

# B2W DIGITAL ANUNCIA CRESCIMENTO DE 32,3% NA RECEITA LÍQUIDA E DE 53,3% NO EBITDA AJUSTADO NO 1T20

*O resultado demonstra a força do nosso modelo híbrido de negócios, com crescimento acelerado nas plataformas de 1P (+32%) e 3P (+25%).*

**Rio de Janeiro, 7 de maio de 2020:** B2W Digital (B3: BTOW3), a maior e mais querida companhia digital da América Latina, anuncia hoje os resultados do 1º trimestre de 2020.

PRINCIPAIS INDICADORES	1T20	1T19	Delta
GMV Total (R\$ MM)	4.558	3.579	+27,3%
Marketplace (R\$ MM)	2.728	2.191	+24,5%
Marketplace (% do GMV Total)	59,8%	61,2%	-1,4 p.p.
Sortimento (Itens/MM)	31,7	9,1	+22,6
# Sellers (Novos/Mil)	8,6	3,6	+5,0
# Sellers (Base/Mil)	55,4	25,5	+29,9
B2W Entrega (# Sellers/Mil)	53,2	22,5	+30,7
B2W Entrega (% da base de Sellers)	96,0%	88,2%	+7,8 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	81,6%	71,9%	+9,7 p.p.

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2020 significa o início do novo plano estratégico de 3 anos (2020-2022), com o objetivo de seguir acelerando o crescimento (GMV Total) e continuar gerando caixa. Estamos preparados e motivados para transformar a experiência do Cliente, oferecendo “Tudo. A toda Hora. Em qualquer lugar”, o que vai direcionar as nossas decisões para mantermos os Clientes atuais e atraímos novos Clientes.

A B2W é a plataforma digital do Universo Americanas, composto também pelo mundo físico, com mais de 1.700 lojas de múltiplos formatos e presença em todos os estados do país (Lojas Americanas), a maior operação logística do varejo brasileiro (LET´S) e a Ame, fintech e plataforma mobile de negócios, todas essas empresas, com a firme inspiração e coordenação da “IF – Inovação e Futuro”.

O Universo Americanas é único, resiliente e flexível, conectando 40 milhões de Clientes ativos e trabalhando unido por um propósito maior: “Realizar os sonhos e atender as necessidades de consumo das pessoas, poupando tempo e dinheiro e superando as suas expectativas”.

O desafio que estamos enfrentando, por conta da pandemia do Covid-19, é em escala global e acreditamos que, diante deste cenário, o Universo Americanas passa a ter também um desafio extraordinário, onde todos os diferenciais competitivos estão sendo testados nos limites de suas capacidades. Desde o início de fevereiro, instituímos um comitê de crise com os objetivos de monitorar a evolução diária e os impactos da pandemia, de promover ações rápidas neste cenário desafiador, de priorizar as medidas necessárias para preservar a saúde de Associados e Clientes e de garantir o cumprimento do papel social da Companhia, por meio de diversas iniciativas internas e de parcerias com agentes externos, que, até o momento, já ultrapassaram a marca de R\$ 45 milhões (incluindo, prestação de serviços logísticos, construção de um hospital de campanha no Rio de Janeiro, doação de respiradores, termômetros e testes rápidos, entre outras).

Em nossa Mensagem da Administração referente aos resultados do 4T19, publicada em 20 de fevereiro de 2020, tínhamos escrito “A conveniência para os Clientes, endereçando as diferentes ocasiões de consumo, ditará o nosso ritmo de crescimento e será resultante do uso intensivo de dados, algoritmos e analytics para melhorar drasticamente a experiência dentro da Plataforma Digital. O foco será o de nos tornarmos ainda mais relevantes no dia a dia dos Clientes”. O cenário atual nos dá ainda mais certeza que este é o caminho e que as decisões estratégicas tomadas ao longo dos últimos anos foram fundamentais.

Nosso modelo híbrido de Plataforma Digital (1P, 3P e Soluções Digitais) tem uma proposta de valor superior para Clientes, Sellers, Fornecedores e Parceiros Estratégicos, e tem também capacidade de rápida adaptação para atender novas demandas e diferentes necessidades.

Lançamos a campanha #OQueVocêPrecisaAgora, ampliando a oferta de itens essenciais e de primeira necessidade (álcool em gel, itens de higiene pessoal, material de limpeza, cuidados com bebês, alimentos, bebidas, entre outros).

Aceleramos também as iniciativas de O2O (Online to Offline), expandindo o Ship from Store (SFS) para 100% das lojas físicas da Americanas e permitindo a entrega em poucas horas na casa do cliente, por meio dos entregadores conectados na Ame Flash (iniciativa de crowdshipping que já conta com 17 mil entregadores). Em mar/20, o SFS já realizou entregas em mais de 500 cidades, representando 25% das vendas do O2O. A aceleração do SFS também permitiu a criação da campanha “Compre e Receba Hoje”, com destaque na *home* e botão especial no app da Americanas, permitindo que os clientes selecionassem milhares de itens, das lojas físicas da Americanas e de outros Sellers, para comprar e receber no mesmo dia.

Implementamos o programa de apoio ao comércio local (#apoieocomerciolocal) para dar ainda mais suporte aos micro e pequenos Sellers, aumentando a exposição e venda de seus produtos, intensificando também a concessão de crédito por meio do Crédito Seller. Em conexão com o programa, lançamos a iniciativa “Venda com a gente”, que acelera a entrada de novos Sellers de produtos essenciais e de pequenos empreendedores que estão com suas lojas físicas fechadas. Dessa forma, em abr/20, tivemos mais de 20 mil novos Sellers cadastrados.

Em conjunto com a Lojas Americanas, criamos uma operação especial de Páscoa para garantir que os Clientes pudessem manter a tradição de comprar ovos de chocolate. O resultado foi a maior Páscoa online do mundo, com mais de 1,5 milhão de ovos vendidos por meio de diversas iniciativas integradas como o SFS e o Pegue na Loja Hoje.

Os efeitos da pandemia vêm transformando os hábitos de consumo das pessoas, gerando uma rápida migração de novos consumidores para o mundo digital, ampliando a frequência e os gastos dos Clientes atuais, bem como acelerando a participação das vendas online em novas categorias de produtos. Supermercados e itens essenciais são exemplos de segmentos que já vínhamos operando e que ganharam relevância nesse período. A aquisição do Supermercado Now, no início do ano, também se provou uma decisão correta e nos permitiu ganhar ainda mais velocidade, escala e expertise nessas categorias.

Acreditamos que as crises são momentos difíceis e que trazem enormes aprendizados. Estamos empenhados em fazer o nosso melhor, buscando soluções inovadoras e criativas para gerar valor para o Cliente e para a sociedade como um todo. Todas as ações em curso vão permitir que a Companhia ultrapasse a crise, chegando, ao seu final, ainda mais fortalecida e relevante no dia a dia dos Clientes.

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

A quantidade de ações tomadas e executadas em tão pouco tempo, diante de circunstâncias tão adversas, só foi possível devido a um time altamente qualificado que se dedicou para garantir que os Clientes recebessem os itens de sua necessidade de forma rápida e segura. Por isso, fazemos um agradecimento especial ao nosso time pelo engajamento e entusiasmo para melhor atender o Cliente.

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

Apesar do cenário repleto de incertezas e preocupações diversas, temos a convicção que os efeitos da pandemia vão passar. Estamos otimistas que juntos, como sociedade, sairemos mais fortes dessa crise. Desejamos também que todos se mantenham saudáveis.

**Marcio Cruz**  
**CEO, B2W Digital**

## DESTAQUES 1T20

- **B2W Digital anuncia crescimento de 35% no número de pedidos no 1T20.** Esse resultado foi impulsionado pelo aumento na frequência de compra e novos clientes. Em abr/20, tivemos uma forte aceleração, com o número de pedidos crescendo 83%.
- **B2W Digital atingiu 17 MM de clientes ativos no 1T20.** A base de clientes ativos foi impulsionada pela adição de 2 MM de novos clientes, nos últimos 12 meses. No trimestre, as categorias mais buscadas pelos clientes foram Beleza e Saúde, Páscoa, Esporte e Lazer e Entretenimento.
- **B2W Marketplace conectou mais de 8,6 mil Sellers no 1T20, registrando um novo recorde,** saindo de uma base de 46,8 mil em dez/19 para mais de 55,4 mil Sellers em mar/20.
- **B2W lançou a campanha “Venda com a gente”,** conectando grandes Sellers do varejo físico, de diferentes verticais, e diversos Sellers locais que conseguem entregar mais rápido em suas regiões. Em abr/20, tivemos mais de 20 mil novos Sellers cadastrados.
- **B2W Marketplace desenvolveu diversas iniciativas de apoio ao pequenos e médios Sellers** para minimizar o impacto do Covid-19. Principais medidas de suporte nas frentes comercial, financeira e operacional: 1) criamos hotspots com a campanha de incentivo ao comércio local, 2) ampliamos a oferta do Crédito Seller, 3) flexibilizamos e antecipamos repasses de vendas, 4) treinamos e capacitamos 2,8 mil Sellers por meio da Universidade Marketplace, 5) fomentamos o uso do B2WAds, 6) intensificamos o apoio na logística e distribuição através do B2W Entrega.
- **B2W Digital atingiu 31,7 MM de ofertas e lançou a campanha #OQueVocêPrecisaAgora,** promovendo o sortimento que os clientes mais precisam durante o isolamento social, com nível de serviço diferenciado e entrega rápida. O total de ofertas disponíveis aos clientes apresentou crescimento de 248% vs o 1T19, impulsionado pelos Sellers do Marketplace.
- **B2W Digital lançou a Americanas Mercado,** com a integração do Supermercado Now como um mini app dentro da Americanas.com, permitindo que os clientes da marca possam comprar online todos os itens de Supermercado, incluindo alimentos frescos. A operação já está disponível em algumas regiões de São Paulo e será expandida ao longo de mai/20.
- **As iniciativas de O2O (Online to Offline) totalizaram R\$ 530 MM de GMV no 1T20,** crescimento de 85% versus os R\$ 286 MM registrados no 1T19. No trimestre, registramos 1,3 MM de pedidos por meio dessas iniciativas.
- **O Ship From Store acelerou e já está conectado em todas as lojas físicas da Americanas.** A modalidade de entrega, que permite a compra online dos produtos da loja mais próxima com entrega em até 2 horas no endereço de desejo, apresentou crescimento de 10x no número de pedidos em relação ao 1T19. Em mar/20, o serviço foi expandido de 300 para todas as 1.700 lojas físicas da Americanas, em todos os Estados do Brasil. A modalidade também está disponível para os Sellers do Marketplace e já conectou 400 lojas físicas de Sellers.
- **B2W Digital lançou a campanha “Compre e Receba Hoje”,** com destaque na *home* e botão especial no app da Americanas, permitindo que os Clientes selecionassem milhares de itens, das lojas físicas da Americanas e de outros Sellers, para comprar e receber no mesmo dia.
- **B2W Digital celebrou parceria com a BR Distribuidora.** O acordo permitirá a venda dos produtos da BR Mania nos sites da B2W e também que as aproximadamente 1.300 lojas estejam integradas às soluções de O2O (Online to Off-line).
- **Iniciativas da IF – Inovação e Futuro**
  - **Ame Digital, a fintech e plataforma mobile de negócios do Universo Americanas,** atingiu 7,5 milhões de downloads e segue ganhando forte tração na Americanas e na B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes por meio do *cashback*, gerando maior recorrência de compra e aumentando o *spending* dos Clientes.
  - **Ame lançou o Delivery de Ovos de Páscoa,** através do mini-app de delivery, com entrega por meio da Ame Flash. Com a campanha “Ame traz a Páscoa pra mim!” foram vendidos e entregues milhares de ovos de Páscoa em todo Brasil.
  - **Ame lançou a campanha "#AmeFazerSuaParte",** um conjunto de iniciativas para mitigar os impactos da pandemia Covid-19. Usando a tecnologia de mini-apps, a Ame Digital potencializou

o seu hub de doações adicionando 70 novas ONGs dentro da plataforma, como Médicos Sem Fronteiras, UNICEF, Cruz Vermelha, Ação da Cidadania e Amigos do Bem.

- **Ame anunciou a parceria com a BR Distribuidora** para utilização do app como meio de pagamento em aproximadamente 8.000 postos e 3.000 lojas BR Mania e LUBRAX Mais. Essa parceria permitirá que todos os pagamentos sejam feitos de forma rápida, segura e sem contato físico, via QR Code.
- **Ame lançou funcionalidade para depósito do Auxílio Emergencial do Governo Federal.** Dessa forma, os beneficiários podem utilizar seu auxílio para fazer compras, pagar contas, recarregar celular pré-pago e muito mais. Além disso, os beneficiários que depositarem o auxílio na Ame Digital ganham um cupom de *cashback* para ser utilizado nas Lojas Americanas ou nos sites da B2W Digital.

## INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

### • Comercial e Marketing

- **Sortimento:** O número de itens ofertados nos sites totalizou 31,7 milhões ao final do 1T20, crescimento de 248% vs o 1T19, impulsionado pelo Marketplace.
- **Tráfego:** O número de visitas aos nossos sites e Apps atingiu 659 MM no 1T20, crescimento de 45% vs. o 1T19.
- **Transações:** O número de pedidos (ordens) apresentou crescimento de 35% vs o 1T19, impulsionado pelo aumento na frequência de compra e novos clientes.
- **Base ativa de clientes:** O número de clientes ativos (últimos doze meses) atingiu 17 milhões ao final do 1T20, impulsionado pela adição de 2 milhões de novos clientes no período.
- **Marketing e SEO:** Com o crescimento exponencial do número de itens ofertados (SKUs), surgiu o desafio de dar visibilidade do sortimento disponível em nossos sites aos clientes, consolidando a percepção de que em nossas marcas, eles podem comprar de tudo (one-stop-shop).
  - Com o objetivo de aumentar o tráfego orgânico nas marcas da Companhia, ao longo do 1T20, otimizamos os investimentos realizados em SEO e na recomendação de produtos, oferecendo uma navegação cada vez mais personalizada e com produtos mais relevantes para os clientes.
  - Para aumentar o tráfego orgânico dos nossos sites, em mar/20, otimizamos em nosso sitemap a forma como possibilitamos o Googlebot encontrar as páginas e disponibilizá-las durante as buscas no Google.
  - Intensificamos as métricas de SEO para melhorar o desempenho das nossas páginas de produtos, busca e categorias, permitindo a fácil interpretação e profundidade da análise.
  - No 1T20, a marca Americanas patrocinou a vigésima edição do Big Brother Brasil, enfatizando o conceito “Tudo. A toda Hora. Em qualquer lugar”. O programa foi um sucesso e teve a maior audiência dos últimos 12 anos, oferecendo grande exposição a nossa marca. Realizamos 11 ações com os participantes no programa, promovendo ampla divulgação do nosso sortimento, além de incentivar que o cliente baixe o nosso app. Os resultados foram muito positivos, com forte aumento do tráfego e do número de downloads durante a exibição do programa.
  - Americanas patrocinou diversas *lives* musicais no YouTube, incluindo o show da Marília Mendonça, que estabeleceu o recorde mundial de acessos simultâneos, totalizando mais de 3,2 milhões. As *lives* tiveram o objetivo de oferecer entretenimento para os Clientes que estão em casa e incentivar doações para diversas entidades filantrópicas.
- **Americanas Empresas:** marca exclusivamente voltada para clientes corporativos (pessoa jurídica) de todos os tamanhos, desde microempreendedores até grandes corporações. O site oferece mais de 3,5 milhões de produtos em 36 categorias diversas (que vão desde itens de tecnologia até itens hospitalares), permitindo que o cliente possa comprar tanto itens para uso e consumo do dia a dia, quanto grandes volumes para abastecer o estoque para revenda.
  - No 1T20, os departamentos mais procurados foram os de PCs, Eletrônicos e Telefonia.

- Em mar/20, após a implementação de um canal de atendimento exclusivo para cotações, a opção de comprar itens para revenda teve uma expansão de mais de 5 p.p. vs mar/19.
- **Prime:** Único programa do Brasil em que o cliente pode comprar mais de 2,6 milhões de produtos com frete grátis quantas vezes quiser, sem se preocupar com valor mínimo da compra. Além disso, o cliente aproveita ofertas exclusivas e tem acesso a um atendimento dedicado.
  - Disponível para todas as 2.479 cidades das regiões Sul e Sudeste do Brasil.
  - Os clientes Prime continuam demonstrando alto engajamento com as nossas marcas, visitando 5 vezes mais páginas por usuário, comprando 5 vezes mais e em 3 vezes mais categorias do que os clientes que ainda não aderiram ao programa.
  - No 1T20, a base de Sellers do B2W Prime cresceu 17,6% (vs 1T19).
  - O Americanas Prime está integrado às lojas físicas da Americanas, oferecendo uma nova opção de Pegue na Loja com frete grátis e rápido (Click and Collect), além de descontos exclusivos para os clientes Prime em todas as Americanas.
- **Evolução do Marketplace**
  - **GMV Marketplace:** No 1T20, o Marketplace registrou crescimento de 24,5%, atingindo GMV de R\$ 2.728 milhões e participação de 59,8% do GMV Total.
  - **Sellers:** No 1T20, o B2W Marketplace conectou mais de 8,6 mil Sellers, saindo de uma base de 46,8 mil em dez/19 para mais de 55,4 mil Sellers em mar/20. A base de Sellers aumentou em 2,2x do 1T19 para o 1T20 (de 25,5 mil para 55,4 mil Sellers).
  - **Sortimento:** O sortimento do B2W Marketplace registrou crescimento de 257%, saindo de uma base de 8,8 milhões de itens no 1T19 para 31,4 milhões de itens ao final do 1T20.
  - **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.
    - Durante o 1T20, a Americanas Mundo foi responsável por um dos cinco itens mais vendidos da plataforma e seguiu contribuindo para a atração de novos clientes, reforçando a complementariedade entre o sortimento do 1P, dos Sellers locais do Marketplace e da operação de Cross Border.
  - **Marketplace Jirau da Amazônia:** Em parceria com a Fundação Amazônia Sustentável (FAS), implementamos o Marketplace Jirau da Amazônia no site da Americanas, gerando renda e inclusão para os moradores da região.
  - **APIs:** O B2W Marketplace opera com APIs abertas, o que permite a integração rápida e eficaz com as principais plataformas e ERPs do mercado. Por meio das APIs, os Sellers simplificam a gestão das principais variáveis do negócio (produto, pricing, SAC, estoque, troca e reembolso, chat, fulfillment e frete) e conseguem também fazer a gestão multicanal (vendas no Marketplace e em suas lojas próprias). Atualmente são realizadas mais de 200 MM requests/dia.
  - **B2W Analytics:** Plataforma de dados totalmente integrada com o Portal Parceiro para ajudar os Sellers a venderem mais. Através do B2W Analytics, os Sellers têm acesso a informações para identificar exatamente onde deverão agir para aumentar a competitividade do seu sortimento, conhecendo as melhores oportunidades no buybox e alavancando suas vendas.
- **Plataformas Mobile**
  - **Tráfego:** Ao longo do 1T20, o tráfego por dispositivos móveis representou 81,6% do total de visitas, um crescimento de 9,7p.p. comparado com o 1T19.
  - **Apps:** 73,7 milhões de downloads dos apps das marcas desde os seus lançamentos. Foram 11,7 milhões de downloads apenas no 1T20.
  - **MAU:** Ao final do 1T20, os apps das marcas totalizaram 22,7 milhões de usuários ativos (Monthly Active Users – Fonte: App Annie).



- **UX (Experiência do Cliente):**

- **Pegue na Loja:** Focando na experiência dos clientes que buscam por mais agilidade na entrega dos produtos, incluímos a possibilidade dos usuários que compram no Submarino e no Shoptime possam retirar seus pedidos nas mais de 1.700 lojas físicas da Americanas. Com isso, o share de venda do “pegue na loja” aumentou em média 2,5 p.p.
- **Apoio ao Comércio Local:** Desenvolvemos um novo filtro de lojas no qual o usuário pode selecionar seu estado, cidade e a categoria desejada para visualizar todas as lojas disponíveis na sua região. O objetivo é incentivar nossos clientes a comprarem dos pequenos e médios lojistas que vendem nos nossos sites, fortalecendo a campanha de apoio ao comércio local promovida pelas marcas.
- **Selo “Pegue na Loja”:** Ficou mais fácil encontrar os produtos elegíveis ao Pegue na Loja, pois eles ganharam como destaque no catálogo um selo de identificação exclusivo.
- **Stories do Sub:** Buscando uma navegação cada vez mais moderna e diferenciada para o Submarino, criamos o componente “Stories do Sub”. A novidade traz para o nosso app o comportamento dos stories de mídias sociais, oferecendo uma nova forma de exposição de conteúdo para os nossos clientes.
- **Buybox Shoptime:** Passamos a destacar no Buybox do Shoptime o melhor preço promocional da oferta ganhadora. Com isso, tivemos um aumento de 2,4% na conversão geral da página de produto da marca.
- **App do Shoptime:** Implementamos diversas melhorias focadas na performance do App Android do Shoptime e também revisamos a navegação principal, aumentando a área útil da página e priorizando atalhos mais estratégicos para a marca.

- **Serviços Digitais**

- **B2WAds:** A solução completa de publicidade da B2W Digital apresentou crescimento de 114% em sua receita de 1T20 vs 1T19, com aumento significativo na rentabilidade da operação. No trimestre, vale destacar o projeto especial para a Páscoa, onde os maiores anunciantes do segmento tiveram ações de conteúdo especial e exposição de destaque nos sites, totalmente integradas com O2O. O B2WAds vem se firmando como a mais completa solução de publicidade a entregar a experiência on e off na jornada do consumidor, permitindo a anunciantes, fabricantes (indústria) e agências de propaganda, impactarem o cliente em toda a jornada de compra, aumentando a visibilidade de seus produtos e marcas nos sites da B2W.

- **Serviços Financeiros**

- **Promotora de Crédito:** Ao longo do 1T20, a joint-venture de cartões de crédito da B2W e Cetelem (Submarino Finance e Digital Finance) registrou um volume de R\$ 1,0 bilhão em transações aprovadas. No período, a carteira de recebíveis dessas operações foi de R\$ 1,6 bilhão.
  - Em mar/20, a Promotora de Crédito registrava 3,4 MM de cartões emitidos (2,0 MM no Submarino Finance e 1,4 MM na Digital Finance, que inclui as marcas Americanas.com, Shoptime e Sou Barato).
- **Crédito Seller:** Os Sellers do Marketplace podem contratar crédito (empréstimos) de maneira rápida, segura, simples e 100% online. As contratações podem ser feitas para pagamento em parcelas (crédito parcelado) ou na modalidade de pagamento integral (crédito parcela única) e, visando atender as solicitações dos Sellers, permanentemente implementamos inovações nas funcionalidades e nas formas de contratação desses produtos:
  - O crédito parcelado passou a ter maior prazo de pagamento, podendo chegar até a 24 meses.
  - Implantamos o Crédito Seller como meio de pagamento no B2W ADS, permitindo maior investimento dos Sellers em mídia.
  - Parceria com a marca Americanas Empresas, visando a possibilidade de negociações de compras, para reposição de estoques, como se fossem à vista, contudo, com a flexibilidade da modalidade de pagamento a prazo, através do Crédito Seller.

- No 1T20, implantamos uma nova modalidade de crédito, o Crédito Flex, que possibilita ao Seller definir um percentual fixo a ser comprometido de suas vendas. Neste novo produto, o Seller conta com uma operação totalmente flexível e que se adapta a sazonalidade de suas vendas na plataforma.
- Além do lançamento do Crédito Flex, como medida de apoio aos impactos da pandemia do Covid-19, ampliamos a base de Sellers elegíveis ao crédito, abrimos a possibilidade de renegociar contratos atuais, com ou sem carência de até 75 dias. As renegociações visam a redução do valor da parcela e tratam, caso a caso, as melhores condições para nossos Sellers serem menos impactos neste período.

- **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 nota média do Reclame Aqui para as marcas da B2W é de 8,2, enquanto as marcas dos principais concorrentes possuem uma nota média de 7,3.
  - 75,2% dos clientes que registraram reclamações no Reclame Aqui indicaram que pretendem voltar a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 57,0% dos clientes indicaram que pretendem voltar a comprar nos sites dos concorrentes.
  - O índice médio de solução das marcas da B2W é de 88,5% no site Reclame Aqui, enquanto o índice médio dos concorrentes é de 79,8%.
- O tempo médio de solução de reclamações foi reduzido em 30% no 1P e em 18% no 3P, melhorando significativamente a experiência de atendimento em relação ao 1T19.
- WhatsApp: Lançamos um novo canal de relacionamento via WhatsApp, promovendo uma forma de comunicação inovadora e amigável nas principais etapas de compra. Para desenvolver o novo canal de atendimento, adotamos inteligência artificial na criação de um assistente virtual, capaz de conversar com os clientes e reconhecer suas necessidades. O projeto foi desenvolvido em parceria com o Google, com a utilização da ferramenta Dialogflow, do Google Cloud, que permite criar experiências de conversação mais naturais.
  - Atualmente, 61% dos pedidos já contam com tracking pelo WhatsApp.
  - Mensalmente são enviadas milhões de mensagens com o tracking do pedido e a base de clientes que optaram por receber comunicação pelo app atingiu 7 milhões.
- Chatoff: Concluímos a implantação da plataforma de atendimento digital ao cliente da B2W, que reduziu em mais de 90% taxa de mediação nos atendimentos aos clientes e Sellers do Marketplace.

- **O2O (Online to Offline)**

Utilizando o conceito de “Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.”, as iniciativas O2O da Americanas e da B2W vêm aprimorando a experiência de compra dos clientes e crescendo em ritmo acelerado. No 1T20, essas iniciativas combinadas registraram um GMV de R\$ 530 milhões (vs R\$ 286 milhões no 1T19), um crescimento de 85%.

- **LASA Seller:** No 1T20, o sortimento disponível expandiu em 15% e a venda cresceu 3,7x em relação ao período do ano anterior. Pela primeira vez, a Americanas foi o maior Seller do B2W Marketplace em número de itens vendidos e em volume de vendas.
- **Pegue na Loja Hoje (Click and Collect Now):** Disponível em todas as 1.700 Americanas, permitindo que o cliente compre online o estoque da loja e retire o produto em até 1 hora sem frete. A modalidade segue em rápido desenvolvimento, atingindo no 1T20 a marca de mais de 170 mil pedidos.
- **LASA Entrega (Ship from Store):** Compra online dos produtos da Americanas mais próxima e recebe em até 2 horas no endereço de desejo. Neste trimestre o serviço foi expandido para as 1.700 lojas físicas da Americanas, em todos os Estados do Brasil. Além disso, também está disponível em 400 lojas de Sellers do Marketplace da B2W. No 1T20, as entregas realizadas por esta modalidade cresceram 10x em relação ao 1T19.

- **Pegue na Loja (*Click and Collect*):** Cliente compra online e retira na loja física. Em 2019, nos tornamos a maior rede de pick-up points do Brasil, e no 1T20 atingimos 9.000 pontos conectados (Americanas, lojas de Sellers e pontos parceiros) em mais de 5 mil municípios do Brasil, oferecendo a 99% da população brasileira acesso ao serviço.
- **Prateleira Infinita:** operação de venda assistida da Americanas para os produtos oferecidos na plataforma digital (1P e 3P). No 1T20, a operação apresentou um ticket médio aproximadamente 15x maior que o das lojas físicas e crescimento de venda de 32% em relação ao 1T19.

- **LET'S - Logística e Distribuição**

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

- **Prazo de Entrega:** No 1T20 mais de 50% de todas as compras realizadas nos sites da B2W (1P e 3P) e enviadas pela LET'S foram entregues em até 2 dias, e 60% das entregas para os estados do Rio de Janeiro e São Paulo foram realizadas em até 2 dias (1P e 3P).
- **CDs:** Atualmente, a LET's opera 18 CDs nos estados: RJ, SP, MG, PE, PA, SC e RS.
- **B2W Entrega:** Plataforma que opera e controla as entregas de 94% dos Sellers da B2W Marketplace. Os Sellers conectados ao B2W Entrega contam com 5 tipos de serviços: *Fulfillment (storage + delivery)*, *Pick Up - Grandes Operações* (retirada do produto no CD do Seller + *delivery*), *Direct Collect* (retirada do produto no CD do Seller - Médios e Pequenos + *delivery*), *Drop Off Hub* (Seller entrega em um dos hubs da Direct + *delivery*) e *Drop Off Loja* (Seller entrega em uma das Americanas + *delivery*). O B2W Entrega atingiu mais de 53,2 mil Sellers ao final do 1T20, representando 96,0% da base total de Sellers e participando em mais de 80% dos pedidos realizados no Marketplace.
  - **Plataforma Integrada:** A plataforma de serviços logísticos integrada aumenta o cross-sell, permitindo que os Sellers possam conectar serviços logísticos complementares, como o B2W Fulfillment, Click & Collect e Ship from Store, além de participar do programa B2W Prime.
  - **B2W Fulfillment:** Atingiu o total de 595 Sellers conectados e com estoques operados pela plataforma, garantindo menor prazo de entrega e valores de frete mais competitivos. Através do B2W Fulfillment o cliente obtém a melhor experiência de compra, onde todo o processo logístico (estoques, transporte e atendimento) é operado pela B2W.

- **IF – Inovação e Futuro**

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

**Ame (one-stop-app):** fintech e plataforma mobile de negócios, uma das primeiras iniciativas da IF, segue acelerando e apresentando indicadores impressionantes.

- Ame Digital atingiu 7,5 milhões de downloads e segue ganhando forte tração na Americanas e na B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes por meio do cashback, gerando maior recorrência de compra e aumentando o spending dos Clientes.
- Ame lançou o Delivery de Ovos de Páscoa, através do mini-app de delivery, com entrega por meio da Ame Flash. Com a campanha "Ame traz a Páscoa pra mim!" foram vendidos e entregues milhares de ovos de Páscoa em todo Brasil.
- Ame lançou a campanha "#AmeFazerSuaParte", um conjunto de iniciativas para mitigar os impactos da pandemia Covid-19. Usando a tecnologia de mini-apps, a Ame Digital potencializou o seu hub de doações adicionando 70 novas ONGs dentro da plataforma, como Médicos Sem Fronteiras, UNICEF, Cruz Vermelha, Ação da Cidadania e Amigos do Bem.



- Ame anunciou a parceria com a BR Distribuidora para utilização do app como meio de pagamento em aproximadamente 8.000 postos e 3.000 lojas BR Mania e LUBRAX Mais. Essa parceria permitirá que todos os pagamentos sejam feitos de forma rápida, segura e sem contato físico, via QR Code.
- Ame lançou funcionalidade para depósito do Auxílio Emergencial do Governo Federal. Dessa forma, os beneficiários podem utilizar seu auxílio para fazer compras, pagar contas, recarregar celular pré-pago e muito mais. Além disso, os beneficiários que depositarem o auxílio na Ame Digital ganham um cupom de cashback para ser utilizado nas Lojas Americanas ou nos sites da B2W Digital.
- Ame também segue expandindo sua rede de aceitação de forma orgânica, por meio da plataforma Ame Plus (perfil de vendedor).
- Ame Digital já conta com mais de 40 funcionalidades, com o objetivo de simplificar cada vez mais a vida dos clientes, conforme lista abaixo:
  - Cash in com cartão de crédito
  - Receber e transferir recursos para outras contas Ame
  - Pagar merchants off us (Ame Plus: outros lojistas do mundo físico)
  - Cash out conta-corrente (transferência para conta bancária, exclusivo Ame Plus)
  - Geomarketing (localização dos lojistas com filtro por tipo de estabelecimento)
  - Pagar contas (Boletos)
  - Cash in conta-corrente (transferência bancária)
  - Cash in boleto (boleto bancário)
  - Cash in Americanas (no PDV da loja)
  - Cash out Americanas (no PDV da loja, em versão *beta*)
  - Recarga celular pré-pago
  - Crédito pessoa física (em versão *beta*)
  - Transporte público (recarga de vale-transporte)
  - Transporte privado
  - E-Gifts
  - Marketplace de serviços
  - Plano de Bike do Itaú
  - Programa de indicação de amigos (Member Get Member)
  - Tickets e ingressos para eventos
  - Passagem rodoviária
  - Games (em versão *beta*)
  - Vale refeição
  - Compra e venda de milhas aéreas (em versão *beta*)
  - Doações
  - Mini-games
  - Auxílio Emergencial

**Ame Flash:** Com o objetivo de acelerar as iniciativas de O2O, a Ame Flash conecta entregadores independentes (moto, bicicleta e outros modais), possibilitando a entrega de produtos aos clientes em até 2 horas, das 1.700 lojas físicas da Americanas e das lojas físicas dos Sellers do B2W Marketplace. O app já conta com 17.000 entregadores cadastrados e superou a marca de 500 cidades atendidas.

**Aquisição Pedala e Courri:** Em dez/19, a Ame concluiu a aquisição das *startups* Pedala e Courri, especializadas em entregas rápidas e sustentáveis por bicicletas e patinetes. As aquisições têm por objetivo acelerar a operação da Ame Flash, fazendo entregas nos grandes centros urbanos com diferentes modais. Além de não emitir gases intensificadores do efeito estufa, as bicicletas contribuem com a mobilidade urbana, garantem um deslocamento mais rápido que os veículos motorizados e reduzem os custos da operação. Em 2019, entregamos mais de 370 mil pedidos por meio de bicicletas e no 1T20 já superamos 150 mil entregas em São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro. Neste período, deixamos de emitir 100 toneladas de CO2.

#### • Time Digital

- **Certificação “Great Place to Work 2020”:** Como resultado do compromisso da B2W Digital com o desenvolvimento dos talentos da Companhia, recebemos a certificação em jan/20. Esse é um importante reconhecimento do esforço para seguir evoluindo e engajando o time para atingir metas cada vez mais desafiadoras, sempre com foco no cliente.

- **Programa Summer Job 2020:** O programa seleciona alunos das melhores universidades brasileiras para atuar em projetos da Companhia. Em jan/20, recebemos 23 alunos de diferentes localidades, que além de realizar o desenvolvimento do projeto, participaram de reuniões com gestores e treinamentos técnicos e comportamentais com o time de Gente & Gestão.
  - **Working days:** No 1T20, realizamos 6 Working Days, sendo 3 em SP, onde recebemos alunos da Universidade Federal de Pernambuco para palestras sobre o nosso negócio, ministramos treinamento de Introdução ao Scrum com alunos de Engenharia Mackenzie (EJEM), e realizamos encontro com alunos do MBA executivo do Programa Internacional da FGV-SP em parceria com a Esade Business School, sobre o tema “Change Management”. No Rio, realizamos encontros com as universidades COPPEAD UFRJ, Michigan e San Diego. Na visita, os alunos tiveram a oportunidade de conhecer os principais desafios da Companhia, como a B2W está transformando o mundo digital, além de conhecerem gestores de diversas áreas.
  - **Meetups:** No 1T20, a B2W Digital deu continuidade às rodadas de meetups, realizando em média 5 encontros por mês, em formato online ou presencial. Os encontros são momentos de troca de informações e experiências sobre um tema específico, envolvendo profissionais das comunidades de tecnologia e também o público interno da Companhia. Nesse período, recebemos diversos grupos como o SouJava, DevJavaGirls; Mulheres de Produto, NODE.JS, Elastic, Java, GODOT, Nerd Girls, Devops, Python, dentre outros.
  - **Estágio B2W Tech:** Tem foco na seleção de estagiários interessados em se tornar desenvolvedores front-end (desenvolve a interface entre sistema e usuário) e back-end (atua na programação e no banco de dados). Em um período de seis meses, os estagiários participam de aulas ministradas pelos engenheiros de tecnologia da B2W Digital, passam por job rotation, desenvolvendo atividades em áreas diversas, e criam um projeto com auxílio de um tutor (associado). No 1T20, recebemos 20 novos estagiários.
  - **Parceria B2W – UFSCar:** Lançado em 2019, a parceria com o Departamento de Computação da UFSCar tem como objetivo promover o incentivo a pesquisa e troca de conhecimentos entre o ambiente acadêmico e corporativo. Além da continuidade do projeto de pesquisa que foca na evolução da plataforma Apache Marvin e conta com a participação de professores e alunos de mestrado da instituição de ensino, no 1T20, ampliamos a parceria de pesquisa com o projeto: Dos Dados ao Conhecimento: Extração e Representação de Informação no Domínio do E-Commerce.
  - **Capacitação Tech:** Realizamos capacitação aberta para associados interessados em expandir conhecimentos em inteligência artificial. O treinamento realizado no 1T20 foi composto por parte teórica e prática, abrangendo os conceitos de Machine Learning + equações + algoritmos.
- **Governança e Sustentabilidade Empresarial**

Alinhados com os princípios do Pacto Global e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU), seguimos no 1T20 avançando em nossas estratégias de sustentabilidade.

    - **ISE:** Pelo sexto ano consecutivo, ingressamos na carteira de empresas do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) 2020 da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão.
    - **Pactos e compromissos:** A B2W é signatária do Pacto Empresarial pela Integridade e Anticorrupção, iniciativa desenvolvida pelo Instituto Ethos, que tem por objetivo unir empresas e promover um mercado mais íntegro e ético, erradicando o suborno e a corrupção. Também faz parte dos “Princípios de Empoderamento Feminino”, da ONU Mulheres, assim como a “Coalizão Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero” e a “Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente”, ambas do Instituto Ethos, reforçando seu compromisso com a promoção da diversidade e equidade dentro das Companhias e com as nossas cadeias de valor.
    - **Ética:** A B2W é signatária do Pacto Empresarial pela Integridade e Anticorrupção, iniciativa desenvolvida pelo Instituto Ethos, que tem por objetivo unir empresas e promover um mercado mais íntegro e ético, erradicando o suborno e a corrupção.

- **Diversidade e Inclusão:** Viabilizamos a acessibilidade dos sites para pessoas com deficiência auditiva, visual e motora por meio da Hand Talk e com a Essencial Accessibility, possibilitando que os sites sejam lidos em linguagens de sinais (para deficientes auditivos), em voz alta (para deficientes visuais) e apenas com o movimento dos olhos (para deficientes motores).
- **Responsabilidade Ambiental:** A B2W Digital, desde 2017, possui o Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol, por ter seu inventário de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) verificado por uma auditoria externa, reafirmando assim o compromisso com a transparência e qualidade das informações. A Companhia compensou suas emissões de gases de efeito estufa (GEE) referentes a todas as suas emissões dos escritórios administrativos, centros de distribuição e frota logística própria do ano de 2018, tornando suas operações "carbono neutro".
- **Responsabilidade Social:** O projeto Jirau da Amazônia, realizado em parceria com a Fundação Amazonas Sustentável, promove a venda de produtos de artesãos locais indígenas e ribeirinhos na plataforma digital da Americanas para todo Brasil, com o lucro revertido para o desenvolvimento do projeto. Assim, contribuimos para a geração de renda e a valorização cultural mesmo nesse período de combate ao Covid-19 em que o turismo e venda local na região não está acontecendo por conta do isolamento.
- **Prêmios:** O resultado do trabalho realizado pela B2W também é reconhecido por meio de prêmios que são referência no mercado e atestam a credibilidade e a força de suas marcas. Em mar/20, a Americanas.com foi vencedora na categoria "Site de Compras" do Prêmio Top Of Mind da Revista Mercado Comum.

## DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 1T20 e estão de acordo com os padrões internacionais de relatório financeiro (IFRS), com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), bem como pelo regulamento de listagem do Novo Mercado e em reais (R\$). As definições para as métricas ajustadas se encontram no Anexo III e no Anexo V.

- **GMV Total:** No 1T20, o GMV foi de R\$ 4.558,0 milhões, crescimento de 27,3% quando comparado aos R\$ 3.579,3 milhões registrados no 1T19.
- **Receita Bruta:** No 1T20, a receita bruta totalizou R\$ 2.105,4 milhões, crescimento de 30,9% quando comparado com os R\$ 1.608,3 milhões registrados no 1T19.
- **Receita Líquida:** No 1T20, a receita líquida totalizou R\$ 1.696,2 milhões, crescimento de 32,3% quando comparado com os R\$ 1.282,6 milhões registrados no 1T19.
- **Lucro Bruto Ajustado:** No 1T20, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 526,9 milhões, crescimento de 29,2% vs os R\$ 407,9 milhões registrados no 1T19. A margem bruta ajustada foi de 31,1% no 1T20 vs 31,8% no 1T19.
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 1T20, as despesas ajustadas totalizaram R\$ -399,3 milhões vs os R\$ -324,6 milhões registrados no 1T19. O SG&A como percentual do GMV, apresentou uma redução de 0,3 ponto percentual, atingindo 8,8% no 1T20 vs 9,1% no 1T19.
- **EBITDA Ajustado:** No 1T20, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 127,6 milhões, crescimento de 53,3% comparado com os R\$ 83,2 milhões registrados no 1T19. A margem EBITDA Ajustada saiu de 6,5% no 1T19 para 7,5% no 1T20, um aumento de 1,0 p.p.
- **Resultado Financeiro Líquido:** No 1T20, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -110,0 milhões (vs R\$ -156,1 milhões no 1T19). Redução de 29,5%.
- **Resultado Líquido:** No 1T20, o resultado líquido foi de R\$ -108,0 milhões vs R\$ -139,2 milhões no 1T19, melhora de 22,5%. A margem líquida apresentou uma evolução de 4,5 p.p., passando de -10,9% no 1T19 para -6,4% no 1T20.

- **Gestão de Caixa:**

- Geração de Caixa: No 1T20, o consumo de caixa foi de R\$ 645,7 MM. O consumo de caixa neste trimestre está relacionado à sazonalidade do negócio e ao aumento da cobertura do estoque, em função da aceleração do 1P e das medidas de mitigação dos efeitos da pandemia.

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.

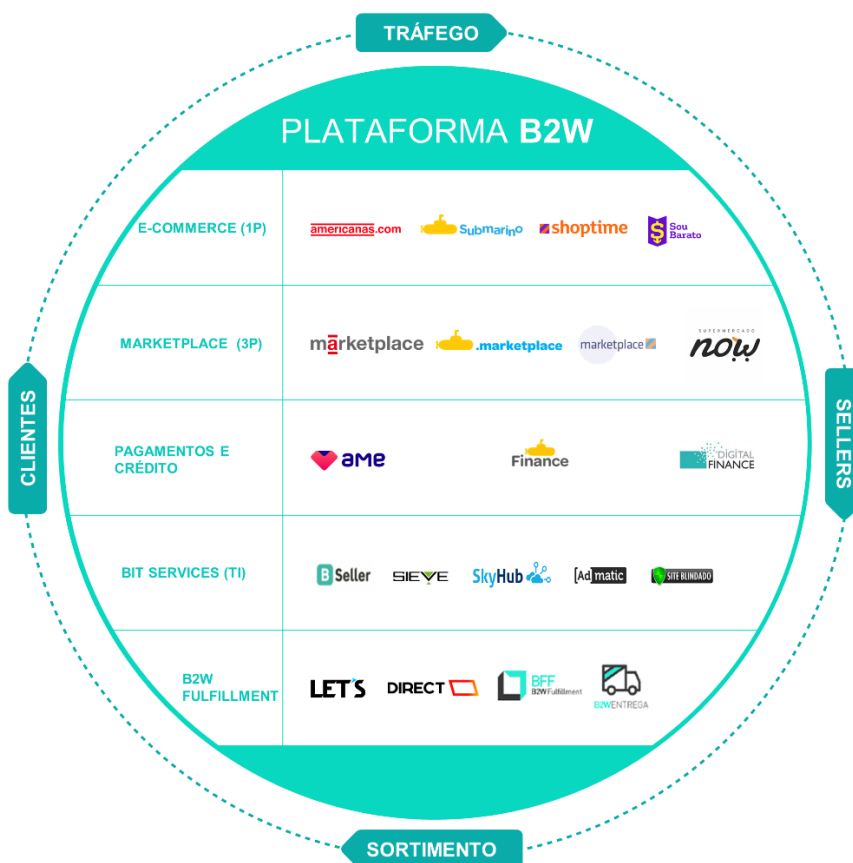
- Capital de Giro: -23 dias em mar/20 (melhora de 43 dias vs 1T19). Esse resultado reflete o processo de curadoria e revisão do sortimento do 1P, a otimização no planejamento de compra de mercadoria, bem como o aumento de participação do 3P (Marketplace) nas vendas totais. Importante lembrar que o Marketplace (cujas transações em cartão de crédito são aprovadas na plataforma da B2W e compõem o saldo bruto de recebíveis) não demanda Capital de Giro (a B2W figura como intermediária e recebe uma comissão sobre as vendas realizadas).
- CAPEX: A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, no 1T20, o CAPEX totalizou R\$ 165,7 MM, representando 3,6% do GMV Total.

## 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		
Demonstração de Resultados <sup>1</sup>	1T20	1T19	Varição
(em milhões de reais)			
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	<b>4.558,0</b>	<b>3.579,3</b>	<b>27,3%</b>
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	<b>2.105,4</b>	<b>1.608,3</b>	<b>30,9%</b>
Impostos sobre vendas e serviços	(409,1)	(325,8)	25,6%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>1.696,2</b>	<b>1.282,6</b>	<b>32,3%</b>
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.169,4)	(874,7)	33,7%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>526,9</b>	<b>407,9</b>	<b>29,2%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	31,1%	31,8%	-0,7 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(545,5)</b>	<b>(451,0)</b>	<b>20,9%</b>
Com vendas	(349,0)	(278,2)	25,4%
Gerais e administrativas	(50,3)	(46,4)	8,4%
Depreciação e amortização	(146,2)	(126,4)	15,7%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	<b>(18,6)</b>	<b>(43,2)</b>	<b>-56,9%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(110,0)</b>	<b>(156,1)</b>	<b>-29,5%</b>
Receitas financeiras	98,0	119,9	-18,3%
Despesas financeiras	(208,0)	(276,0)	-24,6%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(11,0)	0,0	-
Outras receitas (despesas) operacionais	(14,8)	(11,7)	26,5%
Imposto de renda e contribuição social	46,5	71,8	-35,2%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(108,0)</b>	<b>(139,2)</b>	<b>-22,5%</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-6,4%	-10,9%	4,5 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>127,6</b>	<b>83,2</b>	<b>53,3%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,5%	6,5%	1,0 p.p.

<sup>1</sup>Refletindo 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		
Demonstração de Resultados <sup>1</sup>	1T20	1T19	Varição
(em milhões de reais)			
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	<b>4.558,0</b>	<b>3.579,3</b>	<b>27,3%</b>
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	<b>2.105,4</b>	<b>1.608,3</b>	<b>30,9%</b>
Impostos sobre vendas e serviços	(409,1)	(325,8)	25,6%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>1.696,2</b>	<b>1.282,6</b>	<b>32,3%</b>
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(1.229,6)	(934,7)	31,5%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>466,7</b>	<b>347,8</b>	<b>34,2%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	27,5%	27,1%	0,4 p.p.
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(485,3)</b>	<b>(391,0)</b>	<b>24,1%</b>
Com vendas	(288,8)	(218,2)	32,3%
Gerais e administrativas	(50,3)	(46,4)	8,4%
Depreciação e amortização	(146,2)	(126,4)	15,7%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial</b>	<b>(18,6)</b>	<b>(43,2)</b>	<b>-56,9%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(110,0)</b>	<b>(156,1)</b>	<b>-29,5%</b>
Receitas financeiras	98,0	119,9	-18,3%
Despesas financeiras	(208,0)	(276,0)	-24,6%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(11,0)	0,0	-
Outras receitas (despesas) operacionais	(14,8)	(11,7)	26,5%
Imposto de renda e contribuição social	46,5	71,8	-35,2%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(108,0)</b>	<b>(139,2)</b>	<b>-22,5%</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-6,4%	-10,9%	4,5 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>127,6</b>	<b>83,2</b>	<b>53,3%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	7,5%	6,5%	1,0 p.p.

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

## BALANÇO PATRIMONIAL

<b>B2W - Companhia Digital</b>		
Balanco Patrimonial		
	<u>31/03/2020</u>	<u>31/12/2019</u>
(em milhões de reais)		
<b>ATIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	3.682,3	3.535,8
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	2.867,2	2.947,5
Contas a receber de clientes	518,8	762,1
Estoques	1.194,0	951,4
Impostos a recuperar	712,0	684,1
Despesas antecipadas e outros	480,5	550,8
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>9.454,9</b>	<b>9.431,7</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	92,3	224,8
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.374,2	1.326,8
Impostos a recuperar	1.273,8	1.197,2
Depósitos judiciais e outros créditos a receber	171,4	159,6
Investimentos	54,7	65,7
Imobilizado	396,9	407,9
Intangível	3.048,7	2.990,9
Ativo de direito de uso	262,0	252,2
<b>Total do Ativo Não Circulante</b>	<b>6.674,0</b>	<b>6.624,8</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>16.129,0</b>	<b>16.056,6</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	2.690,7	2.758,6
Empréstimos e financiamentos	1.192,2	1.321,0
Debêntures	2,8	0,2
Salários, provisões e contribuições sociais	60,8	60,3
Tributos a recolher	54,2	106,9
Imposto de renda e contribuição social	1,5	3,0
Outras obrigações	395,0	498,0
Arrendamento	79,4	79,6
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>4.476,5</b>	<b>4.827,5</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>		
Exigível a longo prazo:		
Empréstimos e financiamentos	5.393,8	4.912,2
Debêntures	200,0	200,0
Partes relacionadas	42,0	20,4
Provisões para contingências e outras obrigações	166,3	152,3
Arrendamento	218,7	209,7
<b>Total do Passivo Não Circulante</b>	<b>6.020,8</b>	<b>5.494,6</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	8.289,6	8.289,6
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	-
Reservas de capital	43,7	38,5
Lucros (prejuízos) acumulados	(2.701,6)	(2.593,6)
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>5.631,6</b>	<b>5.734,4</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>16.129,0</b>	<b>16.056,6</b>

## FLUXO DE CAIXA

<b>B2W - Companhia Digital</b>			
<b>Demonstrativo de Fluxo de Caixa</b>			
<b>(em milhões de reais)</b>			
	<b>Consolidado</b>		
	<b>31/03/2020</b>	<b>31/03/2019</b>	<b>Varição</b>
<b>Atividades Operacionais</b>			
<b>Resultado Líquido do Período</b>	<b>(108,0)</b>	<b>(139,2)</b>	<b>31,2</b>
<b>Ajustes ao Resultado Líquido:</b>			
Depreciações e amortizações	147,2	127,2	20,0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(47,4)	(75,2)	27,8
Juros, variações monetárias e cambiais	78,0	144,4	(66,4)
Equivalência patrimonial	11,0	-	11,0
Outros	0,2	(25,4)	25,6
<b>Resultado Líquido Ajustado</b>	<b>81,0</b>	<b>31,8</b>	<b>49,2</b>
<b>Variações de Capital de Giro:</b>			
Contas a receber	279,6	(211,6)	491,2
Estoques	(252,0)	40,4	(292,4)
Fornecedores	(100,0)	(197,9)	97,9
<b>Variações em Capital de Giro:</b>	<b>(72,4)</b>	<b>(369,1)</b>	<b>296,7</b>
<b>Variações em Ativos:</b>			
Despesas antecipadas	3,3	3,5	(0,2)
Depósitos judiciais	(11,9)	(8,0)	(3,9)
Impostos a recuperar	(104,5)	(19,4)	(85,1)
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	67,4	24,2	43,2
<b>Variações em Ativos:</b>	<b>(45,7)</b>	<b>0,3</b>	<b>(46,0)</b>
<b>Variações em Passivos:</b>			
Salários e encargos sociais	0,1	(2,1)	2,2
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	(53,0)	(11,6)	(41,4)
Outras obrigações (circulante e não circulante)	(93,7)	(38,8)	(54,9)
Contas a receber/pagar empresas ligadas	11,8	27,0	(15,2)
<b>Variações em Passivos:</b>	<b>(134,8)</b>	<b>(25,5)</b>	<b>(109,3)</b>
<b>Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures</b>	<b>(102,3)</b>	<b>(94,7)</b>	<b>(7,6)</b>
<b>Liquidação de juros sobre arrendamentos</b>	<b>(5,6)</b>	<b>(5,5)</b>	<b>(0,1)</b>
<b>Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos</b>	<b>(2,8)</b>	<b>(3,0)</b>	<b>0,2</b>
<b>Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais</b>	<b>(282,6)</b>	<b>(465,7)</b>	<b>183,1</b>
<b>Atividades de Investimento</b>			
Títulos e valores mobiliários	212,8	(264,2)	477,0
Imobilizado	(6,3)	(2,7)	(3,6)
Intangível	(130,4)	(107,8)	(22,6)
Aumento de capital em coligadas	-	-	-
Valor pago pelas aquisições de controladas	(1,9)	(0,3)	(1,6)
<b>Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento</b>	<b>74,2</b>	<b>(375,0)</b>	<b>449,2</b>
<b>Atividades de Financiamento</b>			
Captações	412,2	1.720,0	(1.307,8)
Pagamentos	(35,4)	(239,4)	204,0
Pagamentos de passivo de arrendamento	(21,9)	(15,8)	(6,1)
Aumento de capital em dinheiro	-	-	-
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>	<b>354,9</b>	<b>1.464,8</b>	<b>(1.109,9)</b>
Acréscimo (redução) líquido em disponibilidades	146,5	624,2	(477,7)
<b>Caixa e Bancos no início do período</b>	<b>3.535,8</b>	<b>3.119,9</b>	<b>415,9</b>
<b>Caixa e Bancos no final do período</b>	<b>3.682,3</b>	<b>3.744,1</b>	<b>(61,8)</b>
<b>Atividades de investimento e financiamento não envolvendo caixa</b>			
Integralização de capital em investida	-	-	-
Adoção inicial IFRS 16	-	-	-

## 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 1T20, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 127,6 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais e o resultado da equivalência patrimonial. O EBITDA, conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 101,8 milhões no 1T20 (6,0% da RL) vs R\$ 71,5 MM no 1T19 (5,6% da RL).

Conciliação do EBITDA Consolidado- R\$ MM	1T20	1T19	Δ %
<b>(=) EBITDA Ajustado</b>	<b>127,6</b>	<b>83,2</b>	<b>53,4%</b>
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(14,8)	(11,7)	26,5%
(+) Equivalência Patrimonial	(11,0)	-	-
<b>(=) EBITDA (CVM 527/12)</b>	<b>101,8</b>	<b>71,5</b>	<b>42,4%</b>



**ANEXO IV: ENDIVIDAMENTO**

	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	31/03/2020	31/03/2019	31/03/2020	31/03/2019
<b>Endividamento Consolidado - R\$ MM</b>				
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	1.192,2	767,7	832,1	662,6
Debêntures de Curto Prazo	2,8	4,0	2,8	4,0
<b>Endividamento de Curto Prazo</b>	<b>1.195,0</b>	<b>771,7</b>	<b>834,9</b>	<b>666,6</b>
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	5.393,8	7.416,2	5.393,8	7.416,2
Debêntures de Longo Prazo	200,0	200,0	200,0	200,0
<b>Endividamento de Longo Prazo</b>	<b>5.593,8</b>	<b>7.616,2</b>	<b>5.593,8</b>	<b>7.616,2</b>
<b>Endividamento Bruto (1)</b>	<b>6.788,8</b>	<b>8.387,9</b>	<b>6.428,7</b>	<b>8.282,8</b>
Disponibilidades	6.641,8	5.935,7	6.641,8	5.935,7
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	486,0	361,8	125,9	256,7
<b>Disponibilidades Totais (2)</b>	<b>7.127,8</b>	<b>6.297,5</b>	<b>6.767,7</b>	<b>6.192,4</b>
<b>Caixa (Dívida) Líquida (2) - (1)</b>	<b>339,0</b>	<b>(2.090,4)</b>	<b>339,0</b>	<b>(2.090,4)</b>
<b>Geração (Consumo) de Caixa*</b>	<b>(645,7)</b>	<b>(385,2)</b>	<b>(645,7)</b>	<b>(385,2)</b>
<b>Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)</b>	<b>1.106</b>	<b>1.086</b>	<b>1.151</b>	<b>1.077</b>

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	
	31/03/2020	31/03/2019	31/03/2020	31/03/2019
<b>Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM</b>				
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	4.874,6	4.409,1	4.874,6	4.409,1
Desconto de Recebíveis	(4.388,6)	(4.047,3)	(4.748,7)	(4.152,4)
<b>Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação</b>	<b>486,0</b>	<b>361,8</b>	<b>125,8</b>	<b>256,7</b>
Ajuste a Valor Presente	(6,2)	(6,7)	(6,2)	(6,7)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(50,3)	(47,5)	(50,3)	(47,5)
Outras Contas a Receber	89,3	115,8	89,3	115,8
<b>Contas a Receber Líquido Consolidado</b>	<b>518,8</b>	<b>423,4</b>	<b>158,6</b>	<b>318,3</b>

## 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

Eventos 1T20	1Q20 Events
<p><b>Divulgação de Resultados</b> 7 de maio de 2020 (quinta-feira) após fechamento da Bolsa</p> <p><b>Teleconferência com Webcast</b> (em português - tradução simultânea para inglês)</p> <p>8 de maio de 2020 (sexta-feira) 12:00h (Horário de Brasília) <b>Acesso:</b> +55 (11) 3181-8565 ou +55 (11) 4210-1803 <b>Código:</b> B2W</p> <p><b>Link para Webcast:</b></p> <div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <a href="https://ri.b2wdigital/webcast1T20" style="color: white; text-decoration: none;">ri.b2wdigital/ webcast1T20</a> </div> <p><b>Replay:</b> Até 15 de maio de 2020 <b>Acesso:</b> +55 (11) 3193-1012 <b>Código:</b> 8823339#</p> <p><b>Palestrante:</b> Raoni Lapagesse Diretor de RI</p> <p><b>Equipe de Relações com Investidores</b> ri@b2wdigital.com +55 (21) 2206-6000</p>	<p><b>Earnings Release</b> May 7th, 2020 (Thursday) after B3 trading hours</p> <p><b>Conference Call and Webcast</b> (in Portuguese - simultaneous translation into English)</p> <p>May 8th, 2020 (Friday) 11:00 a.m. (Eastern Time) <b>Connection:</b> +1 412 717-9627</p> <p><b>Code:</b> B2W</p> <p><b>Link to Webcast:</b></p> <div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <a href="https://ri.b2wdigital/webcast1Q20" style="color: white; text-decoration: none;">ri.b2wdigital/ webcast1Q20</a> </div> <p><b>Replay:</b> Until May 15th, 2020 <b>Access:</b> +55 (11) 3193-1012 <b>Code:</b> 0764991#</p> <p><b>Speaker:</b> Raoni Lapagesse IR Director</p> <p><b>Investor Relations Team</b> ri@b2wdigital.com +55 (21) 2206-6000</p>
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="text-align: center;"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="text-align: center;"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="text-align: center;"> </div> </div>	