

B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 15,3% NO GMV E REDUÇÃO DE R\$ 92 MM NO CONSUMO DE CAIXA NO 1T19

O Marketplace segue em rápido desenvolvimento e atingiu R\$ 2,2 bilhões de GMV (+52,2%) no 1T19, com participação de 61,2% do GMV Total

Rio de Janeiro, 9 de maio de 2019: B2W Digital (B3: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 1º trimestre de 2019.

PRINCIPAIS INDICADORES	1T19	1T18	Delta
GMV Total (R\$ MM)	3.579	3.103	+15,3%
Marketplace (R\$ MM)	2.191	1.440	+52,2%
Marketplace (% do GMV Total)	61,2%	46,4%	+14,8 p.p.
# Sellers (Novos/Mil)	3,6	2,4	+1,2
# Sellers (Base/Mil)	25,5	12,1	+13,4
B2W Entrega (# Sellers/Mil)	22,5	7,7	+14,8
B2W Entrega (% da base de Sellers)	88,2%	63,6%	+24,6 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	71,9%	65,3%	+6,6 p.p.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

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

No primeiro trimestre de 2019, conquistamos importantes resultados, que estão em linha com a curva de crescimento e de geração de caixa esperados para o ano. O Marketplace segue em rápido desenvolvimento, com crescimento de 52,2% (vs 1T18) e atingindo 61,2% de participação no GMV Total. No 1P, tivemos um período de ajustes, após o término da “Lei do Bem”, em 1º de janeiro de 2019, quando buscamos o melhor equilíbrio para manter as ofertas competitivas aos clientes, sem comprometer a rentabilidade da operação. Excluindo os efeitos da “Lei do Bem” (itens que possuíam o benefício), o crescimento do GMV Total teria sido de 25% no 1T19. Após esse período de ajustes, ao longo do ano, teremos uma retomada gradual do 1P, que somado ao forte crescimento do 3P vai resultar na aceleração do GMV Total, reiterando o nosso objetivo de crescer o dobro do mercado em 2019.

Como resultado da evolução do nosso modelo de negócios, apresentamos mais um avanço significativo na trajetória de geração de caixa, reduzindo em R\$ 92,3 milhões o consumo de caixa no 1T19, que totalizou R\$ 385,2 milhões (vs R\$ 477,5 MM registrados no 1T18).

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.

Desta forma, seguimos acelerando as iniciativas O2O - Online to Offline que nos aproximam cada vez mais do cliente, permitindo que ele compre o que deseja, quando, onde e como quiser. O “Pegue na Loja” (Click and Collect) já está disponível em 1.250 lojas da Lojas Americanas (LASA), em todos os estados do Brasil. Iniciamos também um piloto com pontos para retirada de produtos em 8 lojas físicas de Sellers do B2W Marketplace. O “LASA Entrega” (ship from store), inicialmente disponível apenas em São Paulo, foi expandido para lojas do Rio de Janeiro.

O Marketplace continuará sendo uma importante frente de crescimento e expansão do sortimento, permitindo que a Companhia ofereça tudo que o cliente procura (one-stop-shop). Nesse sentido, no 1T19, conectamos 3,6 mil novos Sellers (Base Total: 25,5 mil) e ampliamos o sortimento para 9,1 MM de SKUs (itens únicos). Ao final do ano, queremos chegar a 40 mil Sellers conectados na plataforma, que vão contribuir para termos um sortimento de 20 MM de SKUs.

A Americanas Mundo, operação de Cross Border que possibilita que os clientes comprem produtos de todos os lugares do mundo (incluindo EUA e China), cria uma nova frente de crescimento para o Marketplace. Lançada em mar/19, a operação segue em rápido desenvolvimento e já conta com sortimento de mais de 410 mil SKUs. A operação permite também que a B2W entre de forma competitiva e asset-light (sem carregar estoque) em novas

categorias de produtos, em especial as de tíquete médio menor, gerando maior número de transações e aumentando a frequência de compras dos clientes.

Para dar suporte ao crescimento do Marketplace, o B2W Entrega, serviço que combina as competências de tecnologia, logística e distribuição, segue conectando sellers e reduzindo os prazos de entrega. No 1T19, 22,5 mil sellers já utilizavam a plataforma para entregar os produtos vendidos no B2W Marketplace (88,2% da base total de Sellers). O B2W Entrega é operado pela LET'S, plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição da LASA e da B2W. A LET's também é a responsável pela operação do programa "Fast Delivery", que reduziu pela metade os prazos de entrega da B2W. Atualmente, 50% de todas as entregas da plataforma já são realizadas em até 2 dias.

A Ame, uma das primeiras iniciativas da IF – Inovação e Futuro, também segue em rápido desenvolvimento. Com apenas 11 meses de operação, o número de downloads do app da Ame já soma 2,1 milhões e os clientes já podem pagar suas compras com o app em todas as marcas da B2W e em 657 lojas físicas da LASA. Em 2019, como parte de seu business plan, a Ame terá um incrível roadmap de novidades e novas funcionalidades.

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

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

A ADMINISTRAÇÃO

DESTAQUES 1T19

- **B2W Digital reduziu o consumo de caixa em R\$ 92,3 MM no 1T19.** No 1T19, o consumo de caixa foi de R\$ 385,2 MM, redução de R\$ 92,3 MM vs os R\$ 477,5 MM registrados no 1T18.
- **B2W Marketplace conectou mais de 3,6 mil novos Sellers no 1T19,** saindo de uma base de 21,9 mil Sellers em dez/18 para mais de 25,5 mil Sellers em mar/19. A base de Sellers aumentou em 2,1x do 1T18 para o 1T19 (de 12,1 mil para 25,5 mil Sellers).
- **B2W Entrega conectou mais de 4,0 mil Sellers no 1T19,** totalizando uma base de 22,5 mil Sellers e representando 88,2% dos Sellers conectados ao B2W Marketplace.
- **B2W Digital expandiu o sortimento do Americanas Mundo para mais de 410 mil SKUs.** Lançada em mar/19, a operação de cross border segue em rápida expansão e já conta com mais de 410 mil SKUs, possibilitando que os clientes comprem produtos de Sellers de todos os lugares do mundo.
- **B2W Digital atinge 35 MM de apps baixados.** Além disso, ao final do trimestre, os apps das marcas totalizaram 11 MM de usuários ativos (MAU: Monthly Active Users – Fonte: App Annie).
- **Lojas Americanas (LASA) e B2W expandiram o “LASA Entrega” (ship from store) para o Rio de Janeiro.** O serviço, que estava disponível inicialmente em São Paulo, passa a estar disponível também nas lojas da cidade do Rio de Janeiro e região Metropolitana, 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 expandiu a operação “Pegue na Loja” (Click and Collect).** A LET's, plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição da LASA e da B2W, expandiu o serviço “Pegue na Loja” (Click and Collect) para 1.250 lojas da LASA (vs 400 lojas no 1T18) e, em mar/19, iniciou um piloto com pontos para retirada de produtos em 8 lojas físicas de Sellers do B2W Marketplace.
- **Iniciativas da IF – Inovação e Futuro**
 - Ame atingiu a marca de 2,1 milhões de downloads em 11 meses de operação e segue ganhando forte tração nas marcas da B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes por meio do cashback, gerando maior recorrência de compra e aumentando o spending do Cliente.
 - Ame expandiu a operação para 657 lojas físicas da Lojas Americanas (LASA). Ao longo de 2019, a Ame estará presente em todas as lojas da LASA e em outros lojistas do mundo físico.

- Ame lançou novas funcionalidades e produtos em mai/19
 - Em linha com o objetivo de revolucionar a forma como as pessoas interagem com o dinheiro, a Ame lançou novas funcionalidades, como Cash-in (Depósito) com Boleto Bancário, Mapa Interativo (com a localização dos estabelecimentos comerciais que aceitam Ame) e Portal Lojista (permite que o lojista que aceita Ame gerencie todas as informações de suas vendas direto no sistema de caixa de sua loja).
 - O cliente Ame (base pré-selecionada e aprovada) poderá contratar empréstimos (Crédito Pessoal) pelo app de forma simples, rápida e 100% digital, com o valor contratado sendo creditado diretamente na conta Ame. Os clientes poderão utilizar os recursos para fazer compras na rede de estabelecimentos comerciais que aceitam Ame ou para outras necessidades, fazendo o Cash-out para a conta bancária. As taxas ofertadas serão a partir de 2,90% a.m. e o prazo de pagamento poderá ser de até 24 parcelas.

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

• Comercial e Marketing

- **Market Share:** No 1T19, o crescimento de GMV da Companhia foi de 15,3% vs 12,9% de crescimento do mercado (fonte: Ebit). O *market share* da B2W expandiu 0,6 p.p., passando de 26,5% no 1T18 para 27,1% no 1T19.
- **Sortimento:** O número de itens (SKUs) ofertados nos sites totalizou 9,1 milhões ao final do 1T19, crescimento de 72% vs o 1T18, 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, oferecemos 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, League of Legends, PlayStation, Nintendo e Gift Card para montagem de móveis.
 - Os clientes agora também podem comprar, com a conveniência da internet, planos pós-pago das quatro principais operadoras do Brasil: Vivo, Oi, Claro e Tim.
- **Marketing:** Com o crescimento exponencial do número de itens ofertados (SKUs), surgiu o desafio de dar visibilidade aos clientes do sortimento disponível em nossos sites, consolidando a percepção de que em nossas marcas eles podem comprar de tudo (one-stop-shop).
 - Em linha com esse desafio, intensificamos as ações de marketing 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, aumentando a conversão de venda.
 - Outra iniciativa importante foi a criação do Q&A, ferramenta que permite a troca de mensagens entre o cliente e o Seller para que eventuais dúvidas sobre o produto possam ser esclarecidas, resultando em uma melhor experiência de compra.
 - 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.
 - Em mar/19, o Americanas Empresas lançou novas funcionalidades, como comercialização de espaço de mídia e chat de vendas, permitindo que o cliente corporativo tire dúvidas, faça cotações e negocie compras de grande volume, diretamente com o nosso time comercial.
- **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 1T19, a base de Sellers do B2W Prime teve um expressivo crescimento de 53% (vs 1T18).

• Evolução do Marketplace

- **GMV Marketplace:** No 1T19, o Marketplace registrou crescimento de 52,2%, atingindo GMV de R\$ 2.191 milhões e participação de 61,2% do GMV Total.
- **Sellers:** No 1T19, o B2W Marketplace conectou mais de 3,6 mil novos Sellers, saindo de uma base de 21,9 mil Sellers em dez/18 para mais de 25,5 mil Sellers em mar/19. A base de Sellers aumentou em 2,1x do 1T18 para o 1T19 (de 12,1 mil para 25,5 mil Sellers).
- **Sortimento:** O sortimento do B2W Marketplace registrou crescimento de 80%, saindo de uma base de 4,9 milhões de itens no 1T18 para 8,8 milhões de itens ao final do 1T19.
- **Americanas Mundo:** Operação de Cross Border que possibilita que os clientes comprem produtos de todos os lugares do mundo (incluindo EUA e China), criando uma nova frente de crescimento para o B2W Marketplace. Lançada em mar/19, a operação segue em rápido desenvolvimento e já conta com sortimento de mais de 410 mil SKUs. A operação permite também que a B2W entre de forma competitiva e asset-light (sem carregar estoque) em novas categorias de produtos, em especial as de tíquete médio menor, gerando maior número de transações e aumentando a frequência de compras dos clientes.
- **APIs:** Desde o início, em 2014, o B2W Marketplace opera com APIs abertas, o que permite a integração rápida e eficaz com as principais plataformas e ERPs do mercado. Por meio das APIs, os Sellers simplificam a gestão das principais variáveis do negócio (produto, pricing, estoque e frete) e conseguem também fazer a gestão multicanal (vendas no Marketplace e em suas lojas próprias). Atualmente, são realizadas mais de 120 MM requests/dia.

• Plataformas Mobile e UX (Experiência do Cliente)

- **Tráfego:** Ao longo do 1T19, o tráfego por dispositivos móveis representou 71,9% do total de visitas, um crescimento de 6,6 p.p. comparado com o 1T18.
- **Apps:** 35 milhões de downloads dos apps das marcas desde os seus lançamentos.
- **MAU:** Ao final do 1T19, os apps das marcas totalizaram 11 MM de usuários ativos (Monthly Active Users – Fonte: App Annie).
- **Fast Checkout:** Desde mar/19, os clientes Ame e Prime da Americanas.com podem efetuar compras diretamente na página de produto, podendo aproveitar toda a conveniência de comprar com poucos cliques, frete grátis e recebendo cashback. A iniciativa reduz em 50% o número de etapas para a conclusão da compra, reduzindo o abandono do carrinho de compras e aumentando a conversão.
- **Descontos Exclusivos:** No App da Americanas.com são oferecidos descontos exclusivos para produtos da Lojas Americanas, estimulando uma experiência integrada dos mundos físico e online. Ao todo, já foram registrados mais de 26 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 cresceu mais de 50% em número de Sellers conectados no 1T19 (vs 1T18). 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 1T19, a joint-venture de cartões de crédito da B2W e Cetelem (Submarino Finance e Digital Finance) registrou um volume de R\$ 989,3 milhões em transações aprovadas, representando um crescimento de 20% em comparação ao 1T18. No mesmo período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1,6 bilhão, crescimento de 22% em comparação com o ano anterior.
 - Em mar/19, a Promotora de Crédito registrava 3,2 MM de cartões emitidos (1,9 MM no Submarino Finance e 1,3 MM na Digital Finance, que inclui as marcas Americanas.com, Shoptime e Sou Barato).
 - **Crédito Seller:** Os Sellers do Marketplace podem contratar crédito (empréstimos) de maneira rápida, segura, simples e 100% online para pagamento em até 12 meses (Crédito Parcelado) ou em 30, 45 ou 60 dias (Crédito Parcela Única). Vantagens da plataforma:
 - Permite que os Sellers tenham acesso a uma nova fonte de financiamento, sendo uma alternativa mais vantajosa que as opções tradicionais encontradas no mercado.
 - Ferramenta poderosa para acelerar as vendas dos Sellers no Marketplace. Os Sellers que contrataram o produto vem investindo mais em estoque, competitividade (preços e descontos) e publicidade, assim como em suas operações para dar suporte ao crescimento de vendas dentro da plataforma.
 - Os critérios para concessão de crédito são definidos com base no histórico de vendas dos Sellers no Marketplace combinado com informações de crédito e risco disponíveis no mercado. 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\$ 52 bilhões em crédito pré-aprovado. Ao final do 1T19, 38 mil ofertas (sortimento 1P e 3P) estavam disponíveis para compras com o cartão BNDES no site.
- **Atendimento ao Cliente**
 - A Americanas.com foi a grande campeã do prêmio E-BIT, que teve cerimônia de premiação em mar/19, sendo novamente eleita a "Loja Diamante Mais Querida".
 - As principais marcas da B2W Digital são consideradas referências em atendimento ao cliente, possuindo os mais altos níveis de avaliação do Reclame Aqui.
 - A nota média dada pelos clientes no Reclame Aqui para as marcas da B2W é de 8,3, enquanto as marcas dos principais concorrentes possuem uma nota média de 7,3.

- 77,2% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 55,1% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
 - O índice médio de solução das marcas da B2W é de 90,5% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 83,5%.
- 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, 53% dos pedidos já contam com tracking pelo WhatsApp.
 - Mensalmente são enviadas 4,5 milhões de mensagens com o tracking do pedido e a base de clientes que optaram por receber comunicação pelo App atingiu 5,5 milhões.
 - Chatoff: A plataforma de atendimento digital ao cliente da B2W (Chatoff) reduziu em 91% a taxa de mediação nos atendimentos aos clientes do Marketplace. De maneira simples e rápida, o cliente tem acesso a diversas opções, que vão desde obter informações do pedido até poder trocar o produto ou cancelar a compra.

• 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 1,5 milhão de clientes realizaram suas compras por meio dessas iniciativas.

- **Lojas Americanas no Marketplace:** Em dez/18, a Lojas Americanas ampliou suas operações como Seller no B2W Marketplace para todos os estados do país. No 1T19, registramos pedidos de clientes de mais de 3.500 municípios brasileiros, comprovando a capacidade de aumentar a capilaridade da LASA (presente fisicamente em 603 cidades brasileiras), vendendo seus produtos na Americanas.com. Ao longo do ano, 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):** Ao final do 1T19, o serviço já estava disponível em 1.250 lojas (vs 400 lojas no 1T18), sendo o único modelo de *Click and Collect* com presença em todos os estados do Brasil. Em mar/19, iniciamos um piloto com pontos para a retirada de produtos em 8 lojas físicas de Sellers do B2W Marketplace.
- **Pegue na Loja Hoje (Click and Collect Now):** Possibilita a retirada do produto (estoque da loja) em até 1 hora após a compra online (com frete grátis). A operação já está disponível em todas as 1.501 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. Em mai/19, o piloto que inicialmente estava disponível apenas em São Paulo, foi expandido para lojas do Rio de Janeiro.

As iniciativas O2O nos aproximam cada vez mais do cliente, permitindo que ele compre o que deseja, quando, onde e como quiser.

• LET'S - Logística e Distribuição

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

- **Fast Delivery:** O programa, lançado em jun/18, reduziu em 50% (em média) os prazos de entrega dos itens de 1P e de 3P (considerando Sellers conectados ao B2W Entrega). O *Fast Delivery* estabeleceu um novo formato para o Menu de Frete:
 - “**Click & Collect Now**”: produto separado e disponível para retirada na loja em 1 hora (Brasil)
 - “**Click & Collect**”: entregas na loja em até 48 horas (principais capitais)
 - “**2 Hours**”: entregas em até 2 horas (capitais: SP e RJ)
 - “**Same Day**”: entregas em até 8 horas (capitais: SP e RJ)
 - “**Next Day**”: entregas em até 24 horas (capitais: SP e RJ)
 - “**2 Days**”: entregas em até 48 horas (capitais: SP, RJ, MG, PR, SC, RS e PE)
 - “**Standard**”: entregas em até 7 dias (Brasil)

- **Prazo de Entrega:** Atualmente 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 22,5 mil Sellers ao final do 1T19, representando 88% da base total de Sellers e participando em mais de 70% dos pedidos realizados no Marketplace.

• IF – Inovação e Futuro

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

- **AME:** uma das primeiras iniciativas da IF. A plataforma financeira 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 2,1 milhões de downloads em apenas 11 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.
 - Lojas Americanas segue investindo em tecnologia proprietária para ampliar a aceitação e evoluir a experiência de compra do cliente com Ame nas lojas. Com isso, vem escalando a aceitação da Ame em um curto espaço de tempo (de 6 lojas piloto no final de out/18 para 657 lojas atualmente), e desenvolvendo funcionalidades exclusivas para o mundo físico, como o Cash-in LASA (lançado em mar/19). Ao longo de 2019, a Ame estará presente em todas as lojas físicas da Lojas Americanas e também em outros lojistas.
 - Lojas Americanas aumentou a divulgação da Ame em espaços premium nas lojas físicas e intensificou a oferta de cashback como estratégia principal para concessão de descontos, alavancagem de vendas e fidelização dos clientes. Para garantir a melhor experiência do cliente no uso da Ame, iniciou também um programa intensivo de treinamento de todos os associados.
 - 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).
 - Em mai/19, outras funcionalidades foram lançadas, como Cash-in (Depósito) via Boleto Bancário, Mapa Interativo (com a localização dos estabelecimentos comerciais que aceitam Ame) e Portal Lojista (permite que o lojista que aceita Ame gerencie todas as informações de suas vendas direto no sistema de caixa de sua loja).
 - Também em mai/19, foi lançado o produto de Crédito Pessoal. O cliente Ame (base pré-selecionada e aprovada) poderá contratar empréstimos pelo app de forma simples, rápida e 100% digital, com o valor contratado sendo creditado diretamente na conta Ame. Os clientes poderão utilizar os recursos para fazer compras na rede de estabelecimentos comerciais que aceitam Ame ou para outras necessidades, fazendo o Cash-out para a conta bancária. As taxas ofertadas serão a partir de 2,90% a.m. e o prazo de pagamento poderá ser de até 24 parcelas.

• Partes Relacionadas

A B2W ressalta que todas as operações envolvendo partes relacionadas, como por exemplo, as iniciativas O2O, os quiosques, a Ame, a LET'S, entre outros, tem como objetivo oferecer o melhor serviço para o

cliente e gerar valor para os acionistas das Companhias. Tais operações, são regidas por negociações específicas entre as partes e seguem a Política de Transações com Partes Relacionadas e Administração de Conflitos de Interesses, elaborada de acordo com o previsto na instrução CVM 586 (disponível no site da CVM e de RI da Companhia).

Essas operações levam em consideração a individualidade financeira e operacional das Companhias e, portanto, são realizadas tão somente se forem convenientes para as Companhias isoladamente. Por conta de tais operações, as receitas e seus tributos correspondentes, bem como os gastos relacionados, são registrados na Companhia que presta os serviços. Os principais gastos dessas operações que são reconhecidos em cada Companhia, são com pessoal, aluguel e maquinário.

As descrições e os valores das operações com partes relacionadas no período podem ser encontrados na nota explicativa n.12 às demonstrações financeiras.

- **Time Digital**

- **Master in Tech:** A B2W Digital firmou parceria com o Departamento de Computação da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) para desenvolver o primeiro projeto de pesquisa focado na evolução da plataforma Apache Marvin (sistema proprietário de Inteligência Artificial), com a participação de alunos de mestrado da Universidade.
- **Summer Job 2019:** Os estagiários ficaram alocados em projetos estratégicos da Companhia e contaram com o acompanhamento de um tutor, treinamentos com o Escritório de Gestão, orientação de carreira e apresentação de seus projetos finais para a Diretoria da B2W.
- **Programa Trainee 2019:** Com duração de 12 meses, o programa Trainee segue a linha “job rotation”, prática que permite ao novo associado passar por diversas áreas, conhecer processos e aprender as especificidades dos nossos negócios. Além disso, os trainees passam por diversos treinamentos ao longo do programa e se preparam para assumir posições de liderança na Companhia.
- **Working Day:** A ação tem como objetivo fortalecer a nossa marca empregadora junto às principais universidades e também promover o debate e a troca de experiências entre profissionais e alunos. No 1T19, recebemos, no BIT-SP, os alunos de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda da Universidade de São Paulo (USP) e os alunos de Sistemas da Informação do Instituto Federal de São Paulo (IFSP).
- **BIT Talks:** Encontro com o objetivo de promover a troca de conhecimentos e experiências. Na primeira edição de 2019, com base na temática mulheres na liderança, trajetória de carreira e desafios, realizamos uma roda de conversa com nossa liderança feminina, em celebração ao mês das mulheres.
- **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.
- **Meetup:** A Ame recebeu a 14ª edição do Cloud Girls, o maior meetup de tecnologia para mulheres do Brasil. O encontro contou com uma palestra das nossas associadas sobre os desafios de liderança em tecnologia, além de palestra sobre Inteligência Artificial.
- **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:** 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.
- **Meio Ambiente:** O inventário de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) 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.
- **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 (jornal O Globo), 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.

DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 1T19 e estão de acordo com os padrões internacionais de relatório financeiro (IFRS), com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), bem como pelo regulamento de listagem do Novo Mercado e em reais (R\$). As definições para as métricas ajustadas se encontram no Anexo III e no Anexo V.

A partir de janeiro de 2019, as demonstrações de resultados da Companhia passam a refletir as novas práticas contábeis implementadas pelo CPC 06 (R2)/IFRS 16. Desta forma, para manter a comparabilidade dos resultados (1T19 vs 1T18), está sendo apresentada a demonstração de resultados do trimestre findo em 31 de março de 2018 (1T18) em valores comparáveis. A reapresentação dos resultados trimestrais e ano de 2018 está disponível no site de RI da Companhia (ri.b2w.digital).

Os principais efeitos das novas práticas contábeis são nas linhas de despesas, depreciação e amortização, e resultado financeiro. Desta forma, os resultados do 1T18 foram ajustados nas seguintes linhas:

- Despesas com vendas: ajuste de R\$ 13,5 MM, passando de R\$ -295,8 MM para R\$ -282,3 MM
 - Depreciação e Amortização: ajuste de R\$ -11,2 MM, de R\$ -105,9 MM para R\$ -117,0 MM
 - Resultado Financeiro: ajuste de R\$ -5,1 MM, passando de R\$ -245,1 MM para R\$ -250,2 MM
 - Imposto de Renda e Contribuição Social: ajuste de R\$ 0,9 MM, de R\$ 54,8 MM para R\$ 55,7 MM
 - Resultado Líquido: ajuste de R\$ -1,8 MM, passando de R\$ -115,1 MM para R\$ -116,9 MM.
- **GMV Total:** No 1T19, o GMV foi de R\$ 3.579,3 milhões, crescimento de 15,3% quando comparado aos R\$ 3.103,1 milhões registrados no 1T18.
O Marketplace segue em rápido desenvolvimento, com crescimento de 52,2% (vs 1T18) e atingindo 61,2% de participação no GMV Total. No 1P, tivemos um período de ajustes, após o término da “Lei do Bem”, em 1º de janeiro de 2019, quando buscamos o melhor equilíbrio para manter as ofertas competitivas aos clientes, sem comprometer a rentabilidade da operação. Após esse período, ao longo do ano, o 1P contribuirá para a aceleração do GMV Total.
 - **Receita Bruta:** No 1T19, a receita bruta totalizou R\$ 1.608,3 milhões, comparado com os R\$ 1.810,0 milhões registrados no 1T18.
 - **Receita Líquida:** No 1T19, a receita líquida totalizou R\$ 1.282,6 milhões, comparado com os R\$ 1.476,6 milhões registrados no 1T18.
 - **Lucro Bruto Ajustado:** No 1T19, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 407,9 milhões, comparado com os R\$ 399,4 milhões registrados no 1T18. A margem bruta ajustada expandiu 4,8 p.p., passando de 27,0% no 1T18 para 31,8% no 1T19.
 - **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 1T19, as despesas ajustadas totalizaram R\$ -324,6 milhões vs os R\$ -318,4 milhões registrados no 1T18. O SG&A como percentual do GMV, reduziu 1,2 ponto percentual, saindo de 10,3% no 1T18 para 9,1% no 1T19.

- **EBITDA Ajustado:** No 1T19, o EBITDA Ajustado, atingiu R\$ 83,2 milhões, crescimento de 2,8% comparado com os R\$ 81,0 milhões registrados no 1T18. A margem EBITDA Ajustada saiu de 5,5% no 1T18 para 6,5% no 1T19, um aumento de 1,0 p.p.
- **Resultado Financeiro Líquido:** No 1T19, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -156,1 milhões. No 1T18, o resultado financeiro foi de R\$ -125,6 milhões.
- **Resultado Líquido:** No 1T19, o resultado líquido foi de R\$ -139,2 milhões. No 1T18, o resultado líquido foi de R\$ -116,9 milhões.
- **Gestão de Caixa:**
 - **Geração de Caixa:** No 1T19, o consumo de caixa foi de R\$ 385,2 MM, redução de R\$ 92,3 MM vs os R\$ 477,5 MM registrados em 1T18.

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 55 dias (1T19 vs 1T18), principalmente em função da forte aceleração do 3P (Marketplace).

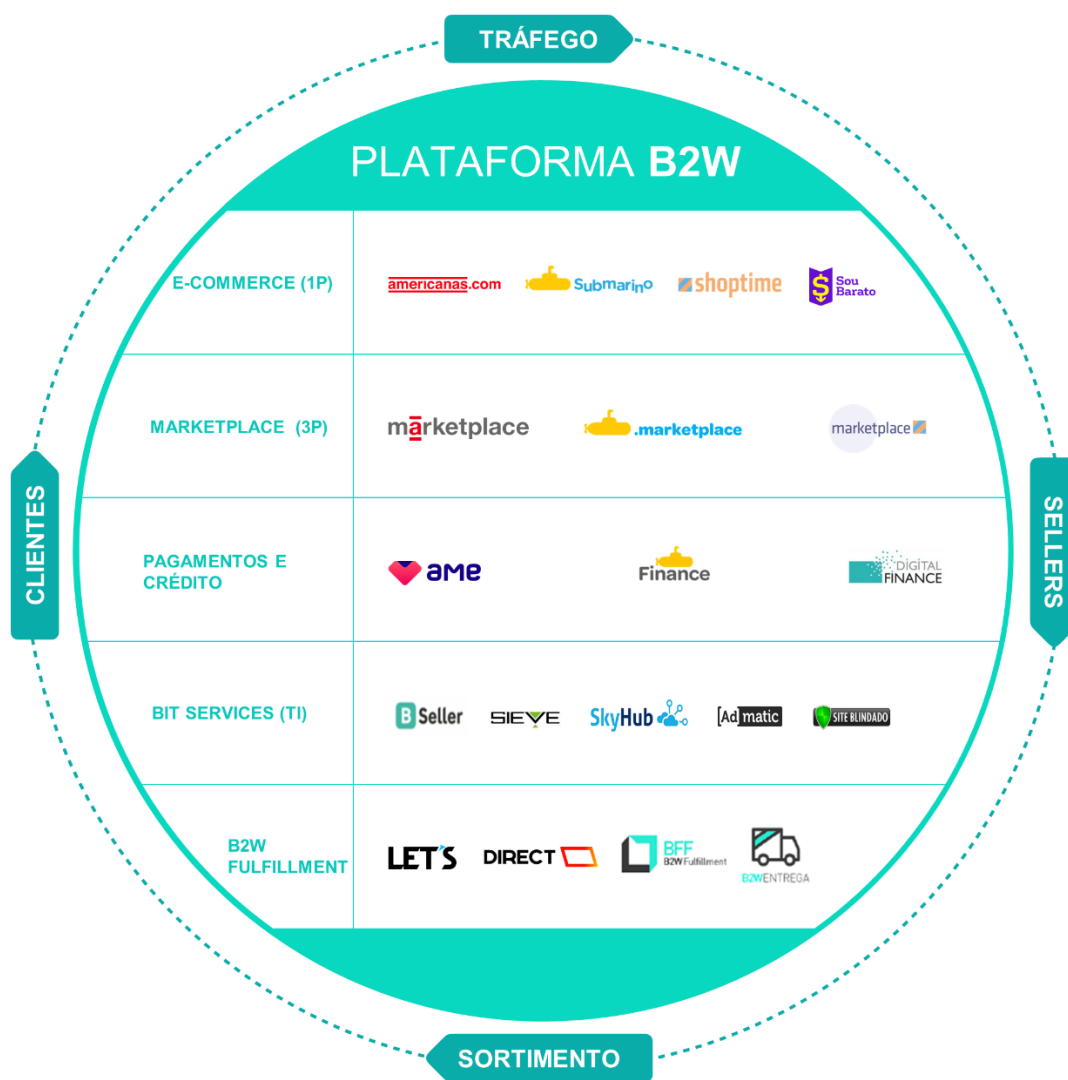
Importante lembrar que o Marketplace (cujas transações em cartão de crédito são aprovadas na plataforma da B2W e compõem o saldo bruto de recebíveis) não demanda Capital de Giro (a B2W figura como intermediária e recebe uma comissão sobre as vendas realizadas).
 - **CAPEX:** A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, no 1T19, o CAPEX totalizou R\$ 110,5 milhões, representando 3,1% do GMV Total.
- **Endividamento:** Em 31/03/2019, o caixa da B2W totalizou R\$ 6.192,4 milhões, cobrindo 9,3 vezes o endividamento de curto prazo da Companhia, que totalizou R\$ 666,6 milhões.

ANEXO I: SOBRE B2W DIGITAL

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

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

PLATAFORMA DIGITAL E CICLO VIRTUOSO DA B2W:



ANEXO II: DEMONSTRATIVOS DE RESULTADO

EXCLUINDO OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital	Consolidado		
	Períodos findos em 31 de Março		
	1T19	1T18 c/ IFRS 16	Varição
Demonstração de Resultados ¹			
(em milhões de reais)			
Gross Merchandise Volume (GMV)	3.579,3	3.103,1	15,3%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	1.608,3	1.810,0	-11,1%
Impostos sobre vendas e serviços	(325,8)	(333,4)	-2,3%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	1.282,6	1.476,6	-13,1%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(874,7)	(1.077,3)	-18,8%
Lucro Bruto	407,9	399,4	2,1%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	31,8%	27,0%	4,8 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(451,0)	(435,5)	3,6%
Com vendas	(278,2)	(282,3)	-1,4%
Gerais e administrativas	(46,4)	(36,1)	28,5%
Depreciação e amortização	(126,4)	(117,0)	8,0%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	(43,2)	(36,1)	19,6%
Resultado Financeiro Líquido	(156,1)	(125,6)	24,3%
Receitas financeiras	119,9	124,6	-3,8%
Despesas financeiras	(276,0)	(250,2)	10,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(11,7)	(11,1)	5,4%
Imposto de renda e contribuição social	71,8	55,7	28,9%
Resultado Líquido	(139,2)	(116,9)	19,1%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-10,9%	-7,9%	-3,0 p.p.
EBITDA Ajustado	83,2	80,9	2,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	6,5%	5,5%	1,0 p.p.

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

 Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

SEM EXCLUIR OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital	Consolidado		
	Períodos findos em 31 de Março		
	1T19	1T18 c/ IFRS 16	Varição
Demonstração de Resultados ¹			
(em milhões de reais)			
Gross Merchandise Volume (GMV)	3.579,3	3.103,1	15,3%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	1.608,3	1.810,0	-11,1%
Impostos sobre vendas e serviços	(325,8)	(333,4)	-2,3%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	1.282,6	1.476,6	-13,1%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(934,7)	(1.122,7)	-16,7%
Lucro Bruto	347,8	354,0	-1,7%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	27,1%	24,0%	3,1 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(391,0)	(390,1)	0,2%
Com vendas	(218,2)	(236,9)	-7,9%
Gerais e administrativas	(46,4)	(36,1)	28,5%
Depreciação e amortização	(126,4)	(117,0)	8,0%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	(43,2)	(36,1)	19,7%
Resultado Financeiro Líquido	(156,1)	(125,6)	24,3%
Receitas financeiras	119,9	124,6	-3,8%
Despesas financeiras	(276,0)	(250,2)	10,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(11,7)	(11,1)	5,4%
Imposto de renda e contribuição social	71,8	55,7	28,9%
Resultado Líquido	(139,2)	(116,9)	19,1%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-10,9%	-7,9%	-3,0 p.p.
EBITDA Ajustado	83,2	80,9	2,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	6,5%	5,5%	1,0 p.p.

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

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (1T18) COM RECONCILIAÇÃO DAS MUDANÇAS CONTÁBEIS DO CPC 06 (R2) / IFRS 16

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	Consolidado Períodos findos em 31 de Março		
	1T18	Ajustes	1T18
	s/IFRS 16		c/IFRS 16
Gross Merchandise Volume (GMV)	3.103,1	-	3.103,1
Receita Bruta de Vendas e Serviços	1.810,0	-	1.810,0
Impostos sobre vendas e serviços	(333,4)	-	(333,4)
Receita Líquida de Vendas e Serviços	1.476,6	-	1.476,6
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.077,3)	-	(1.077,3)
Lucro Bruto	399,4	-	399,4
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	27,0%	-	27,0%
Receitas (Despesas) Operacionais	(437,8)	2,3	(435,5)
Com vendas	(295,8)	13,5	(282,3)
Gerais e administrativas	(36,1)	-	(36,1)
Depreciação e amortização	(105,9)	(11,2)	(117,0)
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	(38,4)	2,3	(36,1)
Resultado Financeiro Líquido	(120,6)	(5,1)	(125,6)
Receitas financeiras	124,6	-	124,6
Despesas financeiras	(245,1)	(5,1)	(250,2)
Outras receitas (despesas) operacionais	(11,1)	-	(11,1)
Imposto de renda e contribuição social	54,8	0,9	55,7
Resultado Líquido	(115,1)	(1,8)	(116,9)
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-7,8%	-0,1 p.p.	-7,9%
EBITDA Ajustado	67,4	13,5	80,9
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	4,6%	0,9 p.p.	5,5%

BALANÇO PATRIMONIAL

B2W - Companhia Digital Balança Patrimonial (em milhões de reais)	Consolidado	
	31/03/2019	31/12/2018 c/ IFRS 16
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	3.744,1	3.119,9
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	2.119,9	1.920,7
Contas a receber de clientes	423,4	155,5
Estoques	840,7	879,6
Impostos a recuperar	449,6	492,4
Despesas antecipadas e outros	436,1	463,9
Total do Ativo Circulante	8.013,8	7.032,0
NÃO CIRCULANTE		
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	71,7	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.239,6	1.163,9
Impostos a recuperar	1.329,3	1.255,5
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	159,0	178,0
Imobilizado	423,3	435,5
Intangível	2.987,5	2.966,3
Ativo de direito de uso	226,7	-
Total do Ativo Não Circulante	6.437,1	5.999,2
TOTAL DO ATIVO	14.450,9	13.031,2
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	1.836,5	2.005,6
Empréstimos e financiamentos	767,7	727,1
Debêntures	4,0	0,2
Salários, provisões e contribuições sociais	55,7	57,8
Tributos a recolher	46,2	57,7
Imposto de renda e contribuição social	4,2	17,6
Outras obrigações	316,9	343,3
Arrendamento	70,5	-
Total do Passivo Circulante	3.101,7	3.209,3
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	7.416,2	5.920,9
Debêntures	200,0	200,0
Partes relacionadas	-	-
Provisões para contingências e outras obrigações	159,7	163,9
Arrendamento	193,4	-
Total do Passivo Não Circulante	7.969,3	6.284,8
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	5.742,3	5.742,3
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	-
Reservas de capital	52,2	46,8
Ajuste de avaliação patrimonial	-	-
Lucros (prejuízos) acumulados	(2.414,6)	(2.252,0)
Participação de não controladores	-	-
Total do Patrimônio Líquido	3.379,9	3.537,1
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	14.450,9	13.031,2

FLUXO DE CAIXA

B2W - Companhia Digital			
Demonstrativo de Fluxo de Caixa			
(em milhões de reais)			
	Consolidado		
Atividades Operacionais	31/03/2019	31/03/2018	Variação
		c/ IFRS 16	
Resultado Líquido do Período	(139,2)	(115,2)	24,0
Ajustes ao Resultado Líquido:			
Depreciações e amortizações	127,2	106,6	(20,6)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(75,2)	(59,0)	16,2
Juros, variações monetárias e cambiais	144,4	114,1	(30,3)
Outros	(25,4)	(14,5)	10,9
Resultado Líquido Ajustado	31,8	32,0	0,2
Variações de Capital de Giro:			
Contas a receber	(211,6)	128,9	340,5
Estoques	40,4	158,8	118,4
Fornecedores	(197,9)	(461,0)	(263,1)
Variações em Capital de Giro:	(369,1)	(173,3)	195,8
Variações em Ativos:			
Despesas antecipadas	3,5	2,9	(0,6)
Depósitos judiciais	(8,0)	(7,2)	0,8
Impostos a recuperar	(19,4)	(88,1)	(68,7)
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	24,2	(52,8)	(77,0)
Variações em Ativos:	0,3	(145,2)	(145,5)
Variações em Passivos:			
Salários e encargos sociais	(2,1)	0,2	2,3
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	(11,6)	(12,7)	(1,1)
Outras obrigações (circulante e não circulante)	(38,8)	(2,9)	35,9
Contas a receber/pagar empresas ligadas	27,0	95,9	68,9
Variações em Passivos:	(25,5)	80,5	106,0
Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures	(94,7)	(56,6)	38,1
Liquidação de juros sobre arrendamentos	(5,5)	-	5,5
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(3,0)	-	3,0
Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais	(465,7)	(262,6)	203,1
Atividades de Investimento			
Títulos e valores mobiliários	(264,2)	659,6	923,8
Imobilizado	(2,7)	(2,2)	0,5
Intangível	(107,8)	(65,0)	42,8
Valor pago pelas aquisições de controladas	(0,3)	(1,7)	(1,4)
Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento	(375,0)	590,7	965,7
Atividades de Financiamento			
Captações	1.720,0	1.000,0	(720,0)
Pagamentos	(239,4)	(241,0)	(1,6)
Pagamentos de passivo de arrendamento	(15,8)	-	15,8
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento	1.464,8	759,0	(705,8)
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	624,2	1.087,0	462,8
Caixa e Bancos no início do período	3.119,9	1.469,5	(1.650,4)
Caixa e Bancos no final do período	3.744,1	2.556,5	(1.187,6)

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 1T19, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 83,2 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 71,5 milhões no 1T19 (5,6% da RL) vs R\$ 69,9 MM no 1T18 (4,7% da RL).

Conciliação do EBITDA Consolidado- R\$ MM	1T19	1T18	Δ %
(=) EBITDA Ajustado	83,2	80,9	2,8%
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(11,7)	(11,1)	5,4%
(=) EBITDA (CVM 527/12)	71,5	69,9	2,4%

ANEXO IV: ENDIVIDAMENTO

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	31/03/2019	31/03/2018	31/03/2019	31/03/2018
Endividamento Consolidado - R\$ MM				
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	767,7	1.667,0	662,6	1.578,3
Debêntures de Curto Prazo	4,0	4,2	4,0	4,2
Endividamento de Curto Prazo	771,7	1.671,2	666,6	1.582,5
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	7.416,2	5.197,7	7.416,2	5.197,7
Debêntures de Longo Prazo	200,0	200,0	200,0	200,0
Endividamento de Longo Prazo	7.616,2	5.397,7	7.616,2	5.397,7
Endividamento Bruto (1)	8.387,9	7.068,9	8.282,8	6.980,2
Disponibilidades	5.935,7	4.884,1	5.935,7	4.884,1
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	361,8	241,1	256,7	152,4
Disponibilidades Totais (2)	6.297,5	5.125,2	6.192,4	5.036,5
Dívida (Caixa) Líquida (2) - (1)	2.090,4	1.943,7	2.090,4	1.943,7
Geração (Consumo) de Caixa 1T¹	(385,2)	(477,5)	(385,2)	(477,5)
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	1.086	805	1.077	814

¹Exclui efeitos de eventuais operações de aumento de capital.

O contas a receber de clientes é composto, principalmente, por recebíveis de cartão de crédito, líquidos do valor descontado, que possuem liquidez imediata e podem ser considerados como caixa.

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

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

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	31/03/2019	31/03/2018	31/03/2019	31/03/2018
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM				
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	4.409,1	3.318,1	4.409,1	3.318,1
Desconto de Recebíveis	(4.047,3)	(3.077,1)	(4.152,4)	(3.165,7)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	361,8	241,1	256,7	152,4
Ajuste a Valor Presente	(6,7)	(3,0)	(6,7)	(3,0)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(47,5)	(34,9)	(47,5)	(34,9)
Outras Contas a Receber	115,8	125,6	115,8	125,6
Contas a Receber Líquido Consolidado	423,4	328,8	318,3	240,1

ANEXO V: DEFINIÇÕES

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

INFORMAÇÕES SOBRE WEBCAST E CONFERENCE CALL

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



Eventos 1T19

Divulgação de Resultados

9 de maio de 2019 (quinta-feira)
após fechamento da Bolsa

Teleconferência com Webcast

(em português - tradução simultânea para inglês)

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

[www.b2wdigital.com/
webcast1T19](http://www.b2wdigital.com/webcast1T19)

Replay: Até 16 de maio 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

1Q19 Events

Earnings Release

May 9th, 2019 (Thursday)
after B3 trading hours

Conference Call and Webcast

(in Portuguese - simultaneous translation into English)

May 10th, 2019 (Friday)
11:00 a.m. (Eastern Time)
Connection: +1 646-828-8246
Code: B2W
Link to Webcast:

[www.b2wdigital.com/
webcast1Q19](http://www.b2wdigital.com/webcast1Q19)

Replay: Until May 16th, 2019
Access: +55 (11) 3193-1012
Code: 0764991#

Speaker:
Fábio Abrate - CFO and IRO

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

