

São Paulo, 12 de maio de 2021: Locaweb Serviços de Internet S.A. (B3: LWSA3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do 1T21

Destaques

Receita Líquida de **R\$ 160,9** milhões no 1T21, crescimento de **53,9%** vs 1T20

Commerce atingiu **R\$ 65,4** milhões de Receita Líquida, crescimento de **186,0%** vs 1T20

No Commerce, a Receita proveniente de Assinaturas cresceu **154,9%** em relação ao 1T20. Já a receita proveniente do Ecossistema cresceu **209,7%** em relação ao 1T20

No 1T21, o EBITDA Ajustado de Commerce cresceu **85,6%** vs 1T20, totalizando **R\$ 17,5** milhões, o que já representa aproximadamente 50% do EBITDA consolidado do grupo

O TPV do Commerce cresceu **129,9%** no 1T21 vs 1T20, atingindo **R\$ 565,3** milhões

Base de lojistas cresceu **21,8%** em apenas 3 meses (de dez/2020 e mar/2021)

Melhor volume histórico de adição de novas lojas no 1T21: **+44,4%** vs 4T20

Empresas adquiridas apresentaram **excelente** performance no 1T21

Intensificação dos esforços de **Marketing** no segmento de Commerce com manutenção da rentabilidade da operação (base orgânica)

EBITDA Ajustado de **R\$ 36,6** milhões no 1T21, crescimento de **44,8%** vs 1T20

ARR adquirido nas aquisições: **R\$ 172 milhões**

Geração de Caixa Operacional¹ de **R\$ 14,6 milhões** no 1T21

Posição de Caixa Líquido² de **R\$ 2.292,0** milhões. Ex IFRS 16, a Posição de Caixa Líquido é de **R\$ 2.366,5** milhões

Seguimos avançando de forma consistente em nosso processo de aquisições, tendo assinado o Contrato de Compra e Venda com o **Bling**, plataforma de ERP, que enriquece o nosso ecossistema

Teleconferência (tradução simultânea): 14/05/2021

15:00 no horário de Brasília: +55 (11) 4210-1803

14:00 no horário dos EUA (EST): +55 (11) 3181-8565

Código de acesso: LOCAWEB

Relações com Investidores

+55 11 3544-0479

ri.locaweb.com.br

ri@locaweb.com.br



¹ EBITDA Ajustado menos Capex

² Corresponde ao saldo de empréstimos e financiamentos, menos o saldo de derivativos (swap cambial), menos o saldo de caixa e equivalente de caixa

// Comentários da Administração

É com muita satisfação que apresentamos ao mercado os resultados do primeiro trimestre de 2021 da Locaweb. O primeiro trimestre de 2021, conforme antecipado na divulgação de resultados do 4T20 no final de março, foi marcado, novamente, por um consistente desempenho em todas as nossas linhas de negócio, com destaque para o importante crescimento na operação de Commerce (Receita Líquida: +186% vs 1T20), para o crescimento individual apresentado pelas empresas adquiridas no final de 2020 e por um movimento muito importante na agenda de M&A.

Conforme antecipado nos resultados do 4T20, em adição de novas lojas, tivemos, novamente, um trimestre muito forte, o maior da história da Companhia. No 1T21, houve expansão de 44,4% na adição de novas lojas quando comparado ao quarto trimestre de 2020. No mês de março de 2021 observamos a melhor média diária histórica de adição de novas lojas (+67,8% comparado a mesma métrica do 4T20). Vale reforçar mais uma vez que, com esses volumes de novos entrantes, nossa receita de assinaturas segue crescendo de forma consistente e fortalecemos nossa posição de maior, melhor e mais eficiente ferramenta para digitalização das PMEs no Brasil e pavimentamos o caminho para forte crescimento de receita nos próximos trimestres.

Esse aumento da adição de novas lojas no 1T21 deve-se a quatro fatores: (i) expansão do número de integrações da ferramenta, mantendo a sua atratividade frente a concorrência; (ii) esforços incrementais de marketing para captação direta de novos clientes; (iii) esforços de *brand marketing*; e (iv) atratividade do nosso ecossistema com as empresas adquiridas.

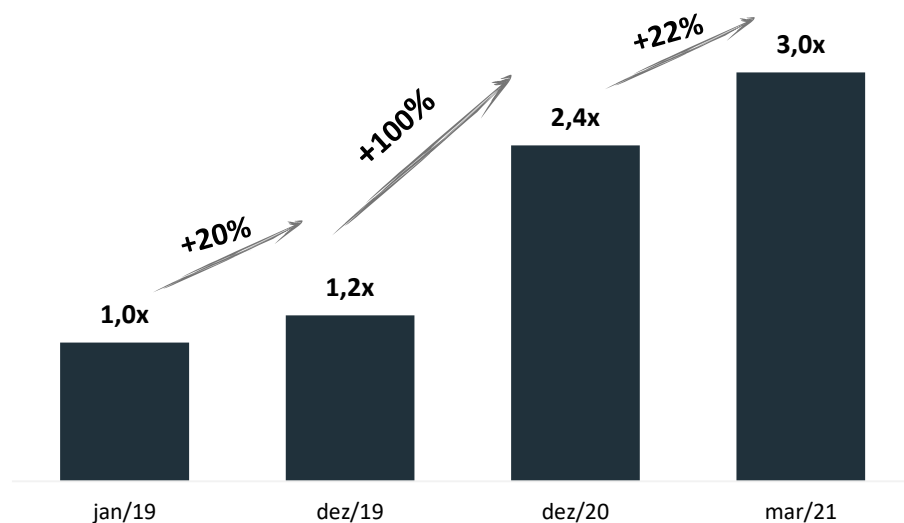
Ao longo dos últimos anos e especialmente a partir da metade final de 2020, a Tray vem evoluindo sua plataforma de aquisição de clientes fazendo com que ela seja escalável e previsível, por meio de uma estratégia que acompanha o cliente em toda sua jornada de compra desde o início, quando ainda está na etapa de aprendizado e descoberta, até o momento da decisão de compra.

Nas etapas iniciais conseguimos acompanhar o cliente por meio da Escola de E-commerce, nosso portal de conteúdos para PMEs que conta com mais de 2 mil artigos e 500.000 acessos mensais, e conforme o cliente vai evoluindo em sua jornada de descoberta e aprendizado, começamos a apresentar a Tray e todo o seu ecossistema, fazendo com que tenhamos um custo de aquisição de clientes mais baixo, deixando nossa inteligência de vendas previsível e escalável.

Além disso, evoluímos com o programa de parceiros da Tray. No 1T21, tivemos a entrada de 300 novos parceiros, que agora totalizam 1.072, a maior rede de parceiros do e-commerce brasileiro, o que resulta em um poderoso canal de vendas e indicação de novos clientes para a Tray.

Com esse aumento no volume de novos entrantes e as tendências de *churn* muito similares às safras históricas, estamos pavimentando o caminho para um grande crescimento de receitas nos próximos anos, uma vez que o ARPU dos novos clientes continua sendo multiplicado por mais de sete ao longo dos três anos seguintes, até atingir o gasto médio de nossa base.

Como consequência da forte adição de novas lojas, vimos o crescimento de nossa base de clientes aumentar drasticamente desde janeiro de 2019, conforme apresentado no gráfico abaixo.



Seguimos ampliando nosso ecossistema de Commerce, que já conta com mais de 427 integrações, bem como a qualidade da nossa plataforma, que contribuiu para o consistente aumento de vendas dos nossos clientes.

Por fim, outra importante fonte de crescimento para a operação de Commerce foi a entrada de novas operações próprias no seu ecossistema, por meio de aquisições e o forte crescimento orgânico apresentado por todas estas empresas. Destacamos, também, o consistente avanço na agenda de integrações, que vem sendo conduzida pelo nosso CFO, Rafael Chamas, e por uma executiva com ampla experiência em integrações de M&A.

O propósito das integrações é trazer uma jornada de uso dos nossos produtos muito mais fluida, simples e, ao mesmo tempo completa, para nossos clientes. Neste sentido, diversas plataformas terão uma experiência mais conectada e única, não só por meio das disciplinas de UX/UI e design, mas também por meio de integrações mais profundas de software, painéis, *billings* e cadastros.

Além disso, há algumas integrações que já estão rodando e trazendo retornos financeiros, como por exemplo a integração entre Vindi e Yapay. Unindo a ampla experiência dos dois times, iniciamos ainda no final de 2020, uma solução única e integrada entre Vindi e Yapay, para que os clientes da Vindi tivessem na mesma plataforma, todas as informações das cobranças, recebimentos e transações com a tecnologia, segurança e experiência em meios de pagamento da Yapay. Fizemos um projeto piloto muito bem-sucedido com uma centena de clientes, entre janeiro e fevereiro e agora pretendemos escalar a integração.

O volume de vendas para PMEs do segmento de BeOnline / SaaS permanece acelerado. No 1T21, as vendas no segmento apresentaram crescimento de 23,1% vs 1T20.

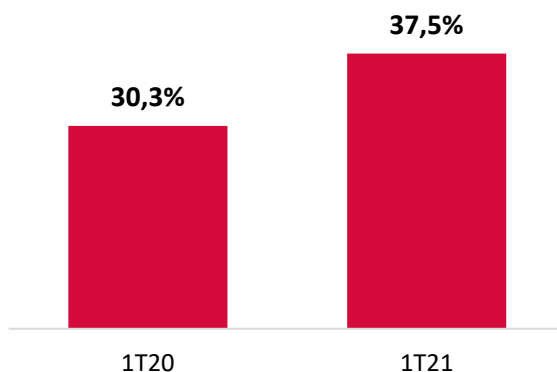
Com relação a Delivery Direto, continuamos observando um forte crescimento na entrada de novos clientes. Atualmente, a base de clientes já é 150% maior do que a base de setembro de 2019, quando adquirimos a empresa.

Na Delivery Direto, ainda, com a habilitação de mais clientes podendo utilizar a Yapay como seu principal meio de pagamento, estamos capturando cerca de 20% de todo o GMV da Delivery Direto na Yapay. O que reforça a capacidade de cross-sell entre as plataformas e abre espaço para aumentar o tamanho das oportunidades de sinergias ainda existentes.

Em fevereiro de 2021 habilitamos, também, o PDV da CPlug para que receba os pedidos da Delivery Direto, de maneira automática, refletido em toda automação do fluxo de *ordering*, o que aumenta a possibilidade de venda dos dois produtos.

A Nextios, nossa marca responsável pelo segmento corporativo, tornou-se o primeiro e único parceiro da AWS (Amazon Web Services) com a competência FSI – Financial Services Industry no Brasil e apenas o terceiro na América Latina. Isso habilita a Nextios como pioneira e exclusiva no Brasil com a competência oficial pela AWS para transformação digital e *enablement* de nuvem para todo mercado financeiro. Essa competência adquirida, próximo às fases 2 e 3 do Open Banking, deixam a Nextios muito bem posicionada no cenário nacional, aumentando o acesso do ecossistema Locaweb a este mercado.

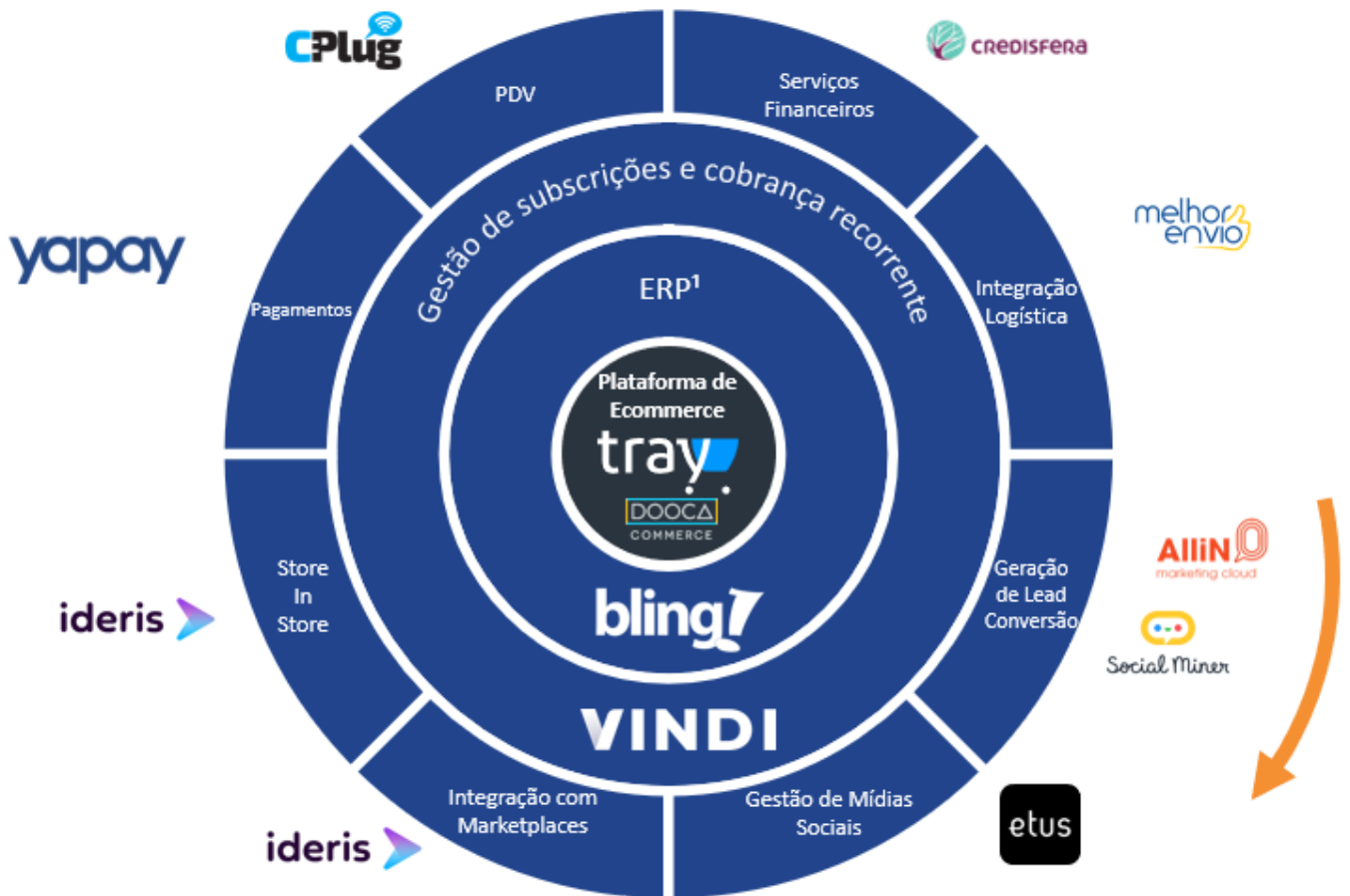
Ainda em BeOnline / SaaS, continuamos a observar a mudança gradual no mix de receita dentro do segmento, uma vez que o crescimento dos produtos SaaS é mais acelerado que o crescimento apresentado no segmento de BeOnline. O gráfico abaixo (em bases gerenciais) apresenta o crescimento da receita de SaaS no mix de receita entre os trimestres:



Em abril, tivemos um importante movimento na nossa agenda de M&As, envolvendo a assinatura do Contrato de Compra e Venda do Bling, uma plataforma de ERP que reforça nosso ecossistema de soluções com forte sinergia com os clientes de todos os segmentos do grupo, BeOnline, SaaS e Commerce.

Com essa aquisição a Locaweb, que já tem o mais completo ecossistema de soluções tecnológicas para micro e pequenas empresas e forte atuação no mercado de e-commerce, deixa o seu portfólio ainda mais robusto e entra no importante e sinérgico mercado de sistemas de gestão.

O Bling já chega aproveitando o grande potencial de sinergia com todo o ecossistema que a Locaweb construiu: plataforma de e-commerce, integrador com marketplace, PDV, pagamentos, gestão de assinatura, integração logística, marketing digital, serviços financeiros, dentre outros, como pode ser observado na mandala abaixo, que foi atualizada com o Bling.



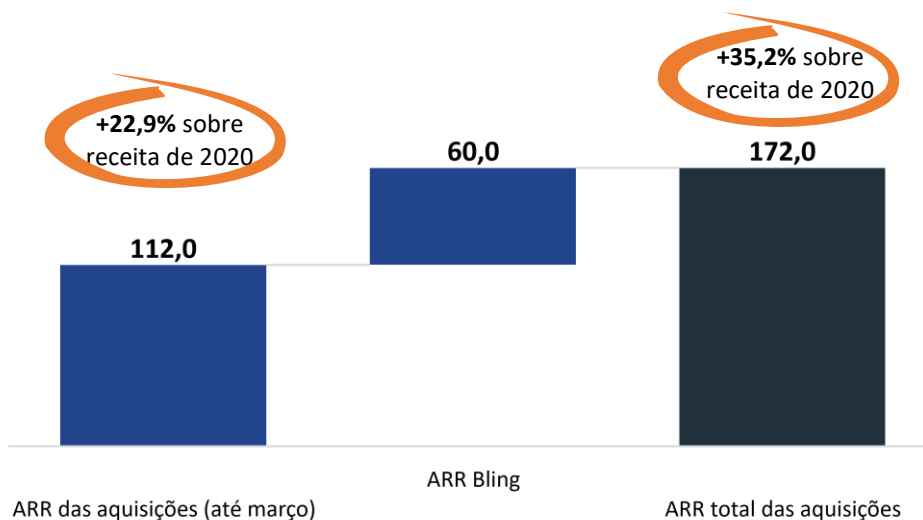
¹ Aquisição pendente de aprovação no CADE

Vale destacar que, além da possibilidade de oferecer a plataforma para os mais de 400 mil clientes da Locaweb, o Bling continuará trabalhando de forma agnóstica, com novas integrações e atendendo as demandas de todo o mercado.

Uma grande parcela dos clientes de Commerce da Locaweb já fazem uso de alguma solução ERP e o Bling é que tem a maior penetração nesta base. Isso também abre uma possibilidade enorme de todos os novos clientes de Commerce da Locaweb já nascerem integrados com a plataforma.

Assim como a Locaweb, o Bling vem apresentando forte crescimento. Nos últimos 12 meses, a base de clientes pagantes da companhia aumentou 62% e o ARR (Receita Anual Recorrente) atingiu R\$ 60 milhões, um crescimento anual de 79%, além de ser uma operação com ótima capacidade de geração de EBITDA.

Dessa forma, já alcançamos o seguinte impacto no crescimento da empresa por meio das aquisições (ARR em milhões de R\$):



Vale destacar que, além do crescimento trazido pelo fortalecimento do ecossistema com as aquisições, todas as operações adquiridas estão mostrando forte crescimento orgânico, o que trará crescimento incremental para nossa operação, além dos 35,2% demonstrado acima e, também, do crescimento orgânico da operação base da Locaweb.

Além disso, a expansão do ecossistema com as novas aquisições que já comentamos no último trimestre e agora com o Bling deve acelerar drasticamente o crescimento do nosso segmento de Commerce, uma vez que (i) aumenta o ARPU do cliente, (ii) reduz o churn e (iii) acelera a aquisição de novos clientes.

Outro importante benefício trazido pelas recentes aquisições é o enriquecimento da nossa equipe de empreendedores digitais. Esses empreendedores, que compõem um dos mais completos times do Brasil, além de contribuírem com o direcionamento operacional/estratégico da Companhia, estimulam a retenção de talentos e atraem novas companhias para o nosso pipeline de M&A.

Em fevereiro de 2021 concluímos nossa Oferta Subsequente de Ações e, mesmo com a aquisição do Bling, a maior da história da Companhia, continuamos capitalizados e que, conforme já apresentado, os recursos continuarão sendo utilizados para novas aquisições. Continuamos com o mesmo ritmo de busca por novas empresas, com os mesmos princípios que nortearam as aquisições que já realizamos.

Para finalizar, agora em maio a Companhia passou a compor o Índice Bovespa, principal índice na B3, composto pelas ações com o maior volume negociado nos últimos 12 meses. As ações da Locaweb ingressaram na posição 49 dentre 84 ações listadas e passa a compor o índice com participação de 0,557%, a frente de empresas tradicionais que também estão no índice.

A Locaweb, que já contava com a participação em índices como o IBRX-100, SMLL, IGC, IGC-NM e ITAG, passa a ser listada em um total de nove índices na Bolsa de Valores de São Paulo.

// Destaques do Negócio no trimestre

"Devido à alta sinergia das novas operações adquiridas, ao nosso modelo de aquisição e, também, ao nosso intensivo processo de integração, já é possível ver expressivos resultados em muitas dessas operações."

Fernando Cirne, CEO da Locaweb

// Melhor Envio

- Crescimento de 400% no número de etiquetas emitidas no 1T21 e de 360,9% no GMV de Frete vs 1T20.
- Realizamos a integração do Yapay como meio de pagamento de envios no Melhor Envio. Com isso, os lojistas podem usar não só o cartão de crédito para pagamentos, como também o próprio saldo em carteira de suas vendas na Yapay, para gerar seus fretes.
- Concluímos a integração com o marketplace MadeiraMadeira, sendo que os lojistas dessa plataforma agora podem oferecer cotações das transportadoras parceiras do Melhor Envio, diretamente em seus anúncios.
- Lançamos uma nova solução logística chamada de Melhor Drop, e estruturamos a integração deles com a nossa plataforma online. Nestes pontos de coleta/postagem, o lojista pode deixar para postagem qualquer pacote com etiqueta do Melhor Envio, independentemente da transportadora o que garantirá redução no custo logístico para o Melhor Envio e para o cliente final.
- Aumentamos a base de transportadores que prestam serviços à plataforma.
- A excelência no nosso atendimento e no time de sucesso foi reconhecida com a conquista do selo RA 1000 pela plataforma Reclame Aqui (consolidado 12 meses).

// Ideris

- Crescimento de 175,7% na Receita Líquida da operação no 1T21 comparando com igual período do ano anterior.
- Integração técnica finalizada com a Tray Corp. Iniciamos a fase de beta com alguns clientes, e a expectativa é estar disponível para a base toda em junho/2021.
- Integração técnica iniciada com Tray e previsão para disponibilizar para base no 3º trimestre.

// Credisfera

- Fase final do processo de estruturação do *fundraising* da operação e de integração de produtos da operação, com Go-Live previsto para o final do 2T21.

// CPlug

- Habilitamos o PDV da CPlug para que também receba os pedidos da Delivery Direto, de maneira automática, refletido em toda automação do fluxo de *ordering*: impressoras térmicas, KDS (Kitchen Display System), até a geração da nota fiscal e controles de estoques.

// Etus

- Produto totalmente integrado nos processos de venda e painéis de controle de BeOnline / SaaS. Próxima etapa será integrá-lo junto aos processos de Ecommerce.

// Vindi

- Crescimento do TPV no 1T21 de 59,0% vs 1T20.
- Integração técnica entre Vindi e Yapay finalizada e já iniciamos o roll-out da base de clientes, com aproximadamente 10% da base de clientes Vindi já se utilizando da integração com a Yapay.

// Dooca

- Crescimento da receita de 231% vs 1T20.

// Samurai

- Crescimento da receita de 93% vs 1T20.

// Resumo dos Indicadores

// Consolidado

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
Receita Operacional Líquida	160,9	104,5	53,9%
Lucro Bruto	69,3	42,1	64,7%
Margem Bruta (%)	43,0%	40,2%	2,8 p.p.
EBITDA	16,8	15,0	12,6%
Margem EBITDA (%)	10,5%	14,3%	-3,8 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	36,6	25,2	44,8%
Margem EBITDA Ajustada (%)	22,7%	24,1%	-1,4 p.p.
Lucro Líquido	(8,4)	(2,3)	268,9%
Lucro Líquido Ajustado ²	9,0	5,1	78,4%
Margem Lucro Líquido Ajustado (%)	5,6%	4,8%	0,8 p.p.
Geração de Caixa ³	14,6	15,8	-7,4%
Conversão de Caixa (%) ³	40,0%	62,6%	-22,6 p.p.
Dívida Líquida (Caixa) ⁴	(2.366,5)	(433,4)	446,0%

¹ O EBITDA Ajustado refere-se ao lucro (prejuízo) líquido ajustado pelo resultado financeiro, pelo imposto de renda e contribuição social sobre o lucro, pelos custos e despesas de depreciação e amortização, despesas com plano de opção de compra de ações; e despesas extraordinárias relacionadas ao IPO e Follow-on. A Margem EBITDA é calculada pela divisão do EBITDA pela Receita Operacional Líquida. A Margem EBITDA Ajustada é calculada pela divisão do EBITDA Ajustado pela Receita Operacional Líquida.

² O Lucro Líquido Ajustado é calculado a partir do Lucro (prejuízo) líquido, excluindo: (i) despesas de plano de opção de compra de ações; (ii) despesas de amortização de intangíveis decorrentes das aquisições de empresas; (iii) ajustes relacionados ao CPC 06 (refere-se à soma das despesas financeiras com juros devido à atualização do passivo de arrendamento e da despesa de depreciação do ativo de direito de uso menos os pagamentos do passivo de arrendamento realizados); (iv) marcação a mercado de instrumentos financeiros derivativos; (v) IR e CS diferidos; (vi) despesas extraordinárias relacionadas ao IPO e ao Follow-on; e (vii) Ajuste a Valor Presente relacionado ao Earnout das aquisições.

³ Geração de Caixa é medido pelo "EBITDA Ajustado – Capex" e Conversão de Caixa é composto pela divisão do "EBITDA Ajustado – Capex" pelo "EBITDA Ajustado".

⁴ Corresponde aos empréstimos e financiamentos menos o saldo de derivativos (swap cambial), menos caixa e equivalente de caixa (não considera os passivos de arrendamento relacionados ao IFRS 16).

// Commerce

(R\$ milhões)

Commerce	1T21	1T20	vs 1T20
GMV Ecommerce ¹	4.231,7	1.953,8	116,6%
TPV (Yapay)	565,3	245,9	129,9%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	73,2	25,8	184,2%
Receita Operacional Líquida (ROL)	65,4	22,9	186,0%
ROL de Assinaturas de Plataforma	25,2	9,9	154,9%
ROL de Ecossistema	40,2	13,0	209,7%
Lucro Bruto	40,8	15,6	161,8%
Margem Bruta (%)	62,4%	68,2%	-5,8 p.p.
EBITDA	14,3	9,4	51,9%
Margem EBITDA (%)	21,9%	41,3%	-19,4 p.p.
EBITDA Ajustado ²	17,5	9,4	85,6%
Margem EBITDA Ajustada (%)	26,8%	41,3%	-14,5 p.p.

¹ GMV Ecommerce: Soma dos GMVs de Tray, Ideris e Dooca (proforma 1T20 – considerando como se todos os ativos estivessem na base no 1T20).

² O EBITDA Ajustado refere-se ao lucro (prejuízo) líquido ajustado pelo resultado financeiro, pelo imposto de renda e contribuição social sobre o lucro, pelos custos e despesas de depreciação e amortização; despesas relacionadas à fusões e aquisições e despesas extraordinárias relacionadas ao IPO e Follow-on.

// BeOnline / SaaS

(R\$ milhões)

BeOnline / SaaS	1T21	1T20	vs 1T20
Cientes EoP - BeOnline / SaaS	394,8	365,5	8,0%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	104,7	91,3	14,7%
Receita Operacional Líquida	95,6	81,7	17,0%
Lucro Bruto	28,5	26,5	7,5%
Margem Bruta (%)	29,8%	32,4%	-2,6 p.p.
EBITDA	2,5	5,5	-54,6%
Margem EBITDA (%)	2,6%	6,8%	-4,1 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	19,1	15,8	20,6%
Margem EBITDA Ajustada (%)	19,9%	19,3%	0,6 p.p.

¹ O EBITDA Ajustado refere-se ao lucro (prejuízo) líquido ajustado pelo resultado financeiro, pelo imposto de renda e contribuição social sobre o lucro, pelos custos e despesas de depreciação e amortização, despesas com plano de opção de compra de ações; despesas relacionados à fusões e aquisições; e despesas extraordinárias relacionadas ao IPO e ao Follow-on. A Margem EBITDA é calculada pela divisão do EBITDA pela Receita Operacional Líquida. A Margem EBITDA Ajustada é calculada pela divisão do EBITDA Ajustado pela Receita Operacional Líquida.

// Desempenho

// Receita Operacional Líquida

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
Commerce	65,4	22,9	186,0%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>40,6%</i>	<i>21,9%</i>	<i>18,8 p.p.</i>
BeOnline / SaaS	95,6	81,7	17,0%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>59,4%</i>	<i>78,1%</i>	<i>-18,8 p.p.</i>
Receita Operacional Líquida - Consolidado	160,9	104,5	53,9%

A Receita Líquida da Locaweb totalizou R\$ 160,9 milhões no 1T21, um aumento de 53,9% em relação ao 1T20.

A participação do segmento de Commerce, que considera as receitas de Tray, Tray Corp, Melhor Envio, Vindi, Ideris, Samurai, Dooça e Credisfera, passou de 21,9% no 1T20 para 40,6% no 1T21.

Commerce	1T21	1T20	vs 1T20
GMV Ecommerce ¹	4.231,7	1.953,8	116,6%
TPV (Yapay)	565,3	245,9	129,9%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	73,2	25,8	184,2%
Receita Operacional Líquida (ROL)	65,4	22,9	186,0%
ROL de Assinaturas de Plataforma	25,2	9,9	154,9%
ROL de Ecossistema	40,2	13,0	209,7%

¹ GMV Ecommerce: Soma dos GMVs de Tray, Ideris e Dooça (proforma 1T20 – considerando como se todos os ativos estivessem na base no 1T20)

No segmento de Commerce, a Receita Operacional Líquida no 1T21 apresentou crescimento de 186,0%, passando de R\$ 22,9 milhões no 1T20 para R\$ 65,4 milhões no 1T21.

O forte crescimento apresentado é resultado do aumento substancial das duas fontes de receita do segmento de Commerce:

(i) **Receita de Assinatura de Plataforma:**

A base de clientes (Tray + Dooça) cresceu 22% nos três primeiros meses de 2021 e 109% na comparação com a base do 1T20;

Já a adição de novas lojas, cresceu 44% no trimestre em comparação com o trimestre imediatamente anterior (4T20).

(ii) **Receita de Ecosistema:**

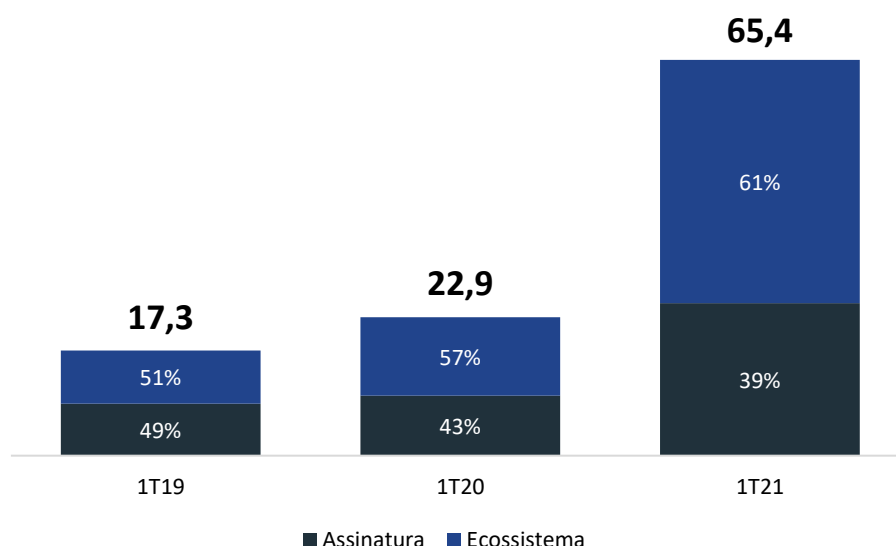
Refere-se à receita cobrada pela utilização dos serviços prestados pelo nosso ecossistema (exemplos: Yapay, Melhor Envio, venda em marketplaces, etc).

Nosso TPV na Yapay aumentou 129,9% em comparação ao 1T20, consequência do crescimento da base de clientes e de suas vendas em loja própria, que cresceram 129,1% no 1T21 em comparação com igual período do ano anterior.

O GMV das vendas realizadas pela Tray, Dooça e Ideris cresceu 116,6% no 1T21 vs 1T20 (proforma), totalizando R\$ 4,2 bilhões.

Há, também, remunerações referentes a outras plataformas, que também apresentaram forte crescimento no 1T21, como o Melhor Envio (conforme apresentado anteriormente no relatório).

O gráfico abaixo apresenta a evolução das duas fontes de receita no 1T19, 1T20 e 1T21:



BeOnline / SaaS	1T21	1T20	vs 1T20
Clientes EoP - BeOnline / SaaS	394,8	365,5	8,0%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	104,7	91,3	14,7%
Receita Operacional Líquida	95,6	81,7	17,0%

O número de clientes do segmento de BeOnline / SaaS (final de período), apresentou crescimento de 8,0% entre o 1T20 e 1T21. Vale lembrar que neste trimestre houve a entrada dos clientes trazidos pela Etus, empresa adquirida em setembro.

Já a Receita Operacional Líquida de BeOnline / SaaS apresentou crescimento de 17,0%, passando de R\$ 81,7 milhões no 1T20 para R\$ 95,6 milhões no 1T21.

Destacamos novamente que, neste trimestre, o crescimento de vendas de soluções corporativas, que acabaram sofrendo ao longo da pandemia, o crescimento de toda nossa Suíte de soluções para e-mails corporativos, SMTP e Delivery Direto, todos eles apresentando altas taxas de crescimento em relação ao 1T20.

// Custos e Despesas Operacionais

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
Custo dos serviços prestados	91,7	62,5	46,7%
Despesas com vendas	27,2	19,0	43,6%
Despesas Gerais e Administrativas	44,3	22,1	100,2%
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(0,5)	(0,2)	137,7%
Custos e Despesas Operacionais Totais	162,6	103,3	57,4%
% ROL	101,0%	98,8%	2,2 p.p.

Os custos e despesas operacionais totais da Locaweb apresentaram crescimento de 57,4% no 1T21 quando comparado ao mesmo período no ano anterior.

Custo dos serviços prestados

O custo dos serviços prestados no 1T21 foi de R\$ 91,7 milhões e de R\$ 62,5 milhões no mesmo período de 2020, um aumento de 46,7% na comparação entre os dois períodos, o que representou 57,0% da receita líquida no 1T21 e 59,8% no 1T20, uma redução de 2,8 p.p.

O crescimento do custo dos serviços prestados, em linha com o crescimento da receita líquida da Companhia no período, reflexo do mix do robusto crescimento verificado no segmento Commerce que, também, apresenta margens superiores ao consolidado da Companhia e o impacto dos custos dos serviços prestados das empresas adquiridas no período, que totalizaram R\$ 11,9 milhões no período.

Despesas com vendas

As despesas com vendas, que compreendem as equipes de marketing e vendas, bem como os serviços contratados dessas mesmas naturezas e as eventuais provisões sobre devedores duvidosos, no 1T21 foi de R\$ 27,2 milhões apresentando um incremento de 43,6% quando comparado ao 1T20.

Conforme apresentado no trimestre anterior, a Companhia aumentou os esforços de Brand Marketing na Tray, com o objetivo de solidificar a marca como líder do segmento de digitalização de PMEs no Brasil, o que representou grande parte do crescimento observado nas despesas com vendas no segmento de Commerce, como apresentado na tabela abaixo:

locaweb	1T20	4T20	1T21	1T21 vs 1T20	1T21 vs 4T20
Commerce					
Despesas com vendas	3,7	9,6	12,6	242,1%	31,8%
% ROL	16,2%	20,6%	19,3%	3,2 p.p	-1,3 p.p
BeOnline / SaaS					
Despesas com vendas	15,3	14,6	14,6	-4,4%	0,1%
% ROL	18,7%	15,6%	15,3%	-3,4 p.p	-0,3 p.p
Consolidado					
Despesas com vendas	19,0	24,2	27,2	43,6%	12,7%
% ROL	18,1%	17,2%	16,9%	-1,2 p.p	-0,3 p.p

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas, que compreendem as equipes das áreas administrativas como finanças, RH, contabilidade e fiscal, despesas e serviços terceirizados correlatos a essas áreas, bem como depreciação e amortização de ativos do IFRS 16 e de PPA, no 1T21 foi de R\$ 44,3 milhões e de R\$ 22,1 milhões em igual período de 2020, o que representou um crescimento de 100,2%.

O aumento deve-se, principalmente, aos fatores listados abaixo, que somados totalizam R\$ 18,3 milhões:

- (i) Despesas relacionadas ao processo de aquisição de empresas, no total de R\$ 8,7 milhões;
- (ii) Despesas relacionadas aos processos de IPO e Follow-on, no total de R\$ 1,2 milhão;
- (iii) As novas estruturas criadas na Companhia após a abertura de capital (como o departamento de Relações com Investidores, de Controles Internos, de Auditoria Interna e aos órgãos de controle e governança da Companhia) no montante de R\$ 1,0 milhão; e
- (iv) Efeito inorgânico relacionado às empresas adquiridas, no montante de R\$ 7,3 milhões.

// Lucro Bruto

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
Commerce	40,8	15,6	161,8%
Margem (%)	62,4%	68,2%	-5,8 p.p.
BeOnline / SaaS	28,5	26,5	7,5%
Margem (%)	29,8%	32,4%	-2,6 p.p.
Lucro Bruto	69,3	42,1	64,7%
Margem (%)	43,0%	40,2%	2,8 p.p.

O segmento de BeOnline/SaaS foi impactado no 1T21 pela depreciação cambial, cujo impacto no trimestre foi de R\$ 1,9 milhão referente à desvalorização cambial no pagamento de licenças de softwares que são precificadas em dólar.

O Lucro Bruto consolidado apresentou aumento de 64,7% no 1T21 quando comparado ao 1T20, atingindo R\$ 69,3 milhões. No 1T21, houve crescimento de 2,8 p.p. da Margem Bruta comparado ao 1T20.

// EBITDA e EBITDA Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
Lucro (Prejuízo) Líquido	(8,4)	(2,3)	268,9%
(+) Resultado Financeiro Líquido	4,1	1,8	123,2%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	2,6	1,6	56,8%
(+) Depreciação e Amortização	18,5	13,7	34,8%
EBITDA	16,8	15,0	12,6%
(+) Plano de opção de compra de ações	3,2	3,7	-12,9%
(+) Despesas de fusões e aquisições	8,8	0,1	6382,5%
(+) Despesas extraordinárias relacionadas ao IPO e Follow-on	7,7	6,4	19,2%
EBITDA Ajustado	36,6	25,2	44,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>22,7%</i>	<i>24,1%</i>	<i>-1,4 p.p.</i>

Decorrente dos números apresentados anteriormente, o EBITDA Ajustado da LocaWeb no 1T21 foi de R\$ 36,6 milhões, montante 44,8% superior em relação ao 1T20, com a Margem EBITDA Ajustada apresentando redução de 1,4 p.p. no mesmo período devido principalmente à consolidação dos resultados das empresas adquiridas, que possuem margem EBITDA inferior às apresentadas no grupo.

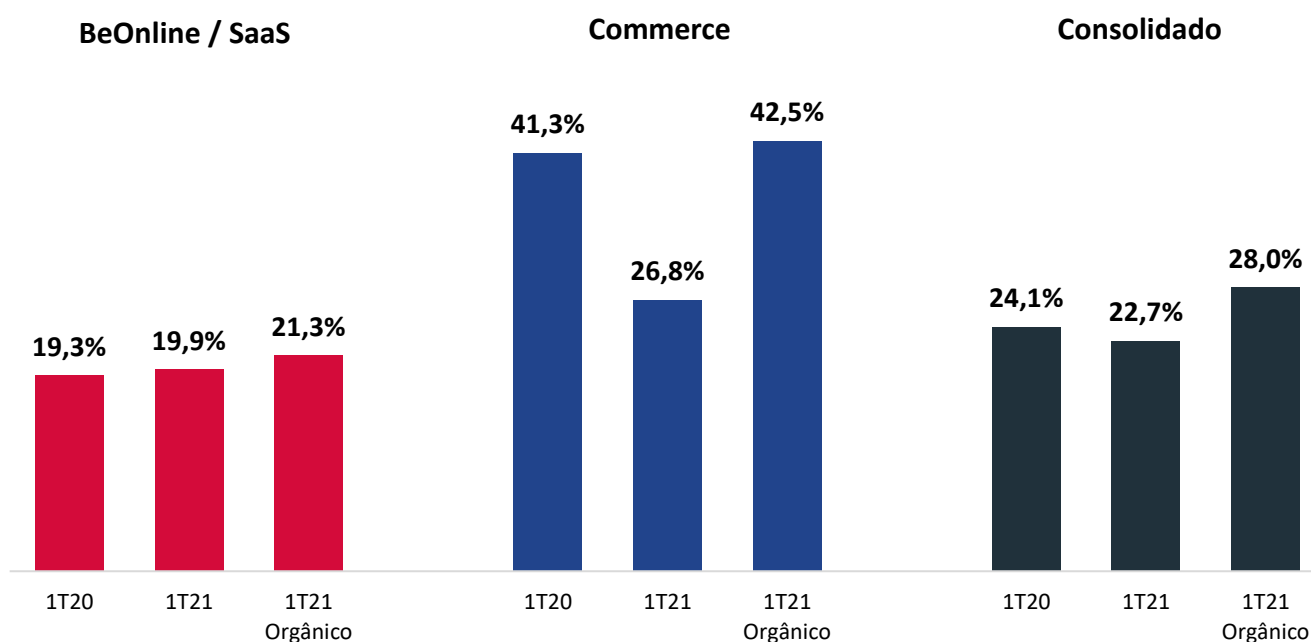
// EBITDA e EBITDA Ajustado por segmento

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
Commerce			
EBITDA Ajustado	17,5	9,4	85,6%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>26,8%</i>	<i>41,3%</i>	<i>-14,5 p.p.</i>
BeOnline / SaaS			
EBITDA Ajustado	19,1	15,8	20,6%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>19,9%</i>	<i>19,3%</i>	<i>0,6 p.p.</i>
Consolidado			
EBITDA Ajustado	36,6	25,2	44,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>22,7%</i>	<i>24,1%</i>	<i>-1,4 p.p.</i>

O EBITDA Ajustado de Commerce cresceu 85,6% no 1T21, atingindo R\$ 17,5 milhões com redução de 14,5 p.p. na margem EBITDA que foi de 26,8% no trimestre, relacionado exclusivamente à consolidação dos resultados das empresas adquiridas nos resultados do segmento. Organicamente, o segmento de Commerce apresentou expansão de rentabilidade na comparação com o 1T20, atingindo 42,5% de margem EBITDA Ajustada.

O gráfico abaixo apresenta o impacto inorgânico trazido pelas empresas adquiridas nas margens dos segmentos:



O EBITDA Ajustado de BeOnline / SaaS apresentou crescimento de 20,6% no 1T21 com expansão de 0,6 p.p. na margem EBITDA do segmento vs o 1T20.

// Resultado Financeiro

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
Despesas Financeiras	(13,3)	(5,3)	149,5%
Receita Financeira	9,2	3,5	-163,5%
Resultado Financeiro Líquido	(4,1)	(1,8)	-123,2%

O resultado financeiro líquido no 1T21 foi uma despesa líquida de R\$ 4,1 milhões, o que representou um aumento de 123,2% em comparação com o 1T20, esse aumento está diretamente relacionado aos ajustes a valor presente referente aos *earnouts* das empresas adquiridas, que totalizaram R\$ 6,7 milhões no 1T21.

Além disso, vale mencionar que só tivemos receita financeira referente ao caixa captado no Follow-on após a liquidação da operação em meados de fevereiro.

// Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
Lucro Líquido	(8,4)	(2,3)	268,9%
(+) Plano de opção de compra de ações	3,2	3,7	-12,9%
(+) Amortização de intangíveis PPA	4,5	1,2	276,1%
(+) Ajuste a valor presente de Earnout de Aquisições	6,7	0,7	902,7%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	(3,2)	(1,4)	121,8%
(+) Ajuste relacionado ao CPC 06	0,7	0,6	7,6%
(+) Marcação a mercado de derivativos	0,4	(1,7)	-121,0%
(+) Despesas relacionadas ao IPO e Follow-on	5,1	4,3	19,2%
Lucro Líquido Ajustado	9,0	5,1	78,4%
<i>Margem Lucro Líquido Ajustado (%)</i>	<i>5,6%</i>	<i>4,8%</i>	<i>0,8 p.p.</i>

Com base nos números apresentados anteriormente, o Lucro Líquido Ajustado da Locaweb no 1T21 foi de R\$ 9,0 milhões, montante 78,4% superior ao 1T20.

A partir deste trimestre, a Companhia passou a ajustar o Lucro Líquido com o valor presente dos Earnouts das aquisições.

// Endividamento / Posição de caixa

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	4T20	1T20
(+) Empréstimos e financiamentos	64,1	84,6	126,4
(-) Saldo de Derivativos (Swap cambial) ¹	(17,7)	(19,4)	(29,1)
Dívida Bruta Bancária	46,4	65,2	97,3
(-) Caixa e Equivalente de Caixa ²	(2.412,9)	(409,4)	(530,7)
Dívida (Caixa) Líquida (ex passivo de arrendamento)	(2.366,5)	(344,2)	(433,4)
(+) Passivo de arrendamento ³	74,5	69,5	69,0
Dívida (Caixa) Líquida	(2.292,0)	(274,7)	(364,4)

¹ Saldo de Instrumentos Financeiros Derivativos no Balanço Patrimonial

² Considera o caixa restrito do curto e longo prazo decorrentes de garantias oferecidas em captações financeiras

³ Passivo de arrendamento mercantil refere-se à adoção do CPC 06(R2)/IFRS 16 a partir de 1º de janeiro de 2019

Com os recursos obtidos em fevereiro na oferta subsequente de ações (Follow-on), e as saídas decorrentes do pagamento de parte do preço das aquisições de empresas no período a Companhia apresentou um

saldo líquido de caixa de R\$ 2.292,0 milhões no 1T21. Excluindo os efeitos da adoção do IFRS 16, o saldo líquido de caixa é de R\$ 2.366,5 milhões.

// Fluxo de Caixa

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
Resultado antes do IR e CS	(5,8)	(0,6)	815,1%
Itens que não afetam caixa	30,2	21,4	40,7%
Variação no Capital de Giro	(5,4)	(43,2)	87,4%
Caixa Líquido das Atividades Operacionais (A)	18,9	(22,4)	-184,4%
Capex - Imobilizado	(15,0)	(6,2)	143,2%
Capex - Desenvolvimento	(6,9)	(3,3)	112,4%
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	(3,0)	(31,8)	-90,6%
Aquisição	(239,9)	0,0	n/a
Caixa Líquido das Atividades de Investimentos (B)	(261,8)	(9,4)	2677,8%
Integralização de Capital	2.273,3	544,7	317,3%
Empréstimos e financiamentos	(26,3)	(14,9)	76,1%
Arrendamentos Mercantis	(2,9)	(2,5)	15,5%
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos	0,0	0,0	n/a
Outros	(0,0)	(0,1)	-19,8%
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento (C)	2.244,0	527,2	325,7%
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa (A + B + C)	2.001,1	495,3	304,0%

O caixa líquido proveniente das atividades operacionais totalizou R\$ 18,9 milhões no 1T21 comparado a um consumo de caixa de R\$ 22,4 milhões no 1T20. O crescimento do caixa operacional vs 1T20 está diretamente relacionado a uma melhora relativa na conta de recebimentos a repassar da operação da Yapay comparado com a linha de contas a receber de clientes, que cresceu em velocidade menor. Vale lembrar que no 1T20, após o IPO a Companhia realizou um aporte na Yapay, reduzindo a necessidade de antecipação de recebíveis com adquirentes e, conseqüentemente, aumentando o saldo de Contas a Receber.

O dispêndio de caixa relacionado a aquisição de empresas, no montante de R\$ 239,9 milhões, refere-se às aquisições que foram finalizadas no trimestre (Social Miner, Vindi, Connect Plug, Samurai, Credisfera e Dooca).

// Geração de Caixa (EBITDA Ajustado – Capex)

(R\$ milhões)

locaweb	1T21	1T20	vs 1T20
EBITDA Ajustado	36,6	25,2	44,8%
Capex	21,9	9,4	132,5%
Geração de Caixa (R\$ mln)	14,6	15,8	-7,4%
Conversão de Caixa (%)	40,0%	62,6%	-23 p.p.

Apesar do expressivo aumento de 44,8% no EBITDA Ajustado, a geração de caixa da Companhia, medida pelo EBITDA Ajustado menos o Capex, foi impactado pela antecipação de parte dos investimentos previstos para o ano de 2021, uma vez que já executamos aproximadamente 35% do investimento anual em imobilizado esperado nas operações orgânicas. Além disso, observamos um crescimento orgânico em Pesquisa e Desenvolvimento no montante de R\$ 3,6 milhões.

Vale lembrar que o crescimento em segmentos que não demandam altos investimentos em Capex (SaaS e Commerce) vão contribuir para a alavancagem operacional da Companhia.

// ANEXO I – DRE

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T20	1T21
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	104,5	160,9
Custo dos serviços prestados	(62,5)	(91,7)
LUCRO BRUTO	42,1	69,3
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(40,8)	(70,9)
Com vendas	(19,0)	(27,2)
Gerais e administrativas	(22,1)	(44,3)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,2	0,5
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	1,2	(1,7)
RESULTADO FINANCEIRO	(1,8)	(4,1)
Receitas financeiras	3,5	9,2
Despesas financeiras	(5,3)	(13,3)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(0,6)	(5,8)
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(1,6)	(2,6)
Correntes	(3,1)	(5,8)
Diferidos	1,4	3,2
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	(2,3)	(8,4)

* Despesa com Vendas considera, também, o valor de “perda por redução ao valor recuperável”, que se encontra aberto na DRE.

** Resultado financeiro do 1T20 foi reapresentado (mudança entre linhas)

// ANEXO II – DRE BeOnline / SaaS

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO (em R\$ milhões)	1T20	1T21
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	91,3	104,7
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(9,6)	(9,2)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	81,7	95,6
Custo dos serviços prestados	(55,2)	(67,1)
LUCRO BRUTO	26,5	28,5
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(33,9)	(40,7)
Com vendas	(15,3)	(14,6)
Gerais e administrativas	(18,8)	(26,1)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,2	(0,0)
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(7,4)	(12,3)
Despesas de depreciação e amortização	12,9	14,8
EBITDA	5,5	2,5

* Despesa com Vendas considera, também, o valor de “perda por redução ao valor recuperável”, que se encontra aberto na DRE.

// ANEXO III – DRE Commerce

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO (em R\$ milhões)	1T20	1T21
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	25,8	73,2
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(2,9)	(7,9)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	22,9	65,4
Custo dos serviços prestados	(7,3)	(24,6)
LUCRO BRUTO	15,6	40,8
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(7,0)	(30,2)
Com vendas	(3,7)	(12,6)
Gerais e administrativas	(3,3)	(18,2)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	-	0,6
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	8,6	10,6
Despesas de depreciação e amortização	0,8	3,7
EBITDA	9,4	14,3

* Despesa com Vendas considera, também, o valor de “perda por redução ao valor recuperável”, que se encontra aberto na DRE.

// ANEXO IV – Balanço Patrimonial Consolidado

ATIVO (R\$ mln)	31/03/2021	31/12/2020	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ mln)	31/03/2021	31/12/2020
Circulante			Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	2.405,7	404,6	Fornecedores	24,4	20,5
Aplicação financeira restrita	3,2	1,6	Empréstimos e financiamentos	51,0	56,9
Contas a receber	402,0	358,6	Passivo de arrendamento	12,0	5,8
Impostos a recuperar	12,2	9,4	Pessoal, encargos e benefícios sociais	49,1	36,0
Instrumentos financeiros derivativos	17,7	19,4	Outros tributos a recolher	7,1	5,8
Outros ativos	21,4	13,9	Serviços a prestar	54,8	43,6
Total do ativo circulante	2.862,2	807,5	Recebimentos a repassar	304,3	271,7
			Juros sobre o capital próprio a pagar	0,0	0,0
Não circulante			Impostos parcelados	2,9	2,8
Aplicação financeira restrita	4,0	3,2	Obrigação com aquisição de investimentos	2,4	3,4
Depósitos judiciais	0,5	0,5	Outros passivos	5,8	4,1
Outros ativos	1,2	1,2	Total do passivo circulante	513,8	450,6
IR e CS Diferidos	23,9	20,7			
Imobilizado	82,3	76,3	Não circulante		
Ativos de direito de uso	68,0	65,1	Empréstimos e financiamentos	13,1	27,7
Intangível	855,3	477,9	Provisão para demandas judiciais	1,1	1,1
Total do ativo não circulante	1.035,2	644,9	Obrigação com aquisição de investimentos	344,0	211,6
			Passivo de arrendamento	62,5	63,7
TOTAL DO ATIVO	3.897,4	1.452,4	Impostos parcelados	19,0	19,6
			Outros passivos	1,8	4,0
			Total do passivo não circulante	441,5	327,8
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	2.889,6	643,7
			Reserva de capital	40,7	10,1
			Reserva de lucros	20,2	20,2
			Lucro do período	(8,4)	-
			Total do Patrimônio Líquido	2.942,1	674,0
			TOTAL DO PASSIVO E PL	3.897,4	1.452,4

// ANEXO V – DFC

DFC (R\$ mln)	1T21	1T20
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	(5,8)	(0,6)
Ajustes não caixa	30,2	21,4
Variações nos ativos e passivos:	(5,4)	(43,2)
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais	18,9	(22,4)
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Aquisição de bens para o imobilizado	(15,0)	(6,2)
Contas a pagar por aquisição de participação societária	(1,1)	-
Aquisição de controlada, líquida do caixa adquirido	(238,9)	-
Aquisição e desenvolvimento de ativo intangível	(6,9)	(3,3)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(261,8)	(9,4)
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	2.244,0	527,2
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	2.001,1	495,3
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	404,6	25,3
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	2.405,7	520,6
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	2.001,1	495,3

// DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

// Rafael Chamas

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

// Henrique Marquezi Filho

Gerente Executivo de Relações com Investidores

// Gabriel Caseiro

Analista de Relações com Investidores

E-mail: ri@locaweb.com.br

Tel.: +55 11 3544-0479