

B2W - COMPANHIA DIGITAL

COMPANHIA ABERTA
CNPJ/MF nº 00.776.574/0006-00
NIRE 33.3.0029074-5

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2019

A B2W – Companhia Digital, a maior e mais querida companhia digital da América Latina, no cumprimento das disposições legais e de acordo com a legislação societária brasileira vigente, apresenta, a seguir, o Relatório da Administração com os resultados financeiros e operacionais do exercício findo em 31 de Dezembro de 2019. **1. PERFIL ORGANIZACIONAL:** A B2W é uma Companhia Digital, líder na América Latina, cuja história se confunde com a própria história do e-commerce no Brasil. A companhia atua nas seguintes frentes: e-commerce (1P) e Marketplace (3P) por meio das marcas Americanas.com, Submarino, Shoptime; serviços de crédito ao consumidor, por meio da Submarino Finance e da Digital Finance; pagamentos, crédito e serviços financeiros através da Ame; plataforma de tecnologia; e soluções de logística, distribuição e atendimento ao cliente. Com o propósito de **CONECTAR PESSOAS, NEGÓCIOS, PRODUTOS E SERVIÇOS** em uma mesma plataforma digital, a B2W investe constantemente para estar cada vez mais próxima dos clientes, oferecendo a melhor experiência de compra, atraindo os melhores talentos e criando barreiras aos novos entrantes. A Americanas é a acionista controladora da B2W DIGITAL, com participação de 61,42%. A Companhia está sediada no Rio de Janeiro e suas ações são negociadas por meio do código BTOW3 na B3, no segmento Novo Mercado, que possui o mais alto índice de Governança Corporativa do Brasil. **VISÃO:** Estar mais próximo dos nossos clientes, nos tornando a maior e mais querida Companhia digital da América Latina. **VALORES:** • Ter as melhores pessoas; • Ser um bom "Dono do Negócio"; • Buscar a excelência na operação; • Ter foco no cliente; • Delta – Fazer mais e melhor a cada dia; • Ser obcecado por resultados; • Respirar inovação o tempo todo. **1.1. AS MAIORES E MAIS QUERIDAS MARCAS DA INTERNET:** A B2W Digital possui o mais completo portfólio de marcas do e-commerce, que apresentam perfis de clientes complementares, com baixa sobreposição (86% de nossos clientes compram em apenas uma marca). A operação multimarca da B2W Digital é uma vantagem competitiva que permite: i) atrair mais clientes, ii) otimizar o tráfego direto e SEO, iii) aumentar a relevância e presença das marcas, e iv) aumentar o sortimento disponível através da conexão de diferentes marcas e Sellers. **Americanas.com: A maior loja. Os menores preços.** A Americanas.com é a maior loja online brasileira com milhões de produtos disponíveis em mais de 40 categorias. Eleita pelos clientes como a nº 1 em atendimento e loja mais querida da internet, a Americanas.com oferece a melhor experiência de compra e diversas opções de entrega aos clientes. A marca é democrática, inclusiva e presente no dia a dia dos brasileiros. Os clientes podem comprar pelo site, app ou em quiosques instalados nas lojas e receber seus produtos em casa ou nas mais de 1.700 Americanas, espalhadas por todo o país. **Submarino: Os produtos que você curte e o melhor serviço da internet.** O Submarino é uma marca digital, referência em livros, games, tecnologia e entretenimento. O objetivo da marca é levar a melhor experiência aos clientes, através dos principais assuntos que rolam na internet e os maiores lançamentos a todo momento, sempre com um conteúdo de qualidade e curadorias feitas por quem entende do assunto! Além disso, nosso site e app contam com uma navegação ágil para potencializar nossa experiência de compra e a busca por novos produtos. **Shoptime: Produtos exclusivos e demonstração ao vivo.** O Shoptime é o maior canal de home shopping da América Latina. Especializado na demonstração de produtos ao vivo, está no ar 24 horas todos os dias, levando aos clientes conteúdo e entretenimento. O Shoptime oferece itens exclusivos e soluções práticas para o dia a dia com suas marcas próprias Casa & Conforto (cama, mesa e banho), Fun Kitchen (eletroportáteis), La Cuisine (utilidades domésticas) e Life Zone (esporte e lazer). **Sou Barato: O outlet da Americanas.com.** O Sou Barato, *outlet* da Americanas.com, oferece produtos reembalados (que foram devolvidos por outro cliente e/ou tiveram a embalagem original danificada durante o processo de distribuição), produtos usados (que são testados, reconfigurados e higienizados para que estejam em perfeito funcionamento) e novos. Todos os produtos vendidos possuem garantia. São mais de 22 mil produtos, divididos entre 20 departamentos, com descontos que chegam a 60%. **12. MARKETPLACE (3P):** O B2W Marketplace oferece a melhor proposta de valor para os Sellers, que podem acessar as marcas com a melhor reputação da internet e um tráfego altamente qualificado para alavancar suas vendas. Para entregar a melhor experiência de compra ao cliente, os Sellers contam também com o suporte de um time comercial extremamente experiente e qualificado, além de toda a plataforma da B2W Digital. Com apenas cinco anos, o Marketplace já atingiu R\$ 11,6 bilhões de GMV em 2019, um crescimento de 49,7% em relação ao ano anterior, representando 64,2% do GMV total. Ao longo do último ano, foram conectados 24,9 mil novos sellers, aumentando a base para 46,8 mil Sellers. Parte relevante da estratégia da Companhia, o Marketplace contribuirá fortemente para o seu crescimento e rentabilidade. **1.2.1 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 de cross border segue em rápida expansão e já conta com mais de 13,4 milhões de itens, 33x maior que os 410 mil itens iniciais. A operação foi responsável pelo item mais vendido na Black Friday, além do item que trouxe mais clientes novos para a B2W no 4T19. **1.3. 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. **1.3.1 AME:** Fintech e plataforma mobile de negócios, uma das primeiras iniciativas da IF, segue acelerando e apresentando indicadores impressionantes. • O app da Ame já conta com mais de 6,5 milhões de downloads em um pouco mais de 18 meses de operação. • A Ame vem ganhando forte tração na Americanas e na B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes, gerando maior recorrência de compra e aumentando o spending. • Americanas segue desenvolvendo funcionalidades exclusivas para o mundo físico. Dessa forma, em apenas 1 ano, a Ame já está em todas as 1.700 lojas em todo o Brasil (vs 1.337 no 3T19). • Em 18 de setembro de 2019, foi firmado acordo com a Linux, permitindo que cerca de 65 mil estabelecimentos que utilizam o sistema Linux Pay passem a aceitar Ame. • Em 23 de setembro de 2019, foi anunciada a parceria com a Mastercard para oferta do cartão pré-pago da Ame, com o conceito digital first, funcionando como espelho da conta Ame dos clientes e também disponível como cartão físico, caso desejado. A parceria torna possível que os clientes paguem com Ame em todos 78 milhões de estabelecimentos credenciados da Mastercard. • Em 09 de outubro de 2019, foi anunciada a parceria com a VTEX, possibilitando a conexão da Ame com os mais de 2.500 sites de e-commerce que utilizam os sistemas da VTEX. • Em 06 de dezembro de 2019, foi anunciada a parceria com o Banco do Brasil para oferta de cartões de crédito por meio da Ame. • Em 06 de dezembro de 2019, foi anunciada também a parceria com a adquirente Stone para integração das plataformas de pagamento para viabilizar pagamentos via QR code nas maquininhas da Stone. Em 12 de dezembro de 2019, foi anunciada parceria similar com a Cielo. • Ame também segue expandindo sua rede de aceitação de forma orgânica, por meio da plataforma Ame Plus (perfil de vendedor). • Ao longo dos últimos meses, diversas funcionalidades foram lançadas: • Cash in com cartão de crédito; • Receber e transferir recursos para outras contas Ame; • Pagar merchants off us (Ame Plus: outros lojistas do mundo físico); • Cash out conta-corrente (transferência para conta bancária, exclusivo Ame Plus); • Geomarketing (localização dos lojistas com filtro por tipo de estabelecimento); • Pagar contos (Boleto); • 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; • Delivery de Cerveja (em versão beta); • 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 800 entregadores cadastrados e já atende 300 lojas físicas no Rio de Janeiro e em São Paulo. ■ 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. **1.4. O2O: ONLINE TO OFFLINE:** Utilizando o conceito de "Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar", as iniciativas O2O da Americanas e B2W vêm aprimorando a experiência de compra dos clientes e crescendo em ritmo acelerado (+160% vs 4T18). Nos últimos doze meses, as iniciativas e modalidades O2O, combinadas, ultrapassaram a marca de R\$ 2 bilhões em GMV (+153% vs 2018). **LASA Seller:** Em 2019, o sortimento disponível expandiu em 3x e a venda cresceu 2,5x em relação ao ano anterior. Durante a Red Friday a Americanas foi o maior Seller do B2W Marketplace em número de itens vendidos, registrando uma venda nos dias de evento maior do que todo o ano de 2018. **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 mês de dezembro a marca de mais de 100 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. Disponível em 110 cidades e 13 estados, totalizando 300 lojas implantadas. **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, com mais de 8.000 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 4T19, a operação apresentou um ticket médio aproximadamente 15x maior que o das lojas físicas e crescimento de 57% em relação ao 4T18. **O2O para Sellers do B2W Marketplace:** Transforma as lojas físicas dos Sellers em flexível fulfillment centers. Desta forma, as iniciativas Pegue na Loja, Pegue na Loja Hoje (1 hora) e Ship From Store (2 horas) poderão ser expandidas para as mais de 15.000 lojas físicas dos Sellers do B2W Marketplace. **1.5. 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:** Em 2019, 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. No 4T19, mesmo com o grande volume de vendas na Black Friday, 61,3% das entregas para os estados do Rio de Janeiro e São Paulo foram realizadas em até 2 dias (1P e 3P). **Novos CDs:** LET'S anunciou a abertura de 3 novos Centros de Distribuição ao final do 4T19, nos estados do Pará, Minas Gerais e Rio Grande do Sul com o objetivo de reduzir a distância até o consumidor final, aumentando o número de cidades elegíveis para entregas em até 24 horas. 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 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 Americanas + delivery). O B2W Entrega atingiu mais de 44,6 mil Sellers ao final do 4T19, representando 95,3% da base total de Sellers e participando em mais de 75% dos pedidos realizados no Marketplace. **B2W Fulfillment:** Atingiu o total de 511 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. **1.6. BIT SERVICES: PLATAFORMA DE TECNOLOGIA E SERVIÇOS DIGITAIS:** A BIT Services, resultado da aquisição de dez empresas de tecnologia "best in class", oferece soluções completas em diferentes verticais de tecnologia para suportar as operações de e-commerce da B2W (1P) e dos Sellers do Marketplace (3P). **1.7. DIGITAL LABS: B2W INOVAÇÃO E TECNOLOGIA (BIT):** O BIT – B2W Inovação e Tecnologia foi desenvolvido com o objetivo de criar um ambiente inspirador e colaborativo focado no desenvolvimento de novas tecnologias e soluções inovadoras. Em 2013, foi inaugurado o BIT RJ, formado pelas áreas de tecnologia e serviços digitais da B2W Digital. Neste local estão os responsáveis pelo desenvolvimento dos nossos sites, da plataforma *Mobile* e de *Data Analytics*. O escritório tem conceito *open space*, área para reuniões informais e uma arena para eventos diversos. O nosso escritório de São Paulo (BIT SP) foi inaugurado em 2014, para acomodar os times responsáveis pela plataforma do Marketplace e de um portfólio que compreende soluções como BSeller, SkyHub, entre outras. Em 2015, foi inaugurado o BIT Recife, que está localizado no Porto Digital, uma das referências em tecnologia e inovação do Brasil. No mesmo ano, abrimos o BIT Boston (US), estrategicamente posicionado entre o MIT e Harvard, universidades mundialmente conhecidas pela excelência em pesquisa, inovação, tecnologia e negócios. Nossos BITs foram inspirados nos maiores e melhores centros mundiais de inovação e empreendedorismo e atualmente contam com mais de 1.500 engenheiros. Somos pioneiros no uso de Microservices, Cloud Computing, Kotlin, Clojure, Datomic, Go e React Native. Considerando a escala da B2W, quando não encontramos as ferramentas adequadas no mercado, desenvolvemos e disponibilizamos ferramentas in-house, como o Asgard, RestQL e Apache Marvin, nossos projetos Open Source. Nos últimos anos, o BIT se tornou referência em iniciativas disruptivas, desenvolvendo projetos inovadores com as Universidades de Harvard e MIT, que resultaram em artigos publicados junto à comunidade científica. As frentes desenvolvidas foram: Otimização de Marketing (em parceria com o Laboratório de Inteligência Artificial da Universidade de Stanford, do professor Andrew Ng, fundador do Google Brains e cofundador do Coursera), Last Mile (com o professor Matthias Winkenbach, diretor do MIT Megacity Logistics Lab) e Inteligência Artificial (criação do Marvin, plataforma open source de inteligência artificial atualmente incubada pela Apache Foundation). Para atender as demandas específicas do negócio da B2W, nossos engenheiros desenvolveram projetos nas áreas de Machine Learning, Arquitetura Escalável de Software e Processamento de Linguagem Natural em parceria com a Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR). **2. MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO:** Desde a sua criação (2006), a B2W Digital segue investindo nos pilares fundamentais do seu negócio. De 2007 até 2019, tivemos três importantes ciclos, que totalizaram R\$ 5,4 bilhões em investimentos (CAPEX) na Plataforma Digital e no desenvolvimento do e-commerce no Brasil, que ainda possui baixa penetração no varejo total, o que entendemos ser uma extraordinária oportunidade. Os investimentos se concentraram em três grandes pilares: tecnologia, logística e gente. Construímos ao longo dos anos ativos únicos para operar e-commerce/marketplace no Brasil e também um time digital de primeira linha, com DNA de tecnologia e que respira inovação. Nosso time é a melhor combinação de gente jovem com experiência. As treze aquisições de empresas, de tecnologia e logística, que realizamos entre 2013 e 2015, foram responsáveis também pela chegada de muitos talentos. Nos orgulhamos das integrações bem sucedidas e do alto índice de retenção dessas pessoas brilhantes. Atualmente, temos mais de 1.500 desenvolvedores construindo a B2W do futuro. Nosso DNA de tecnologia permitiu que a Plataforma Digital fosse desenvolvida baseada em cloud e microsistemas, viabilizando que o time esteja organizado em mais de 90 Squads e acelerando o GMV Total e o lançamento de novas frentes de crescimento, sendo o Marketplace um excelente exemplo de negócio criado rapidamente a partir dessa arquitetura tecnológica. O plano estratégico (2017-2019) teve como objetivos acelerar o crescimento do Marketplace (3P) e gerar caixa. O Marketplace saiu de um GMV de R\$ 2 bilhões em 2016 (18% do GMV Total) para R\$ 12 bilhões em 2019 (62% do GMV Total). Com a transformação do nosso modelo de negócios, a Companhia também atingiu uma expressiva evolução no fluxo de caixa, saindo de um consumo de R\$ 1,6 bilhão em 2016 para uma geração de caixa positiva de R\$ 190 milhões em 2019. Nos últimos três anos, conectamos 42,1 mil Sellers (saindo de 4,7 mil em dez/16 para 46,8 mil em dez/19), o que permitiu um crescimento exponencial no sortimento ofertado ao cliente, que totalizou 29,5 milhões de itens ao final de 2019 (+26,8 MM vs os 2,7 MM de dez/16). Nesse período, lançamos também o B2W Entrega, plataforma que opera e controla as entregas do Marketplace, reduzindo os prazos de entrega e o custo de frete em 50% (na média), totalizando uma adesão de 95% dos Sellers ao final de 2019. Da mesma forma, desenvolvemos diversos produtos e serviços financeiros para que os Sellers possam seguir investindo em suas operações, como o desconto de recebíveis (solução nativa do B2W Marketplace) e o Crédito Seller, onde oferecemos empréstimos de maneira rápida, segura, simples e 100% online. Com o rápido crescimento no número de Sellers e do sortimento, nossa plataforma se transformou para oferecer soluções cada vez mais completas e escaláveis, com o objetivo de dar suporte aos Sellers de acordo com suas diferentes necessidades. Atualmente, essas soluções se traduzem em mais de 230 milhões de requests por dia em nossas APIs, simplificando a operação dos Sellers nas principais variáveis do negócio (produto, pricing, SAC, estoque, troca, reembolso, frete, entre outras). Entendamos que o nosso modelo híbrido de Plataforma Digital (1P, 3P e Soluções Digitais) tem uma proposta de valor superior para todos. Queremos continuar sendo a melhor opção para Fornecedores e Sellers, entregando tráfego robusto e qualificado e as melhores soluções para que continuem crescendo seus negócios conosco. Para o Cliente, queremos entregar a melhor experiência, por meio de um amplo sortimento e o melhor nível de serviço, com o máximo da conveniência. Garantir o melhor nível de serviço da internet brasileira é prioridade e seguiremos oferecendo soluções completas para os Sellers, estimulando o empreendedorismo e possibilitando, também, o surgimento de novas empresas e negócios formais no Brasil. O ano de 2019 significou o encerramento de um ciclo muito importante e, em 2020, temos o início de um novo ciclo. No novo plano estratégico de 3 anos (2020-2022), temos o objetivo de seguir acelerando o crescimento (GMV Total) e continuar gerando caixa. Estamos ainda mais 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 atrairmos novos Clientes. 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 "Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar" se traduz em aumentar continuamente a oferta de produtos e serviços, melhorando e ampliando a nossa disponibilidade e entregando onde o cliente desejar. Nesse sentido, temos o objetivo de alcançar a marca de mais de 100 MM de itens, com mais de 150 Mil Sellers conectados, até o final de 2022. A LET'S, plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição da Americanas e B2W, será responsável por encurtar a distância até o Cliente, reduzindo o prazo de entrega para minutos, por meio da ampliação da malha logística para um total de 22 CDs até o final de 2022 (vs 18 CDs em dez-19) e da aceleração das iniciativas de O2O (Online to Offline). A Ame, Fintech e Plataforma Mobile de Negócios de Americanas e B2W, que simplifica a vida das pessoas e empresas, seguirá fidelizando e engajando os Clientes, expandindo sua rede de aceitação de forma orgânica e por meio de parcerias estratégicas (como fizemos com Linx, Vtex, Cielo, Stone, Mastercard, Banco do Brasil, entre outras). A Ame possui um roadmap de novas funcionalidades para a aumentar radicalmente a frequência de uso, se tornando um one-stop-app, essencial no dia a dia dos Clientes. A Ame Flash, que conecta entregadores independentes, vai acelerar também as iniciativas O2O, principalmente por meio da modalidade de entrega "ship from store". A aquisição das startups Pedala e Courri, especializadas em entregas rápidas e sustentáveis (em centros urbanos), com bicicletas e patinetes, foi um movimento estratégico para avançarmos nesse mercado. Identificamos também grandes oportunidades de crescimento em categorias ainda com baixa penetração no mundo online. A aquisição do Supermercado Nos nos

permite entrar com velocidade, escala e expertise nesse tipo de categoria. A categoria de Supermercado, de alta frequência de compras, ampliará ainda mais o nosso sortimento e a conveniência para o Cliente. Seguiremos avançando na nossa estratégia de sustentabilidade, reforçando nosso compromisso com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). Somos signatários dos pactos voluntários de Empoderamento Feminino da ONU (WEP's), da Coalizão pela Equidade Racial e de Gênero e da Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e Trabalho Decente. Sabemos que ainda existem muitas oportunidades a serem desenvolvidas e estamos empenhados em fazer mais e melhor a cada dia. Aproveitamos a oportunidade para agradecer ao nosso time pelo entusiasmo e dedicação. Fomos certificados pelo Great Place to Work (GPTW), um importante reconhecimento do esforço para seguir evoluindo e engajando o time para atingir metas cada vez mais desafiadoras, sempre com foco no 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. **Marcio Cruz - CEO, B2W Digital. 3. ESTRATÉGIA E INVESTIMENTO: 3.1. CENÁRIO ECONÔMICO:** O ano de 2019 foi marcado por uma gradual melhora do ambiente econômico, com a recuperação do PIB, controle da inflação e redução da taxa básica de juros (Selic), que atingiu a mínima histórica de 4,5% a.a. em dezembro. Além disso, a inflação medida pelo IPCA encerrou o ano em 4,31%, 0,56 p.p. acima do registrado em 2018, mas permanecendo dentro da meta. O comércio eletrônico, segundo dados do e-Bit/Nielsen, apresentou um crescimento de 16,3% em relação a 2018. O crescimento do mercado é impulsionado pela constante expansão da base de usuários de internet e pelo crescimento do número de e-consumidores. A B2W Digital reitera sua confiança e suas perspectivas positivas para o futuro, tanto em relação ao desenvolvimento do país como nas oportunidades de crescimento da internet, aumentando a penetração do e-commerce sobre o varejo total e de outras oportunidades de negócios. Fontes: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Banco Central do Brasil e e-Bit/Nielsen. **3.2 ESTRATÉGIA:** A peça central da estratégia da Companhia é o cliente, e garantir uma experiência de compra online de excelência é o foco dos nossos esforços. Para garantirmos uma experiência superior, em meio a um ambiente com desafios estruturais e logísticos, foi necessário investir fortemente na criação de uma plataforma única, que permite atender e superar as expectativas dos nossos clientes. Ao longo dos últimos anos, a Companhia investiu em tecnologia, logística, distribuição, pagamentos e atendimento, criando a melhor experiência de compra. Com os principais investimentos estruturais realizados, a B2W segue investindo em sua Plataforma Digital, com o propósito maior de conectar pessoas, negócios, produtos e serviços. Para garantir o sucesso na execução dessa estratégia, a Companhia conta com sua cultura inovadora e o melhor time digital da América Latina, incluindo mais de mil engenheiros de internet/tecnologia. **3.3 INVESTIMENTOS:** Como parte de sua estratégia, a Companhia B2W segue investindo na plataforma digital construída, com o objetivo de viabilizar o crescimento e a melhoria de suas operações. Em 2019, foram investidos R\$ 510,1 milhões, principalmente em tecnologia e inovação, com foco no desenvolvimento do Marketplace e das plataformas de venda por dispositivos móveis.

4. PANORAMA DO RESULTADO

PRINCIPAIS INDICADORES	4T19	4T18	Delta	2019	2018	Delta
GMV Total (R\$ MM) ¹	6.647	5.078	+30,9%	18.778	15.005	+25,1%
Marketplace (R\$ MM)	4.267	2.898	+47,2%	11.589	7.740	+49,7%
Marketplace (% GMV Total)	64,2%	57,1%	+7,1 p.p.	61,7%	51,6%	+10,1 p.p.
Sortimento (Itens/MM)	29,5	8,1	+21,4	29,5	8,1	+21,4
# Sellers (Novos/Mil)	8,1	3,1	+5,0	24,9	12,2	+12,7
# Sellers (Base/Mil)	46,8	21,9	+24,9	46,8	21,9	+24,9
B2W Entrega (#Sellers/Mil)	44,6	18,5	+26,1	44,6	18,5	+26,1
B2W Entrega (% base Sellers)	95,3%	84,5%	+10,8 p.p.	95,3%	84,5%	+10,8 p.p.
Mobile (% do Tráfego)	80,1%	70,2%	+9,9 p.p.	76,7%	67,8%	+8,9 p.p.

B2W Digital gerou R\$ 479,3 MM de caixa no 4T19, evolução de R\$ 264,6 MM em relação aos R\$ 214,7 MM registrados no 4T18. Em 2019, a geração de caixa totalizou R\$ 189,9 MM, uma evolução de R\$ 428,9 MM em relação ao consumo de R\$ 239,0 MM registrados em 2018. Dessa forma, a Companhia encerrou o ano com posição de caixa líquido de R\$ 984,7 MM. • **B2W Digital registrou venda recorde na Black Friday.** Os investimentos realizados na plataforma digital nos últimos anos refletiram, mais uma vez, na liderança de tráfego e de vendas durante o evento. Na Black Friday, fomos a maior plataforma de Marketplace do Brasil e os Sellers puderam escalar seus negócios, vendendo o equivalente a 53 dias. • **B2W Marketplace registrou um novo recorde, conectando mais de 8,1 mil novos Sellers no 4T19,** saindo de uma base de 38,7 mil Sellers em set/19 para mais de 46,8 mil Sellers em dez/19. Dessa forma, superamos o objetivo inicial de fechar o ano com 40 mil Sellers conectados. • **B2W Digital totalizou um sortimento de 29,5 milhões de itens ao final do 4T19,** crescimento de 264% vs o 4T18, impulsionado pelo Marketplace. Dessa forma, superamos o objetivo inicial de fechar o ano com 20 MM de itens. • **Americanas Mundo expandiu o seu sortimento para mais de 13,4 milhões de itens no 4T19.** Lançada em mar/19, a operação que possibilita que os clientes comprem produtos de todos os lugares do mundo foi responsável pelo item mais vendido na Black Friday. • **O2O (Online to Offline) ultrapassou a marca de R\$ 2 bilhões em GMV em 2019 (+153% vs 2018).** Utilizando o conceito de "Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar", as iniciativas O2O da Americanas e B2W vêm aprimorando a experiência de compra dos clientes e crescendo em ritmo acelerado. Nos últimos doze meses, mais de 2,8 milhões de pessoas realizaram suas compras por meio dessas iniciativas. • **B2W Digital anunciou a aquisição do Supermercado Now,** plataforma inovadora de e-commerce com foco na categoria de Supermercado online. O modelo de negócios, de comprovado sucesso em outros países, possui grande oportunidade de crescimento no Brasil e permitirá à B2W expandir sua presença na categoria de Supermercado, abrindo uma nova frente de crescimento e oferecendo um sortimento ainda mais completo para os mais de 16 milhões de clientes ativos da Companhia. • **LET'S abriu 3 novos Centros de Distribuição (CDs) ao final do 4T19,** nos estados do Pará, Minas Gerais e Rio Grande do Sul com o objetivo de reduzir a distância até o consumidor final, aumentando o número de cidades elegíveis para entregas em até 24 horas. • **B2W Digital foi certificada com o selo "Great Place to Work 2020"** um importante reconhecimento do esforço para seguir evoluindo e engajando o time para atingir metas cada vez mais desafiadoras, sempre com foco no cliente. **4.2. RESULTADOS:** As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 4T19 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\$). 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 (4T19 vs 4T18 e 2019 vs 2018), está sendo apresentada a demonstração de resultados do trimestre findo em 31 de dezembro de 2018 (4T18) em valores comparáveis. A representação dos resultados trimestrais e ano de 2018 está disponível no site de RI da Companhia (ri.b2w.digital). Para manter a comparabilidade entre os períodos, o resultado apresentado do 4T19 e ano de 2019 foram ajustados de forma a desconsiderar os créditos fiscais procedentes de ação transitada em julgado no STF relativa à inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS, conforme Fato Relevante publicado em 20/12/2019. **GMV Total:** No 4T19, o GMV foi de R\$ 6.647,5 milhões, crescimento de 30,9% quando comparado aos R\$ 5.078,5 milhões registrados no 4T18. Em 2019, o GMV acumulado foi de R\$ 18.777,5 milhões, 25,1% superior aos R\$ 15.005,4 milhões em 2018. O Marketplace segue em rápido desenvolvimento, com crescimento de 47,2% (vs 4T18) e atingindo 64,2% de participação no GMV Total (vs 57,1% no 4T18). Em 2019, o Marketplace atingiu R\$ 11.589 de GMV (crescimento de 49,7%), representando 61,7% do GMV Total. **Receita Bruta:** No 4T19, a receita bruta totalizou R\$ 2.806,7 milhões, comparado com os R\$ 2.469,5 milhões registrados no 4T18. Já em 2019, a receita bruta acumulada foi de R\$ 8.357,4 milhões vs R\$ 8.044,3 milhões obtidos em 2018. **Receita Líquida:** No 4T19, a receita líquida totalizou R\$ 2.220,1 milhões, comparado com os R\$ 1.978,6 milhões registrados no 4T18. Em 2019, a receita líquida foi de R\$ 6.661,7 milhões vs R\$ 6.488,5 milhões em 2018. **Lucro Bruto Ajustado:** No 4T19, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 728,4 milhões, crescimento de 15,3% vs os R\$ 631,6 milhões registrados no 4T18. A margem bruta ajustada expandiu 0,9 p.p., passando de 31,9% no 4T18 para 32,8% no 4T19. Em 2019, o lucro bruto foi de R\$ 2.142,9 milhões, crescimento de 11,1% vs os R\$ 1.928,9 milhões de 2018, com uma expansão de margem de 2,5 p.p. (32,2% vs 29,7%). **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 4T19, as despesas ajustadas totalizaram R\$ - 474,1 milhões vs os R\$ - 422,4 milhões registrados no 4T18. O SG&A como percentual do GMV, apresentou uma redução de 1,2 ponto percentual, saindo de 8,3% no 4T18 para 7,1% no 4T19. Em 2019, as despesas totalizaram R\$ - 1.542,9 milhões vs R\$ - 1.411,9 milhões registrados em 2018. O percentual do SG&A em relação ao GMV, reduziu 1,2 ponto percentual, saindo de 9,4% em 2018 para 8,2% em 2019. **EBITDA Ajustado:** No 4T19, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 254,3 milhões, crescimento de 21,6% comparado com os R\$ 209,2 milhões registrados no 4T18. A margem EBITDA Ajustada saiu de 10,6% no 4T18 para 11,5% no 4T19, um aumento de 0,9 p.p. Em 2019, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 600,1 milhões, crescimento de 16,1% comparado com os R\$ 517,1 milhões registrados em 2018. A margem EBITDA Ajustada expandiu 1,0 p.p., saindo de 8,0% em 2018 para 9,0% em 2019. **Resultado Financeiro Líquido:** No 4T19, o resultado financeiro líquido foi de R\$ - 137,9 milhões (vs R\$ - 163,6 milhões no 4T18). O resultado financeiro saiu de R\$ - 587,5 milhões em 2018 para R\$ - 603,9 milhões em 2019. **Resultado Líquido:** No 4T19, o resultado líquido foi de R\$ - 22,3 milhões vs R\$ - 69,4 milhões no 4T18. Em 2019, o resultado líquido foi de R\$ - 391,6 milhões (vs R\$ - 405,1 milhões em 2018). **Gestão de Caixa: Geração de Caixa:** No 4T19, a geração de caixa foi de R\$ 479,3 MM, evolução de R\$ 264,3 MM vs a geração de caixa de R\$ 214,7 MM registrados no