

São Paulo, 11 de agosto de 2021: Locaweb Serviços de Internet S.A. (B3: LWSA3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do 2T21

Destaques

Receita Líquida de **R\$ 184,3** milhões no 2T21, crescimento de **57,1%** vs 2T20

Commerce atingiu **R\$ 84,8** milhões de Receita Líquida, crescimento de **159,3%** vs 2T20

No Commerce, a Receita proveniente de Assinaturas cresceu **204,7%** em relação ao 2T20. Já a receita proveniente do Ecossistema cresceu **134,0%** em relação ao 2T20

No 2T21, o EBITDA Ajustado de Commerce cresceu **58,5%** vs 2T20, totalizando **R\$ 22,9** milhões, o que já representa aproximadamente **56%** do EBITDA consolidado do grupo

O TPV de Commerce cresceu **88,6%** no 2T21 vs 2T20, atingindo **R\$ 712,4** milhões

Base de lojistas cresceu **32,7%** nos 6 primeiros meses de 2021 (de dez/2020 a jun/2021)

Manutenção do ritmo de adição de novas lojas no 2T21 em relação ao 1T21 e forte crescimento em relação ao 4T20, mesmo com a reabertura da economia

Com a aquisição de Bling, nosso segmento de Commerce atinge aproximadamente **100 mil** assinaturas ativas e pagantes

Agenda de integrações acelerada e empresas adquiridas com **excelente** performance no 2T21

Expansão de **6,0 p.p.** na Margem Bruta, com destaque para novo aumento da Margem Bruta em BeOnline / SaaS

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

EBITDA Ajustado de **R\$ 41,3** milhões no 2T21, crescimento de **28,8%** vs 2T20

Posição de Caixa Líquido¹ de **R\$ 1.857,6** milhões

Seguimos avançando de forma consistente em nosso processo de aquisições, tendo concluído a aquisição da **Bagy e Octadesk**

Teleconferência (tradução simultânea): 13/08/2021

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 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

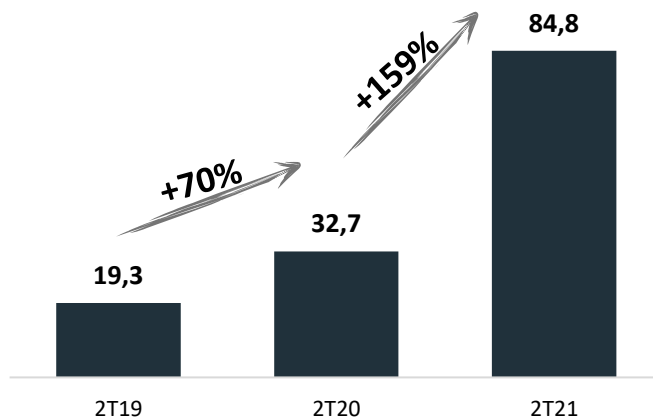
“Mesmo com a reabertura da economia, vimos nossa operação acelerar de forma expressiva quando comparada com o segundo trimestre do ano anterior, que já apresentou crescimento muito agressivo. Isso é fruto do nosso ecossistema, modelo de negócios baseado em assinaturas e forte investimento em captação de clientes.”

Fernando Cirne, CEO da Locaweb

É com grande satisfação que apresentamos ao mercado os resultados do segundo trimestre de 2021 da Locaweb. Neste trimestre, temos 3 importantes destaques: (i) forte crescimento da operação, (ii) aquisição do mais relevante ERP para PMEs do Brasil, o Bling; e (iii) avanço na agenda de integrações.

Com relação ao crescimento da operação, tivemos novamente um trimestre com desempenho bastante consistente em todas as nossas linhas de negócio com crescimento acelerando em comparação ao trimestre anterior e destacamos, também, o importante crescimento na operação de Commerce, que mesmo quando comparamos com o forte 2º trimestre de 2020, apresentou crescimento de 159% em Receita Líquida.

Vale lembrar que já havíamos apresentado forte crescimento no 2T20 vs 2T19, com o segmento de Commerce crescendo 70% no período.



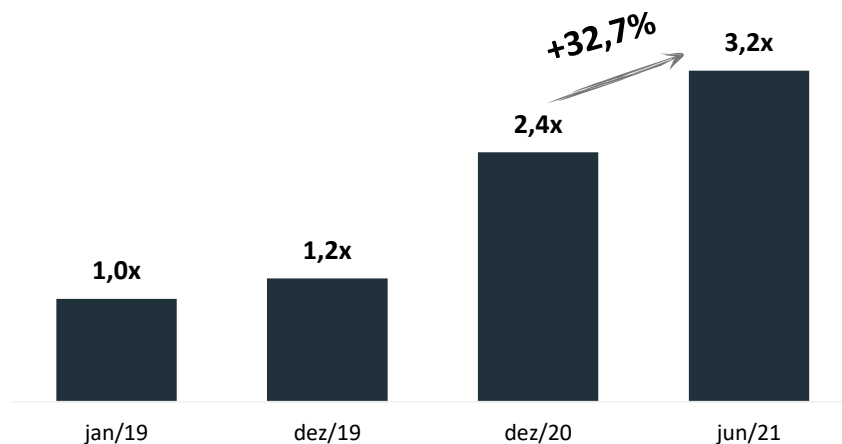
A Receita de Assinaturas no segmento de Commerce apresentou crescimento de 204,7% no trimestre e com a aquisição do Bling nos aproximamos de 100 mil clientes pagantes ativos no segmento. No 2T21, a adição de novas lojas não mostrou qualquer desaceleração em comparação ao primeiro trimestre do ano e cresceu 40,7% quando comparado ao quarto trimestre de 2020.

Vale destacar que lançamos em junho 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. Essa estratégia será, também, uma importante ferramenta para captação e conversão de leads para todo o ecossistema de Commerce da Locaweb.

Com esse aumento no volume de novos entrantes e as tendências de *churn* muito similares às safras históricas, seguimos 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 da 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 483 integrações, bem como a qualidade da nossa plataforma, que contribuiu para o consistente aumento de vendas dos nossos clientes.

Ainda no tema de integrações dentro da plataforma, a Tray lançou uma nova e importante integração com Facebook para ajudar PMEs a vender com social commerce, sendo a primeira plataforma de e-commerce nacional a ser disponibilizada na loja de aplicativos do Facebook de forma nativa e completa, com o que há de melhor para gerenciar páginas e fazer anúncios por meio da integração.

Por meio do recurso, o empreendedor que possui uma loja virtual com a Tray pode maximizar seus resultados com a criação automática de uma página no Facebook com gerenciador de negócios, catálogo de produtos, conta de anúncios e pixel dentro do novo padrão API de conversão.

Isso representa uma evolução em relação ao método anterior, viabilizado por meio de cookies, uma vez que é um recurso mais assertivo, seguro e estável. Além disso, também é possível realizar integração com a conta no Instagram, destacando a força do social commerce e potencializando as vendas em diferentes redes sociais.

No segmento de BeOnline / SaaS, o volume de vendas para PMEs permanece acelerado. No 2T21, as vendas no segmento apresentaram crescimento de 15,5% vs 2T20.

A Nextios, nossa marca responsável pelo segmento corporativo em BeOnline / SaaS, que apresentou um crescimento de vendas de 47,3% no 2T21, lançou o Nextios E-Marketplace, ecossistema robusto de soluções de negócios e tecnologias de ponta, uma verdadeira *one stop shop* para os clientes consumirem soluções, serviços e tecnologias com agilidade e sem burocracia.

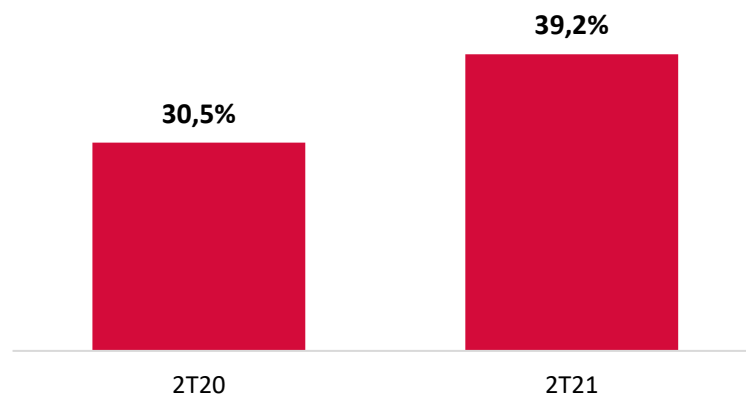
O Nextios E-Marketplace amplia a oferta de soluções da Nextios, que investe em mais uma frente para aumentar a flexibilidade com a adaptação do atendimento às necessidades de cada cliente. O cliente, por sua vez, passa a ter acesso a uma nova forma de contratar soluções de tecnologia por meio de um catálogo digital com curadoria de empresas de softwares e prestadores de serviços brasileiros (ERP, CRM, HR etc.), o que torna mais fácil encontrar as soluções, testar, comprar e implantar.

Nesse trimestre, seguindo em BeOnline / SaaS, atingimos o nível máximo de excelência no atendimento ao cliente no Reclame AQUI, o RA1000. O reconhecimento reforça novamente a paixão da Locaweb por fazer negócios nascerem e prosperarem por meio da tecnologia.

Trata-se de um selo inédito para a Locaweb no segmento de BeOnline / SaaS especificamente, concedido às empresas que, além de estarem classificadas como **ÓTIMO**, entregam uma solução acima de **90%** neste canal.

O selo é resultado da evolução de processos no time de Atendimento, além do foco da estrutura de Produtos e Tecnologia em resolver os principais pontos de atrito na jornada do usuário. A conquista é extremamente valiosa no que toca a percepção de qualidade do nosso serviço, melhorando reputação e competitividade, impactando diretamente indicadores de booking e churn da operação.

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 junho anunciamos ao mercado a conclusão da aquisição do Bling, um sistema de gestão online, para o segmento de e-commerce e micro e pequenas empresas – MPEs, com mais de 200 integrações, que oferece soluções no modelo SaaS para negócios físicos, virtuais ou híbridos, auxiliando na gestão e organização dos negócios, por meio de módulos para emissão de notas fiscais eletrônicas, catálogo de produtos, estoques e vendas multicanal, PDV, gestão financeira, integrações com plataformas de e-commerce, marketplaces e soluções logísticas, dentre outros.

Embora os resultados operacionais do Bling ainda não estejam sendo considerados nesse relatório para fins comparativos (apenas os resultados financeiros do mês junho), o Bling apresentou um crescimento muito forte no 2T21 em comparação com o 2T20, com crescimento de adição de novos clientes de 133%, aumento

da base de clientes em 74%, aumento do número de notas fiscais emitidas em 39% e do número de etiquetas emitidas via integração com o Melhor Envio em 303% e o valor em reais referente a emissão das notas fiscais no 2T21 superou a marca de R\$ 16 bilhões.

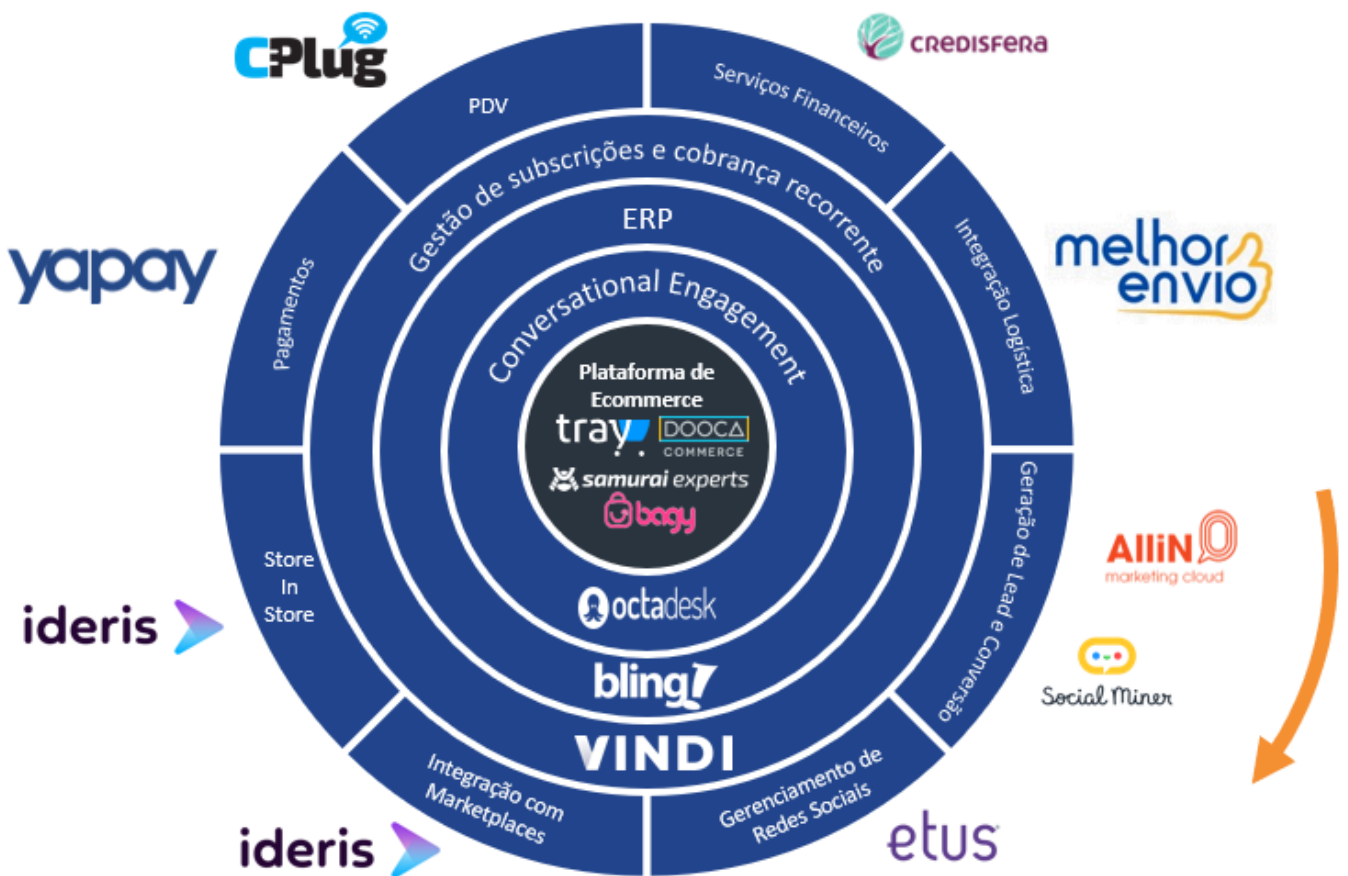
Ainda em M&As, no início dos meses de julho e agosto, tivemos dois importantes movimentos na nossa agenda de M&As, com a compra da Bagy e da Octadesk.

Fundada em 2017 em Belo Horizonte, a Bagy é uma plataforma de e-commerce focada em social commerce, com mais de 13,5 mil clientes ativos e mais de 127 mil seguidores nas redes sociais. Seu objetivo é ajudar PME's, pessoas físicas e influenciadores a montar uma loja virtual de forma rápida e simples. Fazendo o download do aplicativo da Bagy, o usuário consegue criar uma loja em poucos minutos, utilizando o celular para cadastrar os produtos, tirar fotos, determinar os valores e ainda oferecer integração nativa com as principais redes sociais, em especial Instagram e Facebook, além do marketplace Mercado Livre.

A Octadesk, fundada em 2015 na cidade de São Paulo, é uma plataforma voltada para pequenas e médias empresas se relacionarem melhor com seus clientes em todas as etapas de sua jornada (marketing, vendas e atendimento), em tempo real e em múltiplos canais como WhatsApp, chat, Instagram, e-mail, entre outros, organizando suas interações em um único lugar. Propiciando automação e escala por meio de chatbots, assistentes virtuais pré-programados e tecnologia embarcada em Inteligência Artificial, a plataforma possui capacidade de tornar as conversas humanizadas, melhorando a experiência nas relações com os clientes e potencializando os resultados das empresas em todos os canais digitais.

O Conversational Commerce, que vem ganhando grande relevância no comércio mundial, habilita consumidores a obterem, por meio de uma conversa, informações sobre produtos, links de compras, conversão, suporte, respostas de dúvidas, solicitações, avaliações, entre outras interações, trazendo o melhor do mundo físico (atendimento humano personalizado) em uma interação virtual. Soluções desse tipo, que até pouco tempo eram a realidade somente para grandes empresas, hoje com a Octadesk, são acessíveis também para pequenas e médias.

Com a aquisição da Octadesk, a Locaweb dá mais um importante passo na sua estratégia de ter o mais completo ecossistema de soluções tecnológicas para PMEs, que reforça a estratégia de social commerce da Companhia, com forte e imediata sinergia com os clientes da Locaweb de e-commerce, além de serviços, indústria e outras verticais, conforme apresentado abaixo:



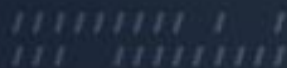
Vale mencionar que as empresas adquiridas passam a contribuir como canais de vendas de novos produtos para todo o ecossistema, além de contribuir para redução do churn.

Em julho, a Locaweb e seus executivos foram reconhecidos entre as melhores empresas e profissionais por uma das mais respeitadas publicações do mercado financeiro mundial, a Institutional Investor. Anualmente, a revista Institutional Investor classifica, por meio da votação dos investidores e analistas de mercado, os melhores CEOs, CFOs e profissionais de Relações com Investidores da América Latina em cada segmento de negócio. Esse ano, os resultados da pesquisa refletiram a opinião de 765 analistas de Sell Side e Buy Side sobre cerca de 340 empresas.

Com pouco mais de um ano como Companhia de capital aberto, a Locaweb está no ranking das melhores empresas, diretores e profissionais da área de Relações com os Investidores da América Latina.

Fora os prêmios individuais, a Locaweb foi a segunda colocada na categoria de Melhor Programa de RI da América Latina no segmento. A avaliação levou em consideração o desempenho em atributos relativos à área de Relações com Investidores, como a acessibilidade dos gestores sêniores, a qualidade e a profundidade das respostas, a transparência dos relatórios financeiros e a divulgação dos mesmos.

É uma honra ter o reconhecimento em tão pouco tempo como Companhia Aberta de um público tão exigente e importante. Nosso relacionamento com os investidores é pautado pela transparência e a premiação reflete o trabalho e dedicação de toda a equipe da Locaweb.



O prêmio reconhece a transparência e a clareza das informações prestadas ao mercado, demonstra a credibilidade alcançada pela Locaweb junto aos investidores e analistas financeiros, e reforça a confiança do mercado em nossa capacidade de entrega.

Para finalizar, vale lembrar que 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 passou a compor o índice com participação de 0,557%. Nos meses seguintes à entrada no índice, aumentamos ainda mais a nossa liquidez e estamos entre as 30 ações mais negociadas da B3.

// Integração das Aquisições

"Neste trimestre, avançamos de forma consistente para integrar todas as empresas que já adquirimos desde o nosso IPO. Já possuímos resultados expressivos, tanto para nossos clientes, como para nossos acionistas."

Fernando Cirne, CEO da Locaweb

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, vem apresentando consistentes e importantes avanços.

Vale lembrar, conforme comentamos no último release de resultados, que 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.

Com relação a integração de atividades de back-office, o chamado "escritório de integrações" (IMO – Integration Management Office) tem atuado na coordenação das integrações entre as empresas adquiridas e o grupo Locaweb.

Por meio de uma metodologia robusta de integração que inclui um extenso checklist para entendimento das operações e direcionamento das atividades de integração, o escritório coordena as atividades em três pilares:

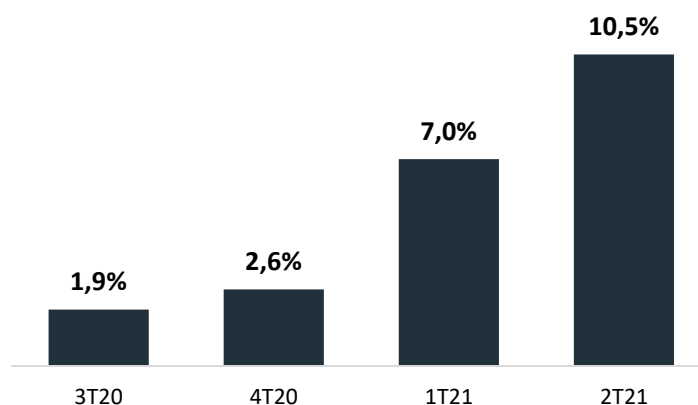
- **Back-office:** Financeiro, Contábil, Fiscal, Compras, *Facilities* e Jurídico;
- **Negócios – Suporte:** Gestão de Pessoas, *Business Intelligence*, *Cyber Security* e TI;
- **Negócios – Core:** Captura de sinergia e cross-sell, desde o desenvolvimento de integração de produtos até as atividades de *go-to-market* (Comercial e Marketing) e Atendimento ao Cliente.

Destacamos abaixo 14 integrações que já estão em produção:

// Integrações com a Yapay:

- Delivery Direto
- Melhor Envio
- Dooca
- Vindi
- Etus

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 apresentou no trimestre um forte crescimento, superior a 90% na comparação com o 1T21 (trimestre imediatamente anterior) e já representa mais de 10% do TPV da Yapay, conforme gráfico abaixo:



No último release de resultados, mencionamos a rapidez com que desenvolvemos as integrações entre Vindi e Yapay e agora, passados seis meses do início das integrações, conseguimos trazer alguns números que dimensionam o tamanho das oportunidades dentro do nosso ecossistema:

- Em seis meses a integração já mostra resultados expressivos e continua acelerando. Alguns indicadores:
 - Yapay já processa quase 10% do TPV da Vindi
 - Cerca de 70% dos novos clientes da Vindi já usam Yapay
 - 20% dos clientes da Vindi já rodam com Yapay

// Integração com Etus

Estratégia de integração com a Etus passa por oferecer uma ferramenta robusta de gestão de redes sociais para todos os clientes da base Locaweb. Desde a aquisição, já estão em operação as integrações abaixo:

- Venda integrada no Criador de Sites
- Venda integrada no WordPress
- Venda integrada no painel de controle de Hospedagem
- Oferta via website da Locaweb

// CPlug

- Já está integrada com a Delivery Direto

A CPlug possui uma solução muito robusta de PDV e sistema de gestão para restaurantes e integrada com a Delivery Direto reforça não apenas o produto, como também o canal de venda de ambas as soluções.

// Social Miner

- Oferta para PMEs integrada com a Tray

Desenvolvimento de um produto adequado para PMEs totalmente integrado com a Tray, que está em operação desde o 2T21.

// Ideris

- Integração com a Tray Corp

Visando o aumento de GMV de nossos clientes, foi finalizado o desenvolvimento da integração de Ideris com Tray Corp, que se encontra em fase de testes, avançando para uma entrega robusta para os lojistas, que poderão expandir seus canais de vendas usufruindo de uma integração otimizada.

Sempre focando a experiência do cliente de forma centralizada contribuindo muito para o aumento de vendas, com essa integração os clientes passam a ter disponível mais de 23 integrações com marketplaces, fazendo a gestão dentro do seu painel da Tray Corp.

// Credisfera

- Em junho, rodamos a 1ª operação da Credisfera com clientes da Tray, utilizando *funding* de terceiros. Vale destacar que essa operação acontece dentro do painel de controle administrativo do cliente, mantendo uma experiência nativa e única com maior potencial de adoção. Essa solução pode ser facilmente replicada em todas as operações do ecossistema destacando-se a grande oportunidade de oferta de crédito para os clientes de ERP Bling.

// Dooca

- Desenvolvimento de uma integração nativa com o ERP da Bling.

// Destaque de crescimento das Adquiridas

“Nossas adquiridas vêm apresentando crescimento expressivo, mesmo em relação a um trimestre que já apresentou números agressivos. Isso mostra não somente a qualidade das empresas que adquirimos, como também o quanto essas empresas estão sendo aceleradas pelo nosso ecossistema.”

Rafael Chamas, CFO e IRO da Locaweb

// Melhor Envio

- Crescimento de 201,9% no número de etiquetas emitidas no 2T21 e de 199,8% no GMV de Frete vs 2T20.
- Base de clientes cresceu 283,2% no 2T21 vs 2T20.

// Bling

- Crescimento de 133,1% na adição de novos clientes no 2T21 comparando com igual período do ano anterior.
- Base de clientes cresceu 74,3% no 2T21 vs 2T20.
- Etiquetas emitidas via Melhor Envio apresentou crescimento de 303,3% no 2T21 vs 2T20.

// Vindi

- Crescimento do TPV no 2T21 de 73,1% vs 2T20.

// Etus

- Crescimento expressivo de vendas em relação ao ano anterior, com destaque para o mês de junho, que apresentou um aumento de 253,4% nas vendas em relação a junho de 2020.
- Base de clientes cresceu 60,5% no 2T21 vs 2T20.

// Dooca

- Base de clientes cresceu 192% no 2T21 vs 2T20.

// Ideris

- Base de clientes cresceu 57,9% no 2T21 vs 2T20.

// Resumo dos Indicadores

// Consolidado

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Receita Operacional Líquida	184,3	117,3	57,1%	345,2	221,8	55,6%
Lucro Bruto	86,3	47,8	80,4%	155,6	89,9	73,0%
Margem Bruta (%)	46,8%	40,8%	6,0 p.p.	45,1%	40,5%	4,5 p.p.
EBITDA	33,9	28,7	18,0%	50,7	43,7	16,1%
Margem EBITDA (%)	18,4%	24,5%	-6,1 p.p.	14,7%	19,7%	-5,0 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	41,3	32,0	28,8%	77,8	57,3	35,9%
Margem EBITDA Ajustada (%)	22,4%	27,3%	-4,9 p.p.	22,5%	25,8%	-3,3 p.p.
Lucro Líquido	3,6	5,2	-31,8%	(4,8)	3,0	-261,6%
Lucro Líquido Ajustado ²	23,7	12,6	87,7%	32,7	17,7	85,1%
Margem Lucro Líquido Ajustado (%)	12,9%	10,8%	2,1 p.p.	9,5%	8,0%	1,5 p.p.
Geração de Caixa ³	21,6	19,7	9,7%	36,2	35,5	2,1%
Conversão de Caixa (%) ³	52,3%	61,4%	-9,1 p.p.	46,5%	62,0%	-15,4 p.p.
Dívida Líquida (Caixa) ⁴	(1.857,6)	(444,1)	318,3%	(1.857,6)	(444,1)	318,3%

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	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
GMV Ecommerce ¹	4.630,2	2.807,9	64,9%	8.861,9	4.761,6	86,1%
TPV (Yapay)	712,4	377,8	88,6%	1.277,7	623,7	104,9%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	94,7	36,9	156,3%	167,9	62,7	167,8%
Receita Operacional Líquida (ROL)	84,8	32,7	159,3%	150,2	55,6	170,3%
ROL de Assinaturas de Plataforma	35,6	11,7	204,7%	60,8	21,6	181,9%
ROL de Ecossistema	49,2	21,0	134,0%	89,3	34,0	162,9%
Lucro Bruto	53,9	23,1	133,3%	94,7	38,7	144,7%
Margem Bruta (%)	63,6%	70,7%	-7,1 p.p.	63,1%	69,7%	-6,6 p.p.
EBITDA	22,9	14,5	58,5%	37,3	23,9	55,9%
Margem EBITDA (%)	27,0%	44,2%	-17,2 p.p.	24,8%	43,0%	-18,2 p.p.
EBITDA Ajustado ²	22,9	14,5	58,5%	40,4	23,9	69,2%
Margem EBITDA Ajustada (%)	27,0%	44,2%	-17,2 p.p.	26,9%	43,0%	-16,1 p.p.

¹ GMV Ecommerce: Soma dos GMVs de Tray, Ideris e Dooca (proforma 2T20 – considerando como se todos os ativos estivessem na base no 2T20).

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	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Clientes EoP - BeOnline / SaaS	402,1	369,3	8,9%	402,1	369,3	8,9%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	109,1	91,0	19,9%	213,8	182,3	17,3%
Receita Operacional Líquida	99,5	84,6	17,6%	195,0	166,3	17,3%
Lucro Bruto	32,4	24,7	31,0%	60,8	51,2	18,8%
Margem Bruta (%)	32,5%	29,2%	3,3 p.p.	31,2%	30,8%	0,4 p.p.
EBITDA	11,0	14,3	-23,0%	13,5	19,8	-31,8%
Margem EBITDA (%)	11,0%	16,9%	-5,8 p.p.	6,9%	11,9%	-5,0 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	18,4	17,6	4,4%	37,4	33,4	12,1%
Margem EBITDA Ajustada (%)	18,5%	20,8%	-2,3 p.p.	19,2%	20,1%	-0,9 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	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Commerce	84,8	32,7	159,3%	150,2	55,6	170,3%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>46,0%</i>	<i>27,9%</i>	<i>18,1 p.p.</i>	<i>43,5%</i>	<i>25,0%</i>	<i>18,5 p.p.</i>
BeOnline / SaaS	99,5	84,6	17,6%	195,0	166,3	17,3%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>54,0%</i>	<i>72,1%</i>	<i>-18,1 p.p.</i>	<i>56,5%</i>	<i>75,0%</i>	<i>-18,5 p.p.</i>
Receita Operacional Líquida - Consolidado	184,3	117,3	57,1%	345,2	221,8	55,6%

A Receita Líquida da Locaweb totalizou R\$ 184,3 milhões no 2T21, um aumento de 57,1% em relação ao 2T20. Nos seis primeiros meses de 2021, o crescimento da Receita Líquida foi de 55,6%, totalizando R\$ 345,2 milhões.

A participação do segmento de Commerce, que considera as receitas de Tray, Tray Corp, Melhor Envio, Vindi, Ideris, Samurai, Dooça, Credisfera e Bling (apenas o mês de junho/21), passou de 27,9% no 2T20 para 46,0% no 2T21.

Commerce	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
GMV Ecommerce ¹	4.630,2	2.807,9	64,9%	8.861,9	4.761,6	86,1%
TPV (Yapay)	712,4	377,8	88,6%	1.277,7	623,7	104,9%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	94,7	36,9	156,3%	167,9	62,7	167,8%
Receita Operacional Líquida (ROL)	84,8	32,7	159,3%	150,2	55,6	170,3%
ROL de Assinaturas de Plataforma	35,6	11,7	204,7%	60,8	21,6	181,9%
ROL de Ecossistema	49,2	21,0	134,0%	89,3	34,0	162,9%

¹ GMV Ecommerce: Soma dos GMVs de Tray, Ideris e Dooça (proforma 2T20 – considerando como se todos os ativos estivessem na base no 2T20)

No segmento de Commerce, a Receita Operacional Líquida no 2T21 apresentou crescimento de 159,3%, passando de R\$ 32,7 milhões no 2T20 para R\$ 84,8 milhões no 2T21. No primeiro semestre de 2021, o crescimento foi de 170,3%.

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 32,7% nos seis primeiros meses de 2021 e 72,4% na comparação com a base do 2T20;

Já a adição de novas lojas, cresceu 40,7% no trimestre em comparação com o 4T20;

Além dos dois pontos mencionados acima, tivemos a aquisição da Bling, cuja receita do mês de junho/21 impactou positivamente o crescimento.

(ii) **Receita de Ecossistema:**

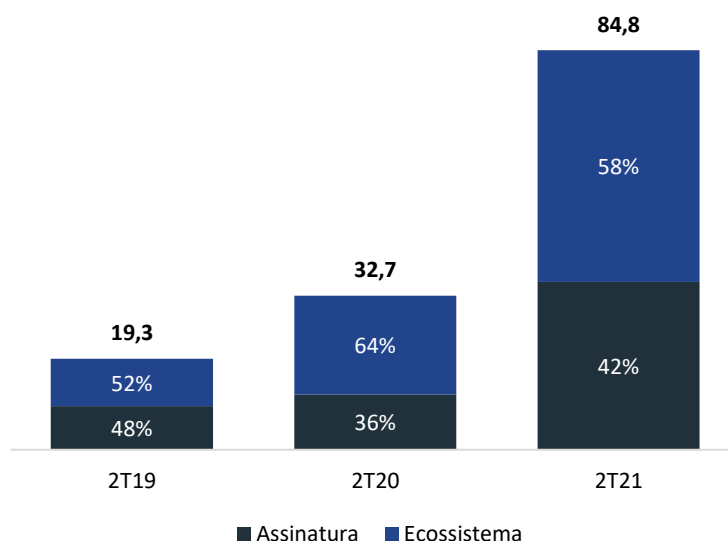
Refere-se à receita cobrada pela utilização dos serviços prestados pelo nosso ecossistema (exemplos: Yapay, Melhor Envio, venda em marketplaces, etc).

Nosso TPV na Yapay aumentou 88,6% em comparação ao 2T20, 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 10,5% do TPV da Yapay, conforme apresentado no início do relatório.

O GMV das vendas realizadas pela Tray, Dooça e Ideris cresceu 64,9% no 2T21 vs 2T20 (proforma), totalizando R\$ 4,6 bilhões. É importante destacar, novamente, que neste trimestre temos uma base de comparação mais forte.

Há, também, remunerações referentes a outras plataformas, que também apresentaram forte crescimento no 2T21, como o Melhor Envio, que apresentou crescimento de 199,8% em GMV e 201,9% 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 2T19, 2T20 e 2T21:



BeOnline / SaaS	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Cientes EoP - BeOnline / SaaS	402,1	369,3	8,9%	402,1	369,3	8,9%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	109,1	91,0	19,9%	213,8	182,3	17,3%
Receita Operacional Líquida	99,5	84,6	17,6%	195,0	166,3	17,3%

O número de clientes do segmento de BeOnline / SaaS (final de período), apresentou crescimento de 8,9% entre o 2T20 e 2T21.

Já a Receita Operacional Líquida de BeOnline / SaaS apresentou crescimento de 17,6%, passando de R\$ 84,6 milhões no 2T20 para R\$ 99,5 milhões no 2T21. No primeiro semestre de 2021, o crescimento foi de 17,3%, totalizando R\$ 195,0 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, Cloud VPS, Delivery Direto e Etus, todos eles apresentando altas taxas de crescimento em relação ao 2T20.

// Custos e Despesas Operacionais

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Custo dos serviços prestados	98,0	69,5	41,1%	189,6	131,9	43,7%
Despesas com vendas	34,6	18,6	85,5%	61,8	37,6	64,4%
Despesas Gerais e Administrativas	38,7	14,9	160,2%	83,0	37,0	124,4%
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(0,4)	(0,2)	125,9%	(0,9)	(0,4)	132,9%
Custos e Despesas Operacionais Totais	170,9	102,8	66,2%	333,5	206,1	61,8%
% ROL	92,8%	87,7%	5,1 p.p.	96,6%	92,9%	3,7 p.p.

Os custos e despesas operacionais totais da Locaweb apresentaram crescimento de 66,2% no 2T21 quando comparado ao mesmo período no ano anterior. Nos primeiros seis meses de 2021, o crescimento foi de 61,8%.

Custo dos serviços prestados

O custo dos serviços prestados no 2T21 foi de R\$ 98,0 milhões e de R\$ 69,5 milhões no mesmo período de 2020, um aumento de 41,1% na comparação entre os dois períodos, o que representou 53,2% da receita líquida no 2T21 e 59,2% no 2T20, uma redução de 6,0 p.p.

O crescimento do custo dos serviços prestados, abaixo do crescimento de receita líquida da Companhia no período, é reflexo do robusto crescimento verificado no segmento Commerce que, também, apresenta margens superiores ao consolidado da Companhia.

Vale destacar que os Custos dos Serviços Prestados das empresas adquiridas somaram R\$ 16,4 milhões.

Despesas com vendas

As despesas com vendas, que compreendem as equipes de marketing e vendas, bem como os serviços contratados dessas mesmas naturezas, no 2T21 foi de R\$ 34,6 milhões apresentando um incremento de 85,5% quando comparado ao 2T20.

Conforme apresentado nos trimestres anteriores, 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	2T20	1T21	2T21	2T21 vs 2T20	2T21 vs 1T21
Commerce					
Despesas com vendas	4,2	12,6	17,1	305,3%	35,8%
% ROL	18,5%	27,2%	26,2%	7,7 p.p	-0,9 p.p
BeOnline / SaaS					
Despesas com vendas	14,4	14,6	17,4	20,9%	19,3%
% ROL	17,6%	15,6%	18,2%	0,6 p.p	2,6 p.p
Consolidado					
Despesas com vendas	18,6	27,2	34,6	85,5%	27,0%
% ROL	17,8%	19,4%	21,5%	3,7 p.p	2,1 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 2T21 foi de R\$ 38,7 milhões e de R\$ 14,9 milhões em igual período de 2020, o que representou um crescimento de 160,2%.

O aumento deve-se, principalmente, aos fatores listados abaixo, que somados totalizam R\$ 20,2 milhões:

- (i) Despesas relacionadas à amortização de intangíveis PPA, no total de R\$ 5,2 milhões;
- (ii) Despesas relacionadas ao processo de aquisição de empresas, no total de R\$ 4,0 milhões; e
- (iii) Efeito inorgânico relacionado às empresas adquiridas, no montante de R\$ 11,0 milhões.

// Lucro Bruto

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Commerce	53,9	23,1	133,3%	94,7	38,7	144,7%
Margem (%)	63,6%	70,7%	-7,1 p.p.	63,1%	69,7%	-6,6 p.p.
BeOnline / SaaS	32,4	24,7	31,0%	60,8	51,2	18,8%
Margem (%)	32,5%	29,2%	3,3 p.p.	31,2%	30,8%	0,4 p.p.
Lucro Bruto	86,3	47,8	80,4%	155,6	89,9	73,0%
Margem (%)	46,8%	40,8%	6,0 p.p.	45,1%	40,5%	4,5 p.p.

O Lucro Bruto consolidado apresentou aumento de 80,4% no 2T21 quando comparado ao 2T20, atingindo R\$ 86,3 milhões. No 2T21, houve crescimento de 6,0 p.p. da Margem Bruta comparado ao 2T20, refletindo a recuperação na margem de BeOnline / SaaS, que acabou sendo impactada em 2020 pelos efeitos da pandemia, já explicados em resultados anteriores.

Conforme mencionado acima, os Custos dos Serviços Prestados das empresas adquiridas somaram R\$ 16,4 milhões no 2T21.

// EBITDA e EBITDA Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Lucro (Prejuízo) Líquido	3,6	5,2	-31,8%	(4,8)	3,0	-261,6%
(+) Resultado Financeiro Líquido	0,9	3,9	-77,9%	5,0	5,7	-13,2%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	8,9	5,3	66,9%	11,5	7,0	64,5%
(+) Depreciação e Amortização	20,6	14,3	44,2%	39,1	28,0	39,6%
EBITDA	33,9	28,7	18,0%	50,7	43,7	16,1%
(+) Plano de opção de compra de ações	3,3	3,2	3,4%	6,5	6,9	-5,3%
(+) Despesas de fusões e aquisições	4,1	0,1	3909,8%	12,9	0,2	5326,3%
(+) Despesas extraordinárias relacionadas ao IPO e Follow-on	0,0	0,0	n/a	7,7	6,4	19,2%
EBITDA Ajustado	41,3	32,0	28,8%	77,8	57,3	35,9%
Margem EBITDA Ajustada (%)	22,4%	27,3%	-4,9 p.p.	22,5%	25,8%	-3,3 p.p.

Decorrente dos números apresentados anteriormente, o EBITDA Ajustado da LocaWeb no 2T21 foi de R\$ 41,3 milhões, montante 28,8% superior em relação ao 2T20, com a Margem EBITDA Ajustada apresentando redução de 4,9 p.p. no mesmo período devido principalmente à consolidação dos resultados das empresas adquiridas, que possuem margem EBITDA inferior às apresentadas no grupo.

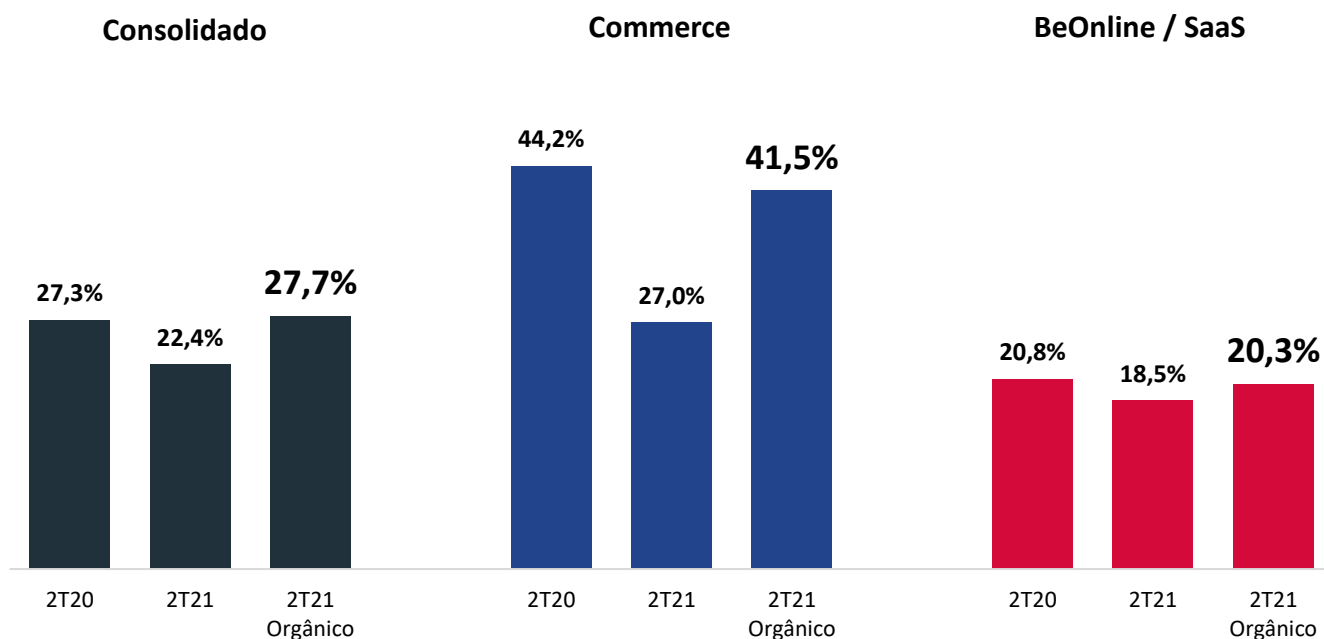
// EBITDA e EBITDA Ajustado por segmento

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Commerce						
EBITDA Ajustado	22,9	14,5	58,5%	40,4	23,9	69,2%
Margem EBITDA Ajustada (%)	27,0%	44,2%	-17,2 p.p.	26,9%	43,0%	-16,1 p.p.
BeOnline / SaaS						
EBITDA Ajustado	18,4	17,6	4,4%	37,4	33,4	12,1%
Margem EBITDA Ajustada (%)	18,5%	20,8%	-2,3 p.p.	19,2%	20,1%	-0,9 p.p.
Consolidado						
EBITDA Ajustado	41,3	32,0	28,8%	77,8	57,3	35,9%
Margem EBITDA Ajustada (%)	22,4%	27,3%	-4,9 p.p.	22,5%	25,8%	-3,3 p.p.

O EBITDA Ajustado de Commerce cresceu 58,5% no 2T21, atingindo R\$ 22,9 milhões com redução de 17,2 p.p. na margem EBITDA que foi de 27,0% no trimestre, relacionado exclusivamente à consolidação dos resultados das empresas adquiridas nos resultados do segmento. Organicamente, o segmento de Commerce apresentou leve compressão na comparação com o 2T20, atingindo 41,5% 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 4,4% no 2T21 com redução de 2,3 p.p. na margem EBITDA do segmento vs o 2T20.

// Resultado Financeiro

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Despesas Financeiras	(16,1)	(12,3)	30,5%	(29,4)	(43,3)	-32,1%
Receita Financeira	15,2	8,4	80,4%	24,4	37,5	-35,0%
Resultado Financeiro Líquido	(0,9)	(3,9)	77,9%	(5,0)	(5,7)	13,2%

O resultado financeiro líquido no 2T21 foi uma despesa líquida de R\$ 0,9 milhões, o que representou uma melhora de 77,9% em comparação com o 2T20, esse aumento está diretamente relacionado à receita financeira referente ao caixa captado no Follow-on em meados de fevereiro.

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\$ 10,5 milhões comparado a R\$ 0,7 milhões no 2T20. Destaca-se, também, o crescimento de 55,6% do Ajuste a Valor Presente dos *Earnouts* na comparação com 1T21, quando totalizou R\$ 6,7 milhões.

// Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Lucro Líquido	3,6	5,2	-31,8%	(4,8)	3,0	-261,6%
(+) Plano de opção de compra de ações	3,3	3,2	3,4%	6,5	6,9	-5,3%
(+) Amortização de intangíveis PPA	6,2	1,0	497,5%	10,7	2,2	378,8%
(+) Ajuste a valor presente de Earnout de Aquisições	10,5	0,7	1457,4%	17,2	1,3	1180,3%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	2,0	1,0	101,7%	(1,2)	(0,4)	168,9%
(+) Ajuste relacionado ao CPC 06	0,0	0,4	-90,4%	0,7	1,0	-27,8%
(+) Marcação a mercado de derivativos	(2,0)	1,1	-276,1%	(1,6)	(0,6)	175,5%
(+) Despesas relacionadas ao IPO e Follow-on	0,0	0,0	n/a	5,1	4,3	19,2%
Lucro Líquido Ajustado	23,7	12,6	87,7%	32,7	17,7	85,1%
<i>Margem Lucro Líquido Ajustado (%)</i>	<i>12,9%</i>	<i>10,8%</i>	<i>2,1 p.p.</i>	<i>9,5%</i>	<i>8,0%</i>	<i>1,5 p.p.</i>

Com base nos números apresentados anteriormente, o Lucro Líquido Ajustado da Locaweb no 2T21 foi de R\$ 23,7 milhões, montante 87,7% superior ao 2T20, com expansão de 2,1 p.p. na margem do lucro líquido ajustado.

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

// Endividamento / Posição de caixa

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	1T21	4T20	2T20
(+) Empréstimos e financiamentos	48,6	64,1	84,6	123,7
(-) Saldo de Derivativos (Swap cambial) ¹	(10,2)	(17,7)	(19,4)	(32,1)
Dívida Bruta Bancária	38,4	46,4	65,2	91,6
(-) Caixa e Equivalente de Caixa ²	(1.896,0)	(2.412,9)	(409,4)	(535,7)
Dívida (Caixa) Líquida (ex passivo de arrendamento)	(1.857,6)	(2.366,5)	(344,2)	(444,1)
(+) Passivo de arrendamento ³	76,7	74,5	69,5	72,6
Dívida (Caixa) Líquida	(1.780,9)	(2.292,0)	(274,7)	(371,5)

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\$ 1.780,9 milhões no 2T21. Excluindo os efeitos da adoção do IFRS 16, o saldo líquido de caixa é de R\$ 1.857,6 milhões.

// Fluxo de Caixa

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
Resultado antes do IR e CS	12,5	10,6	18,0%	6,7	9,9	-32,9%
Itens que não afetam caixa	37,0	22,9	61,5%	67,2	44,4	51,4%
Varição no Capital de Giro	(20,0)	5,2	482,5%	(25,5)	(38,0)	33,0%
Caixa Líquido das Atividades Operacionais (A)	29,5	38,7	-23,8%	48,4	16,3	196,6%
Capex - Imobilizado	(10,1)	(7,4)	36,5%	(25,1)	(13,5)	85,2%
Capex - Desenvolvimento	(9,6)	(5,0)	93,1%	(16,5)	(8,2)	100,7%
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	9,8	26,4	-62,8%	6,8	(5,5)	-224,8%
Aquisição	(522,7)	(11,6)	4394,9%	(762,6)	(11,6)	6458,4%
Caixa Líquido das Atividades de Investimentos (B)	(542,3)	(24,0)	2161,6%	(804,2)	(33,4)	2307,2%
Integralização de Capital	8,2	1,7	380,1%	2.281,5	546,4	317,5%
Empréstimos e financiamentos	(5,7)	(6,1)	-6,7%	(32,0)	(21,0)	52,2%
Arrendamentos Mercantis	(3,8)	(2,8)	36,7%	(6,7)	(5,3)	26,6%
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos	0,0	0,0	n/a	0,0	0,0	n/a
Outros	0,0	(0,0)	-100,0%	(0,0)	(0,1)	-55,9%
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento (C)	(1,2)	(7,2)	-83,1%	2.242,8	520,0	331,3%
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa (A + B + C)	(514,1)	7,6	-6875,9%	1.487,0	502,9	195,7%

O caixa líquido proveniente das atividades operacionais totalizou R\$ 29,5 milhões no 2T21 comparado a R\$ 38,7 milhões no 2T20. A queda do caixa operacional vs 1T21 está diretamente relacionado a conta de recebimentos a repassar da operação da Yapay comparado com a linha de contas a receber de clientes, que cresceu em velocidade maior no período e, também, a extinção de passivos operacionais das empresas adquiridas, no montante de R\$ 19,0 milhões, conforme acordado nos respectivos contratos de compra e venda.

O dispêndio de caixa relacionado a aquisição de empresas, no montante de R\$ 522,7 milhões, refere-se às aquisições que foram finalizadas no trimestre (Bling e PagCerto).

// Geração de Caixa (EBITDA Ajustado – Capex)

(R\$ milhões)

locaweb	2T21	2T20	vs 2T20	6M21	6M20	vs 6M20
EBITDA Ajustado	41,3	32,0	28,8%	77,8	57,3	35,9%
Capex	19,7	12,4	59,4%	41,6	21,8	91,1%
Geração de Caixa (R\$ mln)	21,6	19,7	9,7%	36,2	35,5	2,1%
Conversão de Caixa (%)	52,3%	61,4%	-9 p.p.	46,5%	62,0%	-15 p.p.

Apesar do aumento de 28,8% 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 no primeiro semestre do ano, uma vez que já executamos a maior parte do investimento anual em imobilizado esperado nas operações orgânicas. Além disso, observamos um crescimento orgânico em Pesquisa e Desenvolvimento no montante de R\$ 4,6 milhões.

// ANEXO I – DRE

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T20	2T21	6M20	6M21
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	117,3	184,3	221,8	345,2
Custo dos serviços prestados	(69,5)	(98,0)	(131,9)	(189,6)
LUCRO BRUTO	47,8	86,3	89,9	155,6
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(33,4)	(73,0)	(74,2)	(143,9)
Com vendas	(18,6)	(34,6)	(37,6)	(61,8)
Gerais e administrativas	(14,9)	(38,7)	(37,0)	(83,0)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,2	0,4	0,4	0,9
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	14,5	13,3	15,7	11,7
RESULTADO FINANCEIRO	(3,9)	(0,9)	(5,7)	(5,0)
Receitas financeiras	8,4	15,2	37,5	24,4
Despesas financeiras	(12,3)	(16,1)	(43,3)	(29,4)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	10,6	12,5	9,9	6,7
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(5,3)	(8,9)	(7,0)	(11,5)
Correntes	(4,3)	(6,9)	(7,4)	(12,6)
Diferidos	(1,0)	(2,0)	0,4	1,2
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	5,2	3,6	3,0	(4,8)

* 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)	2T20	2T21	6M20	6M21
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	91,0	109,1	182,3	213,8
Impostos e Contr. s/o Faturamento	(6,4)	(9,6)	(16,0)	(18,7)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	84,6	99,5	166,3	195,0
Custo dos serviços prestados	(59,9)	(67,1)	(115,1)	(134,2)
LUCRO BRUTO	24,7	32,4	51,2	60,8
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(23,8)	(37,6)	(57,6)	(78,3)
Com vendas	(14,4)	(17,4)	(29,7)	(32,0)
Gerais e administrativas	(9,5)	(20,4)	(28,3)	(46,5)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,2	0,3	0,4	0,2
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	1,0	(5,2)	(6,4)	(17,5)
Despesas de depreciação e amortização	13,3	16,2	26,2	31,0
EBITDA	14,3	11,0	19,8	13,5

* 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)	2T20	2T21	6M20	6M21
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	36,9	94,7	62,7	167,9
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(4,2)	(9,9)	(7,1)	(17,7)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	32,7	84,8	55,6	150,2
Custo dos serviços prestados	(9,6)	(30,9)	(16,9)	(55,4)
LUCRO BRUTO	23,1	53,9	38,7	94,7
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(9,6)	(35,4)	(16,6)	(65,6)
Com vendas	(4,2)	(17,1)	(7,9)	(29,8)
Gerais e administrativas	(5,4)	(18,3)	(8,7)	(36,5)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	-	0,1	-	0,7
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	13,5	18,5	22,1	29,1
Despesas de depreciação e amortização	0,9	4,4	1,8	8,1
EBITDA	14,5	22,9	23,9	37,3

* 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)	30/06/2021	31/12/2020	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ mln)	30/06/2021	31/12/2020
Circulante			Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	1.891,7	404,6	Fornecedores	20,3	20,5
Aplicação financeira restrita	1,6	1,6	Empréstimos e financiamentos	36,0	56,9
Contas a receber	414,4	358,6	Passivo de arrendamento	8,0	5,8
Impostos a recuperar	17,3	9,4	Pessoal, encargos e benefícios sociais	53,1	36,0
Instrumentos financeiros derivativos	10,2	19,4	Outros tributos a recolher	8,6	5,8
Outros ativos	18,2	13,9	Serviços a prestar	58,0	43,6
Total do ativo circulante	2.353,4	807,5	Recebimentos a repassar	326,0	271,7
			Juros sobre o capital próprio a pagar	0,0	0,0
Não circulante			Impostos parcelados	2,9	2,8
Aplicação financeira restrita	2,7	3,2	Obrigação com aquisição de investimentos	2,4	3,4
Depósitos judiciais	0,5	0,5	Outros passivos	2,8	4,1
Outros ativos	1,3	1,2	Total do passivo circulante	518,1	450,6
IR e CS Diferidos	22,5	20,7			
Imobilizado	87,3	76,3	Não circulante		
Ativos de direito de uso	70,3	65,1	Empréstimos e financiamentos	12,6	27,7
Intangível	1.496,5	477,9	Serviços a Prestar	0,4	
Total do ativo não circulante	1.681,1	644,9	Provisão para demandas judiciais	1,4	1,1
			Obrigação com aquisição de investimentos	453,8	211,6
			Passivo de arrendamento	68,7	63,7
			Impostos parcelados	18,3	19,6
			Imposto de renda e contribuição social diferidos	0,6	
			Outros passivos	3,4	4,0
			Total do passivo não circulante	559,2	327,8
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	2.897,8	643,7
			Reserva de capital	44,0	10,1
			Reserva de lucros	20,2	20,2
			Lucro do período	(4,8)	-
			Total do Patrimônio Líquido	2.957,2	674,0
TOTAL DO ATIVO	4.034,6	1.452,4	TOTAL DO PASSIVO E PL	4.034,6	1.452,4

// ANEXO V – DFC

DFC (R\$ mln)	2T21	2T20	6M21	6M20
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	12,5	10,6	6,7	9,9
Ajustes não caixa	37,0	22,9	67,2	44,4
Variações nos ativos e passivos:	(20,0)	5,2	(25,5)	(38,0)
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais	29,5	38,7	48,4	16,3
Fluxo de caixa das atividades de investimento				
Aquisição de bens para o imobilizado	(10,1)	(7,4)	(25,1)	(13,5)
Contas a pagar por aquisição de participação societária	-	(11,6)	(1,1)	(11,6)
Aquisição de controlada, líquida do caixa adquirido	(522,7)	-	(761,5)	-
Aquisição e desenvolvimento de ativo intangível	(9,6)	(5,0)	(16,5)	(8,2)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(542,3)	(24,0)	(804,2)	(33,4)
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	(1,2)	(7,2)	2.242,8	520,0
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(514,1)	7,6	1.487,0	502,9
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	2.405,7	520,6	404,6	25,3
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	1.891,7	528,2	1.891,7	528,2
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(514,1)	7,6	1.487,0	502,9

// 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

E-mail: ri@locaweb.com.br

Tel.: +55 11 3544-0479