

São Paulo, 10 de novembro de 2021: Locaweb Serviços de Internet S.A. (B3: LWSA3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do 3T21

Destaques

Receita Líquida de **R\$ 209,1** milhões no 3T21, crescimento de **65,7%** vs 3T20. No acumulado de 9 meses o crescimento foi de **59,3%**

Commerce atingiu **R\$ 105,6** milhões de Receita Líquida, crescimento de **162,2%** vs 3T20. No acumulado de 9 meses o crescimento foi de **166,9%**

Base de lojistas cresceu **41,1%** nos 9 primeiros meses de 2021 (de dez/2020 a set/2021). Considerando a entrada dos lojistas da Bagy no 3T21, a base cresceu **96,6%** nos 9 primeiros meses de 2021

Manutenção do ritmo de adição de novas lojas no 3T21 em relação ao 2T21 e crescimento em relação ao 4T20, mesmo com a reabertura total da economia. Considerando a adição de novos lojistas da Bagy no 3T21, o crescimento no trimestre com relação ao 4T20 foi de **54,4%**

Nossos cohorts mostram aumento de ARPU e redução de churn na nossa operação de Commerce em decorrência de nossa estratégia de ecossistema

BeOnline / SaaS atingiu **R\$ 103,5** milhões de Receita Líquida, crescimento de **20,4%** vs 3T20

A Tray atingiu em setembro de 2021 o **nível máximo de excelência** no atendimento ao cliente no Reclame AQUI, o **RA1000**

Entrega de **relevantes melhorias** na plataforma Tray, se consolidando como a melhor plataforma para PMEs no mercado

Intensificação dos esforços de **Marketing** no segmento de Commerce, com foco na aquisição de novos clientes

Agenda de integrações segue avançando mesmo com alto volume de aquisições e empresas adquiridas possuem performance superior ao período anterior à aquisição

EBITDA Ajustado de **R\$ 33,6** milhões no 3T21

Posição de Caixa Líquido de **R\$ 1.780,3** milhões

Seguimos avançando em nosso processo de aquisições, tendo concluído a aquisição da **Squid**

Teleconferência (tradução simultânea): 12/11/2021

15:30 no horário de Brasília: +55 (11) 4210-1803
13:30 no horário dos EUA (EST): +55 (11) 4090-1621
Código de acesso: LOCAWEB

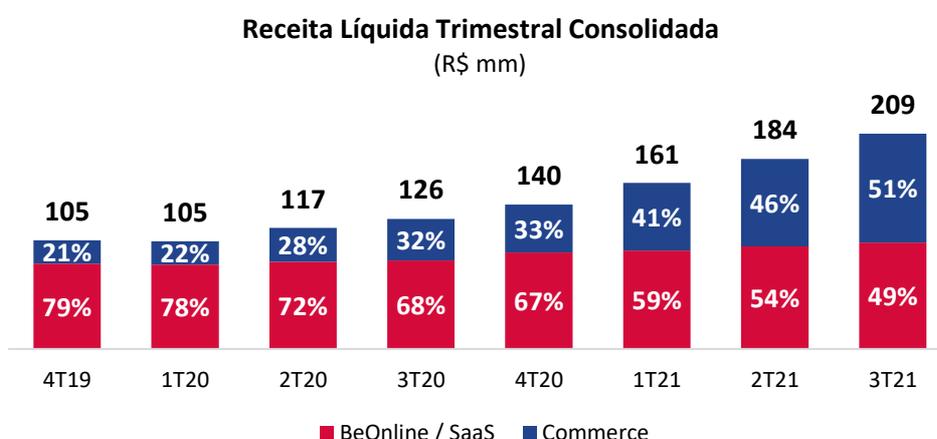
Relações com Investidores

+55 11 3544-0479
ri.locaweb.com.br
ri@locaweb.com.br



É com grande satisfação que apresentamos ao mercado os resultados do terceiro trimestre de 2021 da Locaweb. Neste trimestre, em que completamos a 8ª divulgação de resultados, seguimos observando um importante crescimento de toda a operação, avançamos na nossa estratégia de expansão do ecossistema e na agenda de integrações das empresas adquiridas.

Antes de comentarmos sobre os resultados do terceiro trimestre, vale destacar que desde a nossa primeira divulgação de resultados como Companhia Aberta referente ao 4T19, a Locaweb conseguiu, em dois ciclos de 4 divulgações, dobrar a sua receita líquida trimestral, conforme apresentado no gráfico abaixo.



É importante destacar que o segmento de Commerce mais que quadruplicou de tamanho e sua participação passou de 21% no consolidado do 4T19 para 51% no 3T21.

Aumento da base de clientes:

Com relação ao crescimento da operação, no 3T21 a adição de novas lojas na Tray e Dooça, mesmo com a reabertura da economia, manteve o ritmo reportado nos dois primeiros trimestres do ano e cresceu 38,3% quando comparado ao quarto trimestre de 2020. Considerando a adição de novos lojistas da Bagy no 3T21, o crescimento neste trimestre com relação ao 4T20 foi de 54,4%.

Isso se deve a uma postura proativa da Companhia, atuando nas seguintes frentes:

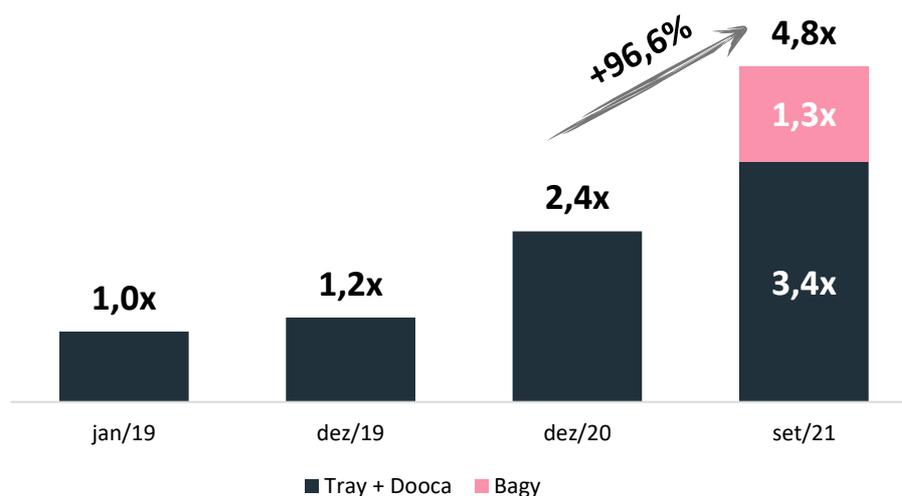
- Ampliamos os canais de aquisição de clientes;
- Aumentamos os investimentos em Marketing;
- Fortalecemos os times comerciais;
- Evoluímos fortemente o produto;
- Melhoramos os processos internos.

Além disso, em junho lançamos na Dooça uma versão gratuita de 14 dias, permitindo que o lojista possa criar uma conta em poucos cliques e testar todas as funcionalidades disponíveis para criação da sua loja virtual. Expandimos, também, o relacionamento com influenciadores digitais na Tray como ferramenta para captação e conversão de leads para todo o ecossistema de Commerce da Locaweb. É importante destacar

que essas ações com influencers para captação de clientes em todo o ecossistema devem ser intensificadas com a aquisição da Squid.

Com esse aumento no volume de novos entrantes, as novas oportunidades de cross-sell dentro do ecossistema de Commerce e as tendências de *churn* apresentando sinais de redução em relação às safras históricas, seguimos pavimentando o caminho para um 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 da nossa base de clientes de plataforma de e-commerce (Tray, Tray Corp e Dooca) aumentar drasticamente desde janeiro de 2019, sendo que nos nove primeiros meses de 2021 o crescimento foi de 41,4% (barras em azul no gráfico abaixo). Considerando a entrada dos lojistas da Bagy no 3T21, a base de lojistas que utilizam as nossas plataformas de e-commerce cresceu 96,6% nos 9 primeiros meses de 2021:

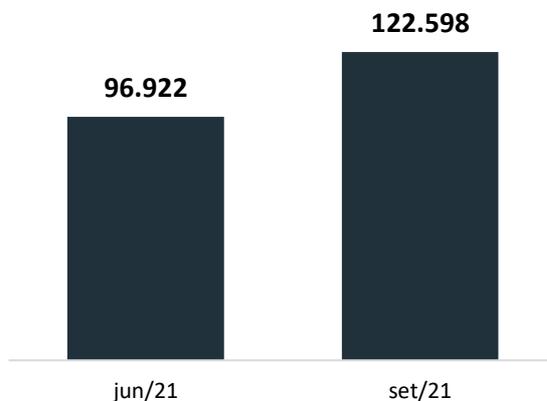


Além da manutenção do ritmo de adição de novas lojas, um importante fator contribui para que tenhamos o menor nível de churn entre os competidores de plataforma de e-commerce no Brasil, o nível de serviço oferecido aos lojistas. Neste tema, tivemos o orgulho de comunicar ao mercado em setembro que a Tray atingiu o nível máximo de excelência no atendimento ao cliente no Reclame AQUI, o RA1000¹.

Outra importante métrica que mede a qualidade do nível de serviço que oferecemos aos nossos clientes é o Net Promoter Score (“NPS”). Na Tray, esse índice segue crescendo de forma consistente e apresentou um aumento 22% no trimestre em relação ao 2T21, trimestre imediatamente anterior.

Nossa base de assinaturas ativas e pagantes no segmento de Commerce, que inclui clientes de plataforma, ERP e recorrência cresceu 26,5% entre o 2T21 e o 3T21, conforme gráfico abaixo:

¹ Devido à nova composição acionária do site Reclame Aqui, a Companhia avaliará a continuidade da divulgação de tal informação em seus relatórios futuros.



Evolução do Ecossistema:

Um grande diferencial de nosso ecossistema em relação à concorrência é fazer com que o cliente acelere suas vendas após a contratação da solução. Neste trimestre entregamos soluções que em conjunto são únicas em todo o mercado onde atuamos.

Facebook e Instagram: Como forma de possibilitar melhores oportunidades de conversão na loja virtual, evoluímos a integração/parceria, que antes já contemplava a instalação do pixel / API conversion, importação de catálogo de produtos e criação automática de página nas redes sociais, e agora, contempla também a criação e gestão de anúncios para o lojista direto da plataforma Tray em um único painel.

WhatsApp: Em parceria inédita na América Latina, a Tray e a Social Miner desenvolveram um recurso de campanhas inteligentes, dentro da plataforma Tray, utilizando o serviço de mensageria instantânea mais popular no Brasil como ponto de captação de lead e de comunicação com clientes de e-commerce de forma automática.

Esse recurso, disponibilizado no início de novembro para todos os clientes, é o início de uma parceria entre as empresas e já nasce com features como recuperação de carrinho, envio de cupom de primeira compra e lembrete de aniversário, com o objetivo de aumentar a conversão e, conseqüentemente, o GMV dos clientes já na Black Friday e no Natal.

PIX: Seguindo nas melhorias da plataforma que ajudam nossos clientes a aumentarem suas vendas, em outubro disponibilizamos o pagamento via PIX para todos os clientes de nossas plataforma, utilizando a Yapay, com alto potencial de melhoria nas conversões de venda dos clientes, que antes utilizavam boletos para pagamento.

Além das evoluções mencionadas acima, seguimos ampliando a quantidade de integrações na plataforma, que já totalizam 503.

Squid:

Em outubro, anunciamos mais uma importante aquisição. A Squid é a mais relevante empresa no segmento de Creators Economy no Brasil e possui as melhores soluções e plataformas para conectar influenciadores e criadores de conteúdo às marcas.

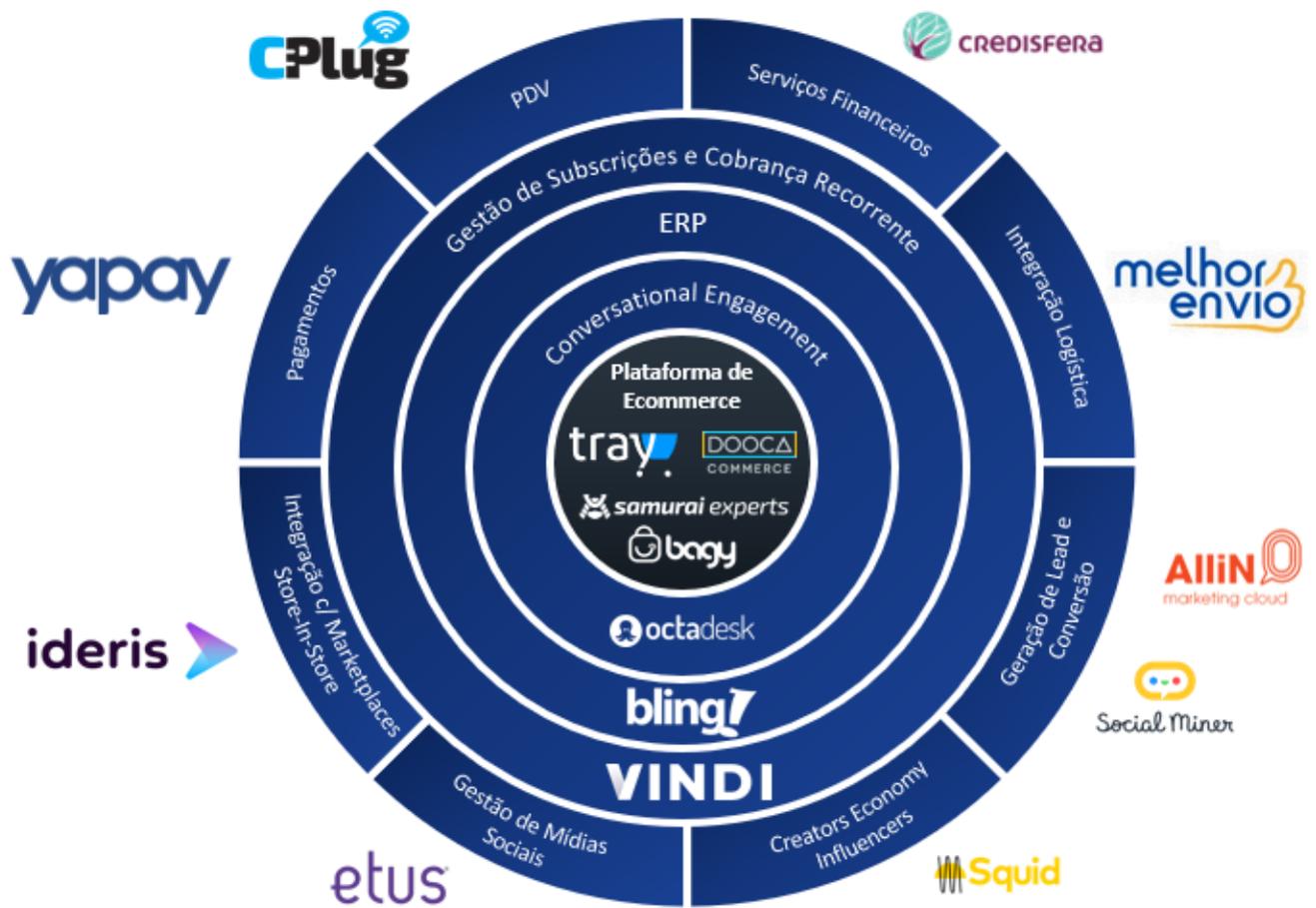
Por meio do machine learning e uma robusta plataforma, a Squid automatiza todo o processo de identificação, recrutamento, gestão e pagamento de influenciadores digitais, unindo tecnologia e um time especializado, que ajuda marcas e empresas de vários segmentos a impulsionarem o resultado de suas campanhas, aumentando, assim, a conversão de suas vendas.

O histórico da Squid conta com importantes reconhecimentos como a passagem pelo programa de aceleração da Endeavor (Scale-Up) e foi eleita uma das startups mais promissoras do Brasil no ranking "100 Startups to Watch".

A Squid vem apresentando forte crescimento desde sua fundação. Atualmente sua base reúne mais de 100 mil influenciadores, que produziram mais de 300 mil conteúdos em 2021, que, por sua vez, geraram mais de 700 milhões de impactos. Sua receita anual recorrente (ARR) é superior a R\$ 100 milhões, com crescimento de triplo dígito em 2021.

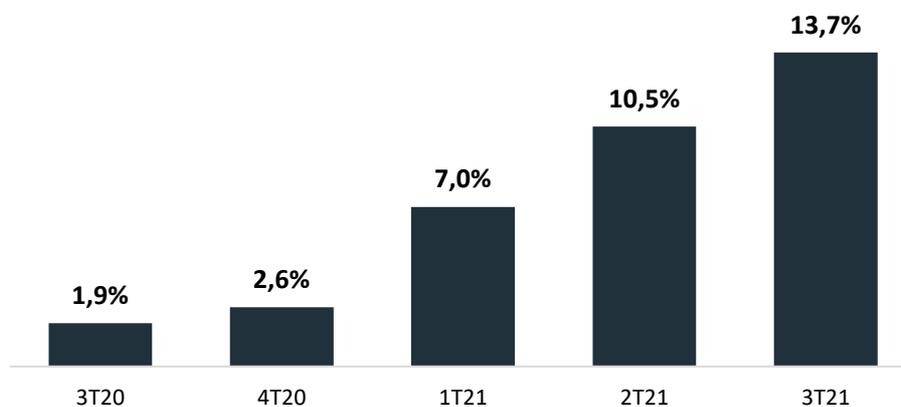
Com a aquisição da Squid, a Locaweb consolida ainda mais seu ecossistema de soluções tecnológicas, fortalecendo o portfólio de social commerce / live commerce, com forte sinergia com muitos clientes da Locaweb (BeOnline / SaaS e Commerce).

Nosso ecossistema de e-commerce pode ser agora representado da seguinte forma:



Fortalecimento da operação de pagamentos:

Conforme mencionamos em outras divulgações de resultados, uma sinergia rápida que conseguimos capturar após as aquisições está na integração da nossa solução de pagamentos, a Yapay, com as empresas adquiridas. Esse TPV exclusivamente capturado via sinergias segue apresentando crescimento relevante, conforme gráfico abaixo:

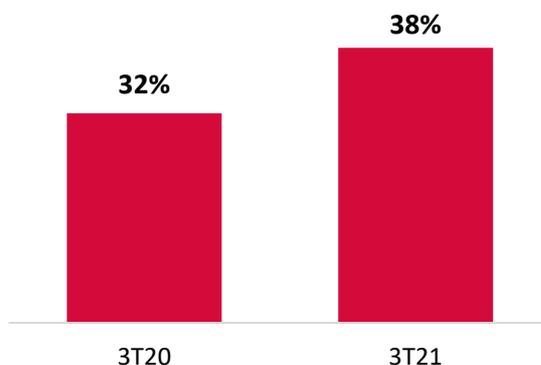


Dado o crescimento e a relevância desse tema dentro do ecossistema de e-commerce, decidimos unificar todas as estratégias de meios de pagamento e transações financeiras do grupo em uma unidade de negócios (diretoria).

As empresas Vindi e Yapay serão fundidas e lideradas pelo Rodrigo Dantas, fundador da Vindi. A iniciativa dará origem a uma unidade com visão única de soluções de pagamentos e serviços financeiros para clientes de todos os tamanhos e segmentos, dentro do grupo.

BeOnline / SaaS

No segmento de 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:



Para compor o mix de soluções de e-mail, portfólio que cresce anualmente de forma consistente mais de 25%, em julho de 2021 lançamos o E-mail Go. O novo produto traz mais mobilidade e conectividade para clientes que necessitam de caixas postais e calendários sincronizados a outros dispositivos.

Também no mês de julho na Locaweb varejo, colocamos no ar uma nova ferramenta de atração de leads via WhatsApp, o Clic Lead, que tem como objetivo facilitar a captura, gestão e relacionamento das empresas com os leads capturados via WhatsApp. Trata-se de widget a ser integrado nos ambientes digitais do cliente, de forma a transformar visitantes dos sites em contatos.

Na Delivery Direto, observamos avanço na oferta integrada com o PDV Connect Plug para clientes provenientes da Connect Plug e da Delivery Direto, já correspondendo a 15% de todos os novos clientes da Delivery Direto. Em termos de oferta para base, atualmente 30% dos clientes possuem alguma integração com sistemas externos que podem ser alvos para oferta do PDV Connect Plug.

Neste trimestre a Nextios, nossa marca para clientes corporativos, manteve sua tendência de crescimento em número de clientes e também em receita. Atingimos 20% de crescimento quando comparamos com o mesmo período de 2020.

Além de seguir apoiando e orientando seus clientes na jornada para a nuvem, a Nextios tem tomado um protagonismo apoiando seus clientes na prevenção contra possíveis ataques cibernéticos. Com as recentes parcerias estabelecidas com CrowdStrike (líder no quadrante do Garner em soluções de proteção de End

Point) e com a Imperva (líder também pelo Garner em soluções de proteção WAF, DBF e Anti-DDoS). O volume de vendas destas soluções foi expressivo durante o terceiro trimestre.

Por fim, a Octadesk apresentou dois destaques: (i) maior receita de novas vendas e (ii) maior receita de expansão, vinda de clientes de sua base. No mês de setembro, atingiu sua maior receita feita até então, superando em 29% o melhor número já feito pela empresa, mostrando uma aceleração do seu crescimento após a aquisição, que aconteceu no início de agosto.

Destaque das Aquisições

Conforme apresentado no último trimestre, nossa agenda de integração de aquisições, que vem sendo conduzida por uma executiva dedicada dentro da Diretoria Financeira com ampla experiência em integrações de M&A, segue apresentando consistentes e importantes avanços.

Nosso processo de integração acrescido da escolha correta das empresas e alto potencial de cross-sell dentro do ecossistema faz com que as adquiridas apresentem crescimento maior do que apresentavam antes da aquisição.

Com relação a lançamento de produtos, podemos citar:

- **Melhor Envio:** Lançamento da integração de Melhor Envio com Tray e integração com a plataforma da Bagy.
- **Etus:** Oferta para base de clientes Bling diretamente no painel da Bling.
- **CPlug e Delivery Direto:** Oferta PLG – Product Led Growth – Oferta Plano Iniciante em conjunto com a DD+CPlug. Uma oferta mais simples, com funcionalidades básicas direcionada aos pequenos empreendedores.
- **Samurai:** Lançamento de ferramenta para Live Commerce nativamente integrada à plataforma Tray.
- **Dooca:** Interação com Melhor Envio e Ideris.
- **Octadesk:** Oferta da plataforma Octadesk para os clientes da Etus.

Importante lembrar que um dos propósitos 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.

Abaixo os crescimentos observados em algumas das empresas adquiridas no trimestre:

// Melhor Envio

- Crescimento de 98,3% no número de etiquetas emitidas no 3T21 e de 90,3% no GMV de Frete vs 3T20.
- Base de clientes cresceu 129,6% no 3T21 vs 3T20.

// Bling

- Crescimento de 63,1% na adição de novos clientes no 3T21 comparando com igual período do ano anterior.
- Base de clientes cresceu 69,3% no 3T21 vs 3T20.
- Etiquetas emitidas via Melhor Envio apresentou crescimento de 155,1% no 3T21 vs 3T20.

// Vindi

- Crescimento do TPV no 3T21 de 65,3% vs 3T20.

// Etus

- Base de clientes cresceu 42,2% no 3T21 vs 3T20.

// Dooca

- Base de clientes cresceu 105,2% no 3T21 vs 3T20.

// Ideris

- Base de clientes cresceu 46,0% no 3T21 vs 3T20.

// C-Plug

- Base de clientes cresceu 62,2% no 3T21 vs 3T20.

// Bagy

- Base de clientes cresceu 73,8% no 3T21 vs 3T20.

// Octadesk

- Crescimento da Receita Líquida de 64,2% no 3T21 vs 3T20.

Impactos em Custos

Durante esse trimestre, observamos dois importantes aumentos em nossos custos, que impactaram o nosso EBITDA orgânico:

- Marketing e Vendas: Intensificação dos esforços de venda, expansão de canais e aumento dos custos de mídias digitais para manutenção do ritmo de crescimento da Companhia após a reabertura da economia.
- Reforço de equipe de produtos e engenharia no segmento de Commerce para evolução orgânica de toda a plataforma e ecossistema da Companhia.

Pessoas e Cultura

Falando agora sobre nosso maior patrimônio, que são nossos colaboradores. Aqui na Locaweb, nós valorizamos e respeitamos a diversidade de cada Locaweb e nesse sentido realizamos ações afirmativas visando trazer mais inclusão e equidade para grupos minorizados.

Neste ano, realizamos novamente o censo de Inclusão & Diversidade e nele foi constatado que atingimos 30% de liderança feminina, um incremento de 10 p.p. sobre os resultados da pesquisa em 2020. Pensando em acelerar o crescimento deste número, criamos o nosso primeiro programa de Mentoring para Mulheres, o qual tem como objetivo iniciar uma parceria de desenvolvimento aplicando o conceito de 70/20/10, promovendo troca de experiências entre mulheres que já estão na liderança e as que estão no pipeline de sucessão. Hoje são 27 mentoras e mentees em todo o grupo.

Já o nosso Programa de Trainee 2021 foi o mais diverso dentre todas as edições: 50% dos aprovados foram mulheres, 30% LGBTQIA+ e 30% são pretos ou pardos.

Como resultado dessas e outras ações, em 2021 todas as empresas do Grupo participantes da pesquisa (Locaweb – com Locaweb Pro, Nextios e All iN -, Locaweb Commerce – com Tray, Tray Corp, Yapay -, KingHost, Etus e Delivery Direto), receberam a certificação Great Place to Work de clima organizacional. KingHost e Tray ainda entraram para o ranking das melhores empresas para trabalhar no Brasil, nas posições 22º e 17º, respectivamente, na categoria de empresas de médio porte. Locaweb, Tray e KingHost ficaram entre os 70 Lugares Incríveis Para Trabalhar, resultado da pesquisa FIA Employee Experience (Feex), que comprovam nossa preocupação com o bem-estar dos nossos colaboradores e com um desenvolvimento sustentável para todos.

Com uma gestão humana e uma preocupação real para que todas as pessoas se sintam à vontade para ser quem são independentes de nível hierárquico ou unidade de negócio que está.

Estamos constantemente buscando gerar um impacto positivo à sociedade que estamos inseridos, atualmente temos um plano de ação em prol da construção de uma empresa com mais equidade. Para atingir esse objetivo, vamos aderir aos Princípios do Empoderamento da Mulher e ao Pacto Global da ONU, assumindo formalmente um compromisso com os 17 objetivos do desenvolvimento sustentável e com os 7 Princípios do empoderamento da Mulher.

// Resumo dos Indicadores

// Consolidado

(R\$ milhões)

locaweb	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Receita Operacional Líquida	209,1	126,2	65,7%	554,3	348,1	59,3%
Lucro Bruto	100,9	54,9	83,7%	256,5	144,8	77,1%
Margem Bruta (%)	48,3%	43,5%	4,7 p.p.	46,3%	41,6%	4,7 p.p.
EBITDA	25,9	30,9	-16,1%	76,6	74,5	2,8%
Margem EBITDA (%)	12,4%	24,4%	-12,1 p.p.	13,8%	21,4%	-7,6 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	33,6	35,8	-6,1%	111,4	93,0	19,7%
Margem EBITDA Ajustada (%)	16,0%	28,3%	-12,3 p.p.	20,1%	26,7%	-6,6 p.p.
Lucro Líquido	(3,7)	7,8	-147,8%	(8,5)	10,8	-179,2%
Lucro Líquido Ajustado ²	25,6	13,0	96,5%	58,3	30,7	89,9%
Margem Lucro Líquido Ajustado (%)	12,2%	10,3%	1,9 p.p.	10,5%	8,8%	1,7 p.p.
Geração de Caixa ³	10,3	21,5	-52,1%	46,5	57,0	-18,4%
Conversão de Caixa (%) ³	30,6%	60,0%	-29,4 p.p.	41,7%	61,2%	-19,5 p.p.
Dívida Líquida (Caixa) ⁴	(1.780,3)	(449,3)	296,2%	(1.780,3)	(449,3)	296,2%

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	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
GMV Ecommerce ¹	4.488,7	3.123,3	43,7%	13.350,6	7.884,9	69,3%
TPV (Yapay)	747,3	518,0	44,3%	2.025,1	1.141,7	77,4%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	118,2	45,4	160,2%	286,1	108,1	164,6%
Receita Operacional Líquida (ROL)	105,6	40,3	162,2%	255,8	95,8	166,9%
ROL de Assinaturas de Plataforma	54,2	15,2	257,8%	115,0	36,7	213,2%
ROL de Ecossistema	51,4	25,1	104,6%	140,7	59,1	138,1%
Lucro Bruto	65,5	27,1	141,3%	160,2	65,8	143,3%
Margem Bruta (%)	62,0%	67,4%	-5,4 p.p.	62,6%	68,7%	-6,1 p.p.
EBITDA	15,7	17,0	-7,5%	53,0	40,9	29,6%
Margem EBITDA (%)	14,9%	42,1%	-27,3 p.p.	20,7%	42,6%	-21,9 p.p.
EBITDA Ajustado ²	16,7	17,0	-1,6%	57,1	40,9	39,8%
Margem EBITDA Ajustada (%)	15,8%	42,1%	-26,3 p.p.	22,3%	42,6%	-20,3 p.p.

¹ GMV Ecommerce: Soma dos GMVs de Tray, Ideris e Dooca (proforma 3T20 – considerando como se todos os ativos estivessem na base no 3T20).

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	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Clientes EoP - BeOnline / SaaS	402,9	372,7	8,1%	402,9	372,7	8,1%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	113,5	94,4	20,2%	327,3	276,7	18,3%
Receita Operacional Líquida	103,5	85,9	20,4%	298,6	252,2	18,4%
Lucro Bruto	35,5	27,8	27,5%	96,3	79,0	21,9%
Margem Bruta (%)	34,3%	32,4%	1,9 p.p.	32,3%	31,3%	0,9 p.p.
EBITDA	10,2	13,9	-26,7%	23,7	33,7	-29,7%
Margem EBITDA (%)	9,8%	16,2%	-6,3 p.p.	7,9%	13,4%	-5,4 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	16,9	18,8	-10,2%	54,3	52,2	4,0%
Margem EBITDA Ajustada (%)	16,3%	21,9%	-5,6 p.p.	18,2%	20,7%	-2,5 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 relacionadas 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	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Commerce	105,6	40,3	162,2%	255,8	95,8	166,9%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>50,5%</i>	<i>31,9%</i>	<i>18,6 p.p.</i>	<i>46,1%</i>	<i>27,5%</i>	<i>18,6 p.p.</i>
BeOnline / SaaS	103,5	85,9	20,4%	298,6	252,2	18,4%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>49,5%</i>	<i>68,1%</i>	<i>-18,6 p.p.</i>	<i>53,9%</i>	<i>72,5%</i>	<i>-18,6 p.p.</i>
Receita Operacional Líquida - Consolidado	209,1	126,2	65,7%	554,3	348,1	59,3%

A Receita Líquida da Locaweb totalizou R\$ 209,1 milhões no 3T21, um aumento de 65,7% em relação ao 3T20. Nos nove primeiros meses de 2021, o crescimento da Receita Líquida foi de 59,3%, totalizando R\$ 554,3 milhões.

A participação do segmento de Commerce, que considera as receitas de Tray, Tray Corp, Melhor Envio, Vindi, Ideris, Samurai, Dooça, Credisfera, Bling, Bagy e Octadesk (este último apenas os meses de agosto e setembro) passou de 31,9% no 3T20 para 46,0% no 2T21 e 50,5% no 3T21.

Commerce	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
GMV Ecommerce ¹	4.488,7	3.123,3	43,7%	13.350,6	7.884,9	69,3%
TPV (Yapay)	747,3	518,0	44,3%	2.025,1	1.141,7	77,4%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	118,2	45,4	160,2%	286,1	108,1	164,6%
Receita Operacional Líquida (ROL)	105,6	40,3	162,2%	255,8	95,8	166,9%
ROL de Assinaturas de Plataforma	54,2	15,2	257,8%	115,0	36,7	213,2%
ROL de Ecossistema	51,4	25,1	104,6%	140,7	59,1	138,1%

¹ GMV Ecommerce: Soma dos GMVs de Tray, Ideris e Dooça (proforma 3T20 – considerando como se todos os ativos estivessem na base no 3T20)

No segmento de Commerce, a Receita Operacional Líquida no 3T21 apresentou crescimento de 162,2%, passando de R\$ 40,3 milhões no 3T20 para R\$ 105,6 milhões no 3T21. Nos primeiros nove meses de 2021, o crescimento foi de 166,9%.

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

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

A base de clientes (Tray + Dooça) cresceu 41,1% nos nove primeiros meses de 2021 e 48,3% na comparação com a base do 3T20;

Já a adição de novas lojas, cresceu 38,3% no trimestre em comparação com o 4T20;

A base de assinaturas ativas e pagantes no segmento de Commerce, que inclui clientes de plataforma, ERP e recorrência cresceu 26,5% entre o 2T21 e o 3T21;

Além dos pontos mencionados acima, tivemos a aquisição da Bling, Bagy e Octadesk que contribuíram para o crescimento da receita de assinatura de plataformas.

(ii) **Receita de Ecossistema:**

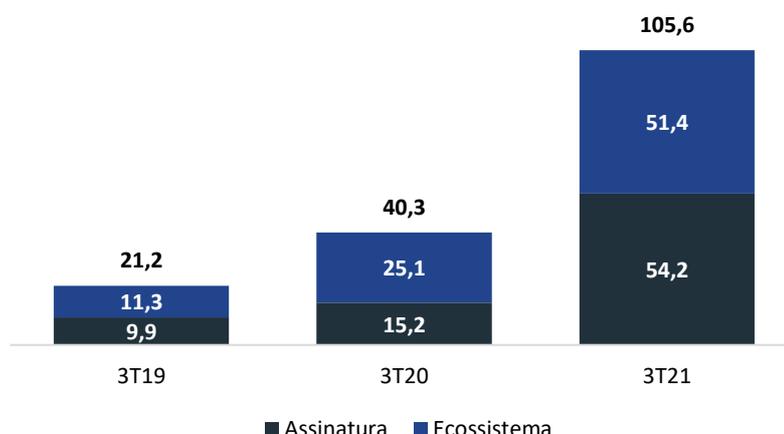
Refere-se à receita cobrada pela utilização dos serviços prestados pelo nosso ecossistema (exemplos: Yapay, Melhor Envio, venda em marketplaces, etc).

Nosso TPV na Yapay aumentou 44,3% em comparação ao 3T20, consequência do crescimento da base de clientes, das vendas de clientes em loja própria e das rápidas integrações da Yapay dentro do nosso ecossistema, que já representam 13,7% do TPV da Yapay.

O GMV das vendas realizadas pela Tray, Dooça e Ideris cresceu 43,7% no 3T21 vs 3T20 (proforma), totalizando R\$ 4,5 bilhões.

Há, também, remunerações referentes a outras plataformas, que também apresentaram forte crescimento no 3T21, como o Melhor Envio, que apresentou crescimento de 90,3% em GMV de frete e 98,3% em número de etiquetas emitidas na comparação com igual período do ano anterior.

O gráfico abaixo apresenta a evolução das duas fontes de receita no 3T19, 3T20 e 3T21:



BeOnline / SaaS	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Cientes EoP - BeOnline / SaaS	402,9	372,7	8,1%	402,9	372,7	8,1%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	113,5	94,4	20,2%	327,3	276,7	18,3%
Receita Operacional Líquida	103,5	85,9	20,4%	298,6	252,2	18,4%

O número de clientes do segmento de BeOnline / SaaS (final de período), apresentou crescimento de 8,1% entre o 3T20 e 3T21.

Já a Receita Operacional Líquida de BeOnline / SaaS apresentou crescimento de 20,4%, passando de R\$ 85,9 milhões no 3T20 para R\$ 103,5 milhões no 3T21. Nos primeiro nove meses de 2021, o crescimento foi de 18,4%, totalizando R\$ 298,6 milhões.

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 e Cloud VPS, todos eles apresentando altas taxas de crescimento em relação ao 3T20.

Importante destacar que os produtos de BeOnline e parte dos produtos de SaaS foram impactados positivamente pelo reajuste de inflação.

// Custos e Despesas Operacionais

(R\$ milhões)

locaweb	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Custo dos serviços prestados	108,2	71,3	51,8%	297,8	203,2	46,6%
Despesas com vendas	45,7	20,4	123,9%	107,4	58,0	85,3%
Despesas Gerais e Administrativas	53,0	17,7	199,7%	136,0	54,7	148,7%
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(0,2)	(0,4)	-41,7%	(1,1)	(0,8)	47,0%
Custos e Despesas Operacionais Totais	206,6	109,0	89,6%	540,2	315,1	71,4%
% ROL	98,8%	86,3%	12,5 p.p.	97,4%	90,5%	6,9 p.p.

Os custos e despesas operacionais totais da Locaweb apresentaram crescimento de 89,6% no 3T21 quando comparado ao mesmo período no ano anterior. Nos primeiros nove meses de 2021, o crescimento foi de 71,4%.

Custo dos serviços prestados

O custo dos serviços prestados no 3T21 foi de R\$ 108,2 milhões e de R\$ 71,3 milhões no mesmo período de 2020, um aumento de 51,8% na comparação entre os dois períodos, o que representou 51,7% da receita líquida no 3T21 e 56,5% no 3T20, uma redução de 4,7 p.p.

Vale destacar que os Custos dos Serviços Prestados das empresas adquiridas somaram R\$ 24,0 milhões, contribuindo em mais de 30,0 p.p. do total do crescimento apresentado no trimestre.

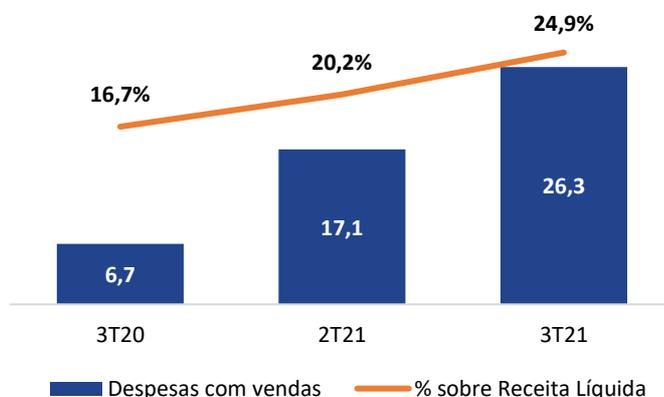
Despesas com vendas

As despesas com vendas, que compreendem as equipes de marketing e vendas, bem como os serviços contratados dessas mesmas naturezas, no 3T21 foi de R\$ 45,7 milhões apresentando um incremento de 123,9% quando comparado ao 3T20.

Conforme apresentado nos trimestres anteriores, a Companhia aumentou os esforços de Marketing na Tray, como mencionado no início do presente relatório, com o objetivo de solidificar a marca como líder do segmento de digitalização de PMEs no Brasil e manter o ritmo de crescimento do segmento, o que representou grande parte do crescimento observado nas despesas com vendas no segmento de Commerce.

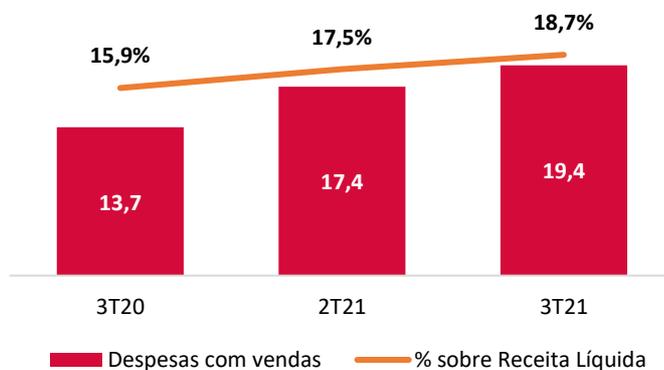
Os gráficos abaixo apresentam a representatividade das despesas com vendas sobre a receita dos segmentos e consolidada:

Commerce

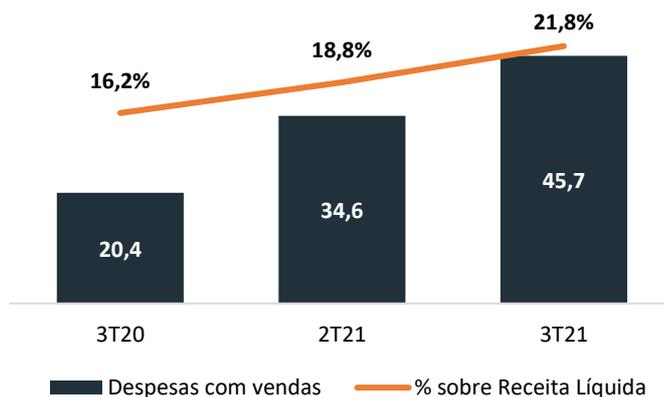


Vale frisar que tais gastos consolidam, também, os gastos das empresas adquiridas, que possuem uma estrutura / processo de aquisição de clientes ainda distintas das praticadas na Companhia. Organicamente, as despesas com vendas no segmento de Commerce apresentaram crescimento de 53,7% (YoY), o que representou 19,1% sobre a receita líquida orgânica do segmento no período, enquanto no 2T21 foi de 16,3% e no 3T20 16,7%.

BeOnline / SaaS



Consolidado



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 3T21 foi de R\$ 53,0 milhões e de R\$ 17,7 milhões em igual período de 2020, o que representou um crescimento de 199,7%.

O aumento deve-se, principalmente, aos fatores listados abaixo, que somados totalizam R\$ 33,9 milhões:

- (i) Efeito inorgânico relacionado às empresas adquiridas, no montante de R\$ 20,5 milhões;
- (ii) Despesas relacionadas à amortização de intangíveis PPA, no total de R\$ 8,5 milhões; e
- (iii) Despesas relacionadas ao processo de aquisição de empresas, no total de R\$ 4,9 milhões;

// Lucro Bruto

(R\$ milhões)

locaweb	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Commerce	65,5	27,1	141,3%	160,2	65,8	143,3%
Margem (%)	62,0%	67,4%	-5,4 p.p.	62,6%	68,7%	-6,1 p.p.
BeOnline / SaaS	35,5	27,8	27,5%	96,3	79,0	21,9%
Margem (%)	34,3%	32,4%	1,9 p.p.	32,3%	31,3%	0,9 p.p.
Lucro Bruto	100,9	54,9	83,7%	256,5	144,8	77,1%
Margem (%)	48,3%	43,5%	4,7 p.p.	46,3%	41,6%	4,7 p.p.

O Lucro Bruto consolidado apresentou aumento de 83,7% no 3T21 quando comparado ao 3T20, atingindo R\$ 100,9 milhões. No 3T21, houve crescimento de 4,7 p.p. da Margem Bruta comparado ao 3T20, refletindo a recuperação na margem de BeOnline / SaaS, que acabou sendo impactada em 2020 pelos efeitos da pandemia, já explicados em resultados anteriores.

A queda de 5,4 p.p. observada no segmento de Commerce está diretamente relacionado à: (i) aquisição de empresas em estágio de alto crescimento e consequente estruturação de processos para suportar o crescimento e (ii) investimento nas equipes de produtos e engenharia.

Conforme mencionado acima, os Custos dos Serviços Prestados das empresas adquiridas somaram R\$ 24,0 milhões no 3T21.

// EBITDA e EBITDA Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Lucro (Prejuízo) Líquido	(3,7)	7,8	-147,8%	(8,5)	10,8	-179,2%
(+) Resultado Financeiro Líquido	(4,2)	3,5	-220,9%	0,8	9,2	-91,5%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	10,4	6,0	75,2%	21,9	12,9	69,4%
(+) Depreciação e Amortização	23,4	13,6	71,7%	62,4	41,6	50,1%
EBITDA	25,9	30,9	-16,1%	76,6	74,5	2,8%
(+) Plano de opção de compra de ações	2,8	4,2	-32,9%	9,4	11,1	-15,8%
(+) Despesas de fusões e aquisições	4,9	0,7	594,9%	17,7	0,9	1792,2%
(+) Despesas extraordinárias relacionadas ao IPO e Follow-on	0,0	0,0	n/a	7,7	6,4	19,2%
EBITDA Ajustado	33,6	35,8	-6,1%	111,4	93,0	19,7%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>16,0%</i>	<i>28,3%</i>	<i>-12,3 p.p.</i>	<i>20,1%</i>	<i>26,7%</i>	<i>-6,6 p.p.</i>

Decorrente dos números apresentados anteriormente, o EBITDA Ajustado da LocaWeb no 3T21 foi de R\$ 33,6 milhões, montante 6,1% inferior em relação ao 3T20, com a Margem EBITDA Ajustada apresentando redução de 12,3 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

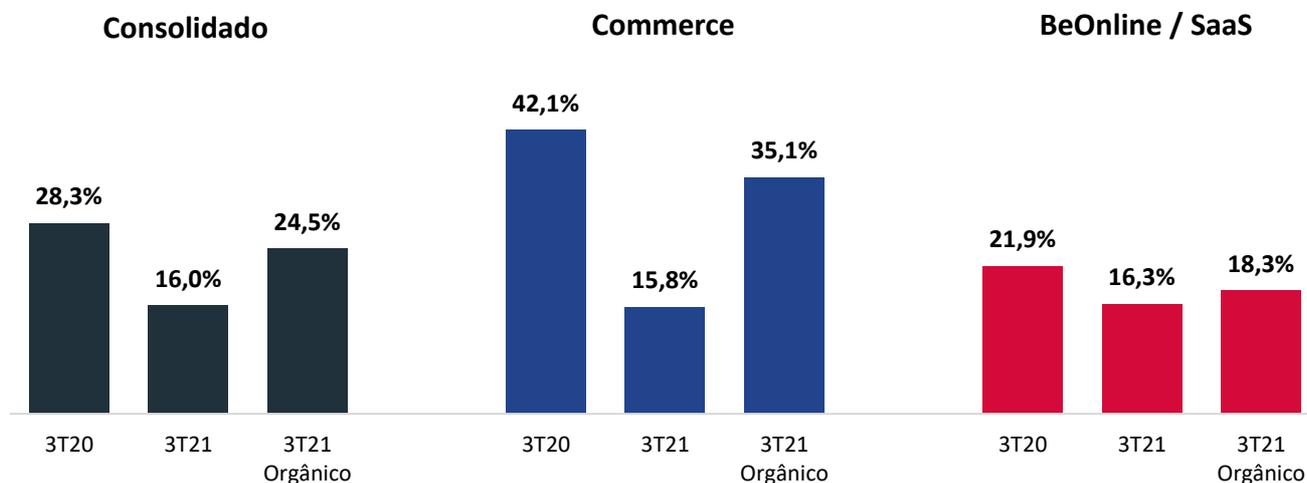
(R\$ milhões)

locaweb	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Commerce						
EBITDA Ajustado	16,7	17,0	-1,6%	57,1	40,9	39,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>15,8%</i>	<i>42,1%</i>	<i>-26,3 p.p.</i>	<i>22,3%</i>	<i>42,6%</i>	<i>-20,3 p.p.</i>
BeOnline / SaaS						
EBITDA Ajustado	16,9	18,8	-10,3%	54,3	52,2	4,0%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>16,3%</i>	<i>21,9%</i>	<i>-5,6 p.p.</i>	<i>18,2%</i>	<i>20,7%</i>	<i>-2,5 p.p.</i>
Consolidado						
EBITDA Ajustado	33,6	35,8	-6,1%	111,4	93,0	19,7%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>16,0%</i>	<i>28,3%</i>	<i>-12,3 p.p.</i>	<i>20,1%</i>	<i>26,7%</i>	<i>-6,6 p.p.</i>

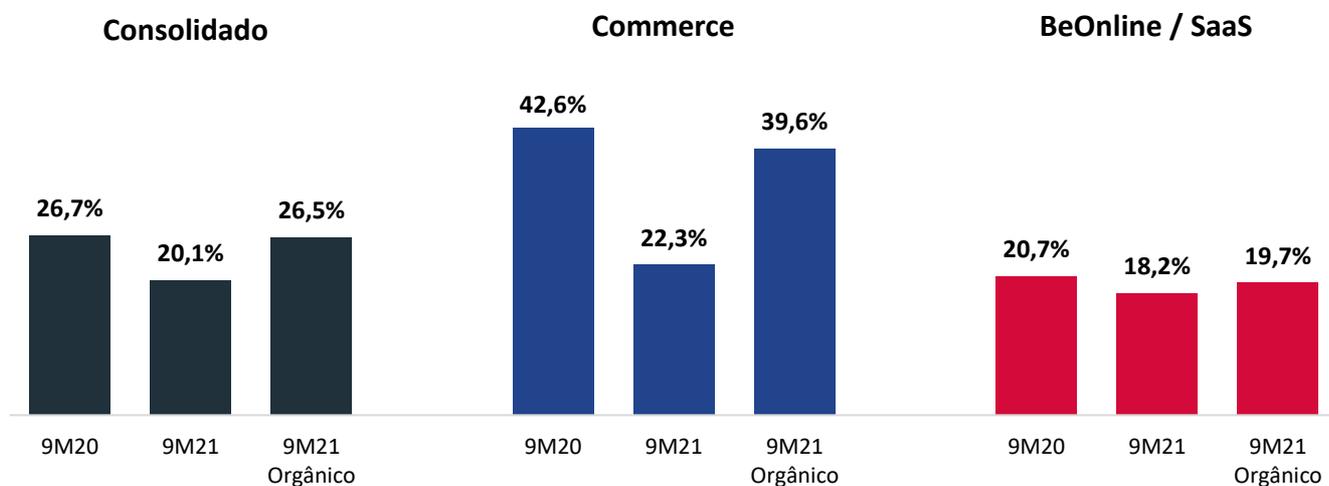
O EBITDA Ajustado de Commerce apresentou leve queda de 1,6% no 3T21, atingindo R\$ 16,7 milhões com redução de 26,3 p.p. na margem EBITDA que foi de 15,8% no trimestre, relacionado majoritariamente à consolidação dos resultados das empresas adquiridas nos resultados do segmento, conforme já explicado no presente relatório.

Organicamente, o segmento de Commerce apresentou 35,1% de margem EBITDA Ajustada, uma queda na comparação com o 3T20, relacionado principalmente ao aumento nos gastos com marketing e ao reforço das equipes de engenharia e produtos, que somados representam 4 p.p., conforme também já explicado neste relatório.

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



É importante destacar que nos nove meses de 2021, as margens orgânicas seguem em patamares semelhantes aos apresentados em igual período no ano anterior, conforme gráfico abaixo:



A margem das empresas adquiridas segue sendo impactada, uma vez que essas empresas estão em estágio de alto crescimento e consequente estruturação de processos para suportar o seu crescimento.

// Resultado Financeiro

(R\$ milhões)

locaweb	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Despesas Financeiras	(21,2)	(6,1)	248,1%	(50,6)	(19,2)	163,7%
Receita Financeira	25,4	2,6	870,2%	49,8	10,0	399,7%
Resultado Financeiro Líquido	4,2	(3,5)	220,9%	(0,8)	(9,2)	91,5%

O resultado financeiro líquido no 3T21 foi uma receita líquida de R\$ 4,2 milhões, o que representou uma melhora de 220,9% em comparação com o 3T20, esse aumento está diretamente relacionado à (i) receita financeira referente ao caixa captado no Follow-on em meados de fevereiro, que, com o aumento na taxa de juros, está gerando uma receita financeira maior e (ii) menor despesa de juros em função da queda do endividamento bancário.

É importante destacar que, apesar da melhora no resultado financeiro, a despesa financeira foi bastante impactada pelo efeito do Ajuste a Valor Presente dos *Earnouts* das aquisições recentes, que no trimestre somou R\$ 15,0 milhões comparado a R\$ 0,5 milhões no 3T20. No acumulado de nove meses o Ajuste a Valor Presente dos *Earnouts* já totaliza R\$ 32,2 milhões.

// Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Lucro Líquido	(3,7)	7,8	-147,8%	(8,5)	10,8	-179,2%
(+) Plano de opção de compra de ações	2,8	4,2	-32,9%	9,4	11,1	-15,8%
(+) Amortização de intangíveis PPA	8,5	1,2	611,3%	19,3	3,4	459,8%
(+) Ajuste a valor presente de Earnout de Aquisições	15,0	0,5	2894,4%	32,2	1,8	1644,3%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	2,6	(0,5)	-611,4%	1,4	(0,9)	-250,2%
(+) Ajuste relacionado ao CPC 06	0,4	0,0	n/a	1,1	1,0	12,0%
(+) Marcação a mercado de derivativos	0,0	(0,2)	-112,5%	(1,6)	(0,8)	101,7%
(+) Despesas relacionadas ao IPO e Follow-on	0,0	0,0	n/a	5,1	4,3	19,3%
Lucro Líquido Ajustado	25,6	13,0	96,5%	58,3	30,7	89,9%
<i>Margem Lucro Líquido Ajustado (%)</i>	<i>12,2%</i>	<i>10,3%</i>	<i>1,9 p.p.</i>	<i>10,5%</i>	<i>8,8%</i>	<i>1,7 p.p.</i>

Com base nos números apresentados anteriormente, o Lucro Líquido Ajustado da Locaweb no 3T21 foi de R\$ 25,6 milhões, montante 96,5% superior ao 3T20, com expansão de 1,9 p.p. na margem do lucro líquido ajustado.

Desde o primeiro trimestre de 2021, a Companhia passou a ajustar o Lucro Líquido com o valor presente dos *Earnouts* das aquisições.

// Endividamento / Posição de caixa

(R\$ milhões)

locaweb	3T21	2T21	1T21	4T20	3T20
(+) Empréstimos e financiamentos	33,1	48,6	64,1	84,6	98,4
(-) Saldo de Derivativos (Swap cambial) ¹	(9,7)	(10,2)	(17,7)	(19,4)	(27,3)
Dívida Bruta Bancária	23,3	38,4	46,4	65,2	71,1
(-) Caixa e Equivalente de Caixa ²	(1.803,6)	(1.896,0)	(2.412,9)	(409,4)	(520,4)
Dívida (Caixa) Líquida (ex passivo de arrendamento)	(1.780,3)	(1.857,6)	(2.366,5)	(344,2)	(449,3)
(+) Passivo de arrendamento ³	74,7	76,7	74,5	69,5	71,1
Dívida (Caixa) Líquida	(1.705,6)	(1.780,9)	(2.292,0)	(274,7)	(378,2)

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\$ 1.705,6 milhões no 3T21. Excluindo os efeitos da adoção do IFRS 16, o saldo líquido de caixa é de R\$ 1.780,3 milhões.

Na comparação anual, nosso saldo de dívida bruta bancária apresentou redução de R\$ 47,8 milhões.

Destaca-se ainda os potenciais *earnouts* a pagar decorrentes das aquisições, que totalizam R\$ 596,8 milhões.

// Fluxo de Caixa

(R\$ milhões)

locaweb	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Resultado antes do IR e CS	6,7	13,8	-51,3%	13,4	23,7	-43,6%
Itens que não afetam caixa	41,1	21,2	93,3%	108,3	65,6	65,0%
Varição no Capital de Giro	16,5	5,2	-217,1%	(8,9)	(32,8)	72,8%
Caixa Líquido das Atividades Operacionais (A)	64,3	40,2	59,8%	112,7	56,6	99,3%
Capex - Imobilizado	(11,3)	(9,0)	25,8%	(36,3)	(22,5)	61,5%
Capex - Desenvolvimento	(12,0)	(5,3)	125,1%	(28,6)	(13,6)	110,3%
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	41,0	25,9	58,2%	47,8	20,5	133,6%
Aquisição	(108,5)	(16,7)	549,6%	(871,1)	(28,3)	2975,0%
Caixa Líquido das Atividades de Investimentos (B)	(131,8)	(31,0)	325,1%	(936,0)	(64,4)	1353,2%
Integralização de Capital	1,0	0,4	146,1%	2.282,5	546,8	317,4%
Empréstimos e financiamentos	(14,7)	(21,9)	-32,9%	(46,7)	(42,9)	8,8%
Arrendamentos Mercantis	(3,4)	(3,0)	14,8%	(10,1)	(8,3)	22,4%
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos	0,0	0,0	n/a	0,0	0,0	n/a
Outros	(6,8)	(0,0)	14542,8%	(6,8)	(0,1)	4493,8%
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento (C)	(23,9)	(24,5)	-2,6%	2.218,9	495,5	347,8%
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa (A + B + C)	(91,3)	(15,3)	497,8%	1.395,7	487,6	186,2%

O caixa líquido proveniente das atividades operacionais totalizou R\$ 64,3 milhões no 3T21 comparado a R\$ 40,2 milhões no 3T20.

A saída de caixa referente a aquisições, refere-se ao desembolso para a compra da Octadesk em agosto.

// Geração de Caixa (EBITDA Ajustado – Capex)

(R\$ milhões)

locaweb	3T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
EBITDA Ajustado	33,6	35,8	-6,1%	111,4	93,0	19,7%
Capex	23,3	14,3	62,8%	64,9	36,1	79,9%
Geração de Caixa (R\$ mln)	10,3	21,5	-52,1%	46,5	57,0	-18,4%
Conversão de Caixa (%)	30,6%	60,0%	-29 p.p.	41,7%	61,2%	-19 p.p.

A geração de caixa da Companhia, medida pelo EBITDA Ajustado menos o Capex, foi impactado por uma menor conversão de caixa (EBITDA Ajustado) conforme explicado neste relatório e a manutenção do ritmo de investimentos da Companhia no desenvolvimento de seus produtos.

Vale destacar, também, que no ano de 2021, a Companhia realizou maiores investimentos em suas sedes sociais para adaptação a uma dinâmica de trabalho híbrida (i.e. notebooks) e absorção das equipes de algumas das empresas adquiridas, gerando, assim, economia de aluguel.

// ANEXO I – DRE

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	3T20	3T21	9M20	9M21
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	126,2	209,1	348,1	554,3
Custo dos serviços prestados	(71,3)	(108,2)	(203,2)	(297,8)
LUCRO BRUTO	54,9	100,9	144,8	256,5
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(37,7)	(98,4)	(111,9)	(242,3)
Com vendas	(20,4)	(45,7)	(58,0)	(107,4)
Gerais e administrativas	(17,7)	(53,0)	(54,7)	(136,0)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,4	0,2	0,8	1,1
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	17,2	2,5	32,9	14,2
RESULTADO FINANCEIRO	(3,5)	4,2	(9,2)	(0,8)
Receitas financeiras	2,6	25,4	10,0	49,8
Despesas financeiras	(6,1)	(21,2)	(19,2)	(50,6)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	13,8	6,7	23,7	13,4
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(6,0)	(10,4)	(12,9)	(21,9)
Correntes	(6,5)	(7,9)	(13,9)	(20,5)
Diferidos	0,6	(2,6)	1,0	(1,4)
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	7,8	(3,7)	10,8	(8,5)

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

// ANEXO II – DRE BeOnline / SaaS

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO (em R\$ milhões)	3T20	3T21	9M20	9M21
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	94,4	113,5	276,7	327,3
Impostos e Contr. s/o Faturamento	(8,5)	(10,0)	(24,5)	(28,7)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	85,9	103,5	252,2	298,6
Custo dos serviços prestados	(58,1)	(68,1)	(173,2)	(202,3)
LUCRO BRUTO	27,8	35,5	79,0	96,3
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(26,3)	(43,1)	(84,0)	(121,4)
Com vendas	(13,7)	(19,4)	(43,4)	(51,4)
Gerais e administrativas	(13,0)	(23,8)	(41,4)	(70,3)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,4	0,1	0,8	0,3
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	1,5	(7,7)	(5,0)	(25,1)
Despesas de depreciação e amortização	12,4	17,9	38,6	48,8
EBITDA	13,9	10,2	33,7	23,7

* 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)	3T20	3T21	9M20	9M21
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	45,4	118,2	108,1	286,1
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(5,2)	(12,6)	(12,3)	(30,3)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	40,3	105,6	95,8	255,8
Custo dos serviços prestados	(13,1)	(40,1)	(30,0)	(95,6)
LUCRO BRUTO	27,1	65,5	65,8	160,2
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(11,3)	(55,3)	(27,9)	(120,9)
Com vendas	(6,7)	(26,3)	(14,6)	(56,0)
Gerais e administrativas	(4,6)	(29,2)	(13,3)	(65,7)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	-	0,2	-	0,8
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	15,8	10,2	37,9	39,3
Despesas de depreciação e amortização	1,2	5,5	3,0	13,6
EBITDA	17,0	15,7	40,9	53,0

* 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)	30/09/2021	31/12/2020	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ mln)	30/09/2021	31/12/2020
Circulante			Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	1.800,3	404,6	Fornecedores	23,7	20,5
Aplicação financeira restrita	3,3	1,6	Empréstimos e financiamentos	32,8	56,9
Contas a receber	424,8	358,6	Passivo de arrendamento	7,9	5,8
Impostos a recuperar	23,0	9,4	Pessoal, encargos e benefícios sociais	71,4	36,0
Instrumentos financeiros derivativos	9,7	19,4	Imposto de renda e contribuição social a recolher	1,3	1,2
Outros ativos	23,5	13,9	Outros tributos a recolher	7,4	4,6
Total do ativo circulante	2.284,7	807,5	Serviços a prestar	64,1	43,6
			Recebimentos a repassar	347,9	271,7
Não circulante			Juros sobre o capital próprio a pagar	0,0	0,0
Aplicação financeira restrita	-	3,2	Impostos parcelados	2,9	2,8
Depósitos judiciais	0,5	0,5	Obrigação com aquisição de investimentos	35,6	3,4
Outros ativos	3,9	1,2	Outros passivos	2,3	4,1
IR e CS Diferidos	19,7	20,7	Total do passivo circulante	597,4	450,6
Imobilizado	89,2	76,3			
Ativos de direito de uso	67,8	65,1	Não circulante		
Intangível	1.736,2	477,9	Empréstimos e financiamentos	0,2	27,7
Total do ativo não circulante	1.917,4	644,9	Serviços a Prestar	1,7	-
			Provisão para demandas judiciais	2,0	1,1
			Obrigação com aquisição de investimentos	561,2	211,6
			Passivo de arrendamento	66,8	63,7
			Impostos parcelados	17,8	19,6
			Imposto de renda e contribuição social diferidos	0,3	-
			Outros passivos	4,1	4,0
			Total do passivo não circulante	654,1	327,8
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	2.898,8	643,7
			Ações em Tesouraria	(6,6)	(0,0)
			Reserva de capital	46,8	10,2
			Reserva de lucros	20,2	20,2
			Lucro do período	(8,5)	-
			Total do Patrimônio Líquido	2.950,6	674,0
TOTAL DO ATIVO	4.202,1	1.452,4	TOTAL DO PASSIVO E PL	4.202,1	1.452,4

// ANEXO V – DFC

DFC (R\$ mln)	3T21	3T20	9M21	9M20
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	6,7	13,8	13,4	23,7
Ajustes não caixa	41,1	21,2	108,3	65,6
Variações nos ativos e passivos:	16,5	5,2	(8,9)	(32,8)
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais	64,3	40,2	112,7	56,6
Fluxo de caixa das atividades de investimento				
Aquisição de bens para o imobilizado	(11,3)	(9,0)	(36,3)	(22,5)
Contas a pagar por aquisição de participação societária	-	-	(1,1)	(11,6)
Aquisição de controlada, líquida do caixa adquirido	(108,5)	(16,7)	(870,0)	(16,7)
Aquisição e desenvolvimento de ativo intangível	(12,0)	(5,3)	(28,6)	(13,6)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(131,8)	(31,0)	(936,0)	(64,4)
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	(23,9)	(24,5)	2.218,9	495,5
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(91,3)	(15,3)	1.395,7	487,6
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	1.891,7	528,2	404,6	25,3
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	1.800,3	512,9	1.800,3	512,9
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(91,3)	(15,3)	1.395,7	487,6

// DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

// Rafael Chamas

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

// Henrique Marquezi Filho

Gerente Executivo de Relações com Investidores

// Letícia Paulena

Analista de Relações com Investidores

// Gabriel Caseiro

Analista de Relações com Investidores

// Jéssica Hora

Trainee

E-mail: ri@locaweb.com.br

Tel.: +55 11 3544-0479