

B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 56,2% NO GMV E GERAÇÃO DE CAIXA DE R\$ 160,7 MM NO 3T20

O resultado demonstra a força do modelo híbrido de negócios, com crescimento acelerado nas plataformas de 1P e 3P.

Rio de Janeiro, 29 de outubro de 2020: B2W Digital (B3: BTOW3), a maior e mais querida Companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 3º trimestre de 2020.

PRINCIPAIS INDICADORES	3T20	3T19	Delta	9M20	9M19	Delta
GMV Total (R\$ MM)	7.264	4.652	+56,2%	18.537	12.130	+52,8%
Marketplace (R\$ MM)	4.396	2.842	+54,7%	11.231	7.322	+53,4%
Marketplace (% do GMV Total)	60,5%	61,1%	-0,6 p.p.	60,6%	60,4%	+0,2 p.p.
Sortimento (Itens/MM)	56,4	19,8	+36,6	56,4	19,8	+36,6
# Sellers (Novos/Mil)	10,1	7,7	+2,4	33,0	16,8	+16,2
# Sellers (Base/Mil)	79,9	38,7	+41,2	79,9	38,7	+41,2
Mobile (% do Tráfego)	82,5%	77,6%	+4,9 p.p.	81,8%	75,0%	+6,8 p.p.

PLATAFORMA DIGITAL HÍBRIDA

1P (Vendas Diretas):

- Crescimento de 59% no 3T20 e 52% no 9M20.
- Sortimento de 336 mil itens (+12% vs. 3T19) com margem de contribuição positiva.
- Crescimento acelerado em Brinquedos, Eletroportáteis, Livros e Utilidades Domésticas.

3P (Marketplace):

- Crescimento de 55% no 3T20 e 53% no 9M20.
- Sortimento de 56,1 MM itens (+270% vs 3T19), impulsionado pela cauda longa.
- Crescimento acelerado em Esporte & Lazer, Games, Mercado e Móveis.

Soluções Digitais (End to End):

- B2W Entregas: 21,6 MM de entregas 3P no 9M20, crescimento de 53% vs 9M19.
- SkyHUB: 31 mil Sellers ativos, gerando GMV de R\$ 8,1 Bi no 9M20, sendo R\$ 1,5 Bi off-platform.
- B2WADS: Crescimento de 365% na receita no 3T20 vs 3T19 e de 128% no 9M20 vs 9M19.

Serviços Financeiros:

- Crédito Seller: R\$ 745 MM de limite pré-aprovado para os Sellers do B2W Marketplace.
- R\$ 7,3 Bi em Desconto de Recebíveis para Sellers no 9M20 (+62% vs. 9M19).
- Cartão de crédito próprio: R\$ 2,7 Bi em transações no 9M20.

Ame Digital:

- O TPV dos últimos 30 dias atingiu R\$ 1,1 bilhão, +225% vs. mesmo período de 2019.
- 12,5 MM de downloads em set/20, crescimento de 168% vs. set/19.
- Lançamento do cartão de crédito Ame emitido pelo Banco do Brasil.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Em 2020, iniciamos o plano estratégico de 3 anos (2020-2022), que tem como objetivo seguir acelerando o crescimento, ganhando market share, e continuar gerando caixa. Desde o início do ano, nos deparamos com um cenário desafiador em função da pandemia do COVID-19, que trouxe enormes aprendizados e nos motivou a sermos ainda mais ágeis, buscando soluções inovadoras e criativas para ser cada vez mais relevante no dia a dia dos clientes e para gerar valor para a sociedade como um todo.

Esse cenário também trouxe importantes mudanças no comportamento de consumo das pessoas, acelerando a adoção das soluções digitais e o crescimento do eCommerce. Dessa forma, no 9M20 apresentamos um crescimento de 53% no GMV Total (vs 46% de crescimento do mercado, fonte: Ebit/Nielsen).

Esse crescimento é resultado da combinação da aceleração das vendas online com a implementação de uma série de iniciativas que nos permitiram atender melhor o cliente, sobretudo no momento em que ele mais precisava de conveniência e segurança para ter suas necessidades de consumo atendidas.

Ao longo do 9M20, fizemos a aquisição do Supermercado Now e a sua integração, em tempo recorde, dentro da Americanas, lançando a categoria de mercado, que já se tornou a maior em unidades vendidas. No mesmo período, aceleramos o O2O, com diversas soluções integradas em todas as lojas da Americanas e em milhares de outros lojistas, gerando um GMV de R\$ 2,6 bilhões (crescendo 101% vs 9M19). Também criamos novos modelos de negócios, como o Marketplace Local que, ao conectar a loja física de diversos lojistas, permite a entrega em até 3 horas no endereço de desejo do cliente, e o Americanas ao Vivo, trazendo o modelo de Live Commerce para o Brasil.

Durante esse período reforçamos o nosso compromisso em oferecer a melhor experiência de compra da internet brasileira, possuindo o melhor NPS do setor (fonte: Reclame Aqui) e entregando cada vez mais rápido (33% das entregas no mesmo dia no 3T20). Com a abertura dos 3 novos Fulfillment Centers em out/20, expandimos nossa presença nas regiões Norte e Nordeste, permitindo a expansão da oferta de entrega no mesmo dia para mais de 1.000 cidades.

Passados os primeiros 9 meses do ano, nos aproximamos do principal período de vendas do eCommerce, e estamos focados em fazer, mais uma vez, a maior Black Friday da internet brasileira. Com isso, esperamos concluir com êxito um ano que se mostrou desafiador, mas repleto de importantes oportunidades, que nos permitiram apresentar resultados muito acima do que estava inicialmente previsto.

Nesse sentido, concluímos um aumento de capital privado de R\$ 4 bilhões que permitirá a execução do nosso plano de crescimento agressivo, incluindo expansão orgânica, parcerias e eventuais aquisições estratégicas. Esse movimento não muda o nosso compromisso em continuar gerando caixa, mas permitirá que tenhamos uma velocidade de execução ainda maior para continuar a nossa revolução do eCommerce no Brasil.

Diante das inúmeras oportunidades que se apresentam, estamos extremamente motivados para anteciparmos o nosso plano estratégico de 3 anos (2020-2022) e iniciarmos, em 2021, uma nova jornada de crescimento exponencial, com a expansão e monetização da nossa plataforma digital.

Nessa nova jornada, vamos desenvolver e expandir o nosso alcance, entrando com escala e velocidade em novas categorias, gerando crescimento, rentabilidade e efeito de rede em nossa plataforma de eCommerce e no Universo Americanas.

Seguimos firmes no nosso propósito de CONECTAR PESSOAS, NEGÓCIOS, PRODUTOS E SERVIÇOS e no cumprimento do nosso importante papel social no país, sobretudo, nesse momento de incertezas.

Agradecemos ao nosso time pelo engajamento e entusiasmo para melhor atender o Cliente. Agradecemos também aos nossos fornecedores pela parceria, aos Sellers do Marketplace pela escolha da nossa plataforma, aos acionistas pela confiança e, principalmente, aos Clientes pela preferência.

Marcio Cruz
CEO, B2W Digital

DESTAQUES 3T20

Aumento de Capital: R\$ 4,0 Bi

B2W Digital concluiu o aumento de capital de R\$ 4,0 Bi, que permitirá a execução do agressivo plano de crescimento, incluindo expansão orgânica, parcerias estratégicas e eventuais aquisições estratégicas.

Americanas Mercado: Crescimento de 8x

Americanas Mercado apresentou crescimento de 8x no 3T20 (vs. 3T19) e acelerou vs o 2T20. A categoria se consolidou como a maior da B2W em itens vendidos e segue em rápida expansão geográfica, disponível em 43 cidades, nos estados SP, RJ, ES, RS, BA e PE.

Unidades Vendidas: Crescimento de 92%

B2W Digital anuncia crescimento de 92% em unidades vendidas no 3T20, totalizando mais de 27 MM.

Clientes Ativos: 20,8 MM

B2W Digital atingiu 20,8 MM de clientes ativos no 3T20, impulsionada pela adição de 5,9 MM de novos clientes nos últimos 12 meses.

Sellers Conectados: +10,1 mil

B2W Marketplace conectou mais de 10,1 mil Sellers no 3T20, totalizando uma base de 79,9 mil Sellers em set/20 (vs 46,8 mil em dez/19).

Sortimento: 56,4 MM

B2W Digital totalizou 56,4 MM ofertas ao final do 3T20, oferecendo um sortimento cada vez mais completo aos clientes, com nível de serviço diferenciado e entrega rápida. O total de ofertas disponíveis apresentou crescimento de 184,6% vs o 3T19, impulsionado pelos Sellers do Marketplace.

Lançamento Americanas Mais

O Americanas Mais – serviço de entrega rápida com frete grátis ilimitado – oferece aos clientes uma série de benefícios nas lojas físicas, site e app da Americanas, além de parcerias para oferta de entretenimento digital, incluindo Deezer, plataforma de streaming de áudio, e Ubook, plataforma de conteúdo digital.

O2O (Online to Offline): R\$ 1,1 bilhão em GMV

As iniciativas de O2O (Online to Offline) totalizaram R\$ 1,1 bilhão em GMV no 3T20, crescimento de 96% vs o 3T19. No trimestre, registramos 3,2 MM de pedidos por meio dessas iniciativas.

300 Cursos Gratuitos na Universidade Marketplace

Universidade Marketplace treinou mais de 3,9 mil Sellers no 3T20. Atualmente, são oferecidos mais de 300 cursos gratuitos para capacitação dos vendedores da plataforma. A Universidade também iniciou a campanha “Acelere na Black Friday”, para capacitar e preparar os Sellers para o evento.

Americanas ao Vivo: 200 MM de visualizações nas redes sociais

Americanas ao Vivo, plataforma de Live Commerce da B2W, realizou mais de 30 lives no 3T20. As lives contaram com a presença de 20 influenciadores e trouxeram um novo público para Americanas.

Entregas Same Day: 33%

LET'S realizou 33% das entregas no mesmo dia no 3T20. Ao longo do 3T20, as entregas no mesmo dia realizadas pela plataforma LET'S (operações de 1P e 3P, incluindo o Marketplace Local), totalizaram 33% das entregas.

3 novos Fulfillment Centers (FCs)

LET'S abriu 3 novos FCs ao final do 3T20 nos estados da Bahia, Ceará e Pará, com o objetivo de reduzir a distância até o consumidor final, aumentando o número de cidades elegíveis para entregas em até 24 horas.

Lançamento do Cartão de Crédito Ame

Em outubro, foi lançado o cartão de crédito Ame emitido pelo Banco do Brasil. O produto traz benefícios únicos, pode ser isento de anuidade e tem aprovação automática. O cartão de crédito é digital-first e poderá ser emitido, em até 9 minutos, pelo app Ame ou nas lojas da Americanas.

DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 3T20 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.

- **GMV Total:** No 3T20, o GMV foi de R\$ 7.264,1 milhões, crescimento de 56,2% quando comparado aos R\$ 4.651,5 milhões registrados no 3T19. No acumulado dos nove meses, o GMV apresentou crescimento de 52,8%, saindo de R\$ 12.130,0 milhões no 9M19 para R\$ 18.536,8 milhões no 9M20.
- **Receita Bruta:** No 3T20, a receita bruta totalizou R\$ 3.308,7 milhões, crescimento de 57,6% quando comparado com os R\$ 2.098,8 milhões registrados no 3T19. Na visão 9M20, o valor foi de R\$ 8.434,4 milhões, representando um crescimento de 52,0% comparado com a receita bruta de R\$ 5.550,7 milhões do 9M19.
- **Receita Líquida:** No 3T20, a receita líquida totalizou R\$ 2.664,0 milhões, crescimento de 58,5% quando comparado com os R\$ 1.681,2 milhões registrados no 3T19. No acumulado 9M20, a receita líquida apresentou crescimento de 53,0%, saindo de R\$ 4.441,6 milhões no 9M19 para R\$ 6.793,9 milhões no 9M20.
- **Lucro Bruto Ajustado:** No 3T20, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 836,7 milhões, crescimento de 51,7% vs os R\$ 551,7 milhões registrados no 3T19. A margem bruta ajustada foi de 31,4% no 3T20 vs 32,8% no 3T19. Na visão 9M20, o lucro bruto foi de R\$ 2.124,6 milhões, representando um crescimento de 50,2% em relação ao valor de R\$ 1.414,5 milhões do 9M19, com a margem bruta saindo de 31,8% no 9M19 para 31,3% no 9M20.
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 3T20, as despesas ajustadas totalizaram R\$ 584,4 milhões vs os R\$ 399,4 milhões registrados no 3T19. O SG&A como percentual do GMV, apresentou uma redução de 0,6 p.p., atingindo 8,0% no 3T20 vs 8,6% no 3T19. Para o 9M20, as despesas somaram R\$ 1.560,1 milhões, contra os R\$ 1.068,8 milhões do 9M19, o que representou uma redução de 0,4 p.p. como percentual do GMV, saindo de 8,8% para 8,4%.
- **EBITDA Ajustado:** No 3T20, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 252,3 milhões, crescimento de 65,7% comparado com os R\$ 152,3 milhões registrados no 3T19. A margem EBITDA Ajustada saiu de 9,1% no 3T19 para 9,5% no 3T20, um aumento de 0,4 p.p. Na visão 9M20, o EBITDA ajustado foi de R\$ 564,6 milhões, representando um crescimento de 63,3% em relação ao valor de R\$ 345,7 milhões do 9M19, com a margem EBITDA saindo de 7,8% no 9M19 para 8,3% no 9M20, um incremento de 0,5 p.p.

No 3T20, o EBITDA Ajustado exclui o efeito não recorrente de despesas referentes a ação de inconstitucionalidade do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS no valor de R\$ 10,6 milhões.

- **Outras receitas (despesas) operacionais:** No 3T20, as outras receitas (despesas) operacionais atingiram R\$ 22,6 milhões, vs. os R\$ 15,6 milhões registrados no 3T19. Na visão 9M20, totalizou R\$ 58,7 milhões, comparado com os R\$ 39,9 milhões no 9M19.

O crescimento da linha de outras receitas (despesas) operacionais está relacionado a despesas não recorrentes em função do COVID-19, incluindo testagem de funcionários, distribuição de EPIs, doações, dentre outros.

- **Resultado Financeiro Líquido:** No 3T20, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -97,8 milhões vs R\$ -151,5 milhões no 3T19, o que representou uma melhora de 35,5%. Na visão 9M20, o valor foi de R\$ -322,1 milhões, representando uma melhora de 30,9% em relação ao resultado financeiro líquido de R\$ -466,0 milhões do 9M19.
- **Resultado Líquido:** No 3T20, o resultado líquido foi de R\$ -36,8 milhões vs R\$ -102,5 milhões no 3T19, melhora de 64,1%. A margem líquida apresentou uma evolução de 4,7 p.p., passando de -6,1% no 3T19 para -1,4% no 3T20. No 9M20, o resultado líquido foi de R\$ -219,4 milhões, representando uma melhora de 40,6% em relação ao valor de R\$ -369,3 milhões do 9M19, fazendo a margem líquida sair de -8,3% no 9M19 para -3,2% no 9M20, uma evolução de 5,1 p.p..

No 3T20, o resultado líquido exclui o efeito não recorrente de despesas referentes a ação de inconstitucionalidade do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS no valor de R\$ 7,0 milhões.

- **Gestão de Caixa:**

- **Geração de Caixa:** No 3T20, a geração de caixa foi de R\$ 160,7 MM. A geração de caixa no trimestre está associada à continuidade do forte crescimento do Marketplace e ao constante ganho de eficiência da operação de 1P, com foco na curadoria do sortimento para maximizar os resultados.

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:** -18 dias em set/20 (melhora de 2 dias vs 3T19). Esse resultado reflete o processo de curadoria e revisão do sortimento do 1P, a otimização no planejamento de compra de mercadoria, bem como o contínuo crescimento do 3P (Marketplace).

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

- **CAPEX:** A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, no 3T20, o CAPEX totalizou R\$ 176,3 MM, representando 2,4% do GMV Total.

- **Aumento de Capital**

- O Aumento de Capital de R\$ 4,0 Bi contou com a adesão de 100% dos acionistas da Companhia. Lojas Americanas participou com R\$ 3.267,8 MM e os acionistas minoritários aderiram com R\$ 732,2 MM ao longo do 3T20.
 - Em 21 de julho de 2020, 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\$ 4.000.000.035,00 (quatro bilhões e trinta e cinco reais), mediante a emissão privada de 34.782.609 novas ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, pelo preço de emissão de R\$ 115,00 (cento e quinze reais) por ação.
 - O aumento de capital tem por objetivo permitir a aceleração do plano estratégico de crescimento, incluindo eventuais aquisições estratégicas, mantendo o compromisso de geração de caixa.
 - Os acionistas tiveram do dia 27 de julho ao dia 25 de agosto de 2020 o direito de exercer a preferência na subscrição das ações emitidas, na proporção de suas participações no capital da Companhia no fechamento do pregão do dia 24 de julho de 2020. O rateio de sobras e sobras adicionais ocorreu entre 01 e 18 de setembro de 2020 e a homologação final pelo Conselho de Administração em 21 de setembro de 2020.

- **Rating**

- Em 25 de julho de 2020, a agência de classificação de risco Fitch Ratings, Inc. atribuiu à Companhia rating corporativo AAA(bra) na Escala Nacional Brasil, com perspectiva estável.

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

• Comercial e Marketing

- **Sortimento:** O número de itens ofertados nos sites totalizou 56,4 milhões ao final do 3T20, crescimento de 184,6% vs o 3T19, 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).
 - **SEO:** Fomos premiados no estudo "Os domínios mais presentes no top 10 Brasil", feito pela empresa Convection, especialista em SEO, com a primeira posição para a marca Americanas e no Top 5 com Submarino e Shoptime.
 - **Local SEO:** Abordagem integrada do Universo Americanas (sortimento de cada loja) trazendo maior relevância às modalidades de O2O para os clientes dentro dos mecanismos de busca.
 - **Search Engine:** Uso intensivo de tecnologia para desenhar uma nova solução para os títulos e descrições das páginas, tornando a informação mais clara para os clientes e, assim, permitindo que tenham uma melhor experiência nos mecanismos de busca.
- **Americanas Empresas:** Marca dedicada exclusivamente à venda de produtos para clientes com CNPJ, que tem o objetivo de levar mais facilidades para empresas, com grande sortimento, competitividade e os benefícios do Universo Americanas. O cliente da Americanas Empresas pode optar pelas modalidades de compras para uso e consumo próprio da empresa ou compra de itens para revenda.
- **Americanas Mais:** Em set/20, lançamos o Americanas Mais, novo serviço de assinatura que além do frete grátis e entrega rápida, oferece aos clientes uma série de benefícios nas lojas físicas, site e app da Americanas, incluindo entregas no mesmo dia e compras de supermercado com frete grátis, além de cashback exclusivo na Ame. O Americanas Mais conta com parcerias para oferta de entretenimento digital, incluindo Deezer, plataforma de streaming de áudio e, Ubook, plataforma de conteúdo digital. O programa oferece teste grátis de 15 dias para novos clientes em dois planos de assinatura mensal (Plano Quero Mais a R\$ 9,90/mês ou Plano Muito Mais com preço promocional de R\$ 14,90/mês). No primeiro mês de operação, já foi possível observar importantes benefícios do programa, como:
 - Spending 3 vezes maior
 - Frequência 3 vezes maior
 - 4 vezes mais pedidos de Ship From Store
 - 5 vezes mais visualizações de páginas por usuário

• Evolução do Marketplace

- **Summit Go Live 2020:** B2W Digital realizou o Summit Go Live 2020, o maior evento do ano de varejo e tecnologia. O evento teve como foco a preparação dos Sellers para a Black Friday e contou com a participação de grandes nomes do mercado.
- **Preparação para Black Friday:** O B2W Marketplace iniciou a campanha "Acelere na Black Friday", com foco na capacitação e preparação dos vendedores para a data, com lives semanais no canal da marca no Youtube. As 10 horas de conteúdos oferecidos em parceria com Google, E-bit, Reclame Aqui, entre outros, já acumulam mais de 3 mil visualizações e foram destaque em grandes veículos de mídia, que reforçam a importância da capacitação para o evento.
- **Parcerias B2W Marketplace:** Com foco em regionalização, conexão de novos lojistas e capacitação dos Sellers, o B2W Marketplace realizou no 3T20 mais de 30 lives com parceiros estratégicos, como Google, Reclame Aqui, SEBRAE, entre outros.
- **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.
 - No 3T20, o GMV da operação apresentou crescimento de 200% vs. o 3T19.

- **Plataformas Mobile**

- **Tráfego:** Ao longo do 3T20, o tráfego por dispositivos móveis representou 82,5% do total de visitas, um crescimento de 4,9 p.p. comparado com o 3T19.
- **Apps:** 108,4 milhões de downloads dos apps das marcas desde os seus lançamentos. Nos primeiros nove meses de 2020, nossos apps totalizaram 45,8 MM de downloads. O app da Americanas foi o mais baixado na categoria de compras no Brasil no 3T20 e no 9M20.
- **MAU:** No 3T20, os apps das marcas totalizaram 36,0 milhões de usuários ativos (Monthly Active Users – Fonte: App Annie).

- **UX (Experiência do Cliente):**

- **Filtro de Frete Rápido no App:** Com o novo filtro no App da Americanas, os clientes podem selecionar na busca os produtos que possuem prazos mais rápidos de entrega, melhorando a experiência de compra e a conversão.
- **Rastreamento Ship From Store:** Lançamos a função de rastreamento online das entregas realizadas pela Ame Flash. Com a integração entre o Minha Conta e a Ame Flash, é possível acompanhar o horário previsto de entrega, nome do entregador, meio de transporte, onde está o pedido e que horas ele saiu para a entrega.
- **O2O no Google:** Iniciamos a integração das ofertas de O2O com o Google, permitindo a sinalização de ofertas com a opção “Retirar hoje”. A integração permitiu que a busca orgânica por lojas físicas ganhasse uma nova aba de Produtos. Desta forma, os usuários poderão ver o sortimento da loja selecionada no Google, com sinalização de estoque disponível e link para compra online.
- **Recomendação de itens O2O:** Nossas recomendações passaram a considerar a região dos usuários para recomendar produtos de forma ainda mais assertiva e otimizar o cálculo do frete. Além disso, sinalizamos os produtos disponíveis com entrega no mesmo dia.
- **Submarino O2O:** O sortimento das lojas da Americanas foi habilitado no Submarino, permitindo que os clientes da marca possam receber seus produtos em até 3 horas ou pegar na loja no mesmo dia.

- **B2WADS:**

- Com um time especializado com mais de 50 pessoas nas frentes de Negócios e Tecnologia, B2WADS é uma plataforma completa de publicidade com foco em alavancar a venda de parceiros de negócios, incluindo Sellers, anunciantes e agências de publicidade. A plataforma oferece soluções de publicidade com uma abordagem integrada de O2O, permitindo impactar o cliente em diversos momentos da sua jornada de compra.
 - No trimestre, mais features voltadas para o Seller do Marketplace foram desenvolvidas para melhorar a sua experiência e ampliar a rentabilidade dos investimentos feitos no B2WADS. Com maior foco na indústria, também foi lançado o Branding Busca, recurso pioneiro e exclusivo de brandformance no Brasil, que permite aos anunciantes do B2WADS patrocinar palavras-chave pesquisadas pelos clientes no campo de buscas, durante a navegação nos sites da B2W.
 - Ao longo do 3T20, players de diferentes indústrias seguiram buscando as opções de mídia display, performance e projetos especiais, como a iniciativa de Live Commerce “Americanas ao Vivo”. Desta forma, Sellers e Fornecedores puderam patrocinar Lives com o objetivo de fomentar a venda de seus produtos na Americanas.

- **Serviços Financeiros**

- **Promotora de Crédito:** Ao longo de 9M20, a joint-venture de cartões de crédito da B2W e Cetelem (Submarino Finance e Digital Finance) registrou um volume de R\$ 2,7 bilhões em transações aprovadas. No período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1,4 bilhão.
 - Em set/20, a Promotora de Crédito registrava 3,4 MM de cartões emitidos (2,0 MM no Submarino Finance e 1,4 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 ou na modalidade de pagamento integral e, visando atender as solicitações dos Sellers, estamos constantemente inovando e aperfeiçoando as funcionalidades e as formas de contratação desses produtos:
 - Em ago/20, a proposta de FIDC da B2W e da Ame Digital, em parceria com a gestora Integral Investimentos, dedicado a concessão de crédito para MPMEs, foi priorizada pelo BNDES (passando para a próxima fase de análise e diligência) para integrar um conjunto de iniciativas do banco de enfrentamento aos impactos causados pelo COVID-19. O BNDESPAR investirá até R\$ 4 bilhões em dez fundos de crédito limitado até R\$ 500 Milhões por fundo.
 - Em set/20, lançamos o Crédito Flex Mais, permitindo que os Sellers utilizem suas vendas fora da Plataforma do B2W Marketplace para contratar o crédito, quitando o mesmo com o repasse de suas vendas futuras realizadas por meio de suas maquininhas de cartão de crédito e débito.

- **Atendimento ao Cliente**

- As principais marcas da B2W Digital são consideradas referências em atendimento ao cliente, possuindo os mais altos índices de avaliação do Reclame Aqui.
 - A nota média do Reclame Aqui para as marcas da B2W é de 8,5, enquanto as marcas dos principais concorrentes possuem nota média de 7,4.
 - 79,8% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 61,8% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
 - O índice médio de solução das marcas da B2W é de 91,8% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 80,6%.
- No 9M20, o tempo médio de solução de reclamações foi reduzido em 10,2% no 1P e em 16,0% no 3P, melhorando significativamente a experiência de atendimento em relação ao 9M19.

- **O2O (Online to Offline)**

Utilizando o conceito de “Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.”, as iniciativas O2O da Americanas e da B2W vêm aprimorando a experiência de compra dos clientes e crescendo em ritmo acelerado. No 3T20, essas iniciativas combinadas registraram um GMV de R\$ 1,1 bilhão, um crescimento de 96% vs 3T19.

- **Pegue na Loja Hoje (Click and Collect Now):** Disponível em 100% das lojas Americanas, permitindo que o cliente compre online o estoque da loja e retire o produto em até 1 hora sem cobrança de frete. A modalidade segue em rápido desenvolvimento, registrando crescimento de 3x em relação a igual período do ano anterior.
- **Ship from Store (SFS):** Compra online dos produtos da loja mais próxima e recebimento em até 3 horas no endereço de desejo. O serviço, disponível nas 1.703 lojas Americanas, foi expandido para lojas de Sellers na plataforma de Marketplace Local, atingindo mais de 5.000 lojas. Em ago/20, iniciamos a entrega de itens grandes (Ex: TV e Micro-ondas) na modalidade, aumentando o sortimento ofertado. O SFS é operado pela Ame Flash, plataforma proprietária de crowdshipping.
- **Pegue na Loja (Click and Collect):** Cliente compra online e retira na loja física. Desde 2019, possuímos a maior rede de pick-up points do Brasil. Atualmente, contamos com 10.171 pontos conectados (Americanas, parceiros e lockers) em mais de 5.2 mil municípios do Brasil, oferecendo a 99% da população brasileira acesso ao serviço. Como resultado, atingimos a marca de R\$ 1,1 bi de GMV nessa modalidade em 2020, representando um crescimento de 46% em relação ao mesmo período do ano anterior.
- **Prateleira Infinita:** operação de venda assistida da Americanas para os produtos oferecidos na plataforma digital (1P e 3P). No 3T20, a operação apresentou um ticket médio aproximadamente 20x maior que o das lojas físicas e crescimento de venda de 42% em relação ao 3T19.

- **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:** No 3T20, 33% das entregas realizadas pela LET'S (operações de 1P e 3P) foram feitas na modalidade Same Day e 62% foram feitas em até 2 dias.
- **Fulfillment Centers:** A LET's opera 20 FCs em 10 estados (BA, CE, MG, PA, PE, PR, RJ, RS, SC e SP). Até o final de 2020, vamos abrir mais um FC no Distrito Federal.
- **B2W Entrega:** Atingiu mais de 77,7 mil Sellers ao final do 3T20, representando 97,2% da base total de Sellers e participando em mais de 80% dos pedidos realizados no Marketplace.
 - **B2W Fulfillment:** Conta com 2 mil Sellers conectados e com estoques operados pela plataforma, incluindo nomes como Polishop, Estrela 10 e Americanas, garantindo menor prazo de entrega e valores de frete mais competitivos. Por meio do B2W Fulfillment, o cliente obtém a melhor experiência de compra, com todo o processo logístico (estoques, transporte e atendimento) operado pela B2W. Expandimos a oferta de área para armazenagem e passamos a operar Sellers em PE, RJ e SP.
 - **B2W Delivery:** Novo serviço de frete para Sellers internacionais, já responsável por 38% das entregas do Cross Border no 3T20. O serviço permite maior controle da operação, com redução de 30% do prazo de entrega e um melhor nível de serviço.

- **IF – Inovação e Futuro**

Motor de inovação do Universo Americanas e responsável por construir negócios disruptivos e potencializar diversas iniciativas dentro da Americanas e da B2W. As principais verticais de atuação são: Acelerar iniciativas já existentes, incubar novos negócios, investir em startups (venture capital), desenvolver tecnologias para varejo e prospectar novas oportunidades, incluindo operações de M&A.

- **Ame Digital:** fintech e plataforma de negócios mobile do Universo Americanas, continua se desenvolvendo rapidamente, atingindo 12,5 milhões de downloads e 2,8 milhões de estabelecimentos conectados (off-us).
 - Ame possui mais de 55 funcionalidades, com o objetivo de simplificar ainda mais a vida dos clientes.
 - Em julho, o marketplace de crédito ampliou a oferta de crédito pessoal, desde o microcrédito até crédito com garantia, em um processo rápido e simples, 100% digital. Atualmente, os empréstimos são oferecidos por parceiros como Credits, Rebel e BCredi.
 - Em agosto, a Ame lançou a Gamer Zone, área especial com ofertas de cartões-presente, jogos e consoles para Gamers.
 - Em agosto, a Ame lançou um mini-app BR Distribuidora. A parceria com a BR segue ganhando tração e apresentando indicadores positivos de engajamento: 83% dos clientes já realizaram duas ou mais transações e a frequência de uso nos últimos 90 dias foi de 10x.
 - O TPV dos últimos 30 dias atingiu R\$ 1,1 bilhão, +225% vs. mesmo período de 2019.
 - Em outubro, foi lançado o cartão de crédito Ame emitido pelo Banco do Brasil. O produto traz benefícios únicos, pode ser isento de anuidade e tem aprovação automática. O cartão de crédito é digital-first e poderá ser emitido, em até 9 minutos, pelo app Ame e nas lojas da Americanas.
 - Ame Flash, plataforma de crowdshipping que conecta entregadores independentes (motos, bicicletas e outros modais), encerrou o 3T20 com presença em mais de 700 cidades e mais de 22,5 mil entregadores conectados (vs 800 em dezembro/19).

- **Time Digital**

- **Programa Trainee 2021:** Abrimos as inscrições para o Programa Trainee da B2W Digital com processo 100% gamificado, interativo e online. Com o objetivo de tornar o programa mais inclusivo, passamos a não exigir conhecimentos de inglês e a aceitar todos os cursos de nível superior. Os novos trainees percorrerão diversas áreas, seguindo um modelo de job rotation, e depois serão alocados em áreas específicas onde desenvolverão projetos.
- **Eventos em Universidades:** Seguindo a estratégia de estar cada vez mais próximo das Universidades, no 3T20, realizamos diversos encontros online com alunos da Unicamp, UFSCar,

USP, PUC, FGV, ESPM, Ibmec, CEFET e UFRJ. Além de palestras e treinamentos, a B2W Digital patrocinou a Semana de Computação da USP – Semcomp, o Conexão da Fundação Estudar e o EFEJ - maior evento de empreendedorismo jovem do estado do Rio de Janeiro. Participamos também de eventos de tecnologia como Data Academy e Hacking.Rio Talks.

- **Projetos P&D UFSCar e B2W:** Com o propósito de reforçar a B2W Digital como marca empregadora no cenário de tecnologia, nesse trimestre, continuamos com quatro projetos com a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Os projetos envolvem Processamento de Linguagem Natural (PLN) e uso de Inteligência Artificial (IA) para aprimorar a experiência do usuário do Universo Americanas.
- **Meetups:** No 3T20, a B2W Digital deu continuidade às rodadas de meetups, realizando mais de 15 encontros em formato online. Os encontros proporcionam a troca de informações e experiências, envolvendo profissionais das comunidades de tecnologia e outros temas. Nesse período, tivemos encontros sobre Machine Learning, Cloud, UX, Big Data e Analytics, Power BI e Elastic Stack entre outros. Ao todo, já foram mais de 1.000 participantes em nossos encontros online.
- **Online Learning:** No 3T20, focamos em treinamentos aplicados por um ou mais replicadores internos. Nesse período, foram realizados mais de 20 treinamentos de diversos temas, como Adobe, Excel, Gestão de Processos, SQL e Segurança da Informação.

- **Environment, Social and Governance (ESG)**

Como parte integrante da estratégia de longo prazo da Companhia, seguimos evoluindo nas frentes de ESG e revisando a estratégia de sustentabilidade alinhada aos princípios do Pacto Global e à Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU).

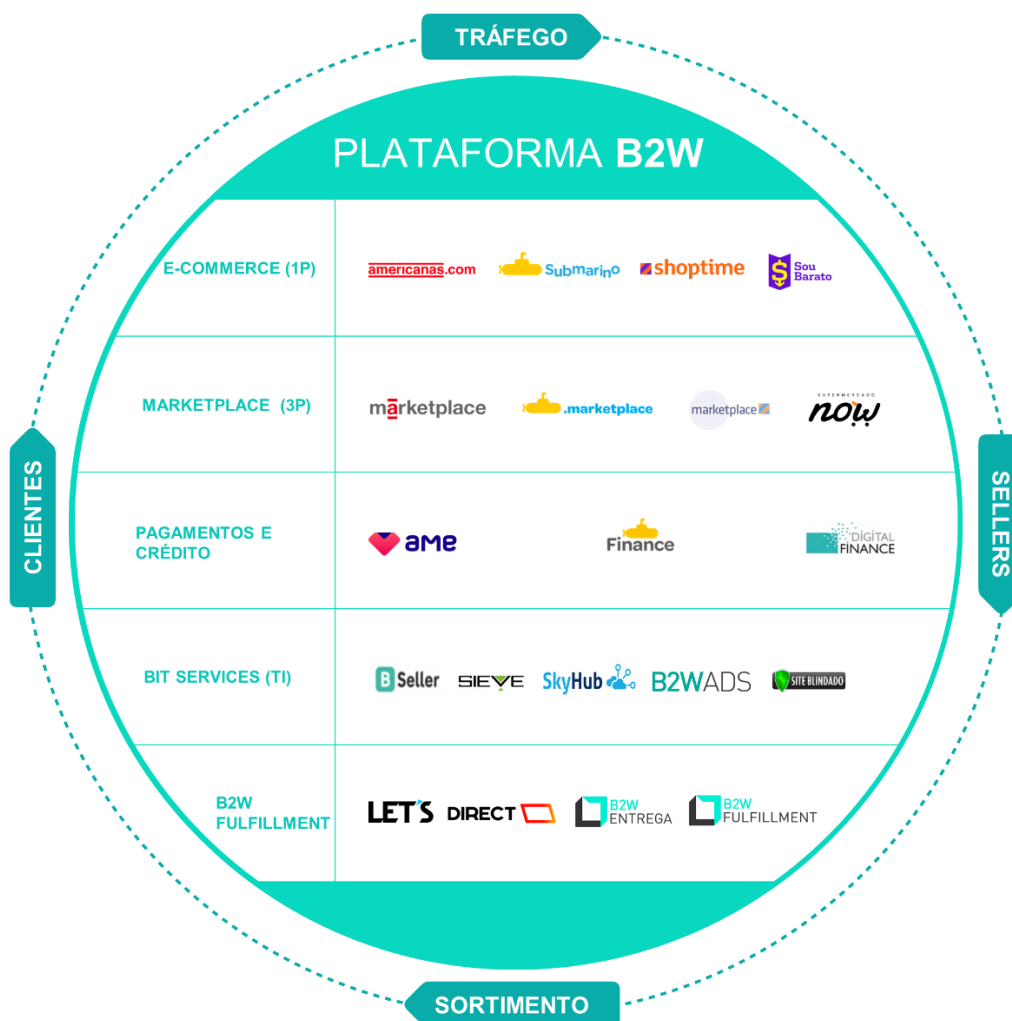
- **Doações COVID-19:** O Universo Americanas segue reforçando seu papel social e realizando ações de enfrentamento ao COVID-19 no Brasil. Dessa forma, atingimos o total de R\$ 68 milhões em doações para transporte de EPIs, serviços logísticos, construção de um hospital de campanha, adequação da infraestrutura da fábrica de vacinas da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), entre outros.
- **ISE:** Pelo sexto ano consecutivo a B2W foi selecionada para a carteira do ISE, Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3, que avalia os compromissos das empresas com o desenvolvimento sustentável e reconhece as que promovem as melhores práticas.
- **Troféu Transparência 2020:** A B2W foi reconhecida pela Associação Nacional de Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (ANEFAC) com o Troféu Transparência 2020. Com base na análise técnica da FIPECAFI das demonstrações financeiras de 2019, o prêmio reconhece práticas de transparência ao mercado e a clareza das informações prestadas.
- **Pactos, compromissos e ética:** A B2W é signatária do Pacto Empresarial pela Integridade e Anticorrupção (Instituto Ethos), que tem o objetivo de promover um mercado mais íntegro e ético. Também faz parte dos “Princípios de Empoderamento Feminino”, da ONU Mulheres, da “Coalizão Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero” e da “Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente”, ambas do Instituto Ethos.
- **Impacto Social:** A B2W Digital, em parceria com a ONG HumanITi e apoio do BNDES, ampliou o escopo do projeto para promover a cultura digital em 56 escolas municipais de Osasco (SP) por meio do Programa de Inovação Educação Conectada, lançado pelo MEC.
- **Jirau da Amazônia:** criado em junho de 2019, em parceria com a Fundação Amazonas Sustentável (FAS), o "Jirau" é um Marketplace onde artesãos e empreendedores de populações tradicionais e indígenas da Floresta Amazônica comercializam seus produtos para todo o Brasil com 100% da venda revertida para o desenvolvimento do projeto.
- **Gestão Ambiental:** A B2W Digital conquistou, pelo quarto ano consecutivo, o Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol. Há 10 anos, a Companhia declara suas emissões de acordo com o programa e, mais uma vez, seu inventário de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) foi verificado por uma auditoria externa, reafirmando assim o compromisso com a transparência e qualidade das informações. Em linha com o ODS 13, Ação Contra a Mudança Global do Clima, compensamos nossas emissões diretas e de energia elétrica, tornando a operação Carbono Neutro.

ANEXO I: SOBRE B2W DIGITAL

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

A Companhia possui as maiores e mais queridas marcas da internet (Americanas.com, Submarino, Shoptime e Sou Barato) e uma operação de Marketplace em rápido crescimento. A plataforma construída ao longo dos últimos anos permite que a B2W também ofereça serviços de tecnologia, logística, distribuição, atendimento ao cliente e pagamentos.

PLATAFORMA DIGITAL E CICLO VIRTUOSO DA B2W:



ANEXO II: DEMONSTRATIVOS DE RESULTADO

EXCLUINDO OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados ¹ (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro			Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro		
	3T20	3T19	Variação	9M20	9M19	Variação
	Gross Merchandise Volume (GMV)	7.264,1	4.651,5	56,2%	18.536,8	12.130,0
Receita Bruta de Vendas e Serviços	3.308,7	2.098,8	57,6%	8.434,4	5.550,7	52,0%
Impostos sobre vendas e serviços	(644,7)	(417,6)	54,4%	(1.640,5)	(1.109,1)	47,9%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.664,0	1.681,2	58,5%	6.793,9	4.441,6	53,0%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.827,3)	(1.129,4)	61,8%	(4.669,2)	(3.027,1)	54,3%
Lucro Bruto	836,7	551,7	51,7%	2.124,6	1.414,5	50,2%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	31,4%	32,8%	-1,4 p.p.	31,3%	31,8%	-0,5 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(731,5)	(529,3)	38,2%	(2.003,9)	(1.453,1)	37,9%
Com vendas	(536,0)	(344,9)	55,4%	(1.402,0)	(932,2)	50,4%
Gerais e administrativas	(48,4)	(54,5)	-11,2%	(158,0)	(136,6)	15,7%
Depreciação e amortização	(147,1)	(129,8)	13,3%	(443,9)	(384,4)	15,5%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	105,2	22,4	369,6%	120,7	(38,6)	412,7%
Resultado Financeiro Líquido	(97,8)	(151,5)	-35,5%	(322,1)	(466,0)	-30,9%
Receitas financeiras	79,2	124,4	-36,3%	264,1	366,2	-27,9%
Despesas financeiras	(177,0)	(275,9)	-35,8%	(586,2)	(832,2)	-29,6%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(25,8)	(1,2)	2050,0%	(42,4)	(1,2)	3433,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(22,6)	(15,6)	44,9%	(58,7)	(39,9)	47,1%
Imposto de renda e contribuição social	4,1	43,3	-90,5%	83,2	176,4	-52,8%
Resultado Líquido	(36,8)	(102,5)	-64,1%	(219,4)	(369,3)	-40,6%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-1,4%	-6,1%	4,7 p.p.	-3,2%	-8,3%	5,1 p.p.
EBITDA Ajustado	252,3	152,3	65,7%	564,6	345,7	63,3%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	9,5%	9,1%	0,4 p.p.	8,3%	7,8%	0,5 p.p.

¹Refletindo os ajustes indicados na página 15 (Anexo III – Sobre o Demonstrativo de Resultado).

Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

SEM EXCLUIR OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados ¹ (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro			Consolidado Períodos findos em 30 de Setembro		
	3T20	3T19	Variação	9M20	9M19	Variação
	Gross Merchandise Volume (GMV)	7.264,1	4.651,5	56,2%	18.536,8	12.130,0
Receita Bruta de Vendas e Serviços	3.308,7	2.098,8	57,6%	8.434,4	5.550,7	52,0%
Impostos sobre vendas e serviços	(644,7)	(417,6)	54,4%	(1.640,5)	(1.109,1)	47,9%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.664,0	1.681,2	58,5%	6.793,9	4.441,6	53,0%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.913,8)	(1.184,8)	61,5%	(4.909,2)	(3.199,8)	53,4%
Lucro Bruto	750,2	496,4	51,1%	1.884,7	1.241,8	51,8%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	28,2%	29,5%	-1,3 p.p.	27,7%	28,0%	-0,3 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(645,0)	(473,9)	36,1%	(1.764,0)	(1.280,4)	37,8%
Com vendas	(449,5)	(289,6)	55,2%	(1.162,1)	(759,5)	53,0%
Gerais e administrativas	(48,4)	(54,5)	-11,2%	(158,0)	(136,6)	15,7%
Depreciação e amortização	(147,1)	(129,8)	13,3%	(443,9)	(384,4)	15,5%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	105,2	22,4	369,6%	120,7	(38,6)	412,7%
Resultado Financeiro Líquido	(97,8)	(151,5)	-35,5%	(322,1)	(466,0)	-30,9%
Receitas financeiras	79,2	124,4	-36,3%	264,1	366,2	-27,9%
Despesas financeiras	(177,0)	(275,9)	-35,8%	(586,2)	(832,2)	-29,6%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(25,8)	(1,2)	2050,0%	(42,4)	(1,2)	3433,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(22,6)	(15,6)	44,9%	(58,7)	(39,9)	47,1%
Imposto de renda e contribuição social	4,1	43,3	-90,5%	83,2	176,4	-52,8%
Resultado Líquido	(36,8)	(102,5)	-64,1%	(219,4)	(369,3)	-40,6%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-1,4%	-6,1%	4,7 p.p.	-3,2%	-8,3%	5,1 p.p.
EBITDA Ajustado	252,3	152,3	65,7%	564,6	345,7	63,3%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	9,5%	9,1%	0,4 p.p.	8,3%	7,8%	0,5 p.p.

¹Refletindo os ajustes indicados na página 15 (Anexo III – Sobre o Demonstrativo de Resultado).

BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital		
Balanco Patrimonial		
	<u>30/09/2020</u>	<u>30/06/2020</u>
(em milhões de reais)		
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	4.956,7	3.904,0
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	3.007,6	2.699,2
Contas a receber de clientes	1.617,1	566,4
Estoques	1.550,2	1.295,4
Impostos a recuperar	781,3	748,6
Despesas antecipadas e outros	463,6	484,4
Total do Ativo Circulante	12.376,5	9.698,1
NÃO CIRCULANTE		
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	79,0	97,4
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.416,7	1.409,0
Impostos a recuperar	1.213,4	1.255,5
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	187,5	191,8
Investimentos	69,6	66,3
Imobilizado	378,6	388,6
Intangível	3.121,5	3.086,3
Ativo de direito de uso	237,7	252,4
Total do Ativo Não Circulante	6.704,0	6.747,2
TOTAL DO ATIVO	19.080,5	16.445,3
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	3.396,5	2.996,4
Empréstimos e financiamentos	874,5	899,2
Debêntures	-	4,6
Salários, provisões e contribuições sociais	103,1	99,1
Tributos a recolher	84,1	98,3
Imposto de renda e contribuição social	1,2	3,4
Outras obrigações	440,4	430,5
Arrendamento	77,2	77,3
Total do Passivo Circulante	4.977,0	4.609,0
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
Exigível a longo prazo:		-
Empréstimos e financiamentos	4.141,0	5.689,5
Debêntures	-	200,0
Partes relacionadas	53,5	-
Provisões para contingências e outras obrigações	176,9	166,3
Arrendamento	196,9	210,2
Total do Passivo Não Circulante	4.568,2	6.266,0
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	12.333,0	8.325,6
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	-
Reservas de capital	22,3	20,9
Lucros (prejuízos) acumulados	(2.820,0)	(2.776,2)
Total do Patrimônio Líquido	9.535,3	5.570,3
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	19.080,5	16.445,3

FLUXO DE CAIXA

B2W - Companhia Digital			
Demonstrativo de Fluxo de Caixa			
(em milhões de reais)			
	Consolidado		
Atividades Operacionais	30/09/2020	30/09/2019	Variação
Resultado Líquido do Período	(226,4)	(369,3)	142,9
Ajustes ao Resultado Líquido:			
Depreciações e amortizações	446,7	386,6	60,1
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(87,9)	(187,8)	99,9
Juros, variações monetárias e cambiais	189,4	426,9	(237,5)
Equivalência patrimonial	42,4	1,2	41,2
Outros	(55,4)	(5,4)	(50,0)
Resultado Líquido Ajustado	308,8	252,2	56,6
Variações de Capital de Giro:			
Contas a receber	(686,4)	(321,6)	(364,8)
Estoques	(607,7)	(9,9)	(597,8)
Fornecedores	533,8	108,8	425,0
Variações em Capital de Giro:	(760,3)	(222,7)	(537,6)
Variações em Ativos:			
Despesas antecipadas	7,3	8,6	(1,3)
Depósitos judiciais	(25,8)	(22,2)	(3,6)
Impostos a recuperar	(113,5)	(52,9)	(60,6)
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	81,1	78,9	2,2
Variações em Ativos:	(50,9)	12,4	(63,3)
Variações em Passivos:			
Salários e encargos sociais	42,4	13,3	29,1
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	(23,1)	(2,7)	(20,4)
Outras obrigações (circulante e não circulante)	(38,7)	13,7	(52,4)
Contas a receber/pagar empresas ligadas	20,5	62,3	(41,8)
Variações em Passivos:	1,1	86,6	(85,5)
Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures	(239,9)	(366,1)	126,2
Liquidação de juros sobre arrendamentos	(17,3)	(15,5)	(1,8)
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(5,4)	(7,0)	1,6
Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais	(763,9)	(260,1)	(503,8)
Atividades de Investimento			
Títulos e valores mobiliários	85,7	(1.450,1)	1.535,8
Imobilizado	(22,5)	(8,2)	(14,3)
Intangível	(398,6)	(336,3)	(62,3)
Aumento de capital em coligadas	(46,3)	-	(46,3)
Valor pago pelas aquisições de controladas	(9,7)	(1,3)	(8,4)
Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento	(391,4)	(1.795,9)	1.404,5
Atividades de Financiamento			
Captações	1.105,2	2.037,8	(932,6)
Pagamentos	(2.475,7)	(1.021,0)	(1.454,7)
Pagamentos de passivo de arrendamento	(68,8)	(47,7)	(21,1)
Aumento de capital em dinheiro	4.015,5	9,6	4.005,9
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	2.465,7	(2.465,7)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento	2.576,2	3.444,4	(868,2)
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	1.420,9	1.388,4	32,5
Caixa e Bancos no início do período	3.535,8	3.119,9	415,9
Caixa e Bancos no final do período	4.956,7	4.508,3	448,4

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 3T20, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 252,3 milhões. Excluindo o efeito não recorrente de despesas referentes a ação de inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS (Ajustes), incluindo as outras receitas e despesas operacionais, não recorrentes e o resultado da equivalência patrimonial, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12 seria de R\$ 193,2 milhões no 3T20 (7,3% da RL).

Conciliação do EBITDA Consolidado - R\$ MM	3T20 Ajustado	Ajustes	3T20	9M20 Ajustado	Ajustes	9M20
EBITDA Ajustado	252,3	10,6	241,7	564,6	10,6	554,0
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(22,7)	-	(22,7)	(58,7)	-	(58,7)
Equivalência Patrimonial	(25,8)	-	(25,8)	(42,4)	-	(42,4)
EBITDA (CVM 527/12)	193,2	-	193,2	452,9	-	452,9
Imposto de renda e contribuição social	4,1	(3,6)	7,8	83,2	(3,6)	86,8
Resultado Líquido	-36,8	7,0	-43,8	-219,4	7,0	-226,4

ANEXO IV: ENDIVIDAMENTO

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	30/09/2020	30/09/2019	30/09/2020	30/09/2019
Endividamento Consolidado - R\$ MM				
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	874,5	1.324,1	471,4	1.052,6
Debêntures de Curto Prazo	-	12,0	-	12,0
Endividamento de Curto Prazo	874,5	1.336,1	471,4	1.064,6
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	4.141,0	6.411,2	4.141,0	6.411,2
Debêntures de Longo Prazo	-	200,0	-	200,0
Endividamento de Longo Prazo	4.141,0	6.611,2	4.141,0	6.611,2
Endividamento Bruto (1)	5.015,5	7.947,3	4.612,4	7.675,8
Disponibilidades	8.043,3	7.887,0	8.043,3	7.887,0
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	1.544,3	525,1	1.141,2	253,6
Disponibilidades Totais (2)	9.587,6	8.412,1	9.184,5	8.140,6
Caixa (Dívida) Líquida (2) - (1)	4.572,1	464,8	4.572,1	464,8
Geração (Consumo) de Caixa¹	160,7	89,4	160,7	89,4
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	1.007	1.092	1.071	1.125

¹A geração ou consumo de caixa é medida pela variação da dívida líquida em relação ao trimestre anterior, desconsiderando 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.

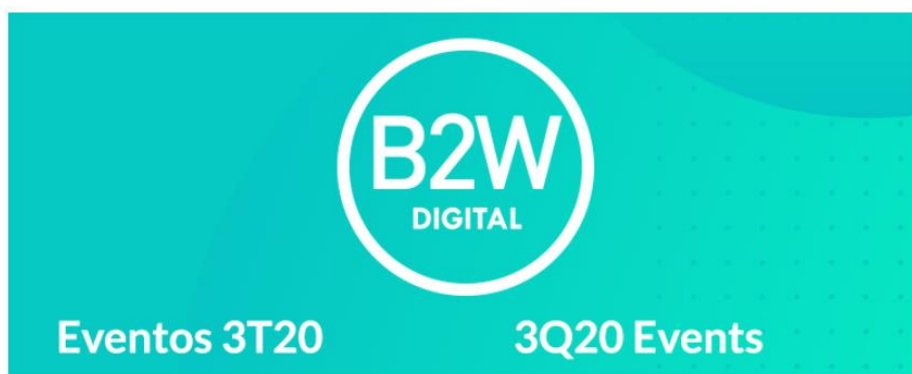
Em dez/18, o Conselho de Administração aprovou a estruturação do FIDC (Fundo de Antecipação de Recebíveis de Cartão de Crédito) com patrimônio líquido de R\$ 1,1 bilhão. O FIDC é uma ferramenta única no mercado, representando uma importante fonte de captação de recursos.

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

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	30/09/2020	30/09/2019	30/09/2020	30/09/2019
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM				
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	6.284,8	4.516,0	6.284,8	4.516,0
Desconto de Recebíveis	(4.740,5)	(3.990,9)	(5.143,6)	(4.262,4)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	1.544,3	525,1	1.141,2	253,6
Ajuste a Valor Presente	(11,6)	(7,8)	(11,6)	(7,8)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(46,3)	(56,2)	(46,3)	(56,2)
Outras Contas a Receber	130,7	149,6	130,7	149,6
Contas a Receber Líquido Consolidado	1.617,1	610,8	1.213,9	339,2

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.
- **Geração (Consumo) de Caixa:** 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.
- **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.



Divulgação de Resultados
 29 de outubro de 2020
 (quinta-feira)
 após fechamento da Bolsa

Earnings Release
 October 29th, 2020
 (Thursday)
 after B3 trading hours

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

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

30 de outubro de 2020
 (sexta-feira)
 12:00h (Horário de Brasília)
Acesso:
 +55 (11) 3181-8565
 ou +55 (11) 4210-1803
Código: B2W

October 30th, 2020
 (Friday)
 11:00 a.m. (Eastern Time)
Connection:
 +1 412 717-9627

Code: B2W

Link para Webcast:

Link to Webcast:

Replay:
 Até 05 de novembro de 2020
Acesso: +55 (11) 3193-1012
Código: 8823339#

Replay:
 Until November 05th, 2020
Access: +55 (11) 3193-1012
Code: 7332761#

Palestrante:
 Raoni Lapagesse
 Diretor de RI

Speaker:
 Raoni Lapagesse
 IR Director

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

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

