Marketplace.
- **Pegue na Loja Hoje (Click and Collect Now):** Possibilita a retirada do produto (estoque da loja) em até 1 hora após a compra online (com frete grátis). Disponível em todas as 1.518 Lojas Americanas.
- **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 12 cidades, totalizando 82 lojas.
- **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). O *Fast Delivery* estabeleceu um novo formato para o Menu de Frete:
 - **“Click & Collect Now”:** produto separado e disponível para retirada na loja em 1 hora (Brasil)
 - **“Click & Collect”:** entregas na loja em até 48 horas (principais capitais)
 - **“2 Hours”:** entregas em até 2 horas (capitais: SP e RJ)
 - **“Same Day”:** entregas em até 8 horas (capitais: SP e RJ)
 - **“Next Day”:** entregas em até 24 horas (capitais: SP e RJ)
 - **“2 Days”:** entregas em até 48 horas (capitais: SP, RJ, MG, PR, SC, RS e PE)
 - **“Standard”:** entregas em até 7 dias (Brasil)
- **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 2T19, 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.

Prazo Médio Efetivo (todos os Estados):

- **Mesmo Dia:** 5%
 - **1 Dia:** 20%
 - **2 Dias:** 27%
 - **3-5 Dias:** 40%
 - **5+ Dias:** 8%
- **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*).

- **Sellers Conectados:** O B2W Entrega atingiu mais de 28,4 mil Sellers ao final do 2T19, representando 91,6% da base total de Sellers e participando em mais de 70% dos pedidos realizados no Marketplace.
- **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 1.518 lojas físicas da Lojas Americanas e das mais de 15.000 lojas físicas dos Sellers do B2W Marketplace.
- **Entrega com Drones:** A B2W Digital é a primeira empresa a realizar voos experimentais para entregas com drone no varejo brasileiro. A previsão é que em 18 meses 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:** A plataforma de negócios mobile, uma das primeiras iniciativas da IF, segue acelerando e apresentando indicadores impressionantes.
 - O app da Ame já conta com mais de 3,2 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.
 - Em ago/18, a Ame foi integrada à ferramenta promocional do B2W Marketplace (Promo Seller), permitindo que os sellers invistam na oferta de cashback adicional.
 - Lojas Americanas segue investindo em tecnologia proprietária para ampliar a aceitação e evoluir a experiência de compra do cliente com Ame nas lojas. Com isso, vem escalando a aceitação da Ame em um curto espaço de tempo (de 6 lojas piloto no final de out/18 para 774 em jun/19), e desenvolvendo funcionalidades exclusivas para o mundo físico. Ao longo de 2019, a Ame estará presente em todas as lojas físicas da Lojas Americanas e também em outros lojistas.
 - Em 30 de julho de 2019, Lojas Americanas e B2W divulgaram um Fato Relevante comunicando a definição da estrutura societária a ser constituída para a Ame. A participação será na proporção de 56,92% para a Lojas Americanas e 43,08% para a B2W, percentuais esses fixados com base na avaliação dos ativos intangíveis e ativos fixos preparada por empresa independente, por meio da abordagem de custo, metodologia selecionada dentre aquelas amplamente utilizadas para tanto. A estrutura societária possibilitará a aceleração do desenvolvimento da Ame, maximizando suas frentes de negócios.
 - 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, em versão Beta)

- Transporte privado
- E-Gifts (em versão Beta)
- Marketplace de serviços (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 de Estágio 2019:** No 2T19, a B2W Digital realizou o processo seletivo do programa de estágio nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. Buscamos estudantes apaixonados por inovação, que tenham foco em resultados e facilidade para trabalhar em equipe. Os aprovados no processo participarão de diversos treinamentos técnicos e comportamentais.
- **Programa de Estágio BIT (B2W – Inovação e Tecnologia):** A 2ª edição do programa de estágio focado nos *digital labs* da B2W está em andamento. Durante o programa, os estagiários são capacitados por meio de aulas com os engenheiros de software da B2W, além de participarem de *job rotation* nos times e desenvolverem projetos com ajuda de mentores, para se tornarem ao final do programa, desenvolvedores júnior.
- **Summer Job 2019:** 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 2T19, recebemos, no BIT-SP, os alunos da USP (Poli), FGV, Unicamp e Mackenzie.
- **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.

- **Governança e Sustentabilidade Empresarial**

- **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:** Em jun/19, assinamos Os Princípios de Empoderamento Feminino da ONU Mulheres, assim como a Coalizão Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero e a Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente, ambas do Instituto Ethos.

Essas iniciativas reforçam o compromisso da Companhia com a agenda da equidade de gênero, assim como, com o trabalho justo e com oportunidades para todos.

- **Responsabilidade Social e Ambiental:** Pelo sexto ano consecutivo, recebemos a certificação ambiental Selo Verde, do Instituto Chico Mendes, tendo como case o projeto Social Grafartarte.
- **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.

DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 2T19 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 (2T19 vs 2T18 e 1S19 vs 1S18), está sendo apresentada a demonstração de resultados do trimestre findo em 30 de junho de 2018 (2T18) 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 2T18 foram ajustados nas seguintes linhas:

- Despesas com vendas: ajuste de R\$ 14,3 MM, passando de R\$ -315,2 MM para R\$ -300,9 MM
 - Depreciação e Amortização: ajuste de R\$ -12,2 MM, de R\$ -104,5 MM para R\$ -116,7 MM
 - Despesas Financeiras: ajuste de R\$ -5,2 MM, passando de R\$ -244,8 MM para R\$ -250,0 MM
 - Imposto de Renda e Contribuição Social: ajuste de R\$ 1,1 MM, de R\$ 55,9 MM para R\$ 57,0 MM
 - Resultado Líquido: ajuste de R\$ -2,1 MM, passando de R\$ -108,8 MM para R\$ -110,9 MM.
- **GMV Total:** No 2T19, o GMV foi de R\$ 3.899,2 milhões, crescimento de 21,8% quando comparado aos R\$ 3.201,2 milhões registrados no 2T18. No 1S19, o GMV acumulado foi de R\$ 7.478,5 milhões, 18,6% superior aos R\$ 6.304,3 milhões no 1S18.

O Marketplace segue em rápido desenvolvimento, com crescimento de 51,4% (vs 2T18) e atingindo 58,7% de participação no GMV Total (47,2% no 2T18). No 2T19, já pudemos observar 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. Como resultado da evolução das operações de 1P e 3P, o GMV Total cresceu o dobro do mercado neste trimestre (21,8% vs 10,8%, fonte: Ebit).

- **Receita Bruta:** No 2T19, a receita bruta totalizou R\$ 1.843,6 milhões, comparado com os R\$ 1.842,6 milhões registrados no 2T18. Já no 1S19, a receita bruta acumulada foi de R\$ 3.451,9 milhões vs R\$ 3.652,6 milhões obtidos no 1S18.
- **Receita Líquida:** No 2T19, a receita líquida totalizou R\$ 1.477,8 milhões, comparado com os R\$ 1.476,4 milhões registrados no 2T18. No 1S19, a receita líquida foi de R\$ 2.760,4 milhões vs R\$ 2.953,0 milhões no 1S18.
- **Lucro Bruto Ajustado:** No 2T19, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 454,9 milhões, crescimento de 7,7% vs os R\$ 422,4 milhões registrados no 2T18. A margem bruta ajustada expandiu 2,2 p.p., passando de 28,6% no 2T18 para 30,8% no 2T19. No 1S19, o lucro bruto foi de R\$ 862,8 milhões, crescimento de 5,0% vs os R\$ 821,7 milhões do 1S18, com uma expansão de margem de 3,5 p.p. (31,3% vs 27,8%).
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 2T19, as despesas ajustadas totalizaram R\$ -344,7 milhões vs os R\$ -327,5 milhões registrados no 2T18. O SG&A como percentual do GMV, apresentou uma redução de 1,4 ponto percentual, saindo de 10,2% no 2T18 para 8,8% no 2T19. No 1S19, as despesas totalizaram R\$ -669,4 milhões vs R\$ -646,0 milhões registrados no 1S18. O percentual do SG&A em relação ao GMV, reduziu 1,2 ponto percentual, saindo de 10,2% no 1S18 para 9,0% no 1S19.
- **EBITDA Ajustado:** No 2T19, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 110,2 milhões, crescimento de 16,2% comparado com os R\$ 94,8 milhões registrados no 2T18. A margem EBITDA Ajustada saiu de 6,4% no 2T18 para 7,5%

no 2T19, um aumento de 1,1 p.p. No 1S19, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 193,4, crescimento de 10,0% comparado com os R\$ 175,8 milhões registrados no 1S18. A margem EBITDA Ajustada expandiu 1,0 p.p., saindo de 6,0% no 1S18 para 7,0% no 1S19.

- **Resultado Financeiro Líquido:** No 2T19, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -158,4 milhões (vs R\$ -140,1 milhões no 2T18). O resultado financeiro saiu de R\$ -265,7 milhões no 1S18 para R\$ -314,5 milhões no 1S19.
- **Resultado Líquido:** No 2T19, o resultado líquido foi de R\$ -127,6 milhões vs R\$ -110,9 milhões no 2T18. No 1S19, o resultado líquido foi de R\$ -266,8 milhões (vs R\$ -227,8 milhões no 1S18).
- **Gestão de Caixa:**
 - **Geração de Caixa:** No 2T19, a geração de caixa foi de R\$ 6,4 MM, evolução de R\$ 40,3 MM vs o consumo de caixa de R\$ 33,9 MM registrados no 2T18.

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.
 - **Capital de Giro:** 3 dias em jun/19 (Melhora de 70 dias vs 2T18). 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.

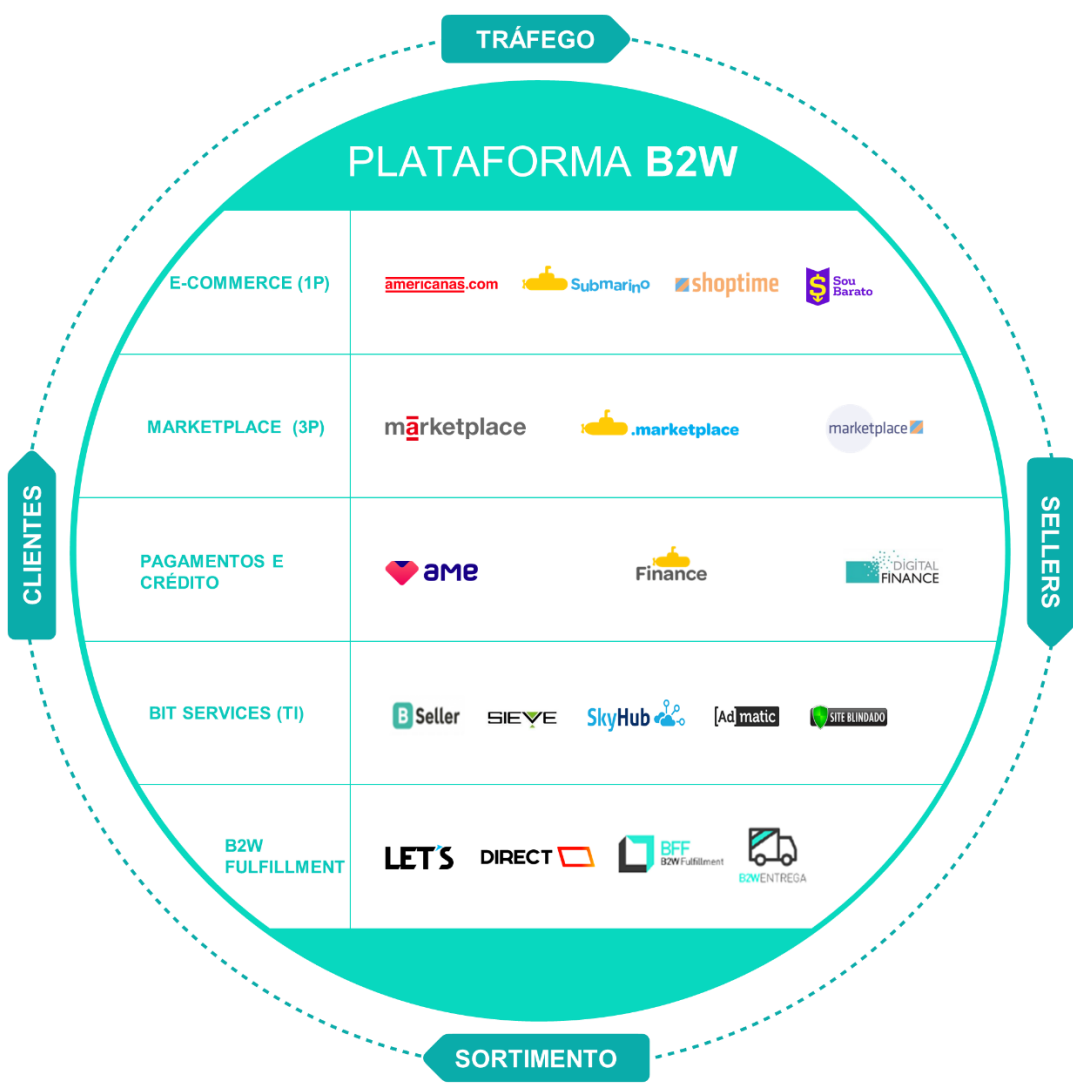
Importante lembrar que o Marketplace (cujas transações em cartão de crédito são aprovadas na plataforma da B2W e compõem o saldo bruto de recebíveis) não demanda Capital de Giro (a B2W figura como intermediária e recebe uma comissão sobre as vendas realizadas).
 - **CAPEX:** A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, no 2T19, o CAPEX totalizou R\$ 116,4 milhões, representando 3,0% do GMV Total.
- **Endividamento:** Em 30/06/2019, o caixa da B2W totalizou R\$ 5.825,6 milhões, cobrindo 6,0 vezes o endividamento de curto prazo da Companhia, que totalizou R\$ 976,1 milhões.

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	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 30 de Junho			Períodos findos em 30 de Junho		
	2T19	2T18	Variação	1S19	1S18	Variação
Demonstração de Resultados ¹						
(em milhões de reais)		c/ IFRS 16			c/ IFRS 16	
Gross Merchandise Volume (GMV)	3.899,2	3.201,2	21,8%	7.478,5	6.304,3	18,6%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	1.843,6	1.842,6	0,1%	3.451,9	3.652,6	-5,5%
Impostos sobre vendas e serviços	(365,8)	(366,2)	-0,1%	(691,5)	(699,6)	-1,1%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	1.477,8	1.476,4	0,1%	2.760,4	2.953,0	-6,5%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.022,9)	(1.054,0)	-2,9%	(1.897,6)	(2.131,2)	-11,0%
Lucro Bruto	454,9	422,4	7,7%	862,8	821,8	5,0%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	30,8%	28,6%	2,2 p.p.	31,3%	27,8%	3,5 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(472,9)	(444,3)	6,4%	(923,9)	(879,8)	5,0%
Com vendas	(309,0)	(300,9)	2,7%	(587,3)	(583,2)	0,7%
Gerais e administrativas	(35,7)	(26,6)	34,2%	(82,1)	(62,8)	30,7%
Depreciação e amortização	(128,2)	(116,7)	9,9%	(254,6)	(233,8)	8,9%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	(18,0)	(21,9)	-18,0%	(61,1)	(58,0)	5,4%
Resultado Financeiro Líquido	(158,4)	(140,1)	13,1%	(314,5)	(265,7)	18,4%
Receitas financeiras	122,0	109,9	11,0%	241,8	234,5	3,1%
Despesas financeiras	(280,3)	(250,0)	12,1%	(556,3)	(500,2)	11,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(12,5)	(5,9)	111,9%	(24,2)	(16,9)	43,1%
Imposto de renda e contribuição social	61,3	57,0	7,7%	133,1	112,7	18,1%
Resultado Líquido	(127,6)	(110,9)	15,1%	(266,8)	(227,8)	17,1%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-8,6%	-7,5%	-1,1 p.p.	-9,7%	-7,7%	-2,0 p.p.
EBITDA Ajustado	110,2	94,8	16,2%	193,4	175,8	10,0%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,5%	6,4%	1,1 p.p.	7,0%	6,0%	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.

SEM EXCLUIR OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital	Consolidado			Consolidado		
	Períodos findos em 30 de Junho			Períodos findos em 30 de Junho		
	2T19	2T18	Variação	1S19	1S18	Variação
Demonstração de Resultados ¹						
(em milhões de reais)		c/ IFRS 16			c/ IFRS 16	
Gross Merchandise Volume (GMV)	3.899,2	3.201,2	21,8%	7.478,5	6.304,3	18,6%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	1.843,6	1.842,6	0,1%	3.451,9	3.652,6	-5,5%
Impostos sobre vendas e serviços	(365,8)	(366,2)	-0,1%	(691,5)	(699,6)	-1,1%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	1.477,8	1.476,4	0,1%	2.760,4	2.953,0	-6,5%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.080,2)	(1.112,7)	-2,9%	(2.015,0)	(2.235,3)	-9,9%
Lucro Bruto	397,6	363,7	9,3%	745,4	717,7	3,9%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	26,9%	24,6%	2,3 p.p.	27,0%	24,3%	2,7 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(415,5)	(385,6)	7,8%	(806,5)	(775,7)	4,0%
Com vendas	(251,7)	(242,2)	3,9%	(469,9)	(479,1)	-1,9%
Gerais e administrativas	(35,7)	(26,6)	34,2%	(82,1)	(62,8)	30,7%
Depreciação e amortização	(128,2)	(116,7)	9,9%	(254,6)	(233,8)	8,9%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	(18,0)	(21,9)	-18,0%	(61,1)	(58,0)	5,4%
Resultado Financeiro Líquido	(158,4)	(140,1)	13,1%	(314,5)	(265,7)	18,4%
Receitas financeiras	122,0	109,9	11,0%	241,8	234,5	3,1%
Despesas financeiras	(280,3)	(250,0)	12,1%	(556,3)	(500,2)	11,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(12,5)	(5,9)	111,9%	(24,2)	(16,9)	43,1%
Imposto de renda e contribuição social	61,3	57,0	7,7%	133,1	112,7	18,1%
Resultado Líquido	(127,6)	(110,9)	15,1%	(266,8)	(227,8)	17,1%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-8,6%	-7,5%	-1,1 p.p.	-9,7%	-7,7%	-2,0 p.p.
EBITDA Ajustado	110,2	94,8	16,2%	193,4	175,8	10,0%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,5%	6,4%	1,1 p.p.	7,0%	6,0%	1,0 p.p.

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

BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital		
Balança Patrimonial		
	<u>30/06/2019</u>	<u>31/03/2019</u>
(em milhões de reais)		
<u>ATIVO</u>		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	3.313,2	3.744,1
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	2.156,7	2.119,9
Contas a receber de clientes	480,1	423,4
Estoques	852,4	840,7
Impostos a recuperar	513,6	449,6
Despesas antecipadas e outros	385,5	436,2
Total do Ativo Circulante	7.701,5	8.013,9
NÃO CIRCULANTE		
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	92,4	71,7
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.301,7	1.239,6
Impostos a recuperar	1.295,7	1.329,3
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	152,0	159,0
Imobilizado	411,3	423,3
Intangível	3.014,4	2.987,5
Ativo de direito de uso	209,2	226,7
Total do Ativo Não Circulante	6.476,7	6.437,1
TOTAL DO ATIVO	14.178,2	14.451,0
<u>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</u>		
CIRCULANTE		
Fornecedores	1.961,9	1.836,5
Empréstimos e financiamentos	1.157,8	767,7
Debêntures	8,0	4,0
Salários, provisões e contribuições sociais	62,3	55,7
Tributos a recolher	46,5	46,2
Imposto de renda e contribuição social	3,6	4,2
Outras obrigações	325,5	317,0
Arrendamento	69,2	70,5
Total do Passivo Circulante	3.634,8	3.101,8
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	6.733,5	7.416,2
Debêntures	200,0	200,0
Partes relacionadas	15,6	-
Provisões para contingências e outras obrigações	158,0	159,7
Arrendamento	178,4	193,4
Total do Passivo Não Circulante	7.285,5	7.969,3
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	5.742,3	5.742,3
Reservas de capital	57,7	52,2
Lucros (prejuízos) acumulados	(2.542,2)	(2.414,6)
Total do Patrimônio Líquido	3.257,8	3.379,9
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	14.178,2	14.451,0

FLUXO DE CAIXA

B2W - Companhia Digital			
Demonstrativo de Fluxo de Caixa			
(em milhões de reais)			
	Consolidado		
Atividades Operacionais	30/06/2019	30/06/2018 c/ IFRS 16	Varição
Resultado Líquido do Período	(266,8)	(227,8)	39,0
Ajustes ao Resultado Líquido:			
Depreciações e amortizações	256,1	235,1	(21,0)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(137,3)	(119,6)	17,7
Juros, variações monetárias e cambiais	302,8	251,9	(50,9)
Outros	(35,0)	(39,8)	(4,8)
Resultado Líquido Ajustado	119,8	99,8	(20,0)
Variações de Capital de Giro:			
Contas a receber	(212,9)	281,3	494,2
Estoques	29,3	338,6	309,3
Fornecedores	(113,5)	(682,5)	(569,0)
Variações em Capital de Giro:	(297,1)	(62,6)	234,5
Variações em Ativos:			
Despesas antecipadas	6,5	3,8	(2,7)
Depósitos judiciais	(15,0)	(14,7)	0,3
Impostos a recuperar	(49,8)	(5,2)	44,6
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	71,9	(100,1)	(172,0)
Variações em Ativos:	13,6	(116,2)	(129,8)
Variações em Passivos:			
Salários e encargos sociais	4,5	6,6	2,1
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	(11,2)	(8,2)	3,0
Outras obrigações (circulante e não circulante)	(29,2)	(9,8)	19,4
Contas a receber/pagar empresas ligadas	56,7	160,3	103,6
Variações em Passivos:	20,8	148,9	128,1
Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures	(215,3)	(207,6)	7,7
Liquidação de juros sobre arrendamentos	(10,7)	(10,2)	0,5
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(5,2)	(3,3)	1,9
Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais	(374,1)	(151,2)	222,9
Atividades de Investimento			
Títulos e valores mobiliários	(326,0)	927,2	1.253,2
Imobilizado	(5,6)	(5,7)	(0,1)
Intangível	(221,3)	(128,1)	93,2
Valor pago pelas aquisições de controladas	(1,1)	(2,5)	(1,4)
Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento	(554,0)	790,9	1.344,9
Atividades de Financiamento			
Captações	1.766,4	1.203,7	(562,7)
Pagamentos	(612,6)	(652,7)	(40,1)
Pagamentos de arrendamento	(32,1)	(17,5)	14,6
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento	1.121,7	533,5	(588,2)
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	193,3	1.173,0	979,7
Caixa e Bancos no início do período	3.119,9	1.469,5	(1.650,4)
Caixa e Bancos no final do período	3.313,2	2.642,5	(670,7)

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 2T19, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 110,2 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 97,7 milhões no 2T19 (6,6% da RL) vs R\$ 88,9 MM no 2T18 (6,0% da RL).

Conciliação do EBITDA Consolidado- R\$ MM	2T19	2T18 c/ IFRS 16	Δ %
(=) EBITDA Ajustado	110,2	94,8	16,2%
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(12,5)	(5,9)	111,9%
(=) EBITDA (CVM 527/12)	97,7	88,9	9,9%

ANEXO IV: ENDIVIDAMENTO

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	30/06/2019	30/06/2018	30/06/2019	30/06/2018
Endividamento Consolidado - R\$ MM				
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	1.157,8	1.525,5	968,1	1.525,5
Debêntures de Curto Prazo	8,0	8,2	8,0	8,2
Endividamento de Curto Prazo	1.165,8	1.533,7	976,1	1.533,7
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	6.733,5	5.201,4	6.733,5	5.201,4
Debêntures de Longo Prazo	200,0	200,0	200,0	200,0
Endividamento de Longo Prazo	6.933,5	5.401,4	6.933,5	5.401,4
Endividamento Bruto (1)	8.099,3	6.935,1	7.909,6	6.935,1
Disponibilidades	5.562,3	4.794,3	5.562,3	4.794,3
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	453,0	163,2	263,3	163,2
Disponibilidades Totais (2)	6.015,3	4.957,5	5.825,6	4.957,5
Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)	2.084,0	1.977,6	2.084,0	1.977,6
Geração (Consumo) de Caixa 2T¹	6,4	(33,9)	6,4	(33,9)
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	1.155	794	1.178	794

¹Exclui efeitos de eventuais operações 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	
	30/06/2019	30/06/2018	30/06/2019	30/06/2018
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM				
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	4.307,8	3.439,9	4.307,8	3.439,9
Desconto de Recebíveis	(3.854,9)	(3.276,7)	(4.044,6)	(3.276,7)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	453,0	163,2	263,3	163,2
Ajuste a Valor Presente	(6,8)	(2,7)	(6,8)	(2,7)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(44,1)	(35,8)	(44,1)	(35,8)
Outras Contas a Receber	78,0	88,5	78,0	88,5
Contas a Receber Líquido Consolidado	480,1	213,2	290,4	213,2

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 bilíngue de perguntas e respostas.



Eventos 2T19

Divulgação de Resultados

8 de agosto de 2019 (quinta-feira)
após fechamento da Bolsa

Teleconferência com Webcast

(em português - tradução simultânea para inglês)

9 de agosto de 2019 (sexta-feira)

12:00h (Horário de Brasília)

Acesso: +55 (11) 3193-1111

ou +55 (11) 2820-4111

Código: B2W

[Link para Webcast:](#)

www.b2wdigital.com/webcast2T19

Replay: Até 15 de agosto de 2019

Acesso: +55 (11) 3193-1012

Código: 5831269#

Palestrante:

Fábio Abrate - CFO e DRI

Equipe de Relações

com Investidores

ri@b2wdigital.com

+55 (21) 2206-6000

2Q19 Events

Earnings Release

August 8th, 2019 (Thursday)
after B3 trading hours

Conference Call and Webcast

(in Portuguese - simultaneous translation into English)

August 9th, 2019 (Friday)

11:00 a.m. (Eastern Time)

Connection: +1 646-828-8246

Code: B2W

[Link to Webcast:](#)

www.b2wdigital.com/webcast2Q19

Replay: Until August 15th, 2019

Access: +55 (11) 3193-1012

Code: 0764991#

Speaker:

Fábio Abrate - CFO and IRO

Investor Relations Team

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