

São Paulo, 24 de março de 2021: Locaweb Serviços de Internet S.A. (B3: LWSA3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do 4T20

Destaques

Receita Líquida de **R\$ 140,2** milhões no 4T20, crescimento de **33,3%** vs 4T19

Commerce atingiu **R\$ 46,5** milhões de Receita Líquida, crescimento de **108,2%** vs 4T19

No 4T20, o EBITDA de Commerce cresceu **105,4%** vs 4T19, totalizando **R\$ 15,7** milhões e já representa **43,2%** do EBITDA do grupo

No Commerce, o crescimento do GMV foi de **83,8%** no 4T20 vs 4T19, totalizando **R\$ 2,1** bilhões

O TPV de Commerce cresceu **158,7%** no 4T20 vs 4T19, atingindo **R\$ 582,0** milhões

Base de lojistas mais que **dobrou** entre janeiro e dezembro de 2020, tendência mantida em **janeiro e fevereiro** de 2021:

- Adição de novas lojas em jan/21 e fev/21: **+29,9% vs 4T20**

- Adição de novas lojas em mar/21: Média diária de adição mais alta da história da operação¹ (**+56%** vs média diária do 4T20)

- Crescimento da base de dez/20 a fev/21: **+15%**

Intensificação dos esforços de **Marketing** no segmento de Commerce com manutenção da rentabilidade da operação

EBITDA Ajustado de **R\$ 36,4** milhões no 4T20, crescimento de **20,6%** vs 4T19

Geração de Caixa Operacional² de **R\$ 79,0 milhões** em 2020, crescimento de **25,0%** vs 2019

Lucro Líquido Ajustado de **R\$ 41,6** milhões em 2020, crescimento de **47,7%** vs 2019

Posição de Caixa Líquido³ de **R\$ 274,7** milhões. Ex IFRS 16, a Posição de Caixa Líquido é de **R\$ 344,2** milhões

Avançamos de forma consistente em nosso processo de aquisições, tendo realizado **9 aquisições** desde o IPO sendo **3 aquisições** após o Follow-on, o que nos garante um ARR contratado de **R\$ 112 milhões** (crescimento inorgânico contratado de **22,9%**)

Teleconferência (tradução simultânea): 26/03/2021

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 Até a data do presente relatório

² EBITDA Ajustado menos Capex

³ corresponde ao saldo de empréstimos e financiamentos, menos o saldo de derivativos (swap cambial), menos o saldo de caixa e equivalente de caixa

// Comentários da Administração

É novamente com muita satisfação que apresentamos ao mercado os resultados do quarto trimestre de 2020 da Locaweb, completando, desta forma, o ciclo de 4 divulgações do ano de 2020. O quarto trimestre de 2020 foi marcado, novamente, por um consistente resultado em todas as nossas linhas de negócio (com destaque para o importante crescimento na operação de Commerce) e por um robusto movimento em M&A.

Seguimos ampliando nosso ecossistema, que já conta com mais de 382 integrações, bem como a qualidade da nossa plataforma, que contribuiu para o aumento de vendas dos nossos clientes. Isso pode ser visto na variação do GMV abaixo, onde nosso crescimento tem sido consistentemente acima do mercado e acelerando trimestre a trimestre. Tudo isso faz com que entremos em 2021 em situação privilegiada para continuar ganhando participação no mercado.

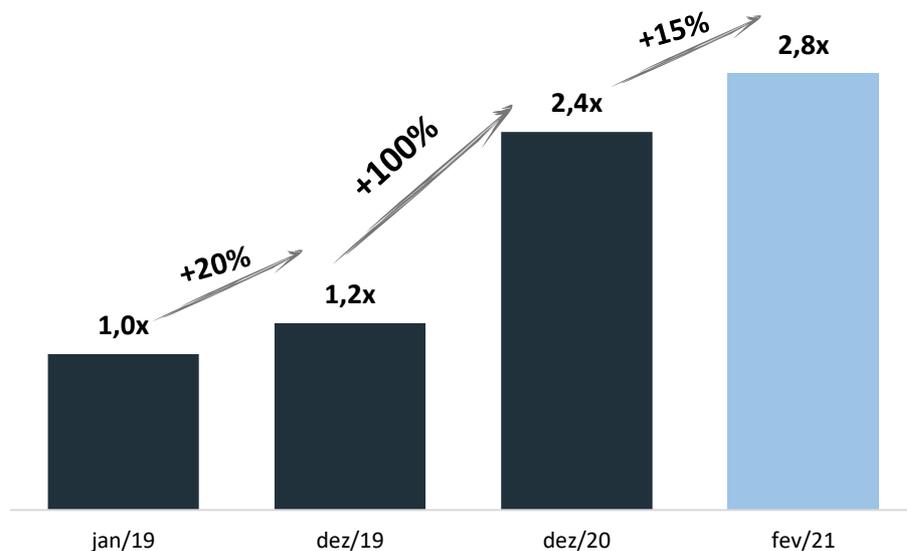
- No 1S20 vs 1S19 nosso GMV cresceu 74% vs 47% do mercado (de acordo com Webshoppers 42). Ou seja, nosso crescimento foi **57%** maior que o mercado.
- No 3T20 vs 3T19 nosso GMV cresceu 90,4% vs 43,5% do mercado (de acordo com o Ebit). Ou seja, nosso crescimento foi **108%** maior do que o mercado.
- No 4T20 vs 4T19 nosso GMV cresceu 83,8% vs 32,2% do mercado (de acordo com o Ebit). Ou seja, nosso crescimento foi **160%** maior do que o mercado.

Em adição de novas lojas, tivemos, novamente, um trimestre muito bom mesmo quando consideramos a reabertura da economia. No 4T20, houve expansão de 237,0% na adição de novas lojas quando comparado ao quarto trimestre de 2019, crescimento que permanece bastante acelerado em janeiro e fevereiro de 2021, quando observamos um crescimento superior a 29,9% vs a média de adição do 4T20. Em março de 2021 temos observado a melhor média diária histórica de adição de novas lojas (+56% comparado a mesma métrica do 4T20). Com esses volumes de novos entrantes, fortalecemos nossa posição de maior, melhor e mais eficiente ferramenta para digitalização das PMEs no Brasil e pavimentamos o caminho para forte crescimento de receita nos próximos trimestres.

Esse aumento da adição de novas lojas no 4T20 e também no início de 2021 deve-se a quatro fatores: (i) expansão do número de integrações da ferramenta, mantendo a sua atratividade frente a concorrência; (ii) esforços incrementais de marketing para captação direta de novos clientes; (iii) esforços de *brand marketing*; e (iv) atratividade do nosso ecossistema com as empresas adquiridas.

Com esse aumento no volume de novos entrantes e as tendências de *churn* muito similares ao que observamos no 2º semestre de 2019, estamos pavimentando o caminho para um grande crescimento de receitas nos próximos anos, uma vez que o ARPU dos novos clientes é multiplicado por sete ao longo dos três anos seguintes, até atingir o gasto médio de nossa base.

Como consequência da forte adição de novas lojas, vimos o crescimento de nossa base de clientes aumentar drasticamente desde janeiro de 2019, conforme apresentado no gráfico abaixo. Importante ressaltar que de dez/2020 até fev/2021 conseguimos crescer nossa base em 15%.

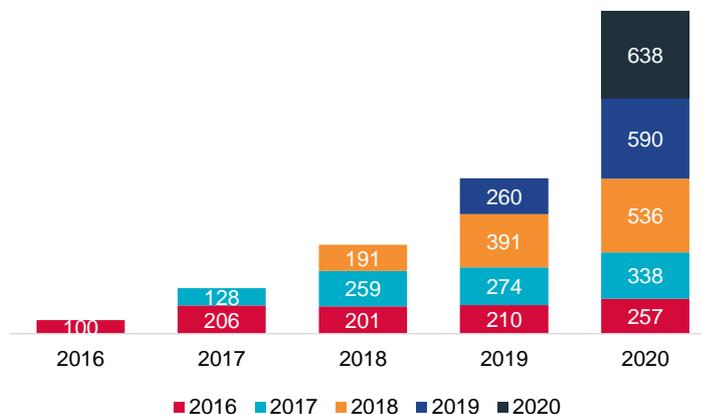


O ano de 2020 apresentou forte crescimento em todos os **cohorts de receita**, como pode ser observado no gráfico abaixo, que está indexado a base 100 no primeiro ano do cliente em nossa base.



As safras de 2016, 2017, 2018 e 2019 apresentaram crescimentos de 22%, 23%, 37% e 127% em 2020 respectivamente e comparado com 2019, mostrando que o crescimento do ARPU supera o *churn* em todos os *cohorts* de receitas apresentados.

Além do crescimento em todos os *cohorts* observado no gráfico acima, notamos que os clientes de 2020 estão fazendo 6,38 vezes mais receita do que os clientes que entraram em 2016 fizeram no seu primeiro ano, como podemos observar no gráfico abaixo, quando a receita está indexada a base 100 no ano de 2016:

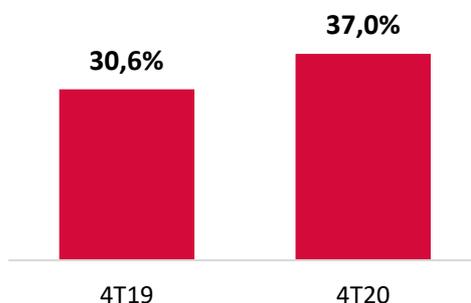


O volume de vendas para PMEs do segmento de BeOnline / SaaS permanece acelerado. Em 2020, as vendas no segmento apresentaram crescimento de 24,7% vs 2019, enquanto as vendas do 4T20 cresceram 20,9% em comparação com o mesmo período do ano anterior.

Com relação a Delivery Direto, continuamos observando um forte crescimento na entrada de novos clientes, mesmo após a reabertura da economia. Atualmente, a base de clientes já é 137,5% maior do que a base de setembro de 2019, quando adquirimos a empresa.

Já a Nextios, braço de atendimento/serviços em nuvem aos clientes corporativos da Locaweb, cresceu sua performance de vendas em 32% na comparação entre o 4T20 e o 4T19.

Ainda em BeOnline / SaaS, destacamos 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:

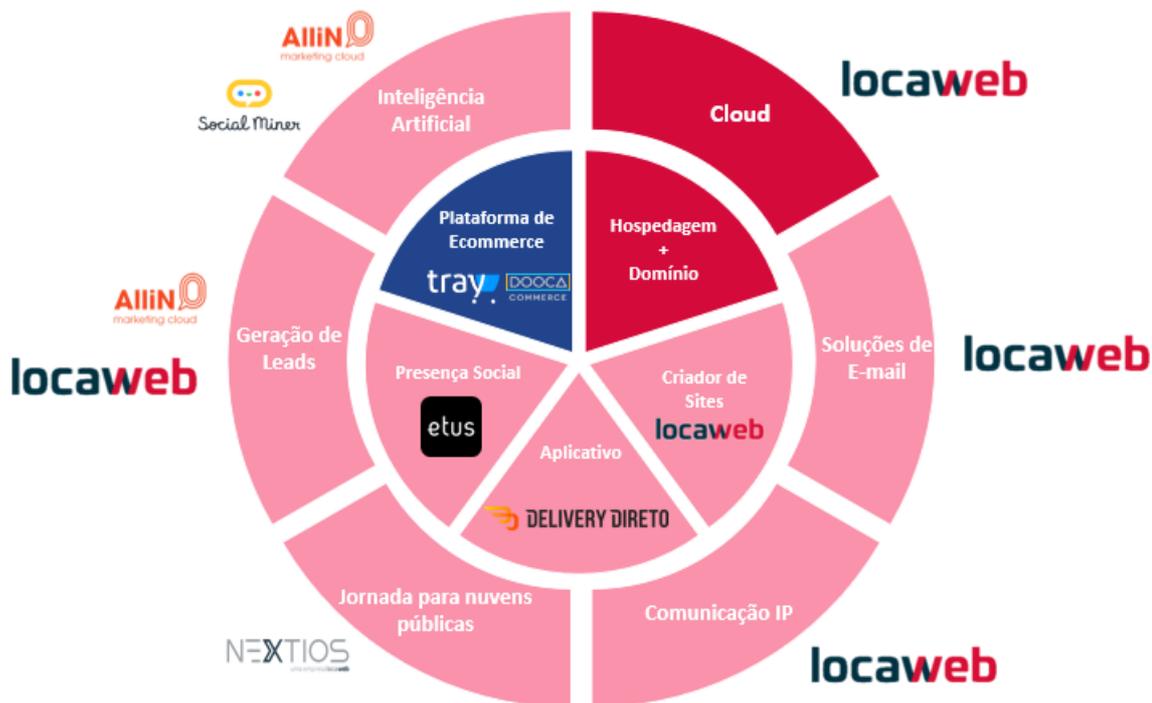


¹ Considera a Etus no 4T20

Desde o final do 3T20, tivemos um forte movimento de M&As, envolvendo a aquisição de nove empresas, sendo três após a oferta subsequente de ações (*Follow-on*), que reforçam nosso ecossistema de soluções com forte sinergia com os clientes de todos os segmentos do grupo, BeOnline, SaaS e Commerce, conforme pode ser visto nas imagens abaixo.

Nossa estratégia de aquisição é baseada em enriquecer a jornada do cliente no mundo digital, seja no processo de Commerce, seja no seu processo de digitalização.

A Locaweb permite que o seu cliente se digitalize de todas as formas, seja via hospedagem de sites, redes sociais, por meio de aplicativos ou e-commerce.



O ecossistema de soluções de Commerce da Companhia, com as recentes aquisições anunciadas, oferece aos seus clientes, além de duas soluções robustas de Plataforma de E-commerce com a Tray e a Dooca Commerce, gestão de subscrições e cobrança recorrente com a Vindi, geração e conversão de *leads* com a All In e Social Miner, gestão de mídias sociais com a Etus, integração de marketplaces e store-in-store com o Ideris, solução de pagamentos com a Yapay, ponto-de-venda (PDV) com a ConnectPlug, serviços financeiros com a Credisfera e soluções logística com o Melhor Envio, como pode ser observado na imagem abaixo.



Esperamos que a expansão do ecossistema com as novas aquisições vai acelerar drasticamente o crescimento do nosso segmento de Commerce, uma vez que (i) aumenta o ARPU do cliente, (ii) reduz o churn e (iii) acelera a aquisição de novos clientes.

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

Vale destacar que possuímos um processo muito claro e robusto para a integração de todas as aquisições com time dedicado exclusivamente ao tema e comandado por uma executiva com ampla experiência em integração de aquisições.

Dividimos nosso processo de integração de empresas em três grandes pilares:

- (i) **Integração de back-office**
 - a. Após a conclusão da aquisição, a Companhia rapidamente absorve todas as atividades operacionais, como financeiro, contabilidade, jurídico e RH, para gerar ganho de escala para as empresas adquiridas e garantir que o fundador tenha foco exclusivo na gestão das atividades core do negócio;
- (ii) **Integração do negócio**
 - a. Retenção dos fundadores, que permanecem a frente das operações com autonomia em suas áreas core, como vendas, marketing e desenvolvimento de produtos;

- b. Aportamos toda estrutura de governança e suporte da Companhia, ajudando o fundador a melhorar a gestão do business;
- c. Utilizamos os programas corporativos (i.e. incentivo de longo prazo) para melhorar a capacidade de retenção e atração de talentos para as equipes das empresas adquiridas;

(iii) Captura de sinergias

- a. Conectamos todos os produtos do nosso ecossistema com as empresas adquiridas, por meio dos planos de negócios, que são altamente detalhados ao longo do processo de aquisição;

Com todo esse processo, conseguimos, desde 2012, manter todos os empreendedores das empresas que adquirimos, acelerar substancialmente as empresas adquiridas com melhora de margem operacional e realizar os processos de integração de forma consistente e gerando valor para a Companhia.

Em fevereiro de 2021 concluímos nossa Oferta Subsequente de Ações e, dessa forma, continuamos capitalizados e que, conforme já apresentado, os recursos continuarão sendo utilizados para novas aquisições. Continuamos com o mesmo ritmo de busca por novas empresas, com os mesmos princípios que nortearam as aquisições que já realizamos.

Para finalizar, vale lembrar que os resultados financeiros consideram as aquisições de Etus (trimestre completo), Ideris e Melhor Envio (a partir de dez/20), já os resultados operacionais do trimestre (adição de novas lojas, GMV e TPV) não consideram o impacto das aquisições de Ideris e Melhor Envio.

Destaques do Negócio no trimestre

// Aquisições

*“Conforme prometido no nosso processo de IPO, alocamos os recursos obtidos na Oferta do IPO de forma consistente para gerar valor aos nossos acionistas: Aquisição de empresas de alto crescimento individual e com grande sinergia com a nossa operação. Com as **nove** aquisições realizadas após o IPO traremos para o grupo um ARR contratado de **R\$ 112 milhões.**”*

Fernando Cirne, CEO da Locaweb

// Etus

- **Racional da aquisição:** Empresa que oferece a mais completa e robusta solução para gestão e marketing digital em redes sociais.

A Etus, que já apresentou um crescimento orgânico substancial nos últimos anos, poderá acelerar ainda mais esse crescimento com as sinergias e integrações imediatas com a base de clientes de todas as operações da Locaweb: BeOnline / SaaS e Commerce. A aquisição da Etus é consistente com a estratégia da Companhia de oferecer o maior e mais completo ecossistema para apoiar nossos clientes no processo de digitalização dos seus negócios.

- **Cross-sell:** com toda a base de clientes e em todos os *touchpoints* da Locaweb, como carrinho de compra dos produtos; painéis de administração; eventos de upgrade; e campanhas de ativação da marca na base.

- **Status:** Todos os clientes que adquirem o Criador de Sites no site da Locaweb já possuem a opção de adquirir Etus conjuntamente com desconto exclusivo. O mesmo se aplica para os clientes da base do Criador de Sites, que por meio do painel do produto, podem adquirir Etus e impulsionar seus conteúdos tanto em seu site como nas redes sociais. Os próximos produtos que receberão esta integração são Hospedagem, Hospedagem Wordpress, Tray e produtos da KingHost.

// Social Miner

- **Racional da aquisição:** Empresa que oferece plataforma SaaS para e-commerces e varejistas aumentarem vendas, engajamento de consumidores, conversão de fluxos de visitantes para cadastros e/ou compras e diminuírem o custo de aquisição de clientes com forte utilização de tecnologia proprietária de big data e inteligência artificial.

Com a integração das soluções da Social Miner, que possui um produto consolidado no mercado, e da All In, empresa adquirida pela Locaweb em 2013, passamos a oferecer uma suíte completa de serviços que acompanha toda a jornada do consumidor para e-commerces e varejistas de todos os segmentos e tamanhos, o que será muito importante para potencializar as vendas dos clientes da nossa plataforma de e-commerce Tray.

- **Cross-sell:** Com a Tray Corp para aumentar a conversão e vendas em grandes e-commerces; e criação de um novo produto focado no aumento de vendas dos pequenos varejistas para oferta em toda base Tray e PMEs.
- **Status:** Times integrados e unificação de carteira realizada, com atendimento único para contas multiplataformas. Início de vendas de forma conjunta já apresenta resultados positivos e o foco em integração de tecnologia continua. Inovador produto dedicado a PMEs, com alto cross-sell com as plataformas de e-commerce, em fase avançada de testes técnicos.

// Ideris

- **Racional da aquisição:** Empresa que oferece uma completa plataforma de integração multicanal para operações de varejo. Permite aos varejistas operarem em diversos canais no modelo de integração direta em marketplaces ou por meio do Store in Store, onde o cliente publica seus anúncios dentro da megaloja Ideris sem ter que firmar contratos individuais.

Com a aquisição do Ideris, a Locaweb que já tem o mais completo ecossistema de soluções para E-commerce, contando com plataforma de lojas virtuais, soluções de pagamentos, recorrência e mais de 382 integrações amplia esse leque e se consolida como a melhor opção para digitalizar o varejista brasileiro.

- **Cross-sell:** Oferecer novos canais de venda de forma imediata (passamos de 22 integrações para 24 integrações com marketplaces); oferecer o produto Store in Store para aceleração de vendas e melhor posicionamento dos produtos dos nossos clientes; e oferecer integração logística com a Melhor Envio.

- **Status:** Integração tecnológica com Tray Corp em finalização e migração dos clientes Corp até o final de junho. Em paralelo a integração com varejo será iniciada no 2º trimestre e a migração da base varejo será realizada até o final de 2021. A partir de junho/2021 começaremos a ofertar o Store in Store para clientes Tray e na sequência serão feitos esforços para melhorar a integração entre Ideris e Melhor Envio para ampliar a oferta de serviços de logística aos clientes Ideris.

// Melhor Envio

- **Racional da aquisição:** Oferecer uma plataforma que conecta vendedores às principais transportadoras e empresas de logísticas do Brasil sem a necessidade de negociar contratos individuais. Por meio da plataforma é possível cotar fretes simultaneamente em diversas transportadoras, contratar online o serviço de envio e rastrear de forma inteligente.

Com a aquisição do Melhor Envio, a Locaweb que já tem o mais completo ecossistema de soluções para E-commerce, contando com plataforma de lojas virtuais, soluções de pagamentos, integração com marketplaces, gestão de assinaturas e mais de 382 integrações, reforça sua atuação no segmento de logística, e segue se consolidando como a melhor opção para digitalizar o varejista brasileiro.

- **Cross-sell:** Na Tray, ampliar as soluções atualmente disponíveis aos nossos clientes trazendo maior número de transportadoras disponíveis e preços ainda melhores; tornar a opção preferencial de logística para todos os *sellers* do Ideris; e tornar a Yapay o método preferencial de pagamentos nas compras de etiquetas.
- **Status:** Integração com Yapay sendo finalizada no primeiro trimestre. A partir do segundo trimestre começaremos a integração do Melhor Envio com a Tray e posteriormente ao longo do ano a migração da base de clientes do Frete Fácil para a solução Melhor Envio com prazo final de ocorrer até setembro/2021.

// Vindi

- **Racional da aquisição:** Fintech que oferece Gestão de Assinaturas e Cobrança Recorrente.
- **Cross-sell:** Migrar o TPV para solução da Yapay; integrar as APIs de pagamentos recorrentes da Vindi na Tray (plataforma de e-commerce) e explorar todo o potencial de cross-sell com os demais segmentos de negócios da Companhia (BeOnline, SaaS e Commerce) com a adquirida.
- **Status:** Migração do TPV para a Yapay em andamento com a conversão de parte dos clientes.

// ConnectPlug

- **Racional da aquisição:** plataforma SaaS com um sistema de ponto de venda (PDV) e um completo sistema de gestão. Com ampla presença no segmento de food services, a plataforma oferece importantes ferramentas como a integração de pedidos em diversos marketplaces, plataformas de autoatendimento e soluções para cardápios e comandas digitais totalmente integrados com o sistema de gestão de cozinha (KDS - kitchen display system).

Com a aquisição da ConnectPlug, a Locaweb, que já tem o mais completo ecossistema de soluções tecnológicas para PME's e forte atuação no mercado de food services com a Delivery Direto, reforça o seu portfólio e entra para o importante mercado de soluções de tecnologia para o comércio físico, e segue se consolidando como a melhor opção para digitalizar as empresas do Brasil, ampliando as possibilidades de cross-sell com a base de lojistas da Tray.

- **Cross-sell:** cruzamento de base de cliente com a Delivery Direto; integração de pagamentos para os clientes CPlug com a Yapay; e oferta para a base de clientes com lojas físicas da Tray utilizarem CPlug, com PDV e demais produtos.
- **Status:** Empresa recém adquirida. Planejamento da integração já realizado.

// Credisfera

- **Racional da aquisição:** Fintech que oferece soluções de crédito para PMEs e permitirá que a Locaweb passe a oferecer mais esse serviço para a sua base de clientes de forma integrada.
- **Cross-sell:** Oferecer uma solução integrada unindo a capacidade tecnológica e inteligência de crédito da Credisfera, com a enorme base de clientes que utilizam as plataformas da Locaweb para venderem e receberem online.
- **Status:** Empresa recém adquirida. Planejamento da integração já realizado.

// Dooça

- **Racional da aquisição:** Plataforma de lojas virtuais focada em PMEs, que auxilia o lojista a criar, montar e gerenciar sua loja virtual e vender online. Com a aquisição a Companhia, que já possui papel de destaque e liderança no segmento com a Tray, se consolida neste mercado que apresentou forte aceleração em 2020.
- **Cross-sell:** Oferecer para toda a base de clientes da Dooça a solução de pagamentos Yapay, as integrações com marketplaces e Store-in-Store oferecidas pelo Ideris, soluções de logística do Melhor Envio, as APIs de pagamentos recorrentes da Vindi e todo o portfólio de marketing digital com a Social Miner e All In.

- **Status:** Empresa recém adquirida. Planejamento da integração já realizado.

// Samurai

- **Racional da Aquisição:** Empresa de tecnologia que oferece um ecossistema de aplicativos compatível com diversas plataformas do mercado para otimização de resultados de lojas virtuais. A Samurai vem reforçar a estratégia do grupo para atender ecommerces de médio e grande porte, somando forças com a Tray Corp e melhorando a capacidade de atender projetos complexos e customizados.
- **Cross-sell:** Oferecer para toda a base de clientes da Samurai a solução de pagamentos Yapay, as integrações com marketplaces e Store-in-Store oferecidas pelo Ideris, soluções de logística do Melhor Envio, as APIs de pagamentos recorrentes da Vindi e todo o portfólio de marketing digital com a Social Miner e All In.
- **Status:** Empresa recém adquirida. Planejamento da integração já realizado.

// Receita Anual Recorrente das empresas adquiridas

- As empresas adquiridas, possuem um ARR (Receita Anual Recorrente) contratado de R\$ 112 milhões, o que representa um crescimento inorgânico contratado de 22,9% para o grupo em 2021. Além disso, essas empresas como um todo apresentaram crescimento orgânico acima de 50% em 2020.

// Resumo dos Indicadores

// Consolidado

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Receita Operacional Líquida	140,2	105,2	33,3%	488,2	385,7	26,6%
Lucro Bruto	60,5	45,5	33,0%	205,3	161,3	27,3%
Margem Bruta (%)	43,2%	43,2%	-0,1 p.p.	42,1%	41,8%	0,2 p.p.
EBITDA	26,2	29,5	-11,2%	100,8	106,9	-5,7%
Margem EBITDA (%)	18,7%	28,1%	-9,4 p.p.	20,6%	27,7%	-7,1 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	36,4	30,2	20,6%	129,4	110,9	16,7%
Margem EBITDA Ajustada (%)	26,0%	28,7%	-2,7 p.p.	26,5%	28,7%	-2,2 p.p.
Lucro Líquido	9,0	6,9	29,1%	19,7	18,1	9,2%
Lucro Líquido Ajustado ²	12,8	10,4	23,1%	41,6	28,2	47,7%
Margem Lucro Líquido Ajustado (%)	9,1%	9,9%	-0,8 p.p.	8,5%	7,3%	1,2 p.p.
Geração de Caixa ³	22,1	24,4	-9,6%	79,0	63,2	25,0%
Conversão de Caixa (%) ³	60,6%	80,8%	-20,2 p.p.	61,0%	57,0%	4,1 p.p.
Dívida (Caixa) Líquida ⁴	(344,2)	76,3	n/a	(344,2)	76,3	n/a

¹ O EBITDA Ajustado refere-se ao lucro (prejuízo) líquido ajustado pelo resultado financeiro, pelo imposto de renda e contribuição social sobre o lucro, pelos custos e despesas de depreciação e amortização, despesas com plano de opção de compra de ações; despesas relacionados à fusões e aquisições; despesas de bônus consideradas não recorrentes pela Administração da Companhia, receita financeira relativa a derivativos utilizados como instrumento de hedge para proteção da variação cambial sobre passivos operacionais, baixa contábil decorrente da alienação de investimento na controlada Eventials e despesas extraordinárias relacionadas ao IPO.

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; e (v) despesas extraordinárias relacionadas ao IPO.

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	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Total GMV ¹	2.052,9	1.117,2	83,8%	6.786,4	3.742,2	81,3%
TPV (Yapay)	582,0	225,0	158,7%	1.723,7	728,9	136,5%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	52,2	25,2	107,3%	160,3	90,4	77,4%
Take Rate de Commerce ²	2,5%	2,3%	0,3 p.p.	2,4%	2,4%	-0,1 p.p.
Receita Operacional Líquida	46,5	22,3	108,2%	142,3	80,1	77,6%
Lucro Bruto	29,9	14,3	109,3%	95,7	52,8	81,3%
Margem Bruta (%)	64,3%	64,0%	0,3 p.p.	67,3%	65,9%	1,4 p.p.
EBITDA	15,7	7,7	105,4%	56,6	30,0	88,8%
Margem EBITDA (%)	33,8%	34,3%	-0,5 p.p.	39,8%	37,4%	2,4 p.p.

¹ GMV total inclui o GMV das lojas acrescido do GMV dos outros canais que oferecemos integração aos nossos clientes e não considera nenhum GMV de Ideris e Melhor Envio

² Take-rate é o resultado da divisão da Receita Bruta, líquida de abatimentos, pelo GMV Total

// BeOnline / SaaS

(R\$ milhões)

BeOnline / SaaS	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Clientes EoP - BeOnline / SaaS ¹	394,0	364,9	8,0%	394,0	364,9	8,0%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	102,6	92,7	10,7%	379,3	342,4	10,8%
Receita Operacional Líquida	93,7	82,9	13,1%	345,9	305,6	13,2%
Lucro Bruto	30,6	31,2	-1,9%	109,6	108,5	1,0%
Margem Bruta (%)	32,7%	37,6%	-5,0 p.p.	31,7%	35,5%	-3,8 p.p.
EBITDA	10,5	21,9	-52,0%	44,2	76,9	-42,5%
Margem EBITDA (%)	11,2%	26,4%	-15,2 p.p.	12,8%	25,2%	-12,4 p.p.
EBITDA Ajustado ²	20,7	22,5	-8,2%	72,8	80,9	-10,0%
Margem EBITDA Ajustada (%)	22,1%	27,2%	-5,1 p.p.	21,1%	26,5%	-5,4 p.p.

¹ Considera o número de clientes pagantes da Etus, que foi adquirida em Setembro/20.

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 com plano de opção de compra de ações; despesas relacionados à fusões e aquisições; despesas de bônus consideradas não recorrentes pela Administração da Companhia, receita financeira relativa a derivativos utilizados como instrumento de hedge para proteção da variação cambial sobre passivos operacionais, baixa contábil decorrente da alienação de investimento na controlada Eventials e despesas extraordinárias relacionadas ao IPO.

// Desempenho

// Receita Operacional Líquida

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Commerce	46,5	22,3	108,2%	142,3	80,1	77,6%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>33,2%</i>	<i>21,2%</i>	<i>11,9 p.p.</i>	<i>29,2%</i>	<i>20,8%</i>	<i>8,4 p.p.</i>
BeOnline / SaaS	93,7	82,9	13,1%	345,9	305,6	13,2%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>66,8%</i>	<i>78,8%</i>	<i>-11,9 p.p.</i>	<i>70,8%</i>	<i>79,2%</i>	<i>-8,4 p.p.</i>
Receita Operacional Líquida - Consolidado	140,2	105,2	33,3%	488,2	385,7	26,6%

A Receita Líquida da Locaweb totalizou R\$ 140,2 milhões no 4T20, um aumento de 33,3% em relação ao 4T19. Em 2020, o crescimento foi de 26,6% na comparação com 2019.

Organicamente (excluindo as receitas de Etus, Melhor Envio e Ideris) o crescimento no 4T20 vs o 4T19 foi de 26,6%.

Commerce	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Total GMV ¹	2.052,9	1.117,2	83,8%	6.786,4	3.742,2	81,3%
TPV (Yapay)	582,0	225,0	158,7%	1.723,7	728,9	136,5%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	52,2	25,2	107,3%	160,3	90,4	77,4%
Take Rate de Commerce ²	2,5%	2,3%	0,3 p.p.	2,4%	2,4%	-0,1 p.p.
Receita Operacional Líquida	46,5	22,3	108,2%	142,3	80,1	77,6%

¹ GMV total inclui o GMV das lojas acrescido do GMV dos outros canais que oferecemos integração aos nossos clientes e não considera nenhum GMV de Ideris e Melhor Envio

² Take-rate é o resultado da divisão da Receita Bruta, líquida de abatimentos, pelo GMV Total

No segmento de Commerce, a Receita Operacional Líquida no 4T20 apresentou crescimento de 108,2%, passando de R\$ 22,3 milhões no 4T19 para R\$ 46,5 milhões no 4T20. Em 2020 o crescimento da Receita Operacional Líquida foi de 77,6% em comparação com 2019.

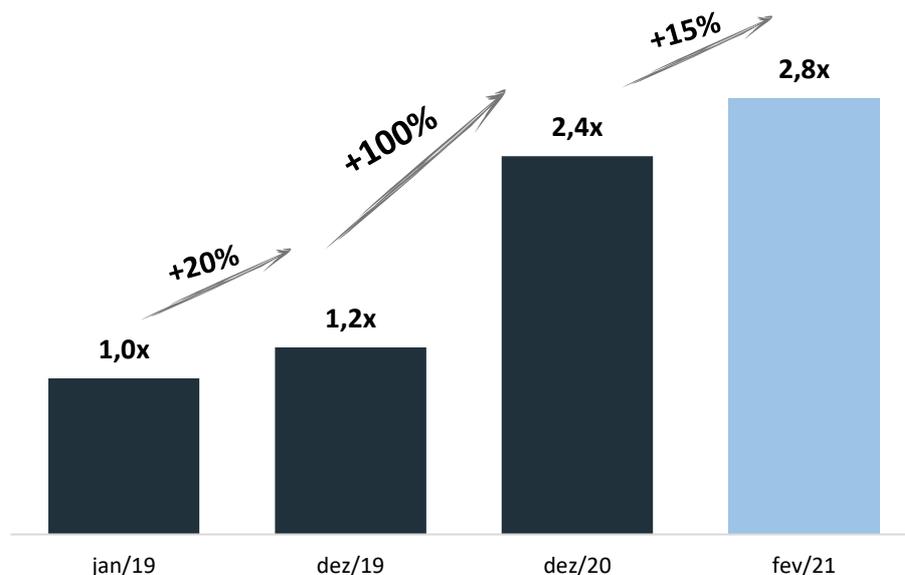
Excluindo os efeitos inorgânicos relacionados às aquisições de Ideris e Melhor Envio, que passaram a fazer parte do grupo em dez/20, o crescimento foi de 87,0%.

O forte crescimento apresentado é resultado do aumento do nosso GMV em 83,8% no 4T20 e 81,3% em 2020, quando comparado a iguais períodos de 2019, que reflete a expansão da nossa base de clientes, que dobrou em 2020, bem como de suas vendas, comparado a igual período no ano anterior, impulsionado pela entrada de novos clientes, mas também pelo forte crescimento das vendas das lojas que constavam na base de clientes no ano anterior ("Same Store Sales").

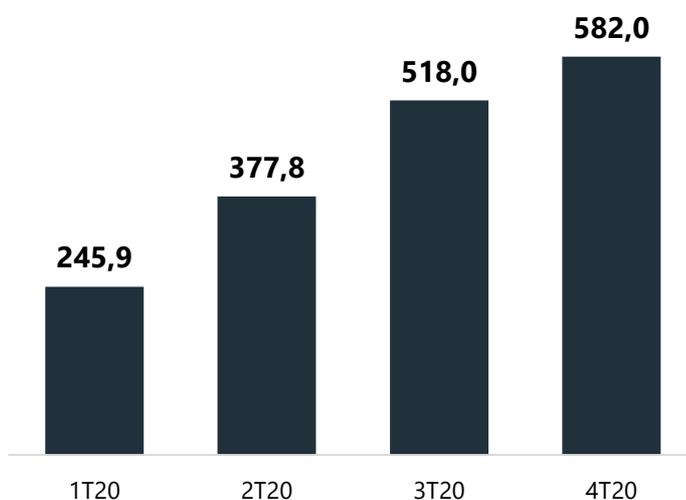
No 4T20, houve expansão de 237,0% na adição de novas lojas quando comparado ao quarto trimestre de 2019. Com esses volumes de novos entrantes, fortalecemos nossa posição de maior, melhor e mais eficiente ferramenta para digitalização das PMEs no Brasil.

Os dados do trimestre reforçam que, mesmo com a reabertura do comércio em algumas cidades, não vemos sinais de desaceleração na adição de novas lojas.

Como consequência da forte adição de novas lojas, vimos o crescimento de nossa base de clientes aumentar drasticamente desde janeiro de 2019, conforme apresentado no gráfico abaixo, que inclui, também, o crescimento da base até fevereiro/2021:



Contribuiu, também, para o forte crescimento da receita líquida no segmento no trimestre, o crescimento de 158,7% (vs 4T19) no total transacionado (TPV) em nossa plataforma de pagamentos, a Yapay. O gráfico abaixo apresenta o crescimento do volume transacionado na nossa solução de pagamentos nos últimos 4 trimestres (em R\$ milhões):



BeOnline / SaaS	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Clientes EoP - BeOnline / SaaS ¹	394,0	364,9	8,0%	394,0	364,9	8,0%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	102,6	92,7	10,7%	379,3	342,4	10,8%
Receita Operacional Líquida	93,7	82,9	13,1%	345,9	305,6	13,2%

¹ Considera o número de clientes pagantes da Etus, que foi adquirida em Setembro/20.

O número de clientes do segmento de BeOnline / SaaS (final de período), apresentou crescimento de 8,0% entre o 4T19 e 4T20. É importante destacar que neste trimestre houve a entrada dos clientes trazidos pela Etus, empresa adquirida em setembro.

Já a Receita Operacional Líquida de BeOnline / SaaS apresentou crescimento de 13,1%, passando de R\$ 82,9 milhões no 4T19 para R\$ 93,7 milhões no 4T20. Em 2020, o crescimento da Receita Operacional Líquida foi de 13,2% em comparação com 2019, atingindo R\$ 345,9 milhões.

Excluindo os efeitos inorgânicos relacionados à aquisição da Etus, que passou a fazer parte do grupo em 29/09/2020, o crescimento no 4T20 foi de 10,4%.

Destacamos, 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, do Criador de Sites e Delivery Direto, todos eles apresentando altas taxas de crescimento em relação a 2019.

// Custos e Despesas Operacionais

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Custo dos serviços prestados	79,7	59,7	33,4%	282,9	224,4	26,1%
Despesas com vendas	24,2	16,6	45,6%	82,2	70,2	17,0%
Despesas Gerais e Administrativas	25,2	15,0	68,5%	79,9	44,4	80,1%
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(0,1)	(0,4)	-64,6%	(0,9)	(6,2)	-85,4%
Custos e Despesas Operacionais Totais	128,9	90,8	41,9%	444,0	332,8	33,4%
% ROL	92,0%	86,4%	5,6 p.p.	90,9%	86,3%	4,7 p.p.

Os custos e despesas operacionais totais da Locaweb apresentaram crescimento de 41,9% no 4T20 quando comparado ao mesmo período no ano anterior. Em 2020, o crescimento foi de 33,4%, em comparação com 2019.

Custo dos serviços prestados

O custo dos serviços prestados no 4T20 foi de R\$ 79,7 milhões e de R\$ 59,7 milhões no mesmo período de 2019, um aumento de 33,4% na comparação entre os dois períodos, o que representou 56,8% da receita líquida nos dois períodos.

O crescimento do custo dos serviços prestados foi em linha com o crescimento da receita líquida da Companhia no período, reflexo do mix do robusto crescimento verificado no segmento Commerce que, também, apresenta margens superiores ao consolidado da Companhia e o impacto dos custos dos serviços

prestados das empresas adquiridas no período (Etus, Ideris e Melhor Envio), que totalizaram R\$ 3,6 milhões no período.

Despesas com vendas

As despesas com vendas, que compreendem as equipes de marketing e vendas, bem como os serviços contratados dessas mesmas naturezas e as eventuais provisões sobre devedores duvidosos, no 4T20 foi de R\$ 24,2 milhões apresentando um incremento de 45,6% quando comparado ao 4T19.

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

locaweb	4T19	3T20	4T20	4T20 vs 4T19	4T20 vs 3T20
Commerce					
Despesas com vendas	4,2	6,7	9,6	126,4%	42,8%
% ROL	19,0%	16,7%	20,6%	1,7 p.p.	4,0 p.p.
BeOnline / SaaS					
Despesas com vendas	12,4	13,7	14,6	17,9%	6,6%
% ROL	14,9%	15,9%	15,6%	0,6 p.p.	-0,3 p.p.
Consolidado					
Despesas com vendas	16,6	20,4	24,2	45,6%	18,5%
% ROL	15,8%	16,2%	17,2%	1,5 p.p.	1,1 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 4T20 foi de R\$ 25,2 milhões e de R\$ 15,0 milhões em igual período de 2019, o que representou um crescimento de 68,5%.

O aumento deve-se, principalmente, aos fatores listados abaixo, que somados totalizam R\$ 11,2 milhões:

- (i) Despesas relacionadas ao processo de aquisição de empresas, no total de R\$ 5,6 milhões;
- (ii) Incremento nas provisões não-caixa de valor justo das opções outorgadas, que foram reforçadas antes do IPO, visando a retenção dos principais executivos da Companhia pelos próximos 4 anos, resultando em um aumento de R\$ 4,0 milhões sobre o montante provisionado no 4T19;
- (iii) As novas estruturas criadas na Companhia após a abertura de capital (como o departamento de Relações com Investidores, de Controles Internos, de Auditoria Interna e aos órgãos de controle e governança da Companhia) no montante de R\$ 1,0 milhão; e
- (iv) Efeito inorgânico relacionado às empresas adquiridas (Etus, Ideris e Melhor Envio), no montante de R\$ 0,6 milhão.

// Lucro Bruto

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Commerce	29,9	14,3	109,3%	95,7	52,8	81,3%
Margem (%)	64,3%	64,0%	0,3 p.p.	67,3%	65,9%	1,4 p.p.
BeOnline / SaaS	30,6	31,2	-1,9%	109,6	108,5	1,0%
Margem (%)	32,7%	37,6%	-5,0 p.p.	31,7%	35,5%	-3,8 p.p.
Lucro Bruto	60,5	45,5	33,0%	205,3	161,3	27,3%
Margem (%)	43,2%	43,2%	-0,1 p.p.	42,1%	41,8%	0,2 p.p.

O segmento de BeOnline/SaaS foi impactado em 2020 pela depreciação cambial, cujo impacto no trimestre foi de R\$ 2,2 milhões referente à desvalorização cambial no pagamento de licenças de softwares que são precificadas em dólar.

O Lucro Bruto consolidado apresentou aumento de 33,0% no 4T20 quando comparado ao 4T19, atingindo R\$ 60,5 milhões. Em 2020, o crescimento do Lucro Bruto foi de 27,3%, atingindo R\$ 205,3 milhões.

No 4T20, houve estabilidade da Margem Bruta comparado ao 4T19 em 43,2%.

// EBITDA e EBITDA Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Lucro (Prejuízo) Líquido	9,0	6,9	29,1%	19,7	18,1	9,2%
(+) Resultado Financeiro Líquido	5,3	7,4	-28,6%	14,5	28,7	-49,5%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	(3,0)	0,0	-21314,3%	10,0	6,2	60,6%
(+) Depreciação e Amortização	15,0	15,2	-1,5%	56,6	53,9	5,0%
EBITDA	26,2	29,5	-11,2%	100,8	106,9	-5,7%
(+) Plano de opção de compra de ações	4,4	0,4	n/a	15,5	2,1	636,1%
(+) Despesas de fusões e aquisições	5,7	0,1	6169,6%	6,6	1,0	551,7%
(+) Despesas de bônus não recorrentes	0,0	0,1	-100,0%	0,0	0,8	-100,0%
(+) Despesas relacionadas ao IPO	0,0	0,0	n/a	6,4	0,0	n/a
EBITDA Ajustado	36,4	30,2	20,6%	129,4	110,9	16,7%
Margem EBITDA Ajustada (%)	26,0%	28,7%	-2,7 p.p.	26,5%	28,7%	-2,2 p.p.

Decorrente dos números apresentados anteriormente, o EBITDA Ajustado da Locaweb no 4T20 foi de R\$ 36,4 milhões, montante 20,6% superior em relação ao 4T19, com a Margem EBITDA Ajustada apresentando redução de 2,7 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

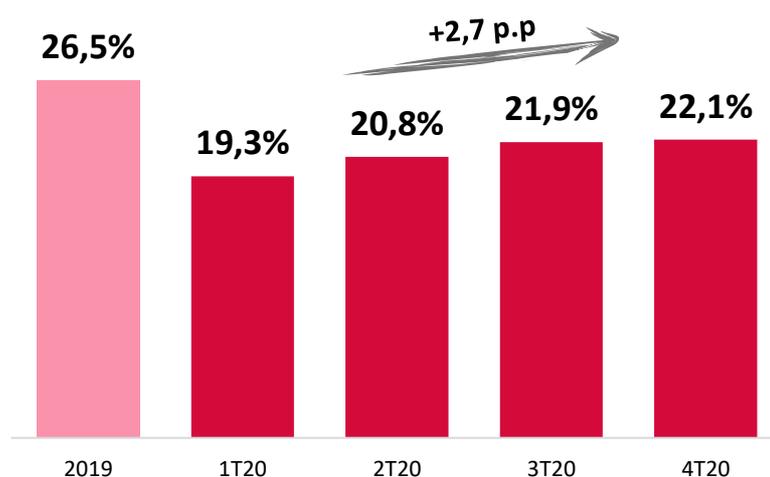
(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Commerce						
EBITDA	15,7	7,7	105,4%	56,6	30,0	88,8%
Margem EBITDA (%)	33,8%	34,3%	-0,5 p.p.	39,8%	37,4%	2,4 p.p.
BeOnline / SaaS						
EBITDA Ajustado	20,7	22,5	-8,2%	72,8	80,9	-10,0%
Margem EBITDA Ajustada (%)	22,1%	27,2%	-5,1 p.p.	21,1%	26,5%	-5,4 p.p.
Consolidado						
EBITDA Ajustado	36,4	30,2	20,6%	129,4	110,9	16,7%
Margem EBITDA Ajustada (%)	26,0%	28,7%	-2,7 p.p.	26,5%	28,7%	-2,2 p.p.

O EBITDA de Commerce cresceu 105,4% no 4T20, atingindo R\$ 15,7 milhões com redução de 0,5 p.p. na margem EBITDA que foi de 33,8% no trimestre, relacionado principalmente à consolidação dos resultados de Melhor Envio e Ideris nos resultados do segmento.

A participação do segmento de Commerce no EBITDA Ajustado consolidado passou de 25,4% no 4T19 para 43,2% no 4T20.

O EBITDA Ajustado de BeOnline / SaaS, devido aos impactos mencionados anteriormente, apresentou queda de 8,2% no 4T20 com retração de 5,1 p.p. na margem EBITDA do segmento vs o 4T19. É importante destacar que desde o 1T20 a margem EBITDA Ajustada do segmento vem apresentando crescimento gradual passando de 19,3% no 1T20 para 22,1% no 4T20, conforme apresentado no gráfico abaixo:



// Resultado Financeiro

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Despesas Financeiras	(2,0)	(4,1)	-51,0%	(54,2)	(35,4)	52,9%
Receita Financeira	(3,3)	(3,3)	0,9%	39,7	6,8	487,5%
Resultado Financeiro Líquido	(5,3)	(7,4)	28,6%	(14,5)	(28,7)	49,5%

O resultado financeiro líquido no 4T20 foi uma despesa líquida de R\$ 5,3 milhões, o que representou uma melhora de 28,6% em comparação com o 4T19. Em 2020, o resultado financeiro líquido foi uma despesa de R\$ 14,5 milhões, representando uma melhora de 49,5% em comparação com 2019. Vale destacar que parte da melhora no resultado financeiro líquido está relacionado ao aumento na receita financeira do grupo, resultado do maior saldo de caixa.

Uma vez que os instrumentos utilizados para captação de dívida da Companhia (Circular Bacen nº 3844 e 4131) são emitidos em dólares com swap de 100% do montante para reais, neste trimestre em que houve uma desvalorização cambial muito forte do real frente ao dólar, tivemos um impacto negativo nas despesas financeiras (juros), que foi mitigado pela receita financeira do swap cambial.

// Imposto de Renda e Contribuição Social

(R\$ milhões)

locaweb	2020	2019
Lucro antes do IRPJ	29,7	24,3
Alíquota fiscal combinada (34%)	34%	34%
IR e CS pela alíquota combinada	(10,1)	(8,3)
Ajustes para demonstração da taxa efetiva		
Juros sobre capital próprio (JSCP)	5,4	1,2
Efeito da apuração pelo lucro presumido	(1,4)	(0,4)
Efeito da contabilização do plano de opções de ações	(5,3)	(0,7)
Imposto diferido não contabilizado (prej fiscal)	(1,1)	(1,0)
Lei do Bem	2,5	2,6
Outros	(0,1)	0,4
Imposto de renda e contribuição social registrado	(10,0)	(6,2)
Alíquota Efetiva	33,6%	25,6%

A despesa efetiva de imposto de renda e contribuição social em 2020 foi de R\$ 10,0 milhões, com uma alíquota efetiva de 33,6%. A redução da alíquota de IR e CS em relação a seu valor nominal de 34% decorre do aproveitamento fiscal do pagamento de JCP, bem como do benefício fiscal oriundo da Lei do Bem (Lei

nº 11.196/05), que incentiva companhias a se dedicarem à pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica.

É importante frisar que as despesas provisionadas decorrentes dos planos de opções de ações geram impacto negativo sobre a alíquota efetiva contábil (R\$ 5,3 milhões em 2020). De forma ilustrativa, a análise de alíquota efetiva excluindo os impactos dos planos de opções levariam a uma alíquota efetiva de 22%.

// Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Lucro Líquido	9,0	6,9	29,1%	19,7	18,1	9,2%
(+) Plano de opção de compra de ações	4,4	0,4	938,6%	15,5	2,1	636,1%
(+) Amortização de intangíveis PPA	2,8	2,9	-1,6%	6,3	3,7	70,1%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	(3,9)	(0,5)	664,3%	(4,8)	0,2	-2775,7%
(+) Ajuste relacionado ao CPC 06	1,0	0,6	78,2%	2,0	2,4	-15,7%
(+) Marcação a mercado de derivativos	(0,6)	0,0	-1325,6%	(1,4)	1,7	-180,6%
(+) Despesas relacionadas ao IPO	0,0	0,0	n/a	4,3	0,0	n/a
Lucro Líquido Ajustado	12,8	10,4	23,1%	41,6	28,2	47,7%
<i>Margem Lucro Líquido Ajustado (%)</i>	<i>9,1%</i>	<i>9,9%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>8,5%</i>	<i>7,3%</i>	<i>1,2 p.p.</i>

Com base nos números apresentados anteriormente, o Lucro Líquido Ajustado da Locaweb no 4T20 foi de R\$ 12,8 milhões, montante 23,1% superior ao 4T19, com a margem líquida de 9,1% no 4T20.

Em 2020 o Lucro Líquido Ajustado apresentou crescimento de 47,7% em comparação com 2019.

// Endividamento / Posição de caixa

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	3T20	2T20	1T20	4T19	3T19
(+) Empréstimos e financiamentos	84,6	98,4	123,7	126,4	116,5	126,9
(-) Saldo de Derivativos (Swap cambial) ¹	(19,4)	(27,3)	(32,1)	(29,1)	(4,9)	(8,6)
Dívida Bruta Bancária	65,2	71,1	91,6	97,3	111,6	118,2
(-) Caixa e Equivalente de Caixa ²	(409,4)	(520,4)	(535,7)	(530,7)	(35,3)	(35,8)
Dívida (Caixa) Líquida (ex passivo de arrendamento)	(344,2)	(449,3)	(444,1)	(433,4)	76,3	82,4
(+) Passivo de arrendamento ³	69,5	71,1	72,6	69,0	70,2	71,5
Dívida (Caixa) Líquida	(274,7)	(378,2)	(371,5)	(364,4)	146,5	153,9

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 no IPO (R\$ 544,7 milhões, líquidos de custos de transação), 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\$ 274,7 milhões no 4T20. Excluindo os efeitos da adoção do IFRS 16, o saldo líquido de caixa é de R\$ 344,2 milhões.

Vale destacar que a Companhia não possui exposição cambial em seu endividamento, uma vez que os instrumentos utilizados para captação (Circular Bacen nº 3844 e 4131) são emitidos em dólares com swap de 100% do montante para reais. A totalidade dos derivativos financeiros contratados possuem a finalidade de proteção cambial das dívidas da Companhia.

// Fluxo de Caixa

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
Resultado antes do IR e CS	6,0	7,0	-13,9%	29,7	24,3	22,4%
Itens que não afetam caixa	20,2	22,4	-10,1%	85,8	74,1	15,7%
Variação no Capital de Giro	(14,5)	(9,2)	-57,2%	(47,3)	(15,6)	203,4%
Caixa Líquido das Atividades Operacionais (A)	11,7	20,2	-42,1%	68,2	82,8	-17,6%
Capex - Imobilizado	(8,9)	(2,6)	235,8%	(31,4)	(34,6)	-9,3%
Capex - Desenvolvimento	(5,4)	(3,1)	73,7%	(19,0)	(13,1)	45,6%
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	(2,7)	14,4	-118,5%	17,8	35,2	-49,3%
Aquisição	(88,0)	(1,0)	8696,2%	(116,3)	(27,1)	329,8%
Caixa Líquido das Atividades de Investimentos (B)	(102,3)	(6,8)	1408,8%	(166,7)	(74,7)	123,1%
Integralização de Capital	7,3	0,0	n/a	554,1	0,1	n/a
Empréstimos e financiamentos	(6,0)	(7,8)	-23,7%	(48,9)	18,7	-361,4%
Arrendamentos Mercantis	(2,9)	(2,6)	11,7%	(11,2)	(10,1)	10,1%
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos	(16,0)	(2,4)	567,2%	(16,0)	(8,5)	87,6%
Outros	(0,0)	(0,1)	-61,8%	(0,2)	(0,8)	-74,3%
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento (C)	(17,6)	(12,9)	36,4%	477,8	(0,6)	-78498,4%
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa (A + B +C)	(108,3)	0,4	-24333,9%	379,4	7,5	4962,9%

O caixa líquido proveniente das atividades operacionais totalizou R\$ 11,7 milhões no 4T20 comparado a R\$ 20,2 milhões no 4T19. Essa redução do caixa operacional vs 4T19 está diretamente relacionado às obrigações das empresas adquiridas que foram liquidadas, conforme previamente estabelecido em contrato de compra e venda, após as aquisições.

O dispêndio de caixa relacionado a aquisição, no montante de R\$ 88,0 milhões, refere-se às aquisições de Melhor Envio e Ideris, que aconteceram no final de dezembro de 2020.

// Geração de Caixa (EBITDA Ajustado – Capex)

(R\$ milhões)

locaweb	4T20	4T19	vs 4T19	2020	2019	vs 2019
EBITDA Ajustado	36,4	30,2	20,6%	129,4	110,9	16,7%
Capex	14,3	5,8	148,0%	50,4	47,7	5,8%
Geração de Caixa (R\$ mln)	22,1	24,4	-9,6%	79,0	63,2	25,0%
Conversão de Caixa (%)	60,6%	80,8%	-20 p.p.	61,0%	57,0%	4 p.p.

A geração de caixa operacional da Companhia, medida pelo EBITDA Ajustado menos o Capex, apresentou uma queda de 9,6% no 4T20, quando comparado ao 4T19.

Vale lembrar que o Capex de Imobilizado do exercício de 2019 ficou concentrado no primeiro trimestre, representando aproximadamente 70% do montante gasto durante o exercício de 2019 e, por esse motivo, a comparação do crescimento do Capex do 4T20 com o 4T19 apresentou crescimento acima de 148%. É importante mencionar que a distribuição do Capex em 2020 está mais linear.

Em 2020, a geração de caixa apresentou crescimento de 25,0% na comparação 2019.

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

// ANEXO I – DRE

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	4T19	4T20	2019	2020
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	105,2	140,2	385,7	488,2
Custo dos serviços prestados	(59,7)	(79,7)	(224,4)	(282,9)
LUCRO BRUTO	45,5	60,5	161,3	205,3
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(31,1)	(49,2)	(108,4)	(161,1)
Com vendas	(16,6)	(24,2)	(70,2)	(82,2)
Gerais e administrativas	(15,0)	(25,2)	(44,4)	(79,9)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,4	0,1	6,2	0,9
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	14,3	11,3	52,9	44,2
RESULTADO FINANCEIRO	(7,4)	(5,3)	(28,7)	(14,5)
Receitas financeiras	(3,3)	(3,3)	6,8	39,7
Despesas financeiras	(4,1)	(2,0)	(35,4)	(54,2)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	7,0	6,0	24,3	29,7
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(0,0)	3,0	(6,2)	(10,0)
Correntes	(0,5)	(0,9)	(6,0)	(14,8)
Diferidos	0,5	3,8	(0,2)	4,8
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	6,9	9,0	18,1	19,7

// ANEXO II – DRE BeOnline / SaaS

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO

(em R\$ milhões)

RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS

Impostos e Contr. s/ o Faturamento

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

Custo dos serviços prestados

LUCRO BRUTO

RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS

Com vendas

Gerais e administrativas

Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas

LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

Despesas de depreciação e amortização

EBITDA

	4T19	4T20	2019	2020
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	92,7	102,6	342,4	379,3
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(9,8)	(8,9)	(36,8)	(33,4)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	82,9	93,7	305,6	345,9
Custo dos serviços prestados	(51,7)	(63,1)	(197,1)	(236,3)
LUCRO BRUTO	31,2	30,6	108,5	109,6
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(23,7)	(33,4)	(82,0)	(117,4)
Com vendas	(12,4)	(14,6)	(53,3)	(57,9)
Gerais e administrativas	(11,8)	(19,0)	(33,4)	(60,4)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,4	0,1	4,7	0,9
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	7,5	(2,8)	26,5	(7,8)
Despesas de depreciação e amortização	14,4	13,3	50,4	52,0
EBITDA	21,9	10,5	76,9	44,2

// ANEXO III – DRE Commerce

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO (em R\$ milhões)	4T19	4T20	2019	2020
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	25,2	52,2	90,4	160,3
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(2,8)	(5,7)	(10,2)	(18,0)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	22,3	46,5	80,1	142,3
Custo dos serviços prestados	(8,0)	(16,6)	(27,3)	(46,6)
LUCRO BRUTO	14,3	29,9	52,8	95,7
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(7,4)	(15,8)	(26,3)	(43,8)
Com vendas	(4,2)	(9,6)	(16,9)	(24,2)
Gerais e administrativas	(3,2)	(6,2)	(10,9)	(19,5)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,0	-	1,5	-
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	6,9	14,1	26,5	52,0
Despesas de depreciação e amortização	0,8	1,6	3,5	4,6
EBITDA	7,7	15,7	30,0	56,6

// ANEXO IV – Balanço Patrimonial Consolidado

ATIVO (R\$ mln)	31/12/2020	31/12/2019	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ mln)	31/12/2020	31/12/2019
Circulante			Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	404,6	25,3	Fornecedores	20,5	12,8
Aplicação financeira restrita	1,6	2,7	Empréstimos e financiamentos	56,9	48,7
Contas a receber	358,6	125,3	Passivo de arrendamento	5,8	5,4
Impostos a recuperar	9,4	8,1	Pessoal, encargos e benefícios sociais	36,0	28,8
Instrumentos financeiros derivativos	19,4	4,9	Outros tributos a recolher	5,8	4,0
Outros ativos	13,9	10,0	Serviços a prestar	43,6	37,1
Total do ativo circulante	807,5	176,2	Recebimentos a repassar	271,7	82,2
Não circulante			Juros sobre o capital próprio a pagar	0,0	0,0
Aplicação financeira restrita	3,2	7,4	Impostos parcelados	2,8	2,8
Depósitos judiciais	0,5	0,8	Obrigação com aquisição de investimentos	3,4	14,7
Outros ativos	1,2	1,3	Outros passivos	4,1	1,4
IR e CS Diferidos	20,7	3,7	Total do passivo circulante	450,6	237,9
Imobilizado	76,3	74,6	Não circulante		
Ativos de direito de uso	65,1	67,8	Empréstimos e financiamentos	27,7	67,8
Intangível	477,9	182,3	Provisão para demandas judiciais	1,1	1,0
Total do ativo não circulante	644,9	337,8	Obrigação com aquisição de investimentos	211,6	30,1
TOTAL DO ATIVO			Passivo de arrendamento	63,7	64,8
	1.452,4	514,0	Impostos parcelados	19,6	21,9
			Outros passivos	4,0	2,1
			Total do passivo não circulante	327,8	187,7
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	643,7	53,6
			Reserva de capital	10,1	18,3
			Reserva de lucros	20,2	16,4
			Lucro do período	-	-
			Total do Patrimônio Líquido	674,0	88,3
			TOTAL DO PASSIVO E PL	1.452,4	514,0

// ANEXO V – DFC

DFC (R\$ mln)	4T20	4T19	2020	2019
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	6,0	7,0	29,7	24,3
Ajustes não caixa	20,2	22,4	85,8	74,1
Variações nos ativos e passivos:	(14,5)	(9,2)	(47,3)	(15,6)
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais	11,7	20,2	68,2	82,8
Fluxo de caixa das atividades de investimento				
Aquisição de bens para o imobilizado	(8,9)	(2,6)	(31,4)	(34,6)
Contas a pagar por aquisição de participação societária	(3,4)	(0,0)	(15,0)	(4,1)
Aquisição de controlada, líquida do caixa adquirido	(84,6)	(1,0)	(101,3)	(22,9)
Aquisição e desenvolvimento de ativo intangível	(5,4)	(3,1)	(19,0)	(13,1)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(102,3)	(6,8)	(166,7)	(74,7)
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	(17,6)	(12,9)	477,8	(0,6)
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(108,3)	0,4	379,4	7,5
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	512,9	24,8	25,3	17,8
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	404,6	25,3	404,6	25,3
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(108,3)	0,4	379,4	7,5

// ANEXO VI – Dados Operacionais

locaweb	1T19	2T19	3T19	4T19	2019	1T20	2T20	3T20	4T20	2020
GMV Commerce (R\$ milhões) ¹	833,5	807,3	984,2	1.117,2	3.742,2	1.203,6	1.656,4	1.873,5	2.052,9	6.786,4
TPV (R\$ milhões) ¹	153,0	152,3	198,6	225,0	728,9	245,9	377,8	518,0	582,0	1.723,7
Clientes EoP - BeOnline / SaaS (em milhares)	290,4	361,2	364,4	364,9	364,9	365,5	369,3	372,7	394,0	394,0

¹ A diferença entre os valores divulgados no 4T19 e 2019 refere-se a ajuste de metodologia que já havia sido ajustado a partir do 1T20 (também para 1T19, 2T19 e 3T19)

// DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

// Rafael Chamas

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

// Henrique Marquezi Filho

Gerente Executivo de Relações com Investidores

// Gabriel Caseiro

Analista de Relações com Investidores

E-mail: ri@locaweb.com.br

Tel.: +55 11 3544-0479