



**Transcrição da Teleconferência  
LWSA  
Resultados do 1T24**

**Operador:**

Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à conferência de resultados do 1T24 da LWSA.

Estão presentes conosco os senhores Fernando Cirne, Diretor-Presidente, Rafael Chamas, Vice-presidente Financeiro e de Relação com Investidores e, para a sessão de Q&A, o *Sênior Management* da Companhia.

Este evento é transmitido pela internet, via *Zoom Webinar*, com tradução simultânea para o inglês, podendo ser acessado no endereço [www.ri.locaweb.com.br](http://www.ri.locaweb.com.br) e clicando no link que aparecerá no *pop-up*.

Os slides da apresentação estão disponíveis para download na Central de Resultados no site de RI, na aba “Informações Financeiras”.

As informações são apresentadas em reais e foram preparadas conforme as práticas contábeis adotadas no Brasil, baseadas nos pronunciamentos, orientações e interpretações emitidas pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis.

Antes de começar, gostaríamos de mencionar que as informações contidas neste documento relacionadas à perspectiva sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro do negócio.

Essas expectativas dependem substancialmente das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas a alterações sem aviso prévio.

Todas as variações aqui apresentadas são calculadas baseadas nos números em milhões de reais, exceto quando informado, assim como os arredondamentos.

O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis, tais como operacionais, financeiro orgânico e proforma, e projeções com base nas expectativas da administração da Companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes.

Para o Q&A, sessão de perguntas e respostas, orientamos que sejam enviadas via ícone do Q&A no botão inferior da sua tela, informando seu nome e sua companhia.

Por padrão da dinâmica, seus nomes serão anunciados para que façam sua pergunta ao vivo.



Nesse momento, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela.

Gostaria de passar a palavra ao senhor Fernando Cirne que iniciará a apresentação e, posteriormente, ao senhor Rafael Chamas. Por favor, Fernando, pode prosseguir.

**Fernando Cirne:**

Obrigado, Paulo. Sejam todos bem-vindos ao *call* de resultados do 1T24 da LWSA. Queria, primeiramente, agradecer a todos os colaboradores, clientes e todo mercado que nos apoia e ajuda na construção e crescimento da Companhia.

Antes de começar a apresentação, eu queria falar um pouquinho sobre o que está acontecendo na região de Porto Alegre e de todo o Rio Grande do Sul e prestar nossa solidariedade à população de toda a região.

Como todos sabem, nós temos uma boa concentração de empresas nessa região do país, o que torna ainda mais importante a nossa ajuda e atenção ao que está acontecendo.

Vale a pena tentarmos falar um pouquinho sobre o que temos feito, começando pela nossa atuação frente à população e aos nossos funcionários. Nós mapeamos todos os nossos colaboradores que foram impactados. Sabemos um a um quem foi impactado de forma forte, mais dramática, ou quem foi impactado de forma leve.

Sabemos caso a caso e estamos nos mobilizando para ajudar e essa mobilização inclui a Locaweb, obviamente, ajudando essas pessoas, como também estamos mobilizando os próprios colaboradores da Locaweb e para que se mobilizem para ajudar os seus pares do Rio Grande do Sul.

É um movimento que inclui a Companhia e seus colaboradores, ajudando os colaboradores e também a comunidade do Rio Grande. Está tendo bastante efeito.

O que podemos fazer, nós nos sentimos na obrigação de fazer. Somos muito gratos ao que Rio Grande fez para a Locaweb em termos de empresa.

A outra notícia é com relação às operações. Estamos conseguindo garantir que as operações continuem funcionando na sua plenitude, tanto quando falamos de desenvolvimento, como também de suporte aos nossos clientes.

Esse é o cenário. Mais uma vez, nossa solidariedade à população do Rio Grande do Sul e continuamos monitorando e fazendo o nosso máximo para ajudar a comunidade com os nossos recursos.

Avançando a apresentação, indo para o slide três, eu começo falando sobre as mensagens que nós queremos passar nessa apresentação para vocês. São três mensagens muito fortes.



Primeiro, com relação aos fundamentos operacionais da Companhia, que continuam muito sólidos. Depois, com relação às margens que apresentaram uma forte expansão e, por fim, falar um pouquinho sobre o crescimento da Companhia.

No slide quatro, vou falar um pouco sobre os quatro principais indicadores operacionais da Companhia que estão crescendo a duplo dígito. Isso é muito importante para nós.

O primeiro deles é o GMV do Ecossistema que cresceu quase 20% em relação ao mesmo período do ano passado, alcançando quase R\$ 16 bilhões no 1T24. É um bom crescimento.

A base de assinantes também continua crescendo e isso, como sempre falo, estamos plantando a semente para o futuro, porque não estamos crescendo só com aumento de ARPU e de *ticket*. Estamos crescendo, também, a base instalada.

E, por fim, o indicador muito importante para nós que é a receita de assinatura de plataforma que cresceu quase 22% nesse período do ano.

No slide cinco, nós temos o GMV de Loja Própria que está crescendo 17,8% no mesmo período do ano passado. E, por fim, a operação de pagamento que o TPV também cresceu 17,3%.

Ou seja, os indicadores operacionais da Companhia continuam muito sólidos e isso é muito importante para a operação, mostrando que estamos acompanhando e até crescendo muito mais que o *commerce* brasileiro.

Avançando para o slide seis, falamos com relação à parte de expansão de margem da Companhia. Sobre o EBITDA, nosso EBITDA cresceu, em relação ao mesmo período do ano passado, 20,7%, indo de R\$ 50,5 milhões para R\$ 61 milhões, uma expansão de 2,3 p.p., indo de 16,8% para 19%.

Isso conversa muito com o que aconteceu no 4T23. Nós tivemos uma grande expansão de margem. Essa expansão também aconteceu nesse primeiro trimestre.

Eu vou falar um pouquinho sobre a maturidade disso, mas é o segundo trimestre consecutivo que apresentamos uma margem forte que é crescente em relação ao mesmo período do ano passado.

Um dado muito importante é com relação ao lucro líquido, do qual saímos de R\$ 6,5 milhões para R\$ 24,5 milhões, crescendo a 5,5 p.p.

Voltando ao 4T23, eu falei na apresentação que o compromisso em métricas que estamos dando para a Companhia era ter o lucro líquido crescendo mais que o EBITDA, e o EBITDA crescendo mais que a receita.



Nós estamos fazendo isso, pode ver que o nosso lucro líquido cresceu quase quatro vezes e cresceu mais que o nosso EBITDA.

É uma empresa ainda muito focada em expansão de margem e rentabilidade. Nós temos conseguido fazer isso.

O que não quer dizer que, em nossa próxima etapa da Companhia, não vamos focar em crescimento também, mas temos metas e instalamos um DNA de expansão de margem que está dando certo.

Avançando para o slide sete, nós falaremos um pouco de margem. De onde vem essa expansão de margem? Principalmente alavancagem operacional, seguido de uma captura de sinergia.

Temos feito um trabalho muito forte de simplificação organizacional, de *merging* de marcas e operações, entre outros.

Tem muito espaço para que isso ocorra daqui para frente, tanto que trouxemos o novo executivo, o Otávio, que está trabalhando muito nesse processo de estrutura, de reestruturação, de estratégia e assim por diante.

Importante falar da perenidade disso. Vocês podem ver que mesmo que o 4T23 foi muito forte de margem, mas mesmo no 1T24, mesmo que seja um trimestre com uma sazonalidade, em termos de receita, mais baixo, não tem Black Friday, não tem Natal, a nossa margem proporcionalmente foi mantida.

Nós estamos falando do quarto trimestre com 20% e esse primeiro trimestre com 19%. Uma receita proporcionalmente bem menor que o quarto trimestre e estamos crescendo em 2,3 p.p. em relação ao 1T23.

Um ponto importante: esses ganhos de margem vêm acontecendo sem prejudicar o crescimento da Companhia. Tem espaço para crescer a margem? Digamos que sim. Já falei um pouquinho disso.

A alavancagem operacional continua sendo uma realidade. Muitas das nossas operações adquiridas continuam crescendo a duplo dígito alto. Isso é o maior indicador que mostra o que está acontecendo, o ganho de margem.

Tem operações passando por reestruturação, que é o caso da Squid, tem um slide só para o Squid mais à frente. E essa continuidade de simplificação organizacional vai continuar acontecendo por um bom tempo.

Acho que nós estamos muito confortáveis com a perenidade do ganho de margem e a possibilidade de continuarmos a ter ganhos daqui para frente.



No slide oito, sobre crescimento. É muito importante, para termos uma análise correta da Companhia, fazermos essa quebra de crescimento, que seria olhar o consolidado, sempre comparando com o ano anterior no período, consolidado sem operação do Squid e o *commerce* sem Squid.

Eu vou explicar o que está acontecendo com o Squid, mas o *commerce* sem Squid cresce 16%. Nós sabemos que podemos crescer mais.

Essa é a nossa próxima etapa da Companhia: acelerar esse crescimento. Nós temos espaço para isso, queremos crescer mais. Vou falar um pouquinho sobre isso, mas é importante essa quebra para ter a correta avaliação da Companhia.

Avançando um pouco para o slide nove, quais são essas etapas da Companhia... Eu já falei um pouco disso no 4T23, mas é importante mostrar onde estamos.

Vou passar rapidamente. Nós tivemos o momento pré-IPO, no qual nós éramos uma empresa de BeOnline, de hospedagem e domínio.

Tivemos um momento pós-IPO. Fizemos diversas aquisições. Foram 16 aquisições no pós-IPO, muito rápidas. Conseguimos, com isso, ter uma importante participação no mercado de *commerce*. Crescemos rapidamente.

Eu diria que uma estratégia muito acertada de M&A e, na sequência, indo para a fase três, foi esse processo de ganho de margem, processo de integração dos M&As, recuperação de margem, como eu falei, e nos consolidamos como um importante ecossistema de PMEs no Brasil.

Estamos, no momento, em transição. Foi tudo muito rápido. Falamos de quase... em quatro anos, nós compramos muitas empresas e as integramos. Ganhamos muita receita com as aquisições.

Agora, estamos recuperando margem e, no momento, já plantamos as sementes para começar a crescer. Dois exemplos são o caso da *Wake* e outro de *financial service*. Os executivos e operações já estão no *go-to marketing*, e agora precisamos amadurecer essas operações ainda mais para conseguir ter o que chamamos de futuro.

Estamos na transição do ganho de margem. O ganho de margem vai continuar vindo no futuro, eu já falei antes, chamamos de aumento e rentabilidade, mas vamos começar a colher o que seria o maior crescimento orgânico que queremos e sabemos que precisa, e tem espaço, além de uma maior monetização dos investimentos já realizados no ecossistema.

Está muito claro para nós onde estamos. É muita mudança em pouco tempo, mas entendemos que tem espaço. Estamos trabalhando nisso e, certamente, isso vai acabar vindo, dado que estamos investindo bastante.



Acho que isso deixa muito claro o nosso desejo e como a Companhia vê as etapas da sua história.

Avançando para o Slide 10, falando um pouco da operação do Squid... Por que resolvemos abrir um pouco mais o Squid e até apartar os resultados do Squid no total? O Squid está passando por um momento importante e é uma operação importante para nós.

Acreditamos na Squid e ela tem ativos muito importantes para nós. Ela tem uma base de mais de 200.000 influenciadores. Lista de clientes *blue tip* bem interessantes, citando três nomes: Wella, PepsiCo e AliExpress.

São clientes muito interessantes em uma plataforma tecnológica de alta performance que atende... Eu falo tecnológica automatizada que atende pequenos, médios e grandes clientes. Então, tem ativos muito interessantes.

O que ainda não aconteceu com o Squid é a sinergia desse produto com os *sellers de commerce* da LWSA, que foi uma das teses quando fizemos a aquisição.

Ela não vem ocorrendo dentro do tempo inicialmente projetado. Ela vem acontecendo de forma muito mais lenta do que imaginávamos. Claro que isso afetou a curva de rentabilização da operação, que era a nossa tese da aquisição.

Estamos, desde o 4T23, realizando uma profunda reestruturação comercial, operacional e organizacional da Squid, atuando em frentes que incluem a rentabilização dos contatos comerciais, remuneração comercial, estrutura organizacional e revisão de estrutura de custos.

Óbvio que isso é uma entrada que causa alguns impactos. Por exemplo, aumento dos custos pontuais que aconteceram no 1T24, como rescisões de contratos, demissões e assim por diante.

Teve impacto, mas o que queremos é colocar e montar uma estrutura que opere com margens saudáveis em volumes menores de receita e que permitam um crescimento sustentável.

Em resumo, ainda que nos próximos meses esse processo de reestruturação apresente impacto financeiro negativo, isso, quando finalizado esse processo de reestruturação, vai deixar Squid com uma melhor rentabilidade e preparada para o crescimento saudável.

Esse é o fruto... é um momento de mudança na operação, mas é um momento necessário. Vamos continuar buscando a sinergia, vamos continuar investindo.

Como eu falei, investindo no... vai continuar apoiando a operação para que venha essa sinergia e que consigamos rentabilizar todos os ativos que a empresa possui.

Esse é o cenário. É importante a transparência da Companhia com o mercado. Com isso,

conseguimos clarear o que está acontecendo com essa operação. De novo, uma operação importante para nós, que acreditamos e fica claro o que está acontecendo.

Passo a palavra para o nosso CFO, Rafael Chamas. Muito obrigado.

## **Rafael Chamas:**

Obrigado, Fernando. Um bom dia a todos.

No slide 12, eu trago o panorama da receita do 1T24 consolidada e aberta por segmentos. O Fernando já deu um pouco da decomposição desse número. Trouxe também os impactos da Squid, que exploraremos um pouco mais a frente novamente, mas trago em números.

Fechamos o 1T24 consolidado com R\$ 320,6 milhões de receita. E o que é uma expansão de 6% ano contra ano. Olhando por segmento, o *commerce* cresce 9% e o BeOnline / SaaS, 1%.

O primeiro trimestre tem uma queda sazonal quanto ao quarto trimestre e dá para se ver que é no setor do *commerce*, obviamente, já que temos, nesse período, Black Friday e Natal.

O quarto trimestre tende a ser um período sazonalmente mais forte e, por isso, vemos essa queda dos R\$ 347 milhões para R\$ 320 milhões. Esses R\$ 27 milhões estão refletidos todos literalmente no setor de *commerce*, fechando o 1T24 com R\$ 217 milhões.

Movendo para o slide 13, mostramos que a margem bruta... O lucro bruto e margem bruta da Companhia, expansões correlatas ao que tivemos na receita, fechamos com R\$ 152,5 milhões com uma expansão de 7%.

Como se pode ver no gráfico à direita, é aquilo que eu tenho reforçado: os movimentos de M&A trouxeram oscilações e quedas nas nossas margens EBITDA, mas os *unit economics* não.

Então, a margem bruta tem se sustentado em patamares, mesmo com M&As constantes, e temos tido diluição dos demais custos e despesas operacionais de ordem prática da Companhia, o que tem trazido alavancagem operacional.

Assim, fechamos esse período com uma margem bruta de 47,6%, sendo 52,4% no *commerce* de 37,5% no BeOnline.

No slide 14, o EBITDA. O 1T24 fecha com R\$ 61 milhões de EBITDA, uma margem de 19%. É uma expansão relevante de 2,2 p.p. em relação ao 1T23, 21% de crescimento. É importante dizer também que vemos essa expansão nos dois segmentos: no *commerce* e no BeOnline.

BeOnline vai de R\$ 21,5 milhões para R\$ 27,3 milhões, é uma expansão de 29%, fechando com R\$ 28 milhões. Houve uma expansão relevante desde o começo do ano de 2023 no setor.

E o *commerce* também com R\$ 15,1 milhões. É uma expansão de 15% no período. E fechando essa janela de primeiro trimestre com R\$ 32,6 milhões de EBITDA para o *commerce*.

Passando para o slide 15, eu trouxe a fotografia do resultado consolidado dos segmentos no slide anterior. O Fernando trouxe os impactos da Squid no trimestre, já deu bastante contexto.

Sobre a operação, eu trago a leitura histórica da Companhia Ex Squid. Só mostrando o que seria a Companhia sem os impactos da Squid e o que se pode ver é que a Companhia tem um ótimo perfil de evolução de margem.

Em dois anos trazemos a Companhia de 14,3% para 22,5%. Dá para saber qual foi o impacto da Squid no trimestre. Nós tivemos, no 1T24, uma margem consolidada de 19%, excluindo a Companhia Squid, 22,5%. Então, dá para ver que temos na Squid um *commitment do management* de melhorar a rentabilidade.

Todo plano de ação que tem sido feito é para trazê-la para um patamar de crescimento mais sustentável, mas é importante mostrar que no *core* da Empresa, nas demais operações, temos conseguido crescer de forma muito sustentável.

Há uma expansão muito boa de receita e de rentabilidade, por consequência, nas demais operações da empresa.

No slide 16, eu trago o resultado do lucro. O Fernando já havia mostrado a expansão de R\$ 6,5 milhões no ano passado para R\$ 24,5 milhões agora.

Fechamos esse período com uma margem de 7,6% decorrente, obviamente, da melhor rentabilidade. Eu mostrei a expansão do EBITDA para R\$ 60 milhões nesse trimestre, mas há outras coisas que contribuem.

Nós temos, e eu vou explorar isso um pouquinho melhor, uma redução da relevância da despesa financeira com antecipação de recebíveis na Empresa.

Essa é uma despesa financeira que financia o capital de giro da operação de pagamentos.

Como já explicamos, no último trimestre, com a definição dos valores dos *earnouts* no 4T23, os impactos econômicos em resultado por remensurações tendem a cair. Isso também acontece.

É o que chamamos de AVP - Ajuste do Valor Presente - de *earnout*, e tivemos uma alíquota de imposto efetiva de 25,5% nesse trimestre, que é uma eficiência muito boa e mostra o que temos de alavancagem no lucro.

É importante dizer... Eu comentei no call do 4T23 sobre o ativo que a Companhia tem por conta do *goodwill* das aquisições que, em valor de caixa, é de aproximadamente R\$ 800 milhões, mas ainda não há efeito desse benefício fiscal, desse ativo fiscal.

Esse ativo vai ser aproveitado pela Companhia a partir do momento que tivermos feitas as incorporações das companhias adquiridas, o que acontece ao longo do segundo, começando ao longo do segundo semestre de 2024.

Então, a redução dessa alíquota efetiva tem a ver com eficiência fiscal da operação, em especial, a lei do bem.

No slide 17, eu comentei sobre despesa financeira, trazendo um pouco da evolução desde o 1T22 de componentes importantes para se entender a geração de caixa do Grupo.

Nas barras, eu tenho o EBITDA. Dá para ver o EBITDA expandindo bastante. Ao longo de dois anos, que é a perspectiva que temos olhado nos demais gráficos históricos, do 1T22, nós praticamente dobramos o EBITDA de R\$ 32,1 milhões no 1T22 para R\$ 61 milhões no 1T24, uma expansão de quase R\$ 30 milhões.

E outros dois componentes importantes quando pensamos na geração operacional de caixa, excluindo impostos, é o CAPEX e a despesa financeira.

O CAPEX, temos tido uma redução histórica da relevância do CAPEX, pensando contra a receita líquida. Essa Companhia já chegou a rodar com o CAPEX com quase 12% da receita e a temos trazido para patamares mais perto de 7,5%, em *steady state*.

É uma menor necessidade de investimento. Isso tem a ver com o crescimento focado no setor do *commerce*, que demanda muito menos investimento.

E outro ponto muito importante são as despesas financeiras. A métrica que trazemos é a despesa financeira em relação ao TPV, que, no fim das contas, é o indicador operacional que melhor traduz a necessidade de antecipação para financiamento de capital de giro.

Quando eu olho para o 3T20, chegou a bater quase 1%. Eu tenho comentado que um patamar estável para isso é ponto 1,7% e temos reduzido, fechamos esse trimestre com 1,6%.

São dois componentes relevantes que mostram o perfil de lucratividade da Companhia crescendo e, por consequência, a dinâmica de geração de caixa do Grupo.

Movendo para o slide 18, eu trago, por fim, a posição de caixa. Nós fechamos o período com R\$ 1.126 milhões. Lembrando que a Companhia não tem dívidas. O balanço da Empresa é bastante saudável. Tirando os passivos de arrendamento, R\$ 1.051 milhões, R\$ 1 bilhão de caixa líquido.

A posição dos *earnouts* de R\$ 762 milhões. O caixa líquido da Companhia é de R\$ 289 milhões. É a posição que fechamos o 1T24.

Passo, agora, para a sessão de Q&A. Muito obrigado.



**André Sales, UBS:**

Bom dia a todos. Cirne, Chamas, todo o time da LWSA. Obrigado pelo espaço para fazer perguntas. Tenho duas do meu lado.

Acho que a margem reportada da Empresa pareceu ter sido impactada por despesa de due-diligence e de reestruturação. Nós entendemos que boa parte disso deve ter vindo da Squid, mas vimos também um outro movimento de reestruturação na Companhia com a BAGY.

A minha pergunta é o quão difundido dentro das diversas operações da Empresa é esse projeto de reestruturação.

E o meu segundo ponto é também relacionado à margem, mas em uma outra ótica. Vocês demonstraram muito bem a tendência de recuperação consolidada, da margem consolidada, mas se pudermos falar um pouquinho da margem de *commerce*.

Além das operações da Squid quais outros pontos temos que monitorar para vermos essa margem de *commerce* expandindo também. Obrigado.

**Rafael Chamas:**

Tudo bem, André? Obrigado pelas perguntas. Para a sua primeira pergunta, é uma reestruturação obviamente.

Nós temos muito mais impactante no que comentamos da Squid. Há custos rescisórios e custos de *termination* de contrato. Sim, há uma dinâmica ali, mas, estruturalmente, só ali.

Você fala do BAGY, na verdade, o BAGY é o oposto também. O que colocamos no BAGY é que teve um crescimento de quase 100% no período.

Tivemos alavancagem de rentabilidade. Todo o ganho de sinergia dessa operação específica, e da vasta maioria das demais, é por sinergia operacional e não por reestruturação ou desligamentos.

Nós não crescemos de forma a reduzir pessoas e esmagar crescimento. A Companhia acredita muito em um crescimento sustentável que é baseado em sinergias operacionais. Onde podemos enxergar custos de reestruturação, custos rescisórios mais relevantes é no caso da Squid que está destacado.

Isso me leva para a segunda pergunta que é a dinâmica de margem nas demais operações de *commerce*.

Eu mostrei, em um dos meus slides, a expansão da margem consolidada do *commerce* sem a



Squid, mas o mesmo ocorre na operação do *commerce*.

Se olharmos o *commerce* isolado da Squid, há também um crescimento relevante, com expansão de margem. A margem desse setor, sem Squid, comparado, se expande quase 2p.p.

Continuamos vendo alavancagem operacional no segmento. Os 15% que vimos com a Squid hoje no *commerce*, isolados, vão a quase 20% se eu tirar a Squid desse patamar. Isso acaba fazendo com que tenhamos tido a expansão do setor.

Obviamente, ainda temos muito potencial para fazer mais capturas de sinergias, mas as sinergias não são por reestruturação e sim por ganhos de eficiência em uma Companhia que teve uma agenda estratégica muito relevante nos últimos dois anos de reagrupamento em grandes *business units*, mas que ainda há muito a se atacar de forma a construir melhor capacidade de captura de sinergia entre as próprias unidades em si.

Temos muitas a capturar, mas longe de ser reestruturação. É uma evolução natural de um *business* que está cada vez mais maduro e mais sólido como Grupo econômico.

**André Sales:**

Não, ficou claro, Chamas. Muito obrigado pelos detalhes. O ponto da BAGY era só a descontinuação do *app*, mas ficou claro que é um ponto isolado. A maior parte é na Squid mesmo. Obrigado.

**Marcelo Santos, JP Morgan:**

Bom dia, Cirne, Chamas. Obrigado pela apresentação e pela oportunidade de fazer perguntas. Eu também tenho duas.

Na questão das margens, eu queria focar um pouco BeOnline e SaaS. Teve uma margem muito forte, foi 27% a margem EBITDA ajustada e, normalmente, o *management* comentava algo de 22%, 24% como mais normalizado.

Queria entender essa performance forte desse *business* e se isso é um novo patamar ou se foi mais uma característica específica desse trimestre. Essa seria a primeira pergunta.

A segunda pergunta é na questão da Squid. Vocês mencionaram que entre os pontos de reestruturação teria um volume menor de receita.

Eu queria entender. Vocês ainda estão cortando contratos? Focando mais algum tipo de cliente? O que leva a essa redução? Qual o escopo menor que ela vai fazer? Ou é mais um jeito de reconhecer a receita que vocês estão mudando?

São as duas perguntas. Obrigado.

## Higor Franco:

Oi, Marcelo. Bom dia. Eu vou puxar a primeira sobre o BeOnline e depois eu passo a palavra para o Alê Gil para falar sobre sobre Squid.

Deixa eu explicar para você e para os demais essa dinâmica de margem do BeOnline que certamente deve ter chamado a atenção.

Nós viemos falando e comentando há algum tempo sobre o nosso plano com essa operação de rentabilização. Um plano que tem funcionado há mais de ano.

E, no fim do dia, o que observamos nesse trimestre é um pouco do resultado desse plano. Mas temos que tomar alguns cuidados quando olhamos, porque, no fim do dia, essas flutuações dentro do trimestre, assim como foi no trimestre passado, e eu comentei com todos vocês também, essas flutuações dentro do trimestre acontecem e são normais, mas eu prefiro que foquemos e observemos muito o *trending* de margens.

Esse é um *business* com *trending* de margem crescente. O plano de reestruturação dos contratos e desligamento dos contratos que não são benéficos para a Companhia continua *in place* e, enquanto eu encontrar espaço para fazer essa otimização, ela será realizada, Marcelo.

Então, eu diria para você que o plano não terminou. Qual é a banda aqui? Se normalizarmos a margem do trimestre passado, que teve um evento pontual de custo relacionado a um fornecedor nosso, vamos observar que a margem do trimestre passado, normalizada, já foi na casa de 25%, ou seja, viemos em *trending* constante de crescimento de margem para esse *business*.

Eu não encontrei ainda um platô para ele. O que eu posso sem fazer nenhum *guidance*, o que eu posso te dizer é que o plano continua *in place*, acontecendo e eu continuo encontrando espaços para rentabilização dessa operação. Acho que é isso, Marcelo.

## Alessandro Gil:

Marcelo, obrigado pela pergunta. Basicamente, o que acontece é que temos revisto não necessariamente o perfil de clientes, ainda mantemos um perfil de atender clientes *blue tip* de grandes marcas. O que estamos revendo é a qualidade dos contratos e a rentabilidade dos mesmos para que consigamos ter uma operação mais saudável.

Além disso, tem todo um processo de estruturação da Companhia, não só em termos de produto, mas no *management* também para que consigamos colher as possíveis sinergias que já temos dentro de casa.

Basicamente, o que fizemos foi olhar contratos que eram ruins para a Companhia, focar nos contratos que são saudáveis, olhar para a estrutura para que ela seja mais adequada para esse novo momento da Companhia para que consigamos, a partir daí, crescer com mais



saudabilidade.

**Lucca Brendim, Bank of America:**

Oi. Bom dia, pessoal. Obrigado por receberem minhas perguntas. Eu tenho duas aqui do meu lado também.

Em primeiro lugar, eu queria saber se vocês podem explorar um pouco como é que está a questão da reprecificação das soluções. Se já foi tudo feito, se ainda tem algum espaço para ter aumento e em que soluções ainda tem um espaço maior para fazer, se for o caso.

E, em segundo lugar, eu queria entender um pouco a questão da despesa de pré-pagamento e a dinâmica de *working capital*.

Nesse trimestre, houve uma diminuição da despesa de pré-pagamento, mas, ao mesmo tempo, também teve um aumento do *working capital*, teve uma deterioração do *working capital*.

Queria entender um pouco como é que fica essa dinâmica olhando para frente, se deveria se estabilizar nesses níveis ou se deveria ter alguma mudança. Obrigado.

**Fernando Cirne:**

Obrigado, Lucca. Fernando falando. Vou responder a primeira pergunta e, depois, passo para o Rafael.

Sobre a precificação, nós entendemos que tem espaço ainda. Já fizemos movimentos na Tray, fizemos dois movimentos no Bling.

Entendemos que a Locaweb é uma empresa que vem evoluindo muito seus produtos, investe muito em melhoria do produto e novos *features*, e, com o passar do tempo, não conseguiu capturar um valor proporcional ao que entregou para o cliente. Essa é a principal mensagem.

Por outro lado, não é fácil você capturar isso em grandes saltos, porque você tem um atrito com o cliente. Também ficamos vulneráveis à concorrência.

O que aprendemos nesses últimos dez meses, quando falamos em reprecificação, isso precisa ser feito em *small steps*, em movimentos pequenos, mas movimentos constantes. É o que temos feito.

Eu diria que temos um longo caminho pela frente, mas só que vão ser feitos em etapas pequenas. Eu diria que tem espaço.

Não é só em um produto, não é só no Bling. Tem outros produtos que temos que capturar valor ainda. Óbvio, o Bling é um produto muito importante com muito espaço quando falamos de



geração de *leads*.

Vai durar muito tempo ainda com movimentos pequenos, mas certamente é uma fonte de valor para a Companhia.

**Rafael Chamas:**

Oi, Lucca. Rafael falando novamente. Muito importante a pergunta sobre pré-pagamento e *working capital*, obrigado por ela.

O que aconteceu nesse trimestre, quando olhamos o fluxo de caixa indireto, que é uma queima de capital de giro, é algo completamente pontual. É super importante falar que não há mudança estrutural, ou de dinâmica, ou de estrutura mesmo na operação de pagamentos.

O que aconteceu foi o seguinte: eu mostrei um dos gráficos que a nossa antecipação foi menor.

A nossa despesa financeira com antecipação, inclusive, foi bastante menor, foi na casa de R\$ 10 milhões nesse trimestre, o que é abaixo do que normalmente temos. O patamar de 1,6% do TPV, eu sempre falo que ele é mais natural em 1,7%.

O que acontece é que eu acabei necessitando de menor antecipação nesse período por uma dinâmica da própria operação de pagamentos que gerou mais caixa, principalmente no final do ano.

Então, eu acabei precisando de menor antecipação e isso acabou fazendo com que eu tivesse a variação do capital de giro por conta do crescimento do Contas a receber, do meu saldo antecipado de carteira de recebíveis.

Mas é importante de falar que é pontual, não há mudança estrutural e a correlação disso é uma despesa financeira que acabou sendo menor.

**Lucca Brendim:**

Super claro. Obrigado pelas respostas.

**Operador:**

Não havendo mais perguntas, encerramos a sessão de perguntas e respostas. E agora, retornamos a palavra ao nosso CEO para as considerações finais. Fernando, por favor.

**Fernando Cirne:**

Queria agradecer a todos pelas perguntas, aos nossos colaboradores, clientes e todo o mercado, de maneira geral, que apoiou a Locaweb no 1T24.



Acho que as mensagens foram claras. A Companhia está muito engajada com rentabilidade e trabalhando forte para, nesta quarta etapa em que estamos entrando, continuar a rentabilidade e trabalhando as frentes de crescimento.

Agradeço a todos e até o próximo *call* de resultados.

**Operador:**

A conferência de resultados do 1T24 da LWSA está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um ótimo dia.