

B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 32% NO GMV TOTAL E GERAÇÃO DE CAIXA POSITIVA NO 4T18

O Marketplace segue em rápido desenvolvimento e atingiu R\$ 2,9 bilhões de GMV (+61,3%) no 4T18, com participação de 57,1% do GMV Total

Rio de Janeiro, 20 de março de 2019: B2W Digital (B3: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 4º trimestre e ano de 2018.

PRINCIPAIS INDICADORES	4T18	4T17	Delta	2018	2017	Delta
GMV Total (R\$ MM) ¹	5.078	3.849	31,9%	15.005	11.838	26,8%
Marketplace (R\$ MM)	2.898	1.796	61,3%	7.740	4.533	70,7%
Marketplace (% do GMV Total)	57,1%	46,7%	+10,4 p.p.	51,6%	38,3%	+13,3 p.p.
# Sellers (Novos/Mil)	3,1	1,9	1,2	12,2	5,0	7,2
# Sellers (Base/Mil)	21,9	9,7	12,2	21,9	9,7	12,2
B2W Entrega (# Sellers/Mil)	18,5	4,9	13,6	18,5	4,9	13,6
B2W Entrega (% da base de Sellers)	84,5%	50,5%	+34,0 p.p.	84,5%	50,5%	+34,0 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	70,2%	62,7%	+7,5 p.p.	67,8%	57,4%	+10,4 p.p.

¹Refletindo ajustes do CPC 47/FRS 15 e CPC 48/FRS9, conforme indicado na página 9 (Seção Destaques Financeiros).

DESTAQUES 4T18

- **B2W Digital gerou de caixa R\$ 215 MM no 4T18.** Em 2018, o consumo de caixa foi de R\$ 239 MM, redução de R\$ 716 MM vs os R\$ 955 MM registrados em 2017 (melhora de 75%).
- **B2W Marketplace conectou mais de 3,1 mil novos Sellers no 4T18,** saindo de uma base de 18,8 mil Sellers em set/18 para mais de 21,9 mil Sellers em dez/18. A base de Sellers aumentou em 2,3x do 4T17 para o 4T18 (de 9,7 mil para 21,9 mil Sellers).
- **B2W Entrega conectou mais de 3,5 mil Sellers no 4T18,** totalizando uma base de 18,5 mil Sellers e representando 85% dos Sellers conectados ao B2W Marketplace.
- **B2W Marketplace registrou venda recorde na Black Friday.** Os investimentos realizados na plataforma digital nos últimos anos refletiram, mais uma vez, na liderança de tráfego e de vendas durante o evento. Os Sellers puderam escalar seus negócios, vendendo o equivalente a 45 dias. Na Black Friday, fomos a maior plataforma de Marketplace do Brasil e o 3P representou 63% do total de pedidos da B2W.
- **B2W Digital lançou a Americanas Mundo em mar/19,** operação de cross border que possibilita que os clientes comprem produtos de Sellers de todos os lugares do mundo (principalmente EUA e China), permitindo que milhões de itens, de diversas categorias, cheguem diretamente para o cliente no Brasil.
- **Lojas Americanas (LASA) e B2W lançaram em mar/19 o piloto do “LASA Entrega” (Ship from Store),** possibilitando que os clientes comprem online os produtos da loja física da LASA mais próxima e recebam suas compras em seus endereços em até 2 horas.
- **Iniciativas da IF – Inovação e Futuro**
 - **Ame atingiu a marca de 1,8 milhão de downloads em 9 meses de operação.** A conta de pagamentos digital 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 mais de 500 lojas físicas da Lojas Americanas (LASA).** Os clientes já podem utilizar o app da Ame para pagar suas compras nas lojas físicas e receber até 10% do valor de volta (*cashback*). 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 em mar/19.** Em linha com o objetivo de revolucionar a forma como as pessoas interagem com o dinheiro, a Ame lançou novas funcionalidades: Pagar Contas (Boletos); Recarga de Celular; Cash-in LASA (depósito na Ame no PDV da LASA); Cash-in e Cash-out (transferir da conta bancária para Ame ou da Ame para a conta bancária).

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Desde a sua criação (2006), a Companhia vem investindo fortemente nos pilares fundamentais do seu negócio para fazer frente aos desafios do e-commerce no Brasil. Os ciclos de investimentos realizados na plataforma, principalmente em tecnologia, logística e distribuição, sempre tendo o cliente como peça central, prepararam a B2W Digital para uma nova fase de crescimento e geração de valor.

Com isso, iniciamos o plano estratégico de três anos (2017-2019) com o objetivo de acelerar o processo de transformação da Companhia, de e-commerce (1P), para uma plataforma digital híbrida, que acreditamos ser a melhor combinação entre E-commerce (1P), Marketplace (3P) e Serviços Digitais.

Uma vez ajustado o sortimento entre 1P e 3P (em 2017), a Companhia estava pronta para voltar a crescer. Desta forma, o ano de 2018 foi marcado pela retomada no crescimento do GMV Total, que atingiu R\$ 15 bilhões (+26,8% vs +11,5% do mercado, fonte: Ebit). O Marketplace, importante frente de crescimento, alcançou um novo recorde, com venda de R\$ 7,7 bilhões em 2018 (+71% vs 2017) e representou 51,6% do GMV. Como consequência, apresentamos novamente uma forte redução no consumo de caixa (melhora de R\$ 716 MM vs 2017).

A forte performance do Marketplace é resultado do trabalho conjunto da B2W e dos Sellers para oferecer a melhor proposta de valor para os clientes. A robusta plataforma de tecnologia, desenvolvida nos BITs (B2W Inovação e Tecnologia) pelos mais de mil engenheiros de software da Companhia, foi fundamental para acelerar a entrada de novos Sellers ao longo de 2018, ampliando o sortimento e a variedade de ofertas. O uso de tecnologia associada a capacidade de processamento de dados em larga escala, torna a operação do Seller mais simples. Desde o início, em 2014, o B2W Marketplace opera com APIs abertas e atualmente atingimos mais de 100 MM de request/dia em diferentes interfaces, como produto, pricing, estoque e frete. Além disso, a B2W segue dando suporte para todos os Sellers para que possam continuar crescendo de maneira sustentável dentro da plataforma, estimulando o empreendedorismo e possibilitando também o surgimento de novas empresas e negócios.

O B2W Entrega (lançado em 2017), serviço que combina as competências de tecnologia, logística e distribuição, encerrou o ano já sendo utilizado por quase 85% dos Sellers, demonstrando grande aderência às necessidades dos Sellers.

Lançamos em 2018 também o Crédito Seller, que é a plataforma de empréstimos do B2W Marketplace, mais um importante serviço para dar suporte ao crescimento dos Sellers. Em parceria com uma instituição financeira, e com base no histórico de vendas dos Sellers, são concedidas linhas de crédito e o pagamento das parcelas devidas é descontado das vendas futuras, reduzindo assim o risco da operação e as taxas de juros.

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.

A Ame é uma das primeiras iniciativas da IF e chegou para revolucionar a forma com que as pessoas lidam com o dinheiro. Com apenas 9 meses de operação, o número de downloads do app da Ame já soma 1,8 milhão e os clientes já podem pagar suas compras com o app em todos os sites da B2W e em mais de 500 lojas físicas da LASA. Em 2019, como parte de seu business plan, a Ame terá um incrível roadmap de novidades e novas funcionalidades, sendo uma importante contribuição para o futuro de LASA e B2W.

Em 2018, tivemos também a criação da LET'S, 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. A LET'S é a responsável pela operação do B2W Entrega e pelo programa "Fast Delivery", que reduziu pela metade os prazos de entrega do e-commerce. Atualmente, 50% de todas as entregas da plataforma já são realizadas em até 2 dias.

O ano também foi importante na aceleração das iniciativas O2O - Online to Offline de LASA e B2W. O "Pegue na Loja" (Click and Collect) já está disponível em mais de 1.100 lojas da LASA (em todos os estados do Brasil) e o "Pegue na Loja Hoje" (Click and Collect Now) já está disponível em todas as 1.490 lojas da LASA.

Para 2019, nossa prioridade é continuar oferecendo a melhor experiência de compra aos clientes, ampliando o sortimento ofertado, entregando cada vez mais rápido e transformando a forma que o cliente paga suas compras.

O Marketplace continuará sendo uma importante frente de crescimento e ganhando ainda mais relevância no GMV Total. Queremos chegar a 40k Sellers (vs 21.9k em 2018) conectados na plataforma até o final de 2019, que vão contribuir para termos um sortimento de 20MM de itens únicos (vs 8.1MM em 2018).

A recém lançada, Americanas Mundo, operação de Cross Border que possibilita que os clientes comprem produtos de todos os lugares do mundo (incluindo EUA e China), permite que milhões de itens, de diversas categorias, cheguem diretamente para o cliente no Brasil. O Cross Border inaugura uma nova fase de crescimento e rentabilidade para o B2W Marketplace.

Estamos bastante animados com o ano que se inicia 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.

Por fim, reforçamos nosso compromisso com a sustentabilidade. A B2W Digital é integrante do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) e, em 2018, intensificou sua atuação para impulsionar práticas e iniciativas de sustentabilidade social corporativa.

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

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS PARA ALAVANCAR A PLATAFORMA DIGITAL

• IF – Inovação e Futuro

A IF nasceu com a missão de construir negócios disruptivos e potencializar diversas iniciativas em Lojas Americanas e B2W. 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:** uma das primeiras iniciativas da IF. A conta de pagamento digital, que vai revolucionar a maneira com que as pessoas se relacionam com o dinheiro, segue acelerando e apresentando indicadores impressionantes.
 - O app da Ame já conta com mais de 1,8 milhão de downloads em apenas 9 meses de operação.
 - O lançamento oficial foi na Americanas.com (jun/18) e rapidamente expandimos para o Shoptime (jun/18), para o Submarino (set/18) e Sou Barato, o outlet da Americanas.com (jan/19).
 - 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 para os clientes que pagam com Ame.
 - Em out/18, a Ame iniciou um piloto de aceitação nas lojas físicas da Lojas Americanas. A operação expandiu rapidamente e os clientes já podem pagar com Ame em mais de 500 lojas. Ao longo de 2019, a Ame estará presente em todas as lojas da LASA e em outros lojistas do mundo físico.
 - Em linha com o objetivo de revolucionar a forma como as pessoas interagem com o dinheiro, em mar/19, a Ame lançou novas funcionalidades: Pagar Contas (Boletos); Recarga de Celular; Cash-in LASA (depósito na Ame no PDV da LASA); Cash-in e Cash-out (transferir da conta bancária para Ame ou da Ame para a conta bancária).

• O2O (Online to Offline)

As iniciativas O2O da Lojas Americanas e B2W vem aprimorando a experiência de compra dos clientes, com resultados cada vez mais representativos. A experiência física e online nos permite liderar o mercado, oferecendo o melhor dos dois mundos. Nos últimos doze meses, mais de 1,2 milhão de clientes realizaram suas compras por meio dessas iniciativas.

- **Lojas Americanas no Marketplace:** No 4T18, a Lojas Americanas ampliou suas operações como Seller no B2W Marketplace para todos os estados do país. Em 2018, registramos pedidos de clientes de mais de 3.000 municípios brasileiros, comprovando a capacidade de aumentar a capilaridade da LASA, vendendo seus produtos na Americanas.com. Para 2019, o aumento do sortimento de produtos e a disponibilização de novos serviços será acelerada, oferecendo ainda mais conveniência para os clientes.
- **Pegue na Loja (Click and Collect):** Fechamos o ano de 2018 com o serviço disponível em 1.100 lojas, superando a meta de 800 lojas, previamente estabelecida, e passando a ser o único modelo de *Click and Collect* com presença em todos os estados do Brasil.

- **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). A operação já está disponível em todas as 1.490 Lojas Americanas.
- **LASA Entrega (*Ship from Store*):** Lojas Americanas e B2W lançaram em mar/19 o piloto do “ship from store”, possibilitando que os clientes comprem online os produtos da loja física da LASA mais próxima e recebam suas compras em seus endereços em até 2 horas.

- **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 (dos 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, 50% de todas as compras realizadas nos sites da B2W (1P e 3P) e enviadas pela LET’s são entregues em até 2 dias.
- **B2W Entrega:** Plataforma que opera e controla as entregas do B2W Marketplace. Os Sellers conectados ao B2W Entrega contam com 5 tipos de serviços: *Fulfillment (storage + delivery)*, *Pick Up - Grandes Operações* (retirada do produto no CD do Seller + *delivery*), *Direct Collect* (retirada do produto no CD do Seller - Médios e Pequenos + *delivery*), *Drop Off Hub* (Seller entrega em um dos hubs da Direct + *delivery*) e *Drop Off Loja* (Seller entrega em uma das Lojas Americanas + *delivery*).
 - **Sellers Conectados:** O B2W Entrega atingiu mais de 18,5 mil Sellers ao final do 4T18, representando 85% da base total de Sellers e participando em mais de 70% dos pedidos realizados no Marketplace. No final de 2017, o B2W Entrega foi integrado ao programa de fidelidade Prime, permitindo que os Sellers disponibilizem seus itens para os clientes membros do programa.

- **Comercial e Marketing**

- **Tráfego:** Em 2018, o tráfego dos sites da B2W totalizou 2 bilhões (crescimento de 24%) e o total de visitantes únicos atingiu 50 milhões.
- **Market Share:** No 4T18, o crescimento de GMV da Companhia foi de 31,9% vs 13,4% de crescimento do mercado (fonte: Ebit). O *market share* da B2W expandiu 4,2 p.p., passando de 25,4% no 4T17 para 29,6% no 4T18. Em 2018, o GMV da Companhia cresceu 26,8% vs 11,5% de crescimento do mercado (fonte: Ebit). Dessa forma, o *market share* da B2W no ano expandiu 3,4 p.p. (28,2% em 2018 vs 24,8% em 2017).
- **Sortimento:** O número de itens (SKUs) ofertados nos sites totalizou 8,1 milhões ao final do 4T18, crescimento de 76% vs o 4T17, impulsionado pelo Marketplace.
 - Com objetivo de oferecer um sortimento cada vez mais amplo e uma experiência de compra completa, em ago/18, passamos a oferecer gift cards (cartões pré-pagos digitais) e planos de telefonia móvel.
 - Com a nova categoria, passamos a oferecer uma experiência 100% online na compra de uma variedade de cartões digitais para o consumo de jogos online, entretenimento e softwares, incluindo Netflix, Google Play, Xbox Live, Uber e League of Legends. No 4T18, a oferta de cartões digitais foi expandida com a inclusão de novos conteúdos: PlayStation, Nintendo e Gift Card para montagem de móveis.
 - Os clientes agora também podem comprar, com a comodidade 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 ao longo de 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.
 - Em 2018, as bases de informações de produtos foram enriquecidas com o uso intensivo de tecnologia e com o suporte dos fornecedores e Sellers. Com isso, os clientes tiveram melhores condições para a tomada de decisão de compra, melhorando a conversão de venda.
 - Outra iniciativa de 2018 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.
 - Os investimentos realizados em SEO e no motor de busca dos sites, associado ao enriquecimento da base de informações de produtos, tem permitido cada vez mais uma navegação personalizada aos clientes.
- **Americanas Empresas:** site exclusivamente voltado para clientes corporativos (pessoa jurídica) de todos os tamanhos, desde microempreendedores até grandes corporações. O cliente conta com mais de 3,5 milhões de produtos em 36 categorias, podendo comprar grandes quantidades com desconto progressivo de acordo com o volume financeiro de compras. O site oferece também parcelamento em até 10 vezes sem juros nos cartões de crédito e em até 48 vezes no Cartão BNDES, além de prazo diferenciado para pagamento em boleto bancário.
- **Prime:** Único programa do Brasil em que o cliente pode comprar mais de 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 4T18, a base de assinantes do B2W Prime teve um expressivo crescimento de 48%.
- **Evolução do Marketplace**
 - **GMV Marketplace:** No 4T18, o Marketplace registrou crescimento de 61,3%, atingindo GMV de R\$ 2.898 milhões e com participação de 57,1% do GMV Total.
 - **Sellers:** No 4T18, o B2W Marketplace conectou mais de 3,1 mil novos Sellers, saindo de uma base de 18,8 mil Sellers em set/18 para mais de 21,9 mil Sellers em dez/18. A base de Sellers aumentou em 2,3x do 4T17 para o 4T18 (de 9,7 mil para 21,9 mil Sellers).
 - **Sortimento:** O sortimento do B2W Marketplace registrou crescimento de 86%, saindo de uma base de 4,2 milhões de itens no 4T17 para 7,8 milhões de itens ao final do 4T18.
 - **Americanas Mundo:** operação de cross border, lançada em mar/19, que possibilita que os clientes comprem produtos de Sellers de todos os lugares do mundo (principalmente EUA e China), permitindo que milhões de itens, de diversas categorias, cheguem diretamente para o cliente no Brasil.
 - **APIs:** Desde o início, em 2014, o B2W Marketplace opera com APIs abertas e atualmente atingimos mais de 100 MM de request/dia em diferentes verticais, como integração, produto, pricing, estoque e frete.
- **Plataformas Mobile e UX (Experiência do Cliente)**
 - **Tráfego:** Ao longo do 4T18, o tráfego por dispositivos móveis representou 70,2% do total de visitas, um crescimento de 7,5 p.p. comparado com o 4T17.
 - **Apps:** 4,1 milhões de downloads ao longo do 4T18, totalizando mais de 31 milhões de downloads desde os seus lançamentos. Ao final de 2018, a base instalada dos app atingiu 18 milhões (61% do total de downloads, 1,5x superior aos principais concorrentes – Fonte: App Annie)
 - **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. Desde jan/18, já foram registrados mais de 23 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:
 - **Garagem Digital:** A ferramenta permite ao cliente cadastrar as informações completas de seu veículo (marca, modelo, versão e ano de fabricação), gerando um resultado personalizado, que mostrará opções de produtos compatíveis com o automóvel.
 - **Crushes Literários:** oferece aos clientes uma nova forma para explorar o sortimento de livros baseada em seus principais interesses, aumentando o engajamento do cliente com as marcas da B2W e dando a oportunidade ao cliente também de montar uma lista de livros que ele mais curtiu.
 - **Ambiente e Estilo:** oferece uma navegação baseada em 5 estilos para a categoria de móveis: clássico, contemporâneo, industrial, retrô e rústico. O sortimento de móveis também foi organizado por ambientes, oferecendo mais opções para o cliente encontrar o que procura e explorar novas opções de produtos.
 - **Perfumaria:** nova home do departamento para orientar o cliente a encontrar o seu perfume ideal por tipo de fragrância, com recomendação de momentos para utilização e informações sobre a composição do item.
 - **Beleza:** home especial de produtos para cabelo, com objetivo de engajar o cliente a encontrar o produto ideal para seu tipo de cabelo, além de trazer uma navegação enriquecida com reviews. Focada em conteúdo, a nova home traz uma navegação muito mais intuitiva e informativa.

- **Serviços Digitais**

- **B2WAds:** A solução completa de publicidade da B2W Digital mais que dobrou o número de Sellers conectados no 4T18 (vs 4T17). 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 de 2018, a joint-venture de cartões de crédito da B2W e Cetelem (Submarino Finance e Digital Finance) registrou um volume de R\$ 3,9 bilhões em transações aprovadas, representando um crescimento de 17% em comparação a 2017. No mesmo período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1,5 bilhão, crescimento de 23% em comparação com o ano anterior.
 - Em dez/18, a Promotora de Crédito registrava 3,1 MM de cartões emitidos (1,9 MM no Submarino Finance e 1,2 MM na Digital Finance, que inclui as marcas Americanas.com, Shoptime e Sou Barato).
 - A operação da Promotora de Crédito é rentável para a B2W. O lucro líquido do 2018 foi 20% superior ao de 2017.
- **Crédito Seller:** Plataforma de Produtos Financeiros para os Sellers do Marketplace lançada em ago/2018 durante o Seller Day (principal evento de preparação para a Black Friday). A B2W passou a ofertar crédito (empréstimos) de maneira rápida, segura, simples e 100% online. Inicialmente, os empréstimos podiam ser contratados para pagar em até 12 meses (Crédito Parcelado) e, ao final de 2018, foi lançada mais uma modalidade de empréstimo, o Crédito Parcela Única, com prazos de pagamento que variam entre 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 B2W Marketplace. Os Sellers que contrataram o produto vem investindo mais em estoque, competitividade (preço 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 B2W Marketplace combinado com informações de crédito e risco disponíveis no mercado. Os empréstimos podem ser contratados para pagar em até 12 meses ou em uma única parcela. As parcelas devidas são descontadas das vendas futuras dos Sellers dentro da plataforma.
 - **Cartão BNDES:** Disponível como meio de pagamento no site Americanas Empresas (vendas corporativas), o cartão BNDES possui R\$ 53 bilhões em crédito pré-aprovado. Ao final do 4T18, o sortimento disponível para compras com o cartão BNDES no site Americanas Empresas era de 18,3 mil itens (sortimento 1P e 3P).
- **Atendimento ao Cliente**
 - As principais marcas da B2W Digital são consideradas referências em atendimento ao cliente, possuindo os mais altos níveis de avaliação do Reclame Aqui.
 - A Americanas.com foi a grande campeã do prêmio E-BIT, que teve cerimônia de premiação em mar/18, sendo novamente eleita a "Loja Diamante Mais Querida".
 - Em nov/18, a B2W Digital foi a campeã em duas categorias do prêmio "Época Reclame Aqui". A Americanas.com ganhou, pela sexta vez consecutiva, na categoria E-commerce Grandes Operações, com o dobro de votos em relação ao segundo colocado. A Direct ganhou, pela terceira vez consecutiva, na categoria Logística e Transporte. A premiação é realizada com base nos votos dos clientes.
 - 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 6,9.
 - 76,2% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 54,9% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
 - O índice médio de solução das marcas da B2W é de 90,0% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 80,2%.
 - WhatsApp: Com o objetivo de estar cada vez mais próximo dos clientes, 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, 45% dos pedidos já contam com tracking pelo WhatsApp.
 - Mensalmente são enviadas 4 milhões de mensagens com o tracking do pedido e a base de clientes que optaram por receber comunicação pelo App atingiu 4,3 milhões.
- **Time Digital**
 - **Job Connections:** A B2W Digital esteve presente no evento Job Connections da Coppead (UFRJ) para trocar experiências com alunos e ex-alunos dos cursos de formação. O encontro possibilitou falar sobre a cultura, os valores e a trajetória de inovação da B2W na criação e no desenvolvimento do e-commerce no Brasil.
 - **Maratona de Programação:** A B2W Digital patrocinou a 23ª edição da Maratona de Programação Nacional em Salvador. Os primeiros colocados receberam um crédito (*cash in*) na Ame. Os participantes eram alunos de cursos de graduação e início de pós-graduação na área de computação. A participação da B2W contou ainda com a palestra de um Diretor Executivo de Tecnologia da Companhia.
 - **E-commerce Brasil:** A B2W Digital patrocinou a 7ª edição da Conferência E-commerce Brasil que ocorreu nos dias 16 e 17 de outubro de 2018. O Site Blindado e a Skyhub, serviços digitais da B2W, marcaram presença no evento, que reuniu 1.500 congressistas e 30 palestrantes.
 - **Rakuten:** A B2W Digital patrocinou a Rakuten Expo, no dia 04 de outubro de 2018, que conta com os nomes mais relevantes do e-commerce, marketing digital e tecnologia.
 - **Feira de Recrutamento Insper:** O time de recrutamento de talentos da B2W esteve presente na 1ª Feira de Recrutamento do Insper, voltada para alunos de engenharia.
 - **Estágio BIT (B2W – Inovação e Tecnologia):** Em 2018, tivemos a 1ª edição do programa de estágio focado nos Digital Labs da B2W, com uma programação de 6 meses de aulas práticas, job rotation,

creative thinking e criação de produtos digitais. Todos os 10 estagiários foram contratados como desenvolvedores.

- **Hacking Rio:** A B2W participou de uma competição de hackers e especialistas em tecnologia (reunidos em times), criando soluções de alto impacto para os desafios reais da sociedade e do mercado do Rio de Janeiro. O time da B2W foi o vencedor da categoria de economia compartilhada com o projeto “Arranjaê”, cujo objetivo é facilitar o empréstimo e aluguel de itens de utilidade geral.
- **Hackathon:** Como estímulo ao desenvolvimento de projetos tecnológicos empreendedores, com potencial de criação de novos negócios, a B2W Digital promoveu, em set/18, a 5ª edição do evento IronBIT, onde foram desenvolvidas importantes iniciativas através da prática do hackathon (maratona de programação). Nessa 5ª edição, foram mais de 50 inscritos, 16 ideias de projetos e 5 vencedores.

- **Governança e Sustentabilidade Empresarial**

- **MSCI:** As ações da Companhia (BTOW3) foram incluídas no MSCI Brazil Index, índice que tem por objetivo mensurar a performance dos ativos *Large e Mid Cap* no mercado brasileiro. A BTOW3 ingressou na carteira que entrou em vigor em 1º de dezembro de 2018.
- **ISE:** Pelo quinto ano consecutivo, ingressamos na carteira de empresas do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) 2019 da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão.
- **Ética:** Em 2018, 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.
- **ONU:** Reforçando o compromisso da Companhia com a agenda global 2030, na qual a sociedade e as empresas se comprometem a desenvolver os 17 ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável), a B2W Digital foi uma das patrocinadoras do SDG in Brazil – the Role of the Private Sector, evento realizado pela primeira vez na sede da ONU, em Nova Iorque, em set/18.
- **Meio Ambiente:** O inventário de emissões de Gases do Efeito Estufa da companhia conquistou, pela segunda vez, o Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol. A companhia teve seu inventário verificado por uma auditoria externa, reafirmando assim, o compromisso com a transparência e qualidade das informações. Em 2018, realizamos a compensação das emissões de 2017, dos centros de distribuição e escritórios administrativos, no projeto REED+ para conservação da floresta Amazônica.
- **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 2018, a Americanas.com ficou em primeiro lugar na categoria de "Vendas Online" da premiação Marcas Mais do Estadão e no prêmio Marcas dos Cariocas, na categoria “Sites de Compras”. Já nos prêmios Valor Inovação Brasil e Reputation Pulse, a Companhia conquistou o primeiro lugar nas categorias "Comércio" e "Comércio Eletrônico", respectivamente.
- **Reconhecimentos de Sustentabilidade:** A B2W foi reconhecida também pelo Guia Exame de Sustentabilidade, sendo listada entre as empresas mais sustentáveis do país. No prêmio Socioambiental Chico Mendes, a B2W foi reconhecida com a "Certificação Selo Verde".

DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 4T18 e ano de 2018 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 2018, as demonstrações de resultados da Companhia passam a refletir as novas práticas contábeis implementadas pelo CPC 47/IFRS 15 e CPC 48/IFRS 9. Desta forma, para manter a comparabilidade dos resultados (4T18 vs 4T17), está sendo reapresentada a demonstração de resultados do trimestre findo em 31 de dezembro de 2017 (4T17). A reapresentação dos resultados de todos os trimestres de 2017 está disponível no site ri.b2w.digital.

Os principais efeitos das novas práticas contábeis são no GMV e na Receita Bruta, que passam a ser apresentados líquidos dos descontos condicionais (anteriormente contabilizados no resultado financeiro) e deduzidos das vendas com partes relacionadas (sem efeitos no Ebitda Ajustado).

Com a mudança na contabilização dos descontos condicionais, o EBITDA Ajustado é reduzido no mesmo valor do efeito positivo observado no Resultado Financeiro, sem alteração do Lucro Líquido.

Desta forma, o GMV Total do 4T17 foi ajustado em R\$ 352,1 MM, passando de R\$ 4.200,9 MM (apresentado no 4T17) para R\$ 3.848,8 MM. A Receita Bruta do 4T17 foi ajustada no mesmo valor, passando de R\$ 2.580,4 MM (apresentado no 4T17) para R\$ 2.228,3 MM. O EBITDA Ajustado do 4T17 foi ajustado em R\$ 57,5 MM (valor referente aos descontos condicionais do 4T17), passando de R\$ 214,9 MM (apresentado no 4T17) para R\$ 157,4 MM, enquanto que o Resultado Financeiro apresentou ajuste positivo em igual valor, saindo de R\$ -173,6 MM (apresentado no 4T17) para R\$ -116,1 MM.

- **GMV Total:** No 4T18, o GMV foi de R\$ 5.078,5 milhões, crescimento de 31,9% quando comparado aos R\$ 3.848,8 milhões registrados no 4T17. Em 2018, o GMV foi de R\$ 15.005,4 milhões, comparado com os R\$ 11.838,4 milhões registrados em 2017, representando um crescimento de 26,8%.

O Marketplace da B2W segue em rápido desenvolvimento e atingiu R\$ 2.898,0 milhões de GMV no 4T18 (crescimento de 61,3%), com participação de 57,1% do GMV Total. Em 2018, o Marketplace atingiu R\$ 7.740 de GMV (crescimento de 70,7%), representando 51,6% do GMV Total.

- **Receita Bruta:** No 4T18, a receita bruta totalizou R\$ 2.469,5 milhões, comparado com os R\$ 2.228,3 milhões registrados no 4T17. Em 2018, a receita bruta totalizou R\$ 8.044,3 milhões, comparado com os R\$ 7.763,5 milhões registrados em 2017.
- **Receita Líquida:** No 4T18, a receita líquida totalizou R\$ 1.978,6 milhões, comparado com os R\$ 1.817,0 milhões registrados no 4T17. Em 2018, a receita líquida totalizou R\$ 6.488,5 milhões, comparado com os R\$ 6.285,9 milhões registrados em 2017.
- **Lucro Bruto Ajustado:** No 4T18, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 631,6 milhões, comparado com os R\$ 525,3 milhões registrados no 4T17. A margem bruta ajustada expandiu 3,0 p.p., passando de 28,9% no 4T17 para 31,9% no 4T18. Em 2018, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 1.928,9 milhões, comparado com os R\$ 1.532,4 milhões registrados em 2017. A margem bruta ajustada expandiu 5,3 p.p., passando de 24,4% em 2017 para 29,7% em 2018.
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 4T18, as despesas ajustadas totalizaram R\$ 441,6 milhões vs os R\$ 367,8 registrados no 4T17. Em 2018, as despesas ajustadas totalizaram R\$ 1.474,3 milhões, vs os R\$ 1.149,2 registrados em 2017.

- **EBITDA Ajustado:** No 4T18, o EBITDA Ajustado, já refletindo as mudanças das práticas contábeis, atingiu R\$ 190,1 milhões, crescimento de 20,7% comparado com os R\$ 157,4 milhões registrados no 4T17. A margem EBITDA Ajustada saiu de 8,7% no 4T17 para 9,6% no 4T18, um aumento de 0,9 p.p.

Em 2018, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 454,7 milhões, crescimento de 18,7% comparado com os R\$ 383,2 milhões registrados em 2017. Nesse período, a margem EBITDA Ajustada aumentou em 0,9 p.p., saindo de 6,1% em 2017 para 7,0% em 2018.

- **Resultado Financeiro Líquido:** No 4T18, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -158,0 milhões. No 4T17, o resultado financeiro foi de R\$ -116,1 milhões. Em 2018, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -566,3 milhões, representando uma variação de -10,3% em relação aos R\$ -631,7 milhões registrados em 2017.

- **Resultado Líquido:** No 4T18, o resultado líquido foi de R\$ -67,7 milhões. No 4T17, o resultado líquido foi de R\$ -34,9 milhões. Em 2018, o resultado líquido foi de R\$ -397,4 milhões, comparado com os R\$ -411,4 milhões obtidos em 2017.

- **Gestão de Caixa:**

- **Geração de Caixa:** geração de caixa de R\$ 215 MM no 4T18. Em 2018, o consumo de caixa totalizou R\$ 239 MM, redução de 75% ou R\$ 716 MM em relação aos R\$ 955 MM registrados em 2017.

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:** Melhorou 34 dias (4T18 vs 4T17), principalmente em função da forte aceleração 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 acumulado de 2018, o CAPEX totalizou R\$ 380,0 milhões, mesmo patamar do ano anterior, representando 2,5% do GMV Total (vs 3,2% em 2017).

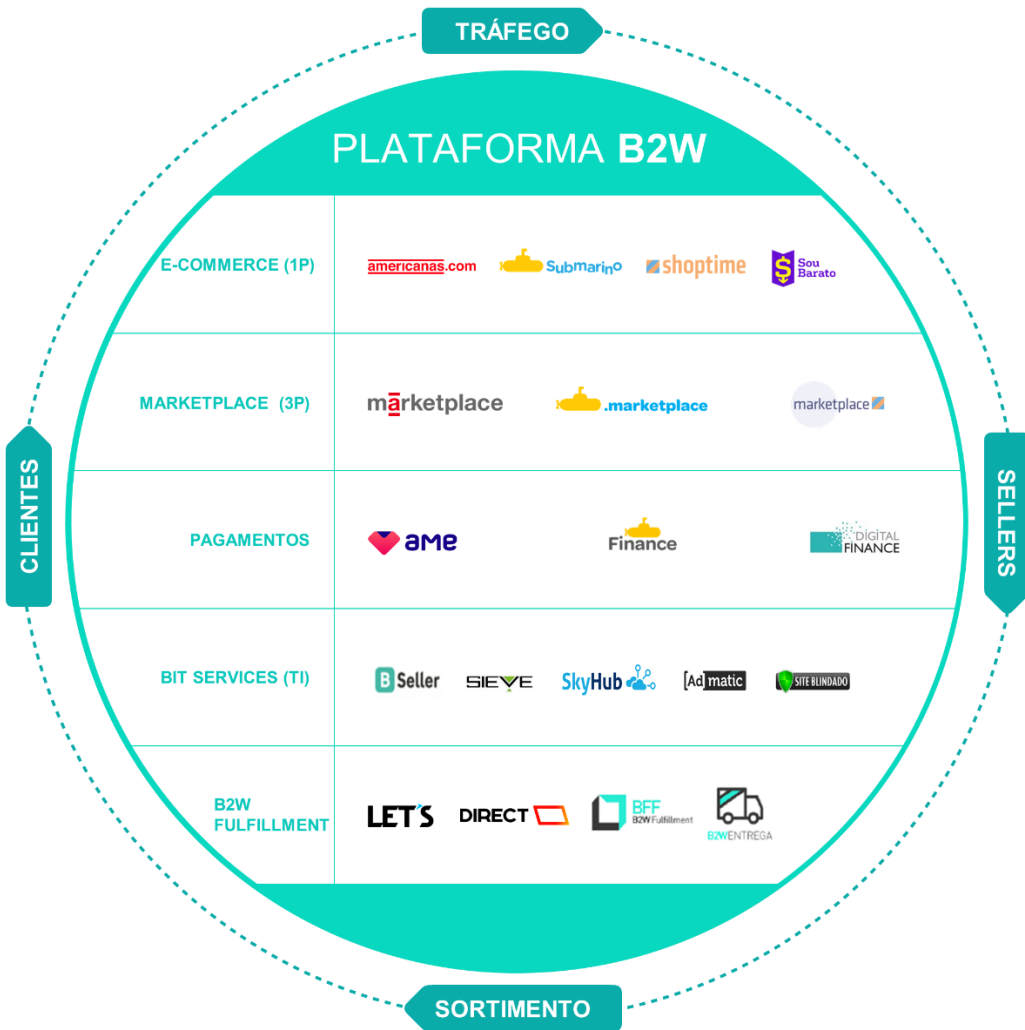
- **Endividamento:** Em 31/12/2018, o caixa da B2W totalizou R\$ 5.143,0 milhões, cobrindo 7,1 vezes o endividamento de curto prazo da Companhia, que totalizou R\$ 727,3 milhões.

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 Demonstração de Resultados ¹ (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro			Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T18	4T17	Variação	2018	2017	Variação
		Reapresentado			Reapresentado	
Gross Merchandise Volume (GMV)	5.078,5	3.848,8	31,9%	15.005,4	11.838,4	26,8%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.469,5	2.228,3	10,8%	8.044,3	7.763,5	3,6%
Impostos sobre vendas e serviços	(490,9)	(411,3)	19,3%	(1.555,8)	(1.477,6)	5,3%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	1.978,6	1.817,0	8,9%	6.488,5	6.285,9	3,2%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.347,0)	(1.291,7)	4,3%	(4.559,6)	(4.753,4)	-4,1%
Lucro Bruto	631,6	525,3	20,2%	1.928,9	1.532,4	25,9%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	31,9%	28,9%	3,0 p.p.	29,7%	24,4%	5,3 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(553,6)	(443,0)	24,9%	(1.906,8)	(1.481,7)	28,7%
Com vendas	(410,4)	(311,8)	31,6%	(1.349,6)	(1.044,7)	29,2%
Gerais e administrativas	(31,2)	(56,0)	-44,3%	(124,7)	(104,5)	19,3%
Depreciação e amortização	(112,0)	(75,2)	48,9%	(432,5)	(332,5)	30,1%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	78,1	82,2	-5,1%	22,2	50,7	-56,3%
Resultado Financeiro Líquido	(158,0)	(116,1)	36,0%	(566,3)	(631,7)	-10,3%
Receitas financeiras	107,6	107,5	0,1%	448,1	501,0	-10,6%
Despesas financeiras	(265,6)	(223,6)	18,7%	(1.014,4)	(1.132,7)	-10,4%
Participação de acionista não controlador	0,3	0,1	225,2%	0,5	0,3	47,6%
Outras receitas (despesas) operacionais	(14,3)	(18,7)	-23,5%	(45,0)	(39,7)	13,4%
Imposto de renda e contribuição social	26,2	17,7	48,0%	191,3	208,9	-8,4%
Resultado Líquido	(67,7)	(34,9)	94,0%	(397,4)	(411,4)	-3,4%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-3,4%	-1,9%	-1,5 p.p.	-6,1%	-6,5%	0,4 p.p.
EBITDA Ajustado	190,1	157,4	20,7%	454,7	383,2	18,7%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	9,6%	8,7%	0,9 p.p.	7,0%	6,1%	0,9 p.p.

¹Refletindo ajustes do CPC 47/IFRS 15 e CPC 48/IFRS9, conforme indicado na página 9 (Seção Destaques Financeiros)

Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

SEM EXCLUIR OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados ¹ (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro			Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T18	4T17	Variação	2018	2017	Variação
		Reapresentado			Reapresentado	
Gross Merchandise Volume (GMV)	5.078,5	3.848,8	31,9%	15.005,4	11.838,4	26,8%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.469,5	2.228,3	10,8%	8.044,3	7.763,5	3,6%
Impostos sobre vendas e serviços	(490,9)	(411,3)	19,3%	(1.555,8)	(1.477,6)	5,3%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	1.978,6	1.817,0	8,9%	6.488,5	6.285,9	3,2%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.427,3)	(1.361,9)	4,8%	(4.813,6)	(4.956,8)	-2,9%
Lucro Bruto	551,4	455,1	21,2%	1.674,9	1.329,0	26,0%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	27,9%	25,0%	2,9 p.p.	25,8%	21,1%	4,7 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(473,3)	(372,8)	27,0%	(1.652,7)	(1.278,3)	29,3%
Com vendas	(330,1)	(241,6)	36,7%	(1.095,6)	(841,3)	30,2%
Gerais e administrativas	(31,2)	(56,0)	-44,3%	(124,7)	(104,5)	19,3%
Depreciação e amortização	(112,0)	(75,2)	48,9%	(432,5)	(332,5)	30,1%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	78,1	82,2	-5,0%	22,2	50,7	-56,2%
Resultado Financeiro Líquido	(158,0)	(116,1)	36,0%	(566,3)	(631,7)	-10,3%
Receitas financeiras	107,6	107,5	0,1%	448,1	501,0	-10,6%
Despesas financeiras	(265,6)	(223,6)	18,7%	(1.014,4)	(1.132,7)	-10,4%
Participação de acionista não controlador	0,3	0,1	225,0%	0,5	0,3	47,6%
Outras receitas (despesas) operacionais	(14,3)	(18,7)	-23,5%	(45,0)	(39,7)	13,4%
Imposto de renda e contribuição social	26,2	17,7	48,0%	191,3	208,9	-8,4%
Resultado Líquido	(67,7)	(34,9)	94,0%	(397,4)	(411,4)	-3,4%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-3,4%	-1,9%	-1,5 p.p.	-6,1%	-6,5%	0,4 p.p.
EBITDA Ajustado	190,1	157,4	20,7%	454,7	383,2	18,7%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	9,6%	8,7%	0,9 p.p.	7,0%	6,1%	0,9 p.p.

¹Refletindo ajustes do CPC 47/IFRS 15 e CPC 48/IFRS9, conforme indicado na página 9 (Seção Destaques Financeiros)

BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital Balço Patrimonial (em milhes de reais)	Consolidado	
	31/12/2018	30/09/2018
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	3.119,9	3.122,9
Ttulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	1.920,7	1.962,9
Contas a receber de clientes	155,5	289,8
Estoques	879,6	845,3
Impostos a recuperar	492,4	484,5
Despesas antecipadas e outros	463,9	525,5
Total do Ativo Circulante	7.032,0	7.230,9
NÃO CIRCULANTE		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.163,9	1.134,7
Impostos a recuperar	1.255,5	1.168,6
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	178,0	130,3
Imobilizado	435,5	439,5
Intangível	2.966,3	2.945,0
Total do Ativo Não Circulante	5.999,2	5.818,1
TOTAL DO ATIVO	13.031,2	13.049,0
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	2.005,6	1.493,8
Empréstimos e financiamentos	727,1	1.120,5
Debêntures	0,2	12,4
Salários, provisões e contribuições sociais	57,8	69,0
Tributos a recolher	57,7	40,9
Imposto de renda e contribuição social	17,6	13,0
Outras obrigações	343,3	300,0
Total do Passivo Circulante	3.209,3	3.049,6
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	5.920,9	5.871,3
Debêntures	200,0	200,0
Partes relacionadas	-	162,0
Provisões para contingências e outras obrigações	163,9	167,8
Total do Passivo Não Circulante	6.284,8	6.401,1
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	5.742,3	5.732,2
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	9,7
Reservas de capital	46,8	42,2
Ajuste de avaliação patrimonial	-	(0,9)
Lucros (prejuizos) acumulados	(2.252,0)	(2.184,4)
Participação de não controladores	-	(0,5)
Total do Patrimônio Líquido	3.537,1	3.598,3
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	13.031,2	13.049,0

FLUXO DE CAIXA

B2W - Companhia Digital			
Demonstrativo de Fluxo de Caixa			
(em milhões de reais)			
	Consolidado		
	31/12/2018	31/12/2017	Variação
Atividades Operacionais			
Resultado Líquido do Período	(397,9)	(411,8)	(13,9)
Ajustes ao Resultado Líquido:			
Depreciações e amortizações	435,2	335,4	(99,8)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(211,8)	(230,9)	(19,1)
Juros, variações monetárias e cambiais	530,8	232,6	(298,2)
Outros	(36,9)	(16,3)	20,6
Resultado Líquido Ajustado	319,4	(91,0)	(410,4)
Variações de Capital de Giro:			
Contas a receber	388,8	518,0	129,2
Estoques	328,2	333,8	5,6
Fornecedores	120,7	(519,5)	(640,2)
Variações em Capital de Giro:	837,7	332,3	(505,4)
Variações em Ativos:			
Despesas antecipadas	(1,2)	15,8	17,0
Depósitos judiciais	(28,9)	(19,5)	9,4
Impostos a recuperar	(208,0)	(31,2)	176,8
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	22,8	(200,7)	(223,5)
Variações em Ativos:	(215,3)	(235,6)	(20,3)
Variações em Passivos:			
Salários e encargos sociais	5,5	(13,0)	(18,5)
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	22,2	(15,0)	(37,2)
Outras obrigações (circulante e não circulante)	111,2	(63,3)	(174,5)
Contas a receber/pagar empresas ligadas	(167,9)	45,1	213,0
Variações em Passivos:	(29,0)	(46,2)	(17,2)
Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures	(466,0)	(399,8)	66,2
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(15,6)	(2,2)	13,4
Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais	431,2	(442,5)	(873,7)
Atividades de Investimento			
Títulos e valores mobiliários	1.070,5	(1.244,7)	(2.315,2)
Imobilizado	(26,2)	(3,9)	22,3
Intangível	(353,8)	(376,0)	(22,2)
Valor pago pelas aquisições de controladas	(21,4)	(42,1)	(20,7)
Valor recebido pela venda de controladas	2,0	-	(2,0)
Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento	671,1	(1.666,7)	(2.337,8)
Atividades de Financiamento			
Captações	2.398,9	2.681,4	282,5
Pagamentos	(1.861,5)	(538,4)	1.323,1
Aumento de capital em dinheiro	10,7	1.211,4	1.200,7
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento	548,1	3.354,4	2.806,3
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	1.650,4	1.245,3	(405,1)
Caixa e Bancos no início do período	1.469,5	224,2	(1.245,3)
Caixa e Bancos no final do período	3.119,9	1.469,5	(1.650,4)

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 4T18, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 190,1 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 175,8 milhões no 4T18 (8,9% da RL) vs R\$ 138,7 MM no 4T17 (7,6% da RL).

Em 2018, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 454,7 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 409,7 milhões em 2018 vs R\$ 343,5 MM em 2017.

Conciliação do EBITDA Consolidado- R\$ MM	4T18	4T17	Δ %	2018	2017	Δ %
(=) EBITDA Ajustado	190,1	157,4	20,7%	454,7	383,2	18,6%
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(14,3)	(18,7)	-23,9%	(45,0)	(39,7)	13,3%
(=) EBITDA (CVM 527/12)	175,8	138,7	26,8%	409,7	343,5	19,3%

ANEXO IV: ENDIVIDAMENTO

Endividamento Consolidado - R\$ MM	31/12/2018	31/12/2017
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	727,1	1.347,4
Debêntures de Curto Prazo	0,2	0,3
Endividamento de Curto Prazo	727,3	1.347,7
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	5.920,9	4.478,1
Debêntures de Longo Prazo	200,0	200,0
Endividamento de Longo Prazo	6.120,9	4.678,1
Endividamento Bruto (1)	6.848,2	6.025,8
Disponibilidades	5.040,7	4.456,8
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	102,3	102,8
Disponibilidades Totais (2)	5.143,0	4.559,6
Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)	1.705,2	1.466,2
Geração (Consumo) de Caixa LTM¹	(239,0)	(955,4)
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	893	791

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:

Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM	31/12/2018	31/12/2017
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	4.557,7	3.169,7
Desconto de Recebíveis	(4.455,4)	(3.066,9)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	102,3	102,8
Ajuste a Valor Presente	(1,9)	(1,4)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(45,0)	(34,3)
Outras Contas a Receber	100,1	131,4
Contas a Receber Líquido Consolidado	155,5	198,5

ANEXO V: DEFINIÇÕES

- **Capital de Giro:** Calculado como a soma de dias de contas a receber de clientes (usando GMV como base) e dias de estoque, menos os dias de fornecedores, considerando GMV e CMV nos últimos 12 meses.
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** SG&A excluindo os efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.
- **Dívida (Caixa) Líquida:** Calculada como a soma de endividamento de curto prazo e longo prazo, menos disponibilidades e contas a receber de cartão de crédito líquido de antecipação.
- **EBITDA Ajustado (LAJIDA):** Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.
- **GMV (Gross Merchandise Volume):** Vendas de mercadorias próprias, vendas realizadas no Marketplace e outras receitas (excluindo a comissão das vendas do Marketplace), após devoluções e incluindo impostos.
- **Lucro Bruto Ajustado:** Lucro bruto excluindo os efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.
- **Market Share:** Total de vendas nos sites da B2W, incluindo as vendas de Marketplace, dividido pelas vendas totais do mercado (fonte: e-Bit).
- **Novos Clientes:** Aumento na base de clientes ativos nos últimos 12 meses.
- **Participação Marketplace:** Vendas do Marketplace sobre o GMV consolidado total.

INFORMAÇÕES SOBRE WEBCAST E CONFERENCE CALL

Teleconferência com tradução simultânea para o inglês seguida de sessão bilingue de perguntas e respostas.



Eventos 4T18

Divulgação de Resultados

20 de março de 2019 (quarta-feira)
após fechamento da Bolsa

Teleconferência com Webcast

(em português - tradução simultânea para inglês)

21 de março de 2019 (quinta-feira)
12:00h (Horário de Brasília)
Acesso: +55 (11) 3193-1001
ou +55 (11) 2820-4001
Código: B2W
Link para Webcast:

[www.b2wdigital.com/
webcast4T18](http://www.b2wdigital.com/webcast4T18)

Replay: Até 27 de março 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

4Q18 Events

Earnings Release

March 20th, 2019 (Wednesday)
after B3 trading hours

Conference Call and Webcast

(in Portuguese - simultaneous translation into English)

March 21st, 2019 (Thursday)
11:00 a.m. (Eastern Time)
Connection: +1 646-828-8246
Code: B2W
Link to Webcast:

[www.b2wdigital.com/
webcast4Q18](http://www.b2wdigital.com/webcast4Q18)

Replay: Until March 27th, 2019
Access: +55 (11) 3193-1012
Code: 0764991#

Speaker:
Fábio Abrate - CFO and IRO

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

