

lwsa

Release de Resultados

1T26

07 de maio de 2026





Transformamos negócios para crescerem e prosperarem por meio da tecnologia

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

08 de maio de 2026 (sexta-feira)

09:00 - horário de Brasília

08:00 - horário de Nova Iorque

[Link para inscrição](#)

Português com tradução simultânea para inglês

CONTATOS RI

André Kubota

CFO e DRI

Henrique Marquezi

Diretor Financeiro e RI

Danielle Lima

Gerente de RI

Ricardo Reis

Analista de RI

Telefone // +55 11 3544-0479

E-mail // ri@lwsa.tech

Website // ri.lwsa.tech

Sobre a LWSA

LWSA é referência em transformação digital no Brasil, fornecendo serviços essenciais para digitalização e ferramentas confiáveis para criar, gerenciar e expandir negócios de qualquer porte.

Com foco em inovação, integração e segurança, a LWSA apoia o ecossistema digital para empresas, oferecendo soluções para presença online, e-commerce, gestão e serviços financeiros. A Companhia atende +700 mil clientes em diferentes setores, incluindo PMEs e grandes empresas, conectando tecnologia e negócios de maneira eficiente e integrada.

Disclaimer

A LWSA S/A (“Companhia”) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2026 (1T26).

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da LWSA S/A são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios.

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

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

O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis tais como operacionais, financeiros orgânicos e proforma e projeções com base na expectativa da Administração da Companhia.

Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.



São Paulo, 07 de maio de 2026: LWSA S/A (B3: LWSA3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do 1T26

Destques

Os resultados do primeiro trimestre dão sequência à trajetória apresentada ao longo de 2025: crescimento de duplo dígito e sólida geração de caixa, reforçando a previsibilidade do modelo de negócios e a consistência da capacidade de execução da Companhia

Resumo Executivo

Crescimento consistente da Receita Líquida, com avanço de duplo dígito no 1T26 em bases comparáveis (+10,0% vs. 1T25), totalizando **R\$ 362,8 milhões**

Crescimento da Receita Líquida do segmento de Commerce (+14,3% vs. 1T25), atingindo **R\$ 262,1 milhões**, refletindo a expansão da base de clientes e maior monetização da base

Expansão de rentabilidade, com ganhos de alavancagem operacional e captura contínua de eficiências ao longo do trimestre

- EBITDA Ajustado de **R\$ 91,0 milhões** (+28,4% vs. 1T25)

- Margem EBITDA Ajustada **+3,6 p.p.** vs. 1T25 alcançando **25,1%** no 1T26

Geração robusta de caixa, com Free Cash Flow de **R\$ 80,6 milhões** no 1T26, representando uma margem FCF de **22,2%** no trimestre

// Resumo dos Indicadores

(R\$ milhões)

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
PRINCIPAIS INDICADORES OPERACIONAIS			
Assinantes de Plataforma (mil)	211,0	195,9	7,7%
GMV do Ecossistema	20.290,0	18.192,0	11,5%
TPV	2.227,5	2.022,4	10,1%
INDICADORES FINANCEIROS			
Receita Líquida - Commerce	262,1	229,2	14,3%
Receita Líquida de Assinaturas de Plataforma	145,6	122,4	18,9%
Receita Líquida de Ecossistema	116,5	106,8	9,1%
Receita Líquida - BeOnline / SaaS	100,7	100,6	0,1%
Receita Líquida Consolidada¹	362,8	329,8	10,0%
Lucro Bruto Consolidado²	175,5	162,5	8,0%
<i>Margem Bruta - Consolidada (%)</i>	48,4%	46,6%	1,8 p.p
EBITDA Ajustado - Commerce	64,9	42,5	52,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada - Commerce (%)</i>	24,8%	18,5%	6,2 p.p
EBITDA Ajustado - BeOnline / SaaS	26,0	28,3	-7,5%
<i>Margem EBITDA Ajustada - BeOnline / SaaS (%)</i>	25,8%	28,2%	-2,3 p.p
EBITDA Ajustado Consolidado¹	91,0	70,8	28,4%
<i>Margem EBITDA Ajustada Consolidada (%)</i>	25,1%	21,5%	3,6 p.p
Lucro Líquido	21,5	14,8	45,3%
<i>Margem Líquida (%)</i>	5,9%	4,2%	1,7 p.p
Lucro Líquido Ajustado	54,0	34,8	55,0%
<i>Margem Líquida (%)</i>	14,9%	10,0%	4,9 p.p
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	80,6	(12,1)	NM
<i>Margem (%)</i>	22,2%	-3,7%	25,9 p.p
Caixa e Equivalente de Caixa	288,6	399,3	-27,7%
OUTROS INDICADORES OPERACIONAIS			
GMV de Loja Própria	1.616,8	1.511,3	7,0%
Clientes EoP - BeOnline / SaaS (mil)	381,0	390,4	-2,4%

¹ Números do 1T25 de Receita Líquida e EBITDA Ajustado em razão das vendas de Squid (setembro/25) e Nextios (dezembro/25).

² Lucro Bruto e Margem Bruta do 1T25 referem-se aos números contábeis, ou seja, consideram Squid e Nextios

// **Comentários da Administração**

Encerramos o primeiro trimestre de 2026 reafirmando a trajetória de entrega consistente de resultados que marcaram o ano de 2025, com crescimento da receita em duplo dígito, expansão contínua de margens e importante geração de caixa, mesmo diante de um ambiente de consumo mais desafiador no varejo brasileiro.

O Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) registrou retração real de 1,3% no volume de vendas no 1T26, com crescimento nominal de apenas 1,8%. Do ponto de vista da dinâmica dentro do trimestre, fevereiro foi o mês mais desafiador, impactado pelo efeito calendário do Carnaval 2026, que ocorreu em meados de fevereiro ante o início de março em 2025 (segundo o mesmo ICVA, o varejo recuou 8% no período de carnaval na comparação anual). Adicionalmente, em fevereiro, um cliente relevante do segmento de Commerce Enterprise sofreu um sinistro operacional, com impacto temporário no GMV de Loja Própria e no GMV do Ecossistema no trimestre. A retomada das operações desse cliente deve ocorrer de forma gradual ao longo do 2T26, com normalização plena esperada até o início do 3T26.

Março, por sua vez, apresentou recuperação, com o varejo crescendo 10,5% na comparação anual segundo o ICVA, impulsionado pelas campanhas do Mês do Consumidor e contribuindo para o crescimento do GMV de Loja Própria próximo de 15% na Companhia.

Mesmo em um cenário mais desafiador, seguimos ampliando os índices de penetração dos produtos do ecossistema, especialmente pagamentos e logística, o que sustentou a manutenção do crescimento em duplo dígito da Companhia. O desempenho do trimestre reflete a qualidade do nosso posicionamento no e-commerce, a resiliência do modelo de receitas recorrentes e a solidez financeira da LWSA.

Receita Líquida

A Receita Líquida Consolidada cresceu 10,0% na comparação com o 1T25 (proforma), resultado da evolução do ecossistema e da maior monetização da base de clientes no período, com destaque para o segmento de Commerce que cresceu 14,3% no trimestre.

A Receita Líquida de Assinaturas de Plataforma, dentro do segmento de Commerce, apresentou crescimento de 18,9% sustentado pela adição líquida de 4,7 mil assinantes em relação à base encerrada no 4T25 e pela expansão contínua do ARPU da base existente. Esse segundo ponto reflete diretamente a tração do nosso modelo de up-selling: à medida que os lojistas expandem suas operações, vendem mais e passam a usar mais ferramentas do ecossistema, migrando naturalmente para planos com maior capacidade de GMV, dados e funcionalidades.

No segmento de clientes maiores (Wake), importante frente de crescimento da Companhia no trimestre, avançamos na captação e go-live de novos clientes, com incremento de 21,8% no ticket-médio (receita por cliente) vs. 1T25. Os go-lives de marcas como Haight, Yamaha, Loja Coty e Farmácia Super Popular são representativos da diversidade de categorias atendidas pela Wake e da

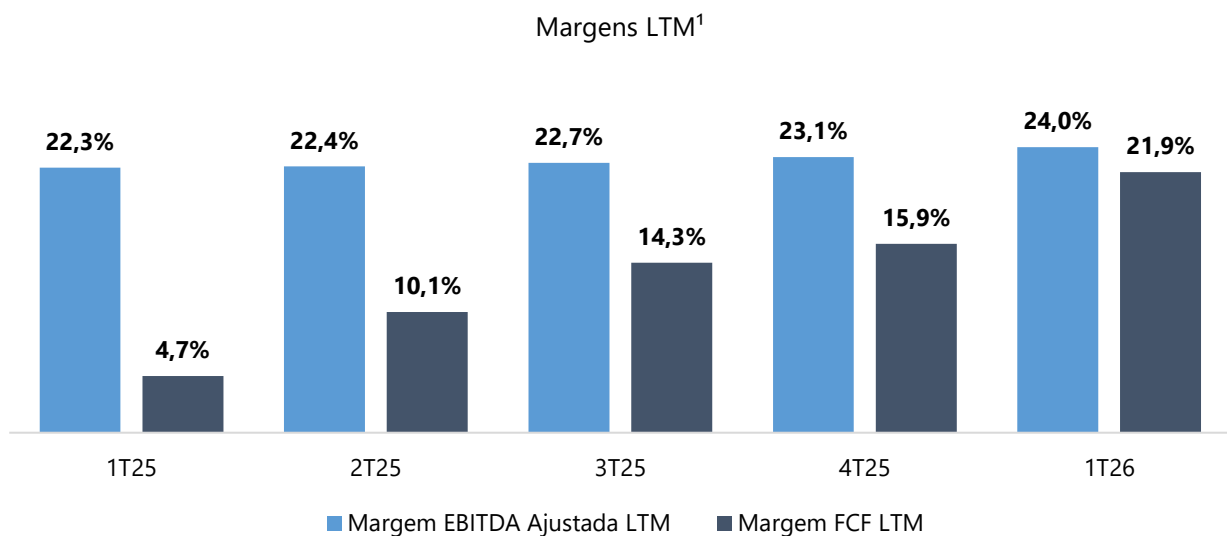
robustez técnica da plataforma para suportar operações de alto volume, com complexidade de integração e exigências específicas de infraestrutura.

Rentabilidade e Geração de Caixa

A Margem EBITDA Ajustada avançou +360 bps na comparação com o 1T25, atingindo 25,1%, evidenciando a continuidade do processo de alavancagem operacional da Companhia. Os ganhos de eficiência foram capturados principalmente por meio de três frentes: (i) otimização contínua do portfólio de soluções; (ii) maior integração entre os produtos do ecossistema; e (iii) disseminação do uso de ferramentas de Inteligência Artificial para ganhos de produtividade.

O Fluxo de Caixa Livre atingiu R\$ 80,6 milhões no trimestre, resultado da capacidade da Companhia de conversão de EBITDA em caixa e de uma gestão eficiente de capital. Vale destacar que essa foi a melhor geração de caixa para um primeiro trimestre na história da Companhia.

O gráfico abaixo apresenta a expansão das margens EBITDA e FCF por trimestre considerando os últimos 12 meses (LTM):



¹ LTM: Últimos doze meses

Inteligência Artificial

Seguimos avançando na nossa agenda de Inteligência Artificial, tanto na evolução dos produtos para os nossos clientes quanto na eficiência operacional interna, cujos resultados podem ser observados na expansão de margem apresentada no trimestre. Reiteramos o que comunicamos no último call de resultados: o valor da LWSA não está na interface - está na infraestrutura operacional do e-commerce brasileiro com dados estruturados, workflows críticos integrados, domínios operacionais conectados, governança e capacidade de execução. Essa é exatamente a camada sobre a qual agentes de IA precisam operar para funcionar. Não somos uma interface a ser substituída; somos a base que viabiliza execução agêntica confiável.

Em linha com essa tese, evoluímos no trimestre em três frentes complementares. Primeiro, demos os passos iniciais de deploy do orquestrador de agentes mencionado no último call, com o lançamento de vários agentes proprietários, com o intuito de auxiliar nossos clientes a obter sucesso. Um exemplo disso é um agente voltado ao enriquecimento de catálogo dos lojistas (contextualização de estoque), operando sobre a nossa infraestrutura. Segundo, disponibilizamos toolkits que permitem a conexão de LLMs de mercado à nossa plataforma, hoje já utilizados pelo nosso ecossistema de parceiros e desenvolvedores para criar layouts no storefront com maior velocidade e sofisticação. E, terceiro, seguimos expandindo as funcionalidades da nossa camada de integração para agentes de IA, ampliando a superfície de APIs por meio das quais agentes conseguem operar nossas plataformas, uma direção arquitetural que materializa a tese de infraestrutura como camada de execução agêntica.

Além disso, continuamos expandindo o uso de IA para simplificar a jornada dos nossos clientes: onboarding de loja com configuração automatizada de catálogo, precificação e meios de pagamento, que permite ao lojista começar a vender em um tempo muito menor do que nos modelos tradicionais; ferramentas de automação de campanhas e personalização de vitrine, que aumentam a taxa de conversão e o GMV por operação; e o WOZ, agente autônomo da Octadesk, que segue reduzindo o volume de contatos nas operações do grupo e contribuindo para a eficiência de atendimento. Internamente, a adoção de ferramentas de IA em desenvolvimento de software segue próxima de 100% nas verticais, com aplicação intensiva em correção de bugs, automação de deploys e fluxos de QA, com ganhos importantes de produtividade que contribuem para a expansão de margem da Companhia.

Para dimensionar concretamente o impacto da IA na jornada do lojista, comparamos o cohort de lojas criadas antes e depois da implementação das ferramentas de onboarding com IA. Os resultados são relevantes: 30% mais lojas entraram em operação dentro dos primeiros 30 dias, e reduzimos em 15% o tempo médio da primeira venda do cliente.

Dois benefícios concretos que trazem resultados no longo prazo: (i) redução do churn, uma vez que a tecnologia tem trazido maior índice de sucesso dos empreendedores e (ii) quanto mais o lojista vende, maior a nossa monetização, o que nos posiciona para crescer com o sucesso do cliente, sem depender de venda adicional de módulos de IA.

A IA reduz a curva de aprendizado das nossas plataformas, ampliando o público endereçável para perfis menos técnicos e acelerando o time-to-revenue dos novos lojistas.

// Desempenho

// Receita Operacional Líquida

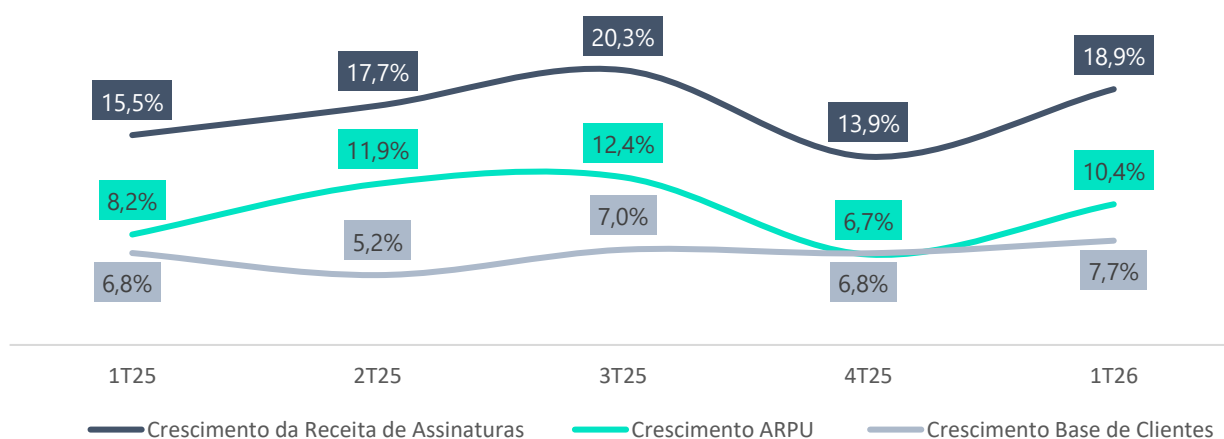
(R\$ milhões)

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
Commerce			
Receita Operacional Líquida	262,1	229,2	14,3%
Receita Líquida de Assinaturas de Plataforma	145,6	122,4	18,9%
Receita Líquida de Ecossistema	116,5	106,8	9,1%
BeOnline / SaaS			
Receita Operacional Líquida	100,7	100,6	0,1%
Consolidado			
Receita Operacional Líquida - Consolidado	362,8	329,8	10,0%

¹ Receita do 1T25 ajustada em razão dos desinvestimentos de Squid e Nextios.

No segmento de Commerce, a Receita Operacional Líquida apresentou crescimento de 14,3% no 1T26, passando de R\$ 229,2 milhões no 1T25 (ex Squid) para R\$ 262,1 milhões no 1T26.

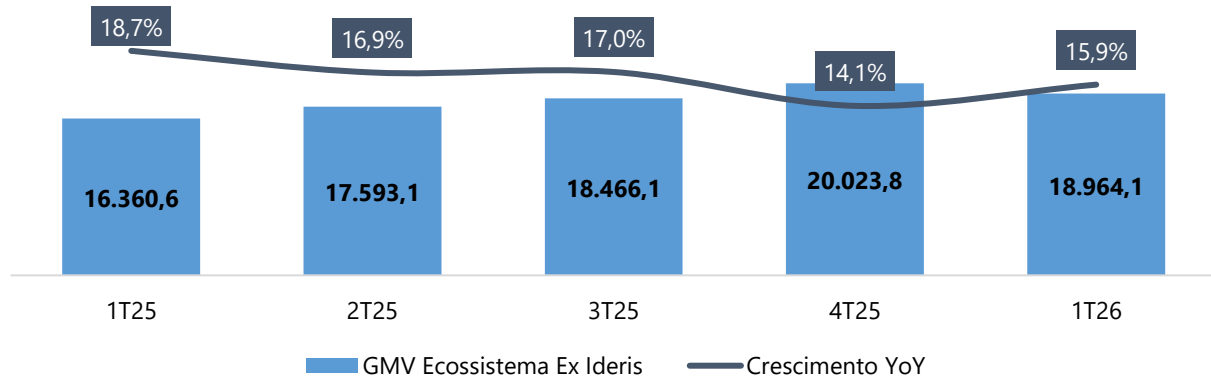
A Receita Líquida de Assinatura de Plataformas apresentou crescimento de 18,9% no 1T26 vs. 1T25, resultado do crescimento de 7,7% da base de assinantes pagantes, que atingiu 211,0 mil clientes no 1T26 e da expansão de 10,4% no ARPU da base existente, conforme apresentado no gráfico abaixo:



Já a Receita Líquida de Ecossistema, impulsionada pelo desempenho das operações de pagamentos e logística, que seguem ampliando seus índices de penetração dentro do ecossistema, cresceu 9,1% no 1T26 em comparação com o mesmo período do ano anterior (excluindo Squid).

O GMV transitado pelo ecossistema da LWSA (soma do GMV de Lojas Próprias, o GMV transacionado em marketplaces pelos nossos Assinantes de Plataforma de Ecommerce e ERP, além do GMV dos integradores de marketplace), atingiu R\$ 20,3 bilhões no 1T26, volume 11,5% superior ao 1T25.

Considerando apenas o GMV dos Assinantes de Plataforma de Ecommerce, ou seja, excluindo o GMV de clientes de integração de marketplaces (Ideris), que não são considerados na quantidade total de clientes e possuem um perfil distinto de monetização dos demais clientes do ecossistema, o crescimento foi de 15,9%. O gráfico abaixo apresenta o valor desse GMV e o seu crescimento anual:



O TPV da operação de pagamentos, importante driver para a Receita de Ecosistema, apresentou crescimento de 10,1% no 1T26 vs. 1T25, atingindo R\$ 2,2 bi no período, resultado principalmente do crescimento da penetração da nossa solução de pagamentos dentro desse GMV e da captura de sinergias entre as empresas adquiridas com a nossa solução de pagamentos.

O segmento de BeOnline / SaaS, após alguns períodos de queda, estabilizou sua receita no 1T26 atingindo R\$ 100,7 milhões no período.

A Receita Líquida Consolidada da LWSA totalizou R\$ 362,8 milhões no 1T26, um aumento de 10,0% em relação ao 1T25 (mesmas bases de comparação).

// Custos e Despesas Operacionais

(R\$ milhões)

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
Consolidado			
Custo dos serviços prestados	187,3	186,4	0,5%
<i>% Receita Operacional Líquida</i>	<i>51,6%</i>	<i>53,4%</i>	<i>-1,8 p.p.</i>
Despesas com vendas	69,9	67,6	3,3%
<i>% Receita Operacional Líquida</i>	<i>19,3%</i>	<i>19,4%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>
Despesas Gerais e Administrativas	55,8	62,3	-10,4%
<i>% Receita Operacional Líquida</i>	<i>15,4%</i>	<i>17,9%</i>	<i>-2,5 p.p.</i>
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	0,1	0,6	-83,6%
<i>% Receita Operacional Líquida</i>	<i>0,0%</i>	<i>0,2%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>
Custos e Despesas Operacionais Totais	313,0	316,9	-1,2%
<i>% Receita Operacional Líquida</i>	<i>86,3%</i>	<i>90,8%</i>	<i>-4,6 p.p.</i>

Os custos e despesas operacionais totais da LWSA foram 1,2% menores do que o apresentado no 1T25.

Custo dos serviços prestados

O custo dos serviços prestados no 1T26 foi de R\$ 187,3 milhões, aumento de 0,5% na comparação entre os dois períodos, o que representou 51,6% da receita líquida no 1T26 e 53,4% no 1T25. Esse leve aumento nos custos, inferior ao crescimento da Receita Líquida, está diretamente relacionado à venda de ativos que possuíam estruturas de custos mais robustos, bem como do início da captura de sinergias na migração dos custos de cloud (como mencionado no 3T25).

Despesas com vendas

As despesas com vendas, que compreendem equipes e serviços de marketing e vendas, totalizaram R\$ 69,9 milhões no 1T26, aumento de 3,3% vs. 1T25. O crescimento abaixo da Receita Líquida é reflexo, principalmente, da maior eficiência nos investimentos em marketing viabilizada pelo uso de dados do ecossistema.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas que compreendem as equipes das áreas administrativas (finanças, RH, contabilidade e fiscal), serviços terceirizados correlatos e depreciação/amortização de ativos do IFRS 16 e de PPA, totalizaram R\$ 55,8 milhões no 1T26, vs R\$ 62,3 milhões no 1T25 representando uma queda de 10,4%. A redução é resultado de três fatores: (i) captura de sinergias dentro do ecossistema; (ii) redução de headcount total, de 3,5 mil para 3,2 mil colaboradores entre 1T25 e 1T26; e (iii) maior adoção de ferramentas de Inteligência Artificial nas operações.

// Lucro Bruto

(R\$ milhões)

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
Consolidado			
Lucro Bruto¹	175,5	162,5	8,0%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>48,4%</i>	<i>46,6%</i>	<i>1,8 p.p.</i>

¹ Lucro Bruto e Margem Bruta do 1T25 referem-se aos números contábeis, ou seja, consideram Squid e Nextios

O Lucro Bruto atingiu R\$ 175,5 milhões no 1T26, crescimento de 8,0% vs. 1T25, com expansão de 1,8 p.p. na Margem Bruta. A melhora reflete a venda de ativos com margens mais apertadas, conforme mencionado anteriormente, e o início da captura de benefícios da migração de cloud em algumas operações do grupo.

A tabela abaixo apresenta a Margem Bruta da Companhia excluindo os efeitos da Depreciação e Amortização nos Custos dos Serviços Prestados:

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
Consolidado			
Custo dos serviços prestados	187,3	186,4	0,5%
Depreciação e Amortização	25,4	20,5	24,0%
Custo dos serviços prestados (ex D&A)	161,9	165,9	-2,4%
<i>Margem Bruta sem D&A (%)</i>	<i>55,4%</i>	<i>52,4%</i>	<i>2,9 p.p.</i>

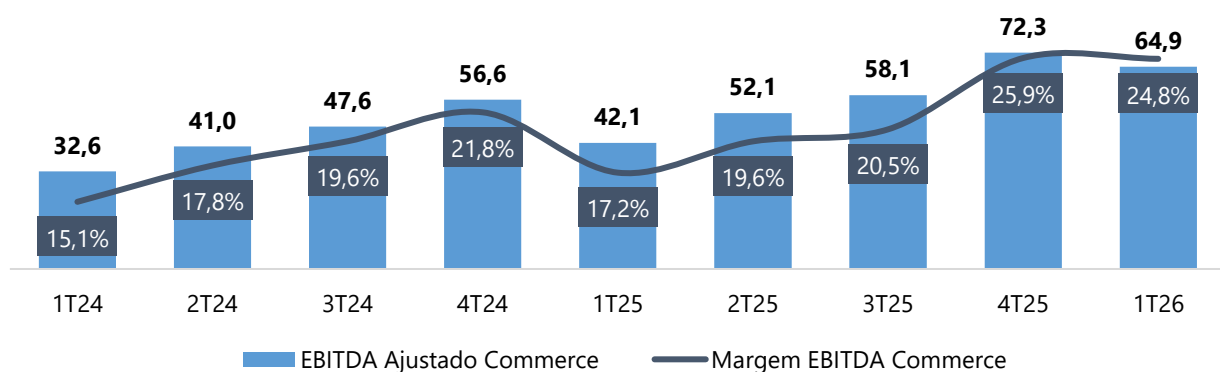
// EBITDA e EBITDA Ajustado

(R\$ milhões)

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
Consolidado			
Lucro (Prejuízo) Líquido	21,5	14,8	45,3%
(+) Resultado Financeiro Líquido	9,0	8,2	8,9%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	19,2	8,9	116,3%
(+) Depreciação e Amortização	36,3	34,4	5,5%
EBITDA	86,0	66,3	29,6%
(+) Resultado da Venda de Ativos e Despesas Não Recorrentes	0,0	1,7	-100,0%
(+) Plano de opção de compra de ações e Plano de Ações Restritas	5,0	1,8	169,2%
(+) Despesas de fusões e aquisições	0,0	0,3	-100,0%
EBITDA Ajustado	91,0	70,2	29,5%
Margem EBITDA Ajustada (%)	25,1%	20,1%	4,9 p.p.
EBITDA Ajustado Consolidado Ex Squid e Nextios	91,0	70,8	28,4%
Margem EBITDA Ajustada Ex Squid e Nextios (%)	25,1%	21,5%	3,6 p.p.

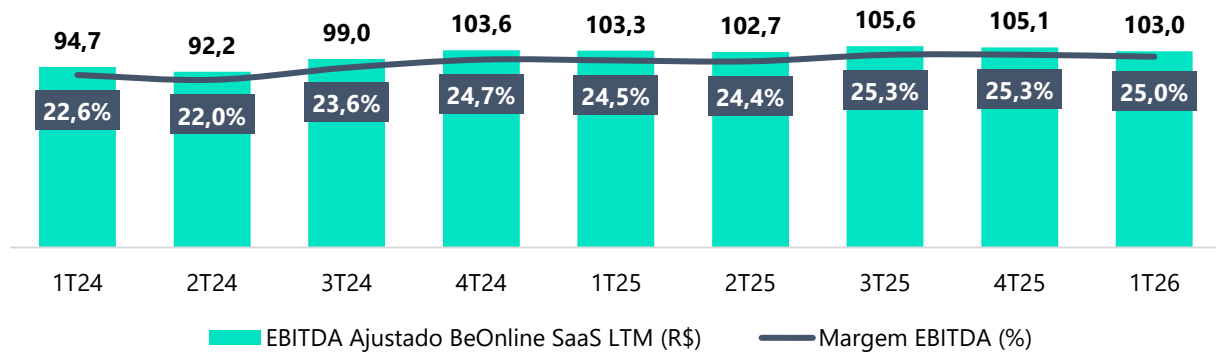
O EBITDA Ajustado da LWSA no 1T26 foi de R\$ 91,0 milhões, montante 28,4% superior ao 1T25 (em bases comparáveis), com a Margem EBITDA Ajustada apresentando expansão de 3,6 p.p. no mesmo período.

No segmento de Commerce, o EBITDA Ajustado do 1T26 foi de R\$ 64,9 milhões, representando um crescimento de 52,8% (em bases comparáveis). Considerando uma visão histórica, apresentada no gráfico abaixo, a Margem EBITDA Ajustada expandiu 7,5 p.p. atingindo 24,8%.



¹ EBITDA e Margem EBITDA divulgada do segmento de Commerce, ou seja, no histórico estão os números de Squid.

No segmento de BeOnline / SaaS, seguimos com a margem EBITDA Ajustada estável em torno de 25,0% como observado nos últimos trimestres. O gráfico abaixo apresenta o EBITDA Ajustado e suas respectivas margens considerando os últimos 12 meses de cada período no segmento:



// Resultado Financeiro

(R\$ milhões)

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
Consolidado			
Receita Financeira	11,0	16,9	-34,5%
Despesas Financeiras	(20,0)	(25,1)	20,2%
Resultado Financeiro Líquido	(9,0)	(8,2)	-8,9%

O resultado financeiro líquido no 1T26 foi uma despesa de R\$ 9,0 milhões, um aumento de 8,9% vs. o resultado financeiro apresentado no 1T25.

As despesas financeiras do trimestre foram impactadas por:

- (i) A despesa de R\$ 10,9 milhões decorrente da antecipação de recebíveis na operação de pagamentos, modalidade escolhida pela Companhia para o financiamento do capital de giro necessário nas operações de pagamentos. O referido valor em percentual do TPV foi de 0,49% no 1T26 ante 0,52% no 1T25;
- (ii) A receita financeira do 1T26 foi cerca de 30,0% menor que a apresentada no 1T25, principalmente pelo menor saldo de caixa da Companhia na comparação entre os períodos.

// Lucro Líquido

(R\$ milhões)

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
Consolidado			
Lucro (Prejuízo) Líquido	21,5	14,8	45,3%
(+) Plano de opção de compra de ações e Plano de Ações Restritas	5,0	1,8	169,2%
(+) Amortização de intangíveis PPA	6,0	9,4	-36,0%
(+) Ajuste de Earnout de Aquisições	3,2	7,4	-56,0%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	18,3	0,3	NM
(+) Resultado das Operações Descontinuadas e Despesas Não Recorrentes	0,0	1,2	-100,0%
Lucro Líquido Ajustado	54,0	34,8	55,0%
<i>Margem Lucro Líquido Ajustado (%)</i>	<i>14,9%</i>	<i>10,0%</i>	<i>4,9 p.p.</i>

O Lucro Líquido do 1T26 foi R\$ 21,5 milhões, crescimento de 45,3% quando comparado ao 1T25. Ajustando o resultado pelos Planos de Opções de Ações, Amortização de Intangíveis de PPA e os Ajustes de Earnouts de Aquisições, além do Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido, o Lucro Líquido Ajustado do período foi de R\$ 54,0 milhões.

// Fluxo de Caixa

(R\$ milhões)

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
Consolidado			
Resultado antes do IR e CS	40,8	23,7	71,9%
Itens que não afetam caixa	48,0	46,7	2,7%
Variação no Capital de Giro	16,5	(57,4)	NM
Caixa Líquido das Atividades Operacionais (A)	105,2	13,0	709,8%
Capex - Imobilizado	(2,1)	(4,3)	50,2%
Capex - Desenvolvimento	(22,5)	(20,7)	-8,4%
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	80,6	(12,1)	NM
Aquisição	(8,7)	(4,9)	-75,9%
Outros Investimentos	(0,3)	(0,3)	2,0%
Caixa Líquido das Atividades de Investimentos (B)	(33,6)	(30,2)	-11,0%
Empréstimos e financiamentos	0,0	0,0	NM
Arrendamentos Mercantis	(6,3)	(5,6)	-12,4%
Recompra de Ações / Dividendos / Outros	(148,7)	(25,2)	-489,1%
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento (C)	(155,0)	(30,9)	-402,2%
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa (A + B + C)	(83,3)	(48,1)	-73,2%

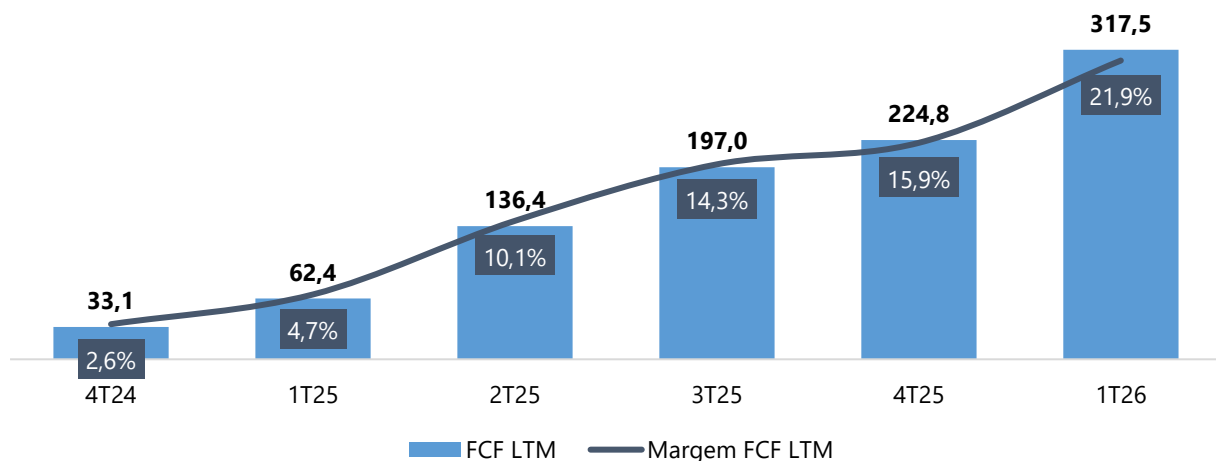
O caixa líquido proveniente das atividades operacionais totalizou R\$ 105,2 milhões no 1T26, montante 709,8% superior ao registrado no 1T25.

Destacamos no 1T26: (i) maior utilização do capital de terceiros na operação de pagamentos, com estabilidade na despesa financeira com antecipação de recebíveis, que ficou em 0,5% do TPV; e (ii) desembolso de R\$ 0,5 milhão de imposto de renda e contribuição social (vs. R\$ 10,0 milhões no 1T25), resultado, principalmente, da simplificação da estrutura organizacional com as incorporações de Tray, Bling e Etus em agosto/24 e KingHost, Melhor Envio e Ideris em fevereiro/25.

Com relação ao Capital de Giro, conforme mencionado no último trimestre, a Companhia busca maior eficiência na alocação de capital. Embora possam ocorrer variações entre trimestres, em um horizonte mais longo a tendência é de normalização e geração de caixa.

Neste trimestre, o Capex de Desenvolvimento apresentou aumento de 8,4% quando comparado ao 1T25, enquanto o Capex de Imobilizado apresentou queda de cerca de R\$ 2,2 milhões na comparação com o ano anterior.

O Fluxo de Caixa Livre, após Capex, foi de R\$ 80,6 milhões no 1T26, revertendo um consumo de R\$ 12,1 milhões em igual período do ano anterior. O gráfico abaixo apresenta a evolução do FCF e da Margem FCF por trimestre considerando os últimos 12 meses:



Cabe destacar que, em fevereiro de 2026, a Companhia concluiu a redução de capital social no valor total de R\$ 140 milhões, mediante restituição em dinheiro aos acionistas correspondente a R\$ 0,2547359132 por ação. No mesmo trimestre, foram adquiridas R\$ 8,7 milhões em ações de própria emissão no âmbito do programa de recompra, totalizando aproximadamente R\$ 148,7 milhões em retorno ao acionista no período.

// EBITDA Ajustado, Capex e Despesa Financeira com Recebíveis

(R\$ milhões)

LWSA	1T26	1T25	vs 1T25
Consolidado			
EBITDA Ajustado	91,0	70,8	28,4%
(-) Capex	24,6	25,0	-1,7%
(-) Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis	10,9	10,6	2,8%
Geração de Caixa (R\$ mln)	55,5	35,2	57,5%
<i>Margem¹ (%)</i>	<i>15,3%</i>	<i>10,7%</i>	<i>4,6 p.p</i>

¹ Margem do 1T25 calculada a partir da Receita Líquida Ex Squid e Nextios

O indicador medido pelo EBITDA Ajustado menos o Capex e a Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis, passou de R\$ 35,2 milhões no 1T25 para R\$ 55,5 milhões no 1T26, com crescimento de 57,5% no período e uma expansão de 4,6 p.p. na margem.

// ANEXO I – DRE Consolidado

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T25	1T26
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	348,9	362,8
Custo dos serviços prestados	(186,4)	(187,3)
LUCRO BRUTO	162,5	175,5
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(130,5)	(125,8)
Com vendas	(67,6)	(69,9)
Gerais e administrativas	(62,3)	(55,8)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(0,6)	(0,1)
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IR E CS	31,9	49,7
RESULTADO FINANCEIRO	(8,2)	(9,0)
Receitas financeiras	16,9	11,0
Despesas financeiras	(25,1)	(20,0)
LUCRO ANTES DO IR E CS	23,7	40,8
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(8,9)	(19,2)
Correntes	(8,6)	(0,9)
Diferidos	(0,3)	(18,3)
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	14,8	21,5

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

// ANEXO II – DRE BeOnline / SaaS

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - BEONLINE / SAAS (em R\$ milhões)	1T25	1T26
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	104,7	100,7
Custo dos serviços prestados	(71,6)	(71,8)
LUCRO BRUTO	33,1	28,9
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(29,2)	(27,1)
Com vendas	(18,9)	(16,8)
Gerais e administrativas	(10,4)	(9,4)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,1	(1,0)
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IR E CS	4,0	1,8
DESPESAS DE DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	21,1	21,1
EBITDA	25,1	22,8

* 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 - COMMERCE (em R\$ milhões)	1T25	1T26
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	244,2	262,1
Custo dos serviços prestados	(114,8)	(115,4)
LUCRO BRUTO	129,4	146,6
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(101,4)	(98,7)
Com vendas	(48,7)	(49,2)
Gerais e administrativas	(51,9)	(46,4)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(0,7)	(3,0)
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IR E CS	28,0	48,0
DESPESAS DE DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÃO	13,3	15,2
EBITDA	41,3	63,2

* 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

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	1T25	4T25	1T26
ATIVO	31/03/2025	31/12/2025	31/03/2026
Circulante			
Caixa e equivalentes de caixa	399,3	371,9	288,6
Aplicação financeira restrita	74,5	92,7	85,2
Contas a receber	769,1	797,6	810,8
Impostos a recuperar	3,7	4,0	4,5
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	44,6	14,7	7,1
Instrumentos financeiros derivativos	0,0	0,1	0,0
Outros ativos	38,4	43,9	41,1
Total do ativo circulante	1.329,5	1.324,9	1.237,3
Não circulante			
Títulos e valores mobiliários	13,3	13,5	13,4
Aplicação financeira restrita	0,0	0,0	0,0
Depósitos judiciais	1,9	0,3	0,0
Outros ativos	5,4	23,1	23,1
Imposto de renda e contribuição social diferidos	207,3	287,2	269,7
Investimentos	0,0	0,0	0,0
Imobilizado	78,9	76,4	69,3
Ativos de direito de uso	67,9	64,5	60,2
Intangível	2.291,5	1.848,6	1.846,9
Total do ativo não circulante	2.666,2	2.313,5	2.282,6
TOTAL DO ATIVO	3.995,6	3.638,4	3.519,9

// ANEXO IV – Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	1T25	4T25	1T26
	31/03/2025	31/12/2025	31/03/2026
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Circulante			
Fornecedores	39,7	41,1	40,1
Empréstimos e financiamentos	0,0	0,0	0,0
Passivo de arrendamento	16,4	18,8	18,8
Pessoal, encargos e benefícios sociais	95,5	115,2	138,5
Imposto de renda e contribuição social a recolher	0,0	0,1	0,2
Outros tributos a recolher	14,5	15,9	11,5
Serviços a prestar	101,2	120,2	118,3
Recebimentos a repassar	598,8	687,4	685,2
Juros sobre o capital próprio a pagar	0,0	0,0	0,0
Impostos parcelados	3,3	3,5	3,6
Instrumentos financeiros derivativos	0,0	0,0	2,9
Obrigação com aquisição de investimentos	237,7	18,3	27,2
Outros passivos	28,3	34,1	42,8
Total do passivo circulante	1.135,4	1.054,5	1.089,1
Não circulante			
Fornecedores	0,0	0,0	1,5
Empréstimos e financiamentos	0,0	0,0	0,0
Serviços a Prestar	0,9	1,5	1,8
Provisão para demandas judiciais	3,3	3,0	2,5
Obrigação com aquisição de investimentos	37,7	27,5	13,2
Passivo de arrendamento	61,9	56,7	52,4
Impostos parcelados	11,5	9,5	8,8
Imposto de renda e contribuição social diferidos	6,4	7,6	7,4
Outros passivos	2,1	10,0	0,0
Total do passivo não circulante	123,8	116,0	87,7
PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Capital social	2.868,3	2.469,9	2.329,9
Ações em Tesouraria	(50,6)	(67,0)	(75,6)
Ações em Tesouraria Canceladas	(189,7)	0,0	0,0
Reserva de capital	91,4	33,1	37,4
Reserva de lucros	2,2	31,9	31,9
Ajuste de avaliação patrimonial	0,0	0,0	(1,9)
Lucro (prejuízo) do período	14,8	0,0	21,5
Total do patrimônio líquido	2.736,5	2.467,9	2.343,1
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	3.995,6	3.638,4	3.519,9

// ANEXO V – DFC

Fluxo de Caixa	1T25	1T26
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	23.703,0	40.752,0
Ajustes não caixa	46.692,0	47.959,0
Variações nos ativos e passivos:	(57.404,0)	16.495,0
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais	12.991,0	105.206,0
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Aquisição de bens para o imobilizado	(4.308,0)	(2.145,0)
Contas a pagar por aquisição de participação societária	-4.939,0	-8.689,0
Aplicação Financeira Restrita + Venda (compra de títulos e valores mobiliários)	-255,0	-250,0
Aquisição e desenvolvimento de ativo intangível	(20.739,0)	(22.477,0)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(30.241,0)	(33.561,0)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Integralização de capital / Recursos provenientes do exercício de opções de ações	772,0	0,0
Arrendamentos mercantis	(5.621,0)	(6.317,0)
Empréstimos e financiamentos pagos	(2,0)	0,0
Juros e variação cambial pagos	0,0	0,0
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos	0,0	(139.999,0)
Ações em tesouraria	(26.008,0)	(8.661,0)
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	(30.859,0)	(154.977,0)
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(48.109,0)	(83.332,0)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	447.378,0	371.931,0
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	399.269,0	288.599,0
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(48.109,0)	(83.332,0)

// Glossário

Average Revenue Per User (ARPU): Receita mensal média por cliente: Indicador utilizado por empresas que oferecem serviços por assinatura para medir seus ganhos por usuário.

API (Application Programming Interface): Interface de programação que permite a comunicação e integração entre diferentes sistemas e plataformas de software, possibilitando que agentes e aplicações troquem dados e executem ações de forma automatizada.

Antecipação de Recebíveis: Operação financeira em que a empresa recebe antecipadamente valores a receber de vendas parceladas ou a prazo, mediante o pagamento de uma taxa de desconto ao agente financeiro ou à operação de pagamentos.

AVP: Sigla para Ajuste a Valor Presente.

Bacen: Sigla para Banco Central do Brasil.

Bookings: Adição de novos clientes.

bps (Basis Points / Pontos-base): Unidade de medida equivalente a 0,01 ponto percentual (0,01%), utilizada para expressar variações em taxas, margens e outros indicadores financeiros.

CAC: Determina o quanto a empresa está gastando para conquistar um novo cliente.

CAPEX: Recursos investidos em desenvolvimento, expansão ou aquisição de um ativo.

CDP (Customer Data Platform): Plataforma que centraliza, organiza e unifica dados de clientes provenientes de diferentes canais e sistemas, permitindo visão única do consumidor e suportando personalização, automação e tomada de decisão baseada em dados.

Churn: Métrica utilizada para determinar a perda de receita ou de clientes.

Commerce Enterprise: Segmento de clientes de maior porte atendidos pela plataforma Wake, caracterizados por operações de alto volume, maior complexidade de integração e exigências específicas de infraestrutura de e-commerce.

Cohorts de receita: Métrica utilizada para analisar os resultados obtidos em determinada safra de clientes, percebendo a evolução durante determinado período.

CRM: Sigla para "Gestão de Relacionamento", é uma estratégia de negócios combinada a um software, que centraliza informações de clientes, automatiza tarefas de vendas/marketing e melhora o atendimento.

Cross-selling: Técnica utilizada para vender mais de um serviço, de maneira complementar, para o mesmo cliente.

DRE (Demonstração do Resultado do Exercício): Relatório contábil que apresenta de forma resumida as operações realizadas pela empresa em determinado período, demonstrando o resultado líquido (lucro ou prejuízo) do exercício.

Earnout: Cláusula contratual adotada em operações de fusões e aquisições de empresas que prevê um pagamento adicional condicionado a resultados futuros do negócio.

EBITDA: Sigla em inglês para o Lucro Antes dos Impostos, Juros, Depreciação e Amortização.

EBITDA Ajustado: Métrica que é resultado do EBITDA excluindo itens não recorrentes.

EOP: Sigla em inglês para “End of Period” ou “Fim do Período”.

ERP (Enterprise Resource Planning): Sistema desenvolvido para unificar o controle de diversos departamentos e processos.

Fluxo de Caixa Livre (FCF): Indicador utilizado para medir o caixa real gerado pelas operações da empresa. Métrica importante como indicador de saúde financeira e geração de riqueza.

Free Cash Flow Yield: Indicador que relaciona o Fluxo de Caixa Livre ao valor de mercado da empresa, demonstrando o retorno de caixa gerado em relação ao seu preço de mercado.

Free Float: Parcela das ações de uma empresa que está disponível para livre negociação no mercado, ou seja, que não está nas mãos de acionistas majoritários ou controladores.

GMV (Gross Merchandise Volume): Corresponde ao volume bruto de mercadorias transacionadas.

GMV do Ecossistema: Todo o GMV transacionado dentro da Companhia pelos Assinantes de Plataforma de E-commerce, seja em Loja Própria ou Marketplaces. GMV dos clientes Tray + Bagy + Wake (LP + Mktplace) + Ideris + Bling (Mktplace).

Go-live: Ativação e entrada em operação de um novo cliente ou projeto em uma plataforma, marcando o início efetivo das suas operações.

Goodwill: Valor pago na compra de uma empresa, que vai além do seu valor de mercado.

Headcount: A quantidade de pessoas que trabalham em uma organização.

IA: Sigla para Inteligência Artificial.

ICVA (Índice Cielo do Varejo Ampliado): Indicador que mede o desempenho do varejo brasileiro, calculado pela Cielo com base no volume de transações realizadas em sua rede de credenciamento, abrangendo diferentes segmentos e canais de venda.

Inside Sale: Estrutura de vendas que utiliza uma equipe interna de colaboradores.

KPI (Key Performance Indicator): Indicador-chave de desempenho utilizado para mensurar e acompanhar os resultados de uma empresa ou processo em relação às suas metas estratégicas.

Live Shop: Modalidade de vendas realizada a partir de uma transmissão ao vivo pela internet. Basicamente, as ofertas são mostradas enquanto os produtos à venda são apresentados juntamente com suas funcionalidades e características.

LTM (Last Twelve Months): Métrica financeira usada para avaliar o desempenho nos 12 meses mais recentes.

Margem FCF: Indicador que expressa o Fluxo de Caixa Livre como percentual da Receita Líquida, evidenciando a eficiência da empresa na conversão de receita em caixa disponível.

LTV/CAC (Life Time Value/Customer Acquisition Cost): Métricas utilizadas para medir o desempenho geral do negócio.

LTV: É uma métrica de negócios que estima a margem de contribuição da vida de cada cliente na empresa.

LLM (Large Language Model): Modelo de linguagem de grande escala baseado em Inteligência Artificial, treinado em grandes volumes de texto para compreender e gerar linguagem natural, sendo a base de assistentes e agentes de IA generativa.

Market share: Fatia de mercado que uma determinada empresa possui.

Monetização da Base: Processo de geração de receita incremental a partir de clientes já existentes, por meio da adoção de novos produtos, aumento de planos ou maior utilização de serviços do ecossistema.

Marketplaces: Plataforma, controlada por uma empresa, que reúne produtos e serviços de diversas outras marcas.

MCP (Model Context Protocol): Um protocolo aberto que padroniza a forma como aplicações de AI interage com dados e serviços externos, permitindo que modelos de AI possam acessar bases de dados através de um protocolo unificado.

Omnichannel / Omnicanal: Tendência do varejo que se baseia na concentração de todos os canais utilizados por uma empresa. Trata-se da possibilidade de fazer com que o consumidor não veja diferença entre o mundo on-line e o off-line. O omnichannel integra lojas físicas, virtuais e compradores.

OMS ou Order Management System: Tem como principal função oferecer o suporte necessário em todas as etapas de venda. Ou seja, o OMS acompanha desde o pedido feito pelo cliente até a conclusão da sua entrega.

PDV: Sigla para "Ponto de Venda".

PME ou SMB (Small and Medium Sized Businesses): Classificação utilizada para determinar o tamanho de organização, dependendo da quantidade de colaboradores. No caso de SMB, estamos falando de pequenas e médias empresas.

PPA: Sigla para "Purchase Price Allocation" ou "Alocação do Preço de Compra". Tem como objetivo determinar o valor dos ativos e passivos de uma empresa adquirida, isto é, deve ser realizada após a aquisição de uma empresa ou ainda em outros tipos de combinação de negócios, tais como em fusões.

Proforma: Apresentação de dados financeiros ajustados para refletir uma base de comparação homogênea, excluindo efeitos de aquisições ou desinvestimentos ocorridos no período analisado, de forma a tornar as comparações mais representativas.

R&D: Sigla em inglês para Pesquisa e Desenvolvimento.

QA (Quality Assurance): Conjunto de processos e práticas de garantia de qualidade em desenvolvimento de software, destinados a identificar e corrigir defeitos antes da entrega ao usuário final.

Storefront: Interface visual da loja virtual apresentada ao consumidor final, responsável pela experiência de navegação, exibição de produtos e conversão de vendas no e-commerce.

Ticket-médio: Valor médio de receita gerado por cliente em um determinado período, utilizado como indicador de monetização e evolução do mix de produtos contratados.

TPV (Total Payment Volume): KPI utilizado para a medição do volume total de dinheiro transacionado através dos meios de pagamento.

Up-selling: Estratégia adotada para incentivar o cliente a adquirir uma versão mais sofisticada, ou robusta, de um serviço/produto.

White Label: Modelo de negócio em que o produto pode ser revendido por outras empresas, sem que haja divulgação de quem criou. Nesse caso, a marca que aparece é a de quem está vendendo o produto ou serviço.

Workflow: Sequência estruturada de etapas, tarefas e regras que organizam e automatizam a execução de um processo operacional dentro de um sistema.

WOZ: Agente autônomo desenvolvido pela Octadesk para atendimento ao cliente, automatizador de respostas, transcrição de áudios e resolução de demandas instantaneamente para redução do tempo de espera de atendimento.

YoY: Sigla em inglês para comparação anual.

lwsa

(B3: LWSA3)

**Confira os demais documentos do 1T26
no site:** <https://ri.lwsa.tech/>

Mais informações:

[Clique aqui](#) para falar com o RI

[Clique aqui](#) para se cadastrar no Mailing da LWSA

Obrigado!

Equipe LWSA.