

São Paulo, 11 de agosto de 2022: Locaweb Serviços de Internet S.A. (B3: LWSA3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do 2T22

Destaques

Receita Líquida de **R\$ 282,5** milhões no 2T22, crescimento de **53,3%** vs 2T21 e de **13,6%** vs 1T22

Commerce atingiu **R\$ 173,6** milhões de Receita Líquida, crescimento de **104,7%** vs 2T21

Segmento de Commerce aumentou sua participação na Receita Líquida do grupo de 46,0% no 2T21 para **61,5%** no 2T22

Crescimento orgânico da Receita Líquida do segmento de Commerce no 2T22 vs 2T21 foi de **45%**

EBITDA Ajustado de **R\$ 40,4** milhões no 2T22 com **14,3%** de margem EBITDA, **expansão versus a margem EBITDA do 1T22**

Manutenção das margens EBITDA orgânicas por quatro trimestres seguidos

Crescimento da margem EBITDA das empresas adquiridas na comparação com o 1T22

Base de assinantes de plataforma¹ cresceu **39,4%**, passando de **102,9 mil** assinantes no 2T21 para **143,4 mil** no 2T22

Manutenção no ritmo de adição de novos assinantes de plataforma¹ no 2T22 em relação ao 1T22, 4T21 e ao 3T21

O TPV Intermediador Vindi (Subadquirência)² apresentou crescimento de **60,8%** no 2T22 vs o 2T21, resultado da captura de sinergias no ecossistema e, pelo 3º trimestre consecutivo, **maior crescimento da venda em lojas próprias dos nossos lojistas**

BeOnline / SaaS atingiu **R\$ 108,9** milhões de Receita Líquida, crescimento de **9,5%** vs 2T21

Lucro líquido ajustado de **R\$ 38,7** milhões, um crescimento de **63,2%** vs 2T21

Teleconferência (tradução simultânea)
12/08/2022 às 15h (horário de Brasília)

https://tenmeetings.com.br/ten-events/#/webinar?evento=ConferenciadeResultados2T22-Locaweb_681

Relações com Investidores

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



¹ Assinantes de Plataforma: Considera o número de assinantes de Tray, Bling, Dooça e Bagy nos dois períodos de comparação

² TPV Intermediador Vindi refere-se ao antigo TPV Yapay, que passou a se chamar Vindi em 2022

// Comentários da Administração

Mais um trimestre em que os resultados apresentados pela Companhia estão alinhados com o plano orçamentário traçado com o Conselho de Administração.

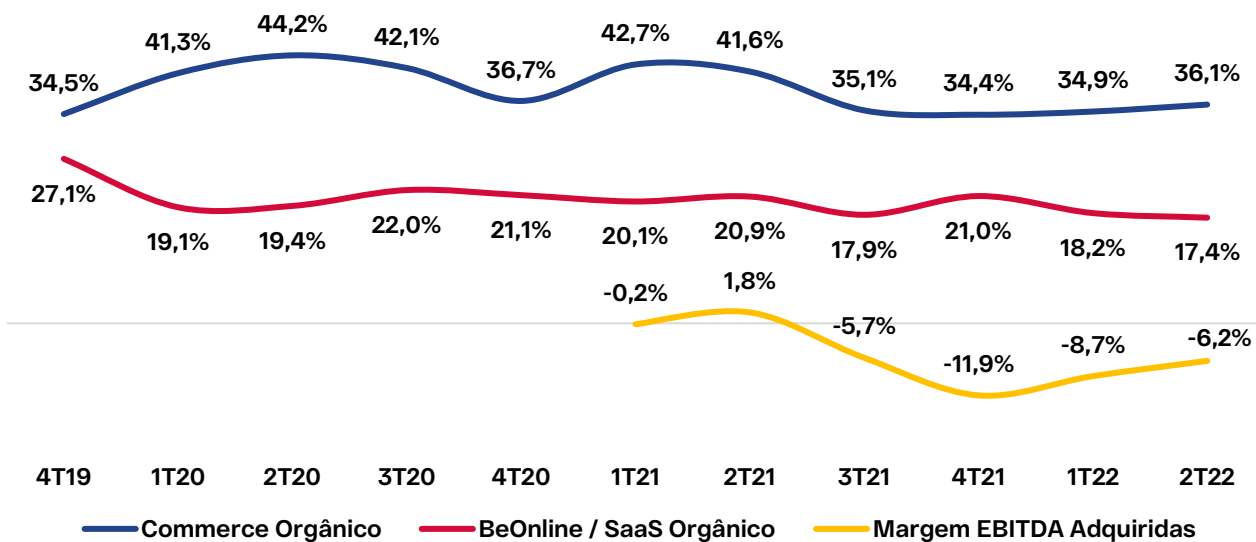
Destacamos neste 2º trimestre:

- Manutenção no ritmo de adição de novos assinantes de plataformas de e-commerce, mantendo o mesmo nível de investimentos em aquisição de clientes;
- Base de assinantes de plataforma crescendo de forma consistente;
- Solução de pagamentos (Vindi / Yapay) apresentando forte crescimento na comparação com o 2T21:
 - Crescimento das vendas em lojas próprias dos nossos clientes acelerando trimestre a trimestre
 - Sinergias com a Vindi / Yapay avançando dentro do grupo
- Operação de Commerce orgânica mantendo um acelerado nível de crescimento de Receita Líquida na comparação com trimestres anteriores:
 - 4T21 x 4T20: + 42%
 - 1T22 x 1T21: + 44%
 - 2T22 x 2T21: + 45%
- Empresas adquiridas com ritmo de crescimento de Receita Líquida muito acelerado:
 - Bling e Melhor Envio, que juntas representam ~50% da receita das adquiridas, apresentando crescimento de 73% no 2T22 quando comparado com o 2T21. Na comparação com o trimestre imediatamente anterior (1T22) o crescimento foi de 19%
 - Squid apresentou crescimento de 59% no 2T22 vs 2T21 e de 46% na comparação com o trimestre anterior (1T22)

Apresentamos as análises de margens EBITDA da Companhia em três quebras distintas: (i) da operação orgânica de Commerce, que considera a Tray, Tray Corp e Yapay; (ii) da operação de BeOnline / SaaS e (iii) de todas as empresas que foram adquiridas após o IPO (operação inorgânica).

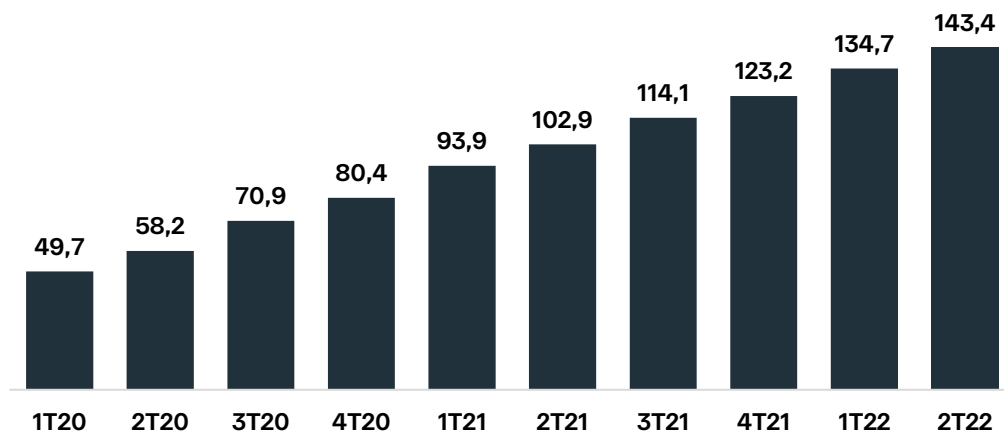
Neste trimestre, observamos as margens orgânicas dos segmentos de Commerce e BeOnline / SaaS em linha com os resultados do 3T21, 4T21 e 1T22. Desta forma, a margem EBITDA consolidada orgânica se manteve próxima a 26% no trimestre, assim como o observado no 4T21 e 1T22.

As empresas adquiridas seguem os seus respectivos Planos de Negócios acordados na época das aquisições em que priorizamos crescimento nos primeiros anos da aquisição. No 2T22 seguimos observando uma melhora na rentabilidade das empresas adquiridas, resultando numa expansão de 2,5 p.p. na margem EBITDA em comparação com o 1T22 (+5,7 p.p. na comparação com o menor nível de margens atingido no 4T21), como pode ser observado no gráfico abaixo:



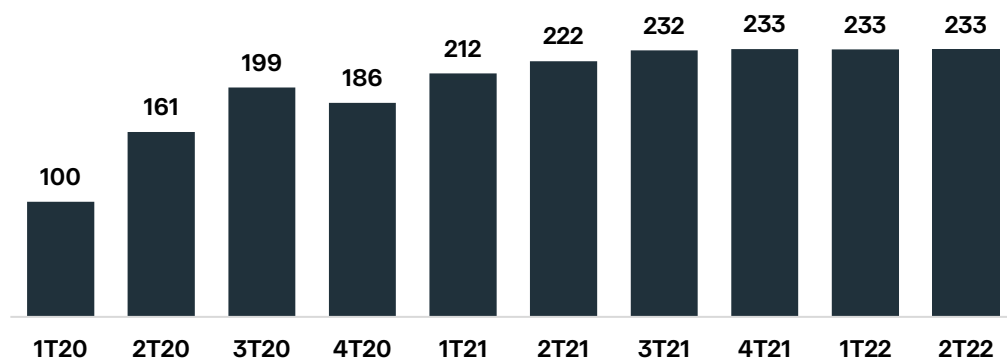
// Desempenho Operacional

Encerramos o 2T22 com uma base de 143,4 mil assinantes pagantes de e-commerce, um crescimento de 39% no 2T22 vs 2T21.



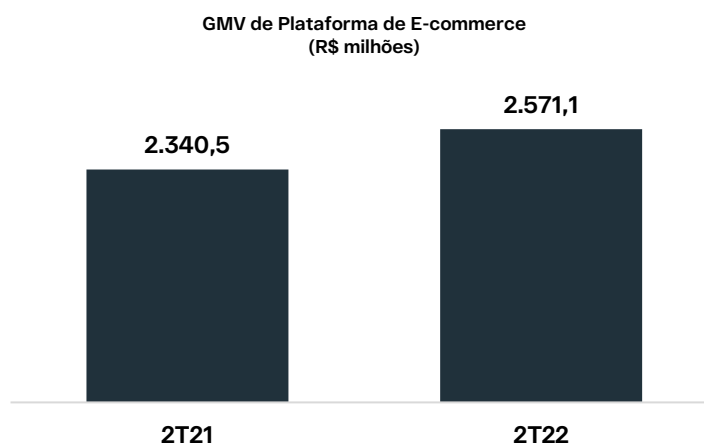
E considerando a mesma base proforma a partir do 1T20, notamos uma estabilidade na adição de novos assinantes de e-commerce no segundo trimestre do ano quando comparado aos dois últimos trimestres do ano de 2021, o que mostra a que nossos esforços de marketing estão conseguindo manter a adição de clientes em patamares superiores ao da pandemia.

O gráfico abaixo, em base 100 no 1T20, apresenta a evolução da adição de clientes por trimestre:



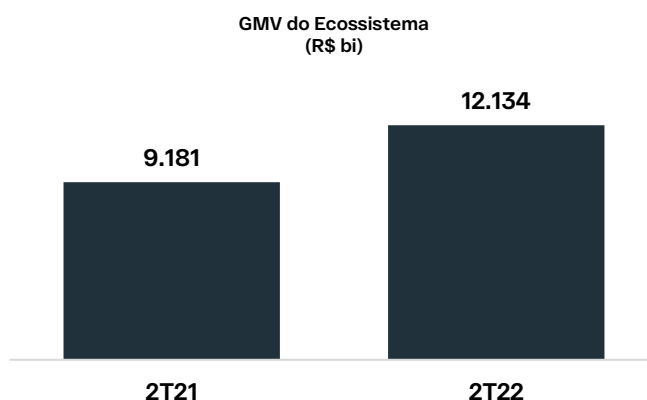
O GMV de Plataforma de E-commerce, que considera Tray, Tray Corp e Dooca, principalmente pela aceleração da venda em lojas próprias dos nossos clientes, apresentou crescimento de **9,9%** no 2T22, conforme apresentado no gráfico "GMV de Plataforma de E-commerce".

É importante destacar que no 2T22, assim como o observado no 1T22 e 4T21, o crescimento das vendas em lojas próprias dos nossos clientes foi muito superior (**+15,3%** vs 2T21) ao crescimento das vendas feitas em marketplaces na comparação com igual período de 2021.

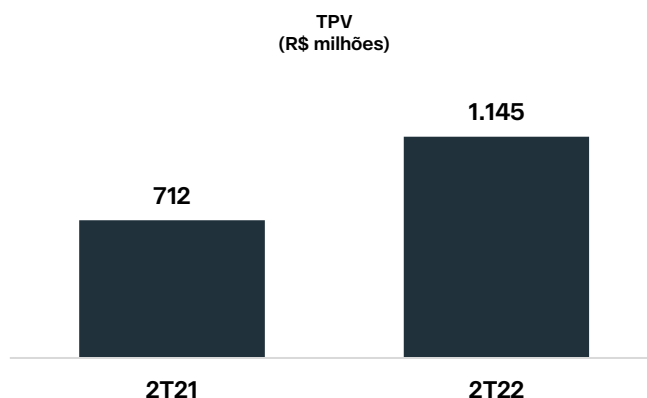


O maior crescimento das vendas em lojas próprias deve-se ao ecossistema Locaweb, que propicia ao lojista a realização de esforços em outras mídias por conta própria utilizando as ferramentas disponíveis no painel de controle (exemplo: integração com o Google PMax, e-mail marketing, integração com redes sociais como WhatsApp, Instagram e Facebook), tudo isso apoiado pelo nosso ecossistema de e-learning, que tem como objetivo dar maior poder sobre os esforços de marketing para o lojista.

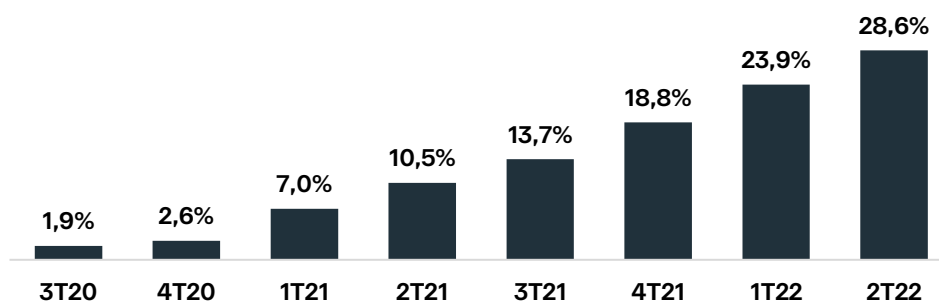
Considerando todo o GMV transitado pelo ecossistema da Locaweb, ou seja, o GMV de Plataforma (apresentado acima) e o GMV transacionado em marketplaces pelas nossas operações de ERP e integradores de marketplace, atingimos o volume de R\$ 12,1 bilhões no 2T22, volume **32,2%** superior ao 2T21 e **10,0%** superior ao 1T22, conforme apresentado no gráfico abaixo:



O TPV Intermediador Vindi (nova nomenclatura do TPV Yapay) apresentou crescimento de **60,8%** no 2T22 vs 2T21 e de **14,5%** vs 1T22, resultado do crescimento mais acelerado de vendas em lojas próprias dos nossos clientes, bem como da aceleração da captura de sinergias entre as empresas adquiridas com a nossa solução de pagamentos.



Uma sinergia rápida que conseguimos capturar após as aquisições está na integração da nossa solução de pagamentos com as empresas adquiridas. Esse TPV exclusivamente capturado via sinergias segue apresentando crescimento relevante, conforme gráfico abaixo:

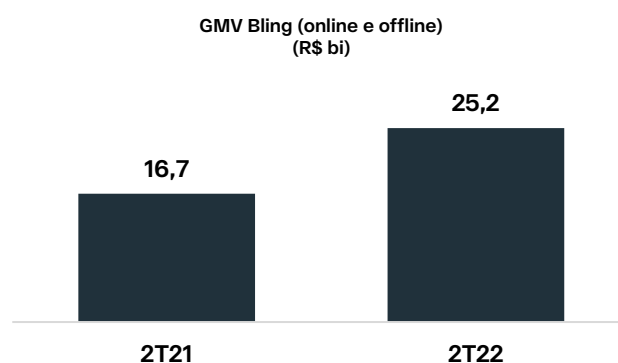


Desconsiderando o TPV das sinergias, o crescimento do TPV foi 28% no 2T22 vs 2T21, um crescimento superior ao crescimento do GMV, indicando assim maior penetração da Vindi/Yapay na base das plataformas.

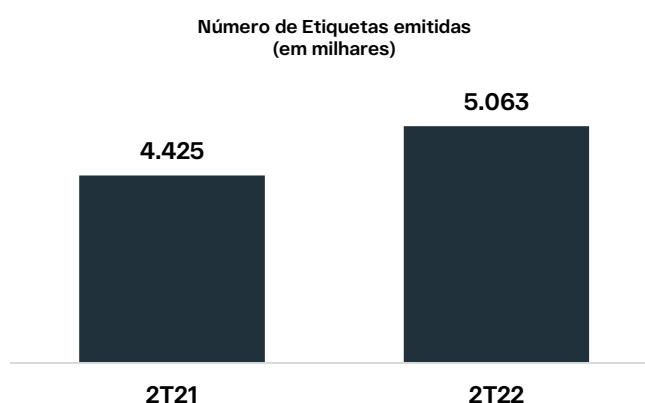
Com o movimento de migração de clientes de ticket médio mais baixo da Etus para soluções gratuitas do mercado no início de 2022, notamos uma redução de 0,9% no tamanho da base de clientes no segmento de BeOnline / SaaS versus o 2T21, que atualmente está em 398,3 mil assinantes. Na comparação com o trimestre anterior (1T22) observamos uma estabilidade na base. Mesmo com a queda na base de clientes, o segmento mostrou crescimento de receita líquida de 9,5%, devido ao aumento no ARPU.

Desempenho Operacional das Adquiridas

No Bling, observamos um crescimento de **51,1%** no GMV das Notas Fiscais (online e offline) no 2T22, atingindo R\$ 25,2 bilhões no trimestre, conforme apresentado no gráfico abaixo:



O número de Etiquetas emitidas pelo Melhor Envio apresentou crescimento de **14,4%** no 2T22 quando comparado com o mesmo período no anterior.



É importante destacar que no Melhor Envio, por conta de uma revisão / atualização nos preços praticados na plataforma, notamos um crescimento de cerca de 70% na receita líquida por etiqueta emitida no 2T22 comparado ao 2T21.

Na Squid, a Receita Líquida cresceu 59% em comparação com o 2T21. Observamos que contas de clientes com maior índice de recorrência performaram bem no período. Além disso, continuamos investindo em time de vendas e produto, para atender cada vez mais clientes de tamanhos diversos com a plataforma.

// Evolução da Operação

Nosso investimento em P&D tem como objetivo desenvolver um ambiente integrado (**soluções unificadas**) com nossas empresas adquiridas, bem como uma rede de parceiros agnóstica robusta e também um processo de Onboarding cada vez mais robusto. Tudo isso suportado por uma matriz de e-learning que permeia todos esses processos.

Composto por jornadas e atividades multidisciplinares dentro do varejo, o **Onboarding** busca direcionar os primeiros passos a serem realizados pelo lojista na plataforma. Desde o final de 2021 e início de 2022, quando aceleramos os investimentos em P&D na Companhia, deixando esse processo cada vez mais robusto, temos notado um nível de engajamento cada vez maior dos nossos clientes no processo de Onboarding.

Com relação ao Ecossistema de soluções unificadas da plataforma, continuamos acelerando nas integrações das empresas adquiridas e já lançamos as seguintes integrações para nossos clientes dentro do painel de controle:

- **Samurai:** Dropshipping
- **Credisfera:** Crédito
- **Vindi:** Plugin
- **All In:** Geração de Leads
- **Octadesk:** Chat
- **CPlug:** Emissor de notas

Além das entregas já realizadas, novas e importantes integrações devem acontecer nos próximos trimestres como a integração com o Melhor Envio e a Squid.

Ao longo dos últimos meses entregamos soluções e integrações com Big Techs que em conjunto são únicas em todo o mercado onde atuamos. Dessas soluções, destacamos as integrações com o Facebook, Instagram, TikTok e Google PMax, que já estão trazendo bons resultados para a Companhia e para seus clientes.

Na apresentação de resultados daremos mais visão ao mercado acerca das melhorias na nossa plataforma, bem como das integrações.

Regra dos 40 ("Rule of 40")

Uma métrica muito utilizada pelo mercado para medir a dinâmica entre crescimento e rentabilidade e que resulte em uma soma superior a 40 pontos percentuais.

Quando consideramos todas as nossas operações orgânicas (BeOnline / SaaS e Commerce) esse número alcança no 2T22 **49,5%** (23,4% de crescimento da Receita Líquida com 26,1% de margem EBITDA). Já na análise do segmento de Commerce Orgânico (Tray + Tray Corp + Yapay), o número atinge **81,1%** (45,0% de crescimento da Receita Líquida com 36,1% de margem EBITDA).

// Aquisição Síntese Soluções

Anunciamos no último dia 04 de agosto a nossa 14ª aquisição após o IPO. Fundada em 2013 em São Paulo, a Síntese é uma plataforma especializada em soluções de omnicanalidade para varejo. Com ampla presença no segmento de moda, a empresa oferece OMS (Order Management System), WMS (Warehouse Management System) e TMS (Tracking Management System), atendendo grandes marcas como Shoulder, Track & Field, Grupo Soma, Aramis e Loungerie, dentre outras.

Com essa aquisição, reforçamos o nosso portfólio de e-commerce e damos um passo importante na digitalização do varejo físico por meio de uma plataforma robusta de integração do comércio online e as lojas. Assim, seguimos nos consolidando como a melhor opção para digitalizar as empresas do Brasil, ampliando as possibilidades de cross-sell com a base de lojistas online.

A Síntese vem apresentando importante aceleração desde 2018 com crescimento anual composto entre 2018 e 2021 de cerca de 45%, além de operar com rentabilidade positiva.

Seguindo o modelo de atuação da Companhia em outras aquisições, os Srs. Flávio Santos, Everton Geronimo, Leandro Rocha e Tiago Carvalho, sócios da empresa, permanecerão na operação da Síntese.

// Resumo dos Indicadores

// Consolidado

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Receita Operacional Líquida	282,5	184,3	53,3%	531,3	345,2	53,9%
Lucro Bruto	131,4	86,3	52,2%	240,2	155,6	54,4%
Margem Bruta (%)	46,5%	46,8%	-0,3 p.p.	45,2%	45,1%	0,2 p.p.
EBITDA	45,8	33,9	34,9%	75,2	50,7	48,2%
Margem EBITDA (%)	16,2%	18,4%	-2,2 p.p.	14,2%	14,7%	-0,5 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	40,4	41,3	-2,1%	73,3	77,8	-5,8%
Margem EBITDA Ajustada (%)	14,3%	22,4%	-8,1 p.p.	13,8%	22,5%	-8,7 p.p.
Lucro Líquido	13,3	3,6	270,7%	17,8	(4,8)	470,5%
Lucro Líquido Ajustado ²	38,7	23,7	63,2%	68,4	32,7	109,0%
Margem Lucro Líquido Ajustado (%)	13,7%	12,9%	0,8 p.p.	12,9%	9,5%	3,4 p.p.
Geração de Caixa ³	15,4	21,6	-28,6%	25,2	36,2	-30,4%
Conversão de Caixa (%) ³	38,1%	52,3%	-14,2 p.p.	34,4%	46,5%	-12,2 p.p.
Dívida Líquida (Caixa) ⁴	(1.429,8)	(1.857,6)	-23,0%	(1.429,8)	(1.857,6)	-23,0%

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

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

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

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

// Commerce

(R\$ milhões)

Commerce	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
GMV de Plataforma ¹	2.571,1	2.340,5	9,9%	5.024,6	4.440,7	13,1%
GMV de Notas Fiscais Bling (R\$ mm) ²	25.238,0	16.699,0	51,1%	46.781,4	30.231,0	54,7%
TPV	1.145,3	712,4	60,8%	2.145,6	1.277,7	67,9%
Assinantes de Plataforma (mil) ³	143,4	102,9	39,4%	143,4	102,9	39,4%
Etiquetas emitidas no Melhor Envio (milhares)	5.063	4.425	14,4%	9.864	7.687	28,3%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	188,4	94,7	99,1%	348,4	167,9	107,5%
Receita Operacional Líquida (ROL)	173,6	84,8	104,7%	317,8	150,2	111,6%
ROL de Assinaturas de Plataforma	72,3	35,6	103,0%	135,4	60,8	122,5%
ROL de Ecossistema	101,3	49,2	106,0%	182,4	89,3	104,2%
Lucro Bruto	95,3	53,9	76,8%	168,3	94,7	77,7%
Margem Bruta (%)	54,9%	63,6%	-8,7 p.p.	53,0%	63,1%	-10,1 p.p.
EBITDA	21,6	22,9	-5,6%	35,6	37,3	-4,4%
Margem EBITDA (%)	12,5%	27,0%	-14,6 p.p.	11,2%	24,8%	-13,6 p.p.
EBITDA Ajustado	22,6	22,9	-1,3%	37,1	40,4	-8,3%
Margem EBITDA Ajustada (%)	13,0%	27,0%	-14,0 p.p.	11,7%	26,9%	-15,3 p.p.

¹ GMV de Plataforma: Soma dos GMVs de Tray e Dooca, nossas 2 principais plataformas de e-commerce

² GMV de Notas Fiscais emitidas pelo Bling considera os montantes online e offline. A mensuração dos dados começou no 4T20, por isso não temos a consolidação dos dados de 2020

³ Assinantes de Plataforma: Considera o número de assinantes de Tray, Bling, Dooca e Bagy nos dois períodos de comparação

// BeOnline / SaaS

(R\$ milhões)

BeOnline / SaaS	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Clientes EoP - BeOnline / SaaS	398,3	402,1	-0,9%	398,3	402,1	-0,9%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	118,3	109,1	8,5%	233,2	213,8	9,1%
Receita Operacional Líquida	108,9	99,5	9,5%	213,5	195,0	9,5%
Lucro Bruto	36,0	32,4	11,3%	71,9	60,8	18,2%
Margem Bruta (%)	33,1%	32,5%	0,6 p.p.	33,7%	31,2%	2,5 p.p.
EBITDA	24,1	11,0	119,6%	39,6	13,5	193,7%
Margem EBITDA (%)	22,2%	11,0%	11,1 p.p.	18,6%	6,9%	11,6 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	17,8	18,4	-3,2%	36,2	37,4	-3,1%
Margem EBITDA Ajustada (%)	16,3%	18,5%	-2,1 p.p.	17,0%	19,2%	-2,2 p.p.

¹ O conceito de EBITDA Ajustado está descrito na tabela dos resultados consolidados

// Receita Operacional Líquida

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Commerce	173,6	84,8	104,7%	317,8	150,2	111,6%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>61,5%</i>	<i>46,0%</i>	<i>15,4 p.p.</i>	<i>59,8%</i>	<i>43,5%</i>	<i>16,3 p.p.</i>
BeOnline / SaaS	108,9	99,5	9,5%	213,5	195,0	9,5%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>38,5%</i>	<i>54,0%</i>	<i>-15,4 p.p.</i>	<i>40,2%</i>	<i>56,5%</i>	<i>-16,3 p.p.</i>
Receita Operacional Líquida - Consolidado	282,5	184,3	53,3%	531,3	345,2	53,9%

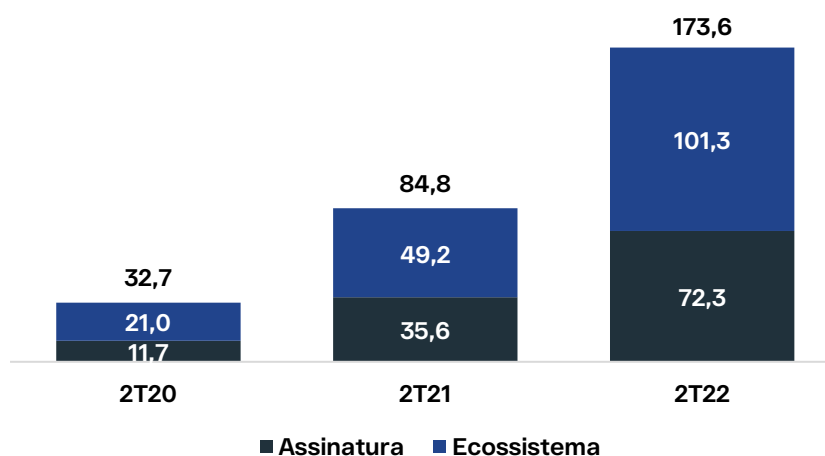
A Receita Líquida da Locaweb totalizou R\$ 282,5 milhões no 2T22, um aumento de 53,3% em relação ao 2T21. Já o crescimento proforma, ou seja, considerando todas as empresas nos mesmos períodos de 2021, foi de 30,9% no 2T22 vs 2T21. Nos primeiros seis meses de 2022, o crescimento foi de 53,9% atingindo R\$ 531,3 milhões.

A participação do segmento de Commerce, que considera as receitas de Tray, Tray Corp, Melhor Envio, Vindi, Ideris, Samurai, Dooça, Credisfera, Bling, Bagy, Octadesk e Squid passou de 46,0% no 2T21 para 61,5% no 2T22.

No segmento de Commerce, a Receita Operacional Líquida no 2T22 apresentou crescimento de 104,7%, passando de R\$ 84,8 milhões no 2T21 para R\$ 173,6 milhões no 2T22. No 6M22 o crescimento foi de 111,6%.

O crescimento apresentado é resultado do aumento das duas fontes de receita do segmento de Commerce, a Receita de Assinatura de Plataforma, que cresceu 103,0% no 2T22 e a Receita de Ecosistema, que apresentou crescimento de 106,0% no trimestre em comparação com o 2T21.

O gráfico abaixo apresenta a evolução das duas fontes de receita no 2T20, 2T21 e 2T22:



No 2T22 tivemos aceleração do crescimento da Receita Líquida orgânica do segmento de Commerce, em comparação com o 3T21, 4T21 e 1T22, quando o crescimento foi em torno de 34%, 42% e 44%, respectivamente. O crescimento orgânico no 2T22 vs 2T21 foi de **45%**.

Entre as adquiridas no segmento de Commerce, destacamos o forte crescimento proforma de **73%** de Bling e Melhor Envio no 2T22 vs 2T21. Vale destacar que essas empresas representam cerca de 50% do total da receita líquida das empresas adquiridas.

Se considerarmos as quatro maiores empresas adquiridas, que juntas representam cerca de 77% do total da receita líquida das aquisições (Bling, Melhor Envio, Squid e Octadesk), o crescimento proforma no 2T22 foi de **68%**.

Já a Receita Operacional Líquida de BeOnline / SaaS apresentou crescimento de 9,5%, passando de R\$ 99,5 milhões no 2T21 para R\$ 108,9 milhões no 2T22. No primeiro semestre, o crescimento foi de 9,5% na comparação com igual período de 2022.

// Custos e Despesas Operacionais

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Custo dos serviços prestados	151,1	98,0	54,2%	291,0	189,6	53,5%
% Receita Operacional Líquida	53,5%	53,2%	0,3 p.p.	54,8%	54,9%	-0,2 p.p.
Despesas com vendas	63,3	34,6	83,0%	119,9	61,8	94,0%
% Receita Operacional Líquida	22,4%	18,8%	3,6 p.p.	22,6%	17,9%	4,7 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	56,2	38,7	45,1%	103,8	83,0	25,0%
% Receita Operacional Líquida	19,9%	21,0%	-1,1 p.p.	19,5%	24,0%	-4,5 p.p.
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(9,2)	(0,4)	2483,8%	(9,6)	(0,9)	963,7%
% Receita Operacional Líquida	-3,3%	-0,2%	-3,1 p.p.	-1,8%	-0,3%	-1,5 p.p.
Custos e Despesas Operacionais Totais	261,4	170,9	52,9%	505,2	333,5	51,5%
% Receita Operacional Líquida	92,5%	92,8%	-0,2 p.p.	95,1%	96,6%	-1,5 p.p.

Os custos e despesas operacionais totais da Locaweb apresentaram crescimento de 52,9% no 2T22 quando comparado ao mesmo período no ano anterior. Nos primeiros seis meses de 2022, o crescimento foi de 51,5%.

Custo dos serviços prestados

O custo dos serviços prestados no 2T22 foi de R\$ 151,1 milhões e de R\$ 98,0 milhões no mesmo período de 2021, um aumento de 54,2% na comparação entre os dois períodos, o que representou 53,5% da receita líquida no 2T22 e 53,2% no 2T21, um leve aumento de 0,3 p.p., em linha com o crescimento da Receita Líquida da Companhia.

Vale destacar que os Custos dos Serviços Prestados das empresas adquiridas somaram R\$ 53,3 milhões, contribuindo, assim, com o crescimento apresentado no trimestre.

Despesas com vendas

As despesas com vendas, que compreendem as equipes de marketing e vendas, bem como os serviços contratados dessas mesmas naturezas, no 2T22 foi de R\$ 63,3 milhões apresentando um incremento de 83,0% quando comparado ao 2T21.

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

A tabela abaixo apresenta a representatividade das despesas com vendas sobre a receita dos segmentos e consolidada:

locawebcompany	2T21	1T22	2T22
Commerce			
Despesas com vendas	17,1	38,1	43,9
% ROL	20,2%	26,5%	25,3%
BeOnline / SaaS			
Despesas com vendas	17,4	18,5	19,4
% ROL	17,5%	17,7%	17,8%
Consolidado			
Despesas com vendas	34,6	56,6	63,3
% ROL	18,8%	22,8%	22,4%

Vale frisar que tais gastos consolidam, também, os gastos das empresas adquiridas, que possuem uma estrutura / processo de aquisição de clientes ainda distintas das praticadas na Companhia. Organicamente, as despesas com vendas no 2T22 no segmento de Commerce representaram 15,9% sobre a receita líquida orgânica do segmento, enquanto no 2T21 foi 16,3%.

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 2T22 foi de R\$ 56,2 milhões e de R\$ 38,7 milhões em igual período de 2021, o que representou um crescimento de 45,1%. Em percentual da receita líquida, observamos uma queda de 1,1 p.p.

Outras Despesas Operacionais

O valor de R\$ 9,4 milhões, que impacta positivamente os resultados da Companhia, refere-se a reversão de earnouts materializados em empresa adquirida antes do IPO. Vale destacar que esse montante tem uma contrapartida de R\$ 7,3 milhões na Despesa Financeira, portanto, a liquidação do pagamento dos earnouts trouxe um efeito líquido antes de imposto de R\$ 2,1 milhões, ajustados no Lucro Líquido.

// Lucro Bruto

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Commerce	95,3	53,9	76,8%	168,3	94,7	77,7%
Margem (%)	54,9%	63,6%	-8,7 p.p.	53,0%	63,1%	-10,1 p.p.
BeOnline / SaaS	36,0	32,4	11,3%	71,9	60,8	18,2%
Margem (%)	33,1%	32,5%	0,6 p.p.	33,7%	31,2%	2,5 p.p.
Lucro Bruto	131,4	86,3	52,2%	240,2	155,6	54,4%
Margem (%)	46,5%	46,8%	-0,3 p.p.	45,2%	45,1%	0,2 p.p.

O Lucro Bruto consolidado apresentou aumento de 52,2% no 2T22 quando comparado ao 2T21, atingindo R\$ 131,4 milhões. No 2T22, houve leve queda de 0,3 p.p. da Margem Bruta comparado ao 2T21. Nos primeiros seis meses de 2022, a Margem Bruta da Companhia apresentou leve melhora de 0,2 p.p. na comparação com o mesmo período do ano anterior.

A queda de 8,7 p.p. observada no segmento de Commerce, conforme já explicado em trimestres anteriores, está diretamente relacionado à aquisição de empresas em estágio de alto crescimento e consequente estruturação de processos para suportar o crescimento.

// EBITDA e EBITDA Ajustado

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Lucro (Prejuízo) Líquido	13,3	3,6	270,7%	17,8	(4,8)	470,5%
(+) Resultado Financeiro Líquido	(2,5)	0,9	-394,5%	(13,8)	5,0	-376,8%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	10,4	8,9	16,8%	22,1	11,5	92,9%
(+) Depreciação e Amortização	24,6	20,6	19,8%	49,1	39,1	25,6%
EBITDA	45,8	33,9	34,9%	75,2	50,7	48,2%
(+) Plano de opção de compra de ações e Plano de Ações Restritas	2,5	3,3	-23,8%	4,9	6,5	-25,7%
(+) Despesas de fusões e aquisições	0,9	4,1	-76,8%	2,1	12,9	-83,9%
(+) Despesas extraordinárias relacionadas ao IPO e Follow-on	0,0	0,0	n/a	0,0	7,7	-100,0%
(+) Ajustes Relacionados a Earnout	(9,4)	0,0	n/a	(9,4)	0,0	n/a
(+) Outros Ajustes	0,6	0,0	n/a	0,6	0,0	n/a
EBITDA Ajustado	40,4	41,3	-2,1%	73,3	77,8	-5,8%
Margem EBITDA Ajustada (%)	14,3%	22,4%	-8,1 p.p.	13,8%	22,5%	-8,7 p.p.

Decorrente dos números apresentados anteriormente, o EBITDA Ajustado da Locaweb no 2T22 foi de R\$ 40,4 milhões, montante 2,1% inferior em relação ao 2T21, com a Margem EBITDA Ajustada apresentando redução de 8,1 p.p. no mesmo período devido principalmente à consolidação dos resultados das empresas adquiridas.

Vale destacar que na comparação com os trimestres imediatamente anteriores continuamos observando uma leve melhora nas margens consolidadas do grupo, passando de 12,9% no 4T21 e 13,2% no 1T22 para 14,3% no 2T22.

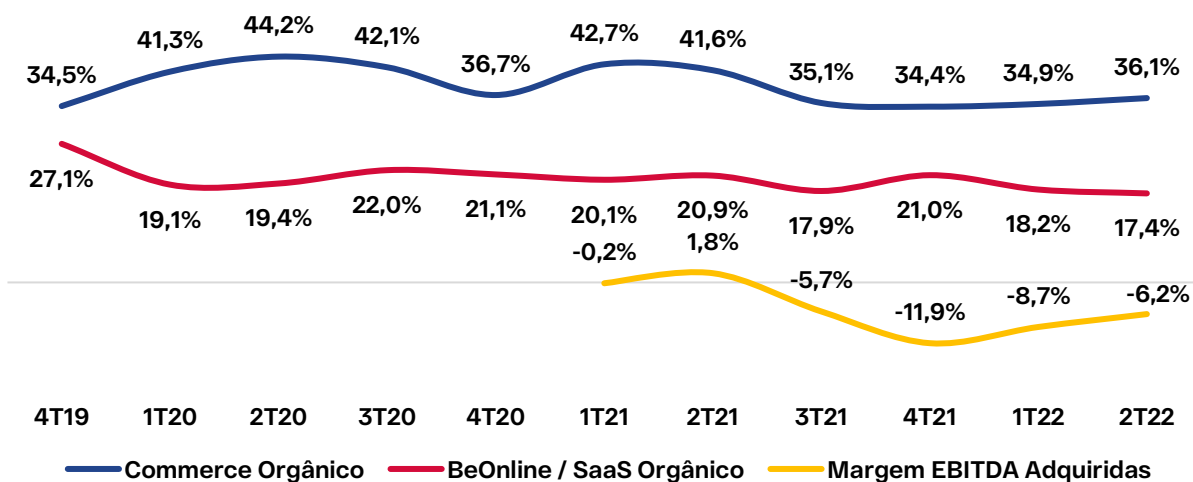
// EBITDA e EBITDA Ajustado por segmento

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Commerce						
EBITDA Ajustado	22,6	22,9	-1,3%	37,1	40,4	-8,3%
Margem EBITDA Ajustada (%)	13,0%	27,0%	-14,0 p.p.	11,7%	26,9%	-15,3 p.p.
BeOnline / SaaS						
EBITDA Ajustado	17,8	18,4	-3,2%	36,2	37,4	-3,1%
Margem EBITDA Ajustada (%)	16,3%	18,5%	-2,1 p.p.	17,0%	19,2%	-2,2 p.p.
Consolidado						
EBITDA Ajustado	40,4	41,3	-2,1%	73,3	77,8	-5,8%
Margem EBITDA Ajustada (%)	14,3%	22,4%	-8,1 p.p.	13,8%	22,5%	-8,7 p.p.

O EBITDA Ajustado de Commerce apresentou queda de 1,3% no 2T22, atingindo R\$ 22,6 milhões com redução de 14,0 p.p. na margem EBITDA que foi de 13,0% no trimestre, relacionado principalmente aos resultados das empresas adquiridas nos resultados do segmento.

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



Vale mencionar novamente que as empresas que escolhemos para aquisição possuem produtos que complementam nosso ecossistema, com alto potencial de cross-sell e estão em estágio de crescimento acelerado. No momento em que a aquisição é realizada, um BP é construído em conjunto com o vendedor, de maneira que possamos orientar a gestão da adquirida após a concretização do M&A. Dado o estágio dessas empresas, esse plano de negócios contempla investimentos para aceleração de crescimento e P&D para integração no ecossistema da Locaweb. Dessa forma, nos primeiros anos, a estratégia de aquisição não prioriza rentabilização. Com o crescimento das operações e consequentes ganhos operacionais por escala, essas operações tendem a operar com margens EBITDA positivas dentro dos seus segmentos. Na média, os planos de negócios contemplam que esse nível de rentabilidade, próximas das margens orgânicas, ocorra entre 3 e 4 anos após a aquisição.

// Resultado Financeiro

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Receita Financeira	47,9	15,2	214,2%	90,3	24,4	270,4%
Despesas Financeiras	(45,3)	(16,1)	181,6%	(76,5)	(29,4)	160,6%
Resultado Financeiro Líquido	2,5	(0,9)	394,5%	13,8	(5,0)	376,8%

O resultado financeiro líquido no 2T22 foi de R\$ 2,5 milhões.

O crescimento da receita financeira refere-se ao investimento do caixa captado no Follow-on em meados de fevereiro de 2021, que, com o aumento na taxa de juros, está gerando uma receita financeira maior.

Nas despesas financeiras, gostaríamos de destacar os pontos abaixo:

- (i) Efeito do Ajuste a Valor Presente dos *Earnouts* das aquisições recentes e impacto decorrente do pagamento referente a earnout de aquisição feita antes do IPO, que no trimestre somou R\$ 18,2 milhões comparado a R\$ 10,5 milhões no 2T21;
- (ii) A despesa de R\$ 11 milhões decorrente da antecipação de recebíveis na Vindi, modalidade escolhida pela Companhia para o financiamento do capital de giro necessário nas operações de pagamentos. Essa despesa foi superior ao 1T22 (R\$ 3,6 milhões) devido à expansão do TPV processado, do aumento da taxa de juros (Selic) e da oferta de novos produtos que demandam maior investimento em capital de giro. Vale ressaltar que o repasse desse aumento de despesas financeiras acontecerá ao longo do 3T22, por meio do reajuste de tarifas dos serviços prestados;
- (iii) O valor de R\$ 7,3 milhões em outras despesas financeiras refere-se aos juros de reversão de earnouts materializados em empresa adquirida antes do IPO. Importante mencionar que existe uma contrapartida de R\$ 9,4 milhões, que foi ajustada no EBITDA, trazendo um efeito líquido no Lucro Líquido de R\$ 2,1 milhões.

// Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Lucro Líquido	13,3	3,6	270,7%	17,8	(4,8)	470,5%
(+) Plano de opção de compra de ações e Plano de Ações Restritas	2,5	3,3	-23,8%	4,9	6,5	-25,7%
(+) Amortização de intangíveis PPA	9,0	6,2	43,9%	19,0	10,7	76,5%
(+) Ajuste a valor presente de Earnout de Aquisições	18,2	10,5	73,6%	37,9	17,2	119,6%
(+) Ajustes Relacionados a Earnout	(2,1)	0,0	n/a	(2,1)	0,0	n/a
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	(2,6)	2,0	-228,1%	(9,6)	(1,2)	730,6%
(+) Ajuste relacionado ao CPC 06	0,3	0,0	835,3%	0,5	0,7	-23,4%
(+) Marcação a mercado de derivativos	0,1	(2,0)	107,6%	0,1	(1,6)	-109,3%
(+) Despesas relacionadas ao IPO e Follow-on	0,0	0,0	n/a	0,0	5,1	-100,0%
Lucro Líquido Ajustado	38,7	23,7	63,2%	68,4	32,7	109,0%
Margem Lucro Líquido Ajustado (%)	13,7%	12,9%	0,8 p.p.	12,9%	9,5%	3,4 p.p.

Com base nos números apresentados anteriormente, o Lucro Líquido Ajustado da Locaweb no 2T22 foi de R\$ 38,7 milhões, montante 63,2% superior ao 2T21.

// Endividamento / Posição de caixa

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	1T22	4T21	3T21	2T21	1T21
(+) Empréstimos e financiamentos	11,2	10,4	29,0	33,1	48,6	64,1
(-) Saldo de Derivativos (Swap cambial) ¹	(2,7)	(1,8)	(8,7)	(9,7)	(10,2)	(17,7)
Dívida Bruta Bancária	8,5	8,6	20,3	23,3	38,4	46,4
(-) Caixa e Equivalente de Caixa ²	(1.438,3)	(1.546,4)	(1.586,1)	(1.803,6)	(1.896,0)	(2.412,9)
Dívida (Caixa) Líquida (ex passivo de arrendamento)	(1.429,8)	(1.537,8)	(1.565,8)	(1.780,3)	(1.857,6)	(2.366,5)
(+) Passivo de arrendamento ³	81,9	74,7	76,8	74,7	76,7	74,5
Dívida (Caixa) Líquida	(1.347,9)	(1.463,1)	(1.488,9)	(1.705,6)	(1.780,9)	(2.292,0)

¹ Saldo de Instrumentos Financeiros Derivativos no Balanço Patrimonial

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

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

Com os recursos obtidos em fevereiro na oferta subsequente de ações (Follow-on), e as saídas decorrentes do pagamento de parte do preço das aquisições de empresas ao longo de 2021 a Companhia apresentou um saldo líquido de caixa de R\$ 1.429,8 milhões no 2T22. Excluindo os efeitos da adoção do IFRS 16, o saldo líquido de caixa é de R\$ 1.347,9 milhões.

Destaca-se ainda os potenciais earnouts a pagar decorrentes das aquisições, que totalizam R\$ 811,8 milhões.

// Fluxo de Caixa

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
Resultado antes do IR e CS	23,7	12,5	89,5%	39,9	6,7	498,1%
Itens que não afetam caixa	44,1	37,0	19,1%	92,1	67,2	37,1%
Varição no Capital de Giro	(9,1)	(20,0)	54,5%	(72,6)	(25,5)	-185,1%
Caixa Líquido das Atividades Operacionais (A)	58,7	29,5	98,9%	59,5	48,4	22,9%
Capex - Imobilizado	(11,9)	(10,1)	18,0%	(21,7)	(25,1)	-13,5%
Capex - Desenvolvimento	(13,1)	(9,6)	36,2%	(26,4)	(16,5)	59,8%
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	33,7	9,8	243,3%	11,4	6,8	67,0%
Aquisição	(139,2)	(522,7)	-73,4%	(140,3)	(762,6)	-81,6%
Aplicação Financeira Restrita	1,7	0,0	n/a	1,7	0,0	n/a
Caixa Líquido das Atividades de Investimentos (B)	(162,6)	(542,3)	-70,0%	(186,8)	(804,2)	-76,8%
Integralização de Capital	3,9	8,2	-52,2%	3,9	2.281,5	-99,8%
Empréstimos e financiamentos	(0,5)	(5,7)	-91,5%	(12,6)	(32,0)	-60,7%
Arrendamentos Mercantis	(4,4)	(3,8)	15,6%	(8,5)	(6,7)	26,7%
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos	0,0	0,0	n/a	0,0	0,0	n/a
Outros	(1,7)	0,0	n/a	(1,7)	(0,0)	3708,1%
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento (C)	(2,6)	(1,2)	118,0%	(18,8)	2.242,8	-100,8%
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa (A + B + C)	(106,5)	(514,1)	-79,3%	(146,1)	1.487,0	-109,8%

O caixa líquido proveniente das atividades operacionais totalizou R\$ 58,7 milhões no 2T22 comparado a R\$ 29,5 milhões no 2T21. A melhora está diretamente relacionada à melhor gestão do capital de giro da Companhia, em especial na Vindi.

A saída de caixa “Aquisição” de R\$ 139,2 milhões no 2T22 refere-se ao pagamento de parcelas dos earnouts e/ou ajuste de preços das aquisições de Octadesk (R\$ 29 milhões), Melhor Envio (R\$ 68 milhões), Vindi (R\$ 11 milhões), Bagy (R\$ 5 milhões), Squid (R\$ 6 milhões) e KingHost (R\$ 19 milhões) cujo valor refere-se ao preço retido na aquisição. Importante destacar que esses montantes pagos estavam registrados no Passivo “Obrigação com Aquisição de Investimentos” e, assim, foram deduzidos dessa conta cujo saldo em 30 de junho foi de R\$ 811,8 milhões.

Para 2022, projetamos ainda o pagamento de parcelas de earnouts que totalizam aproximadamente R\$ 35 milhões.

// Geração de Caixa (EBITDA Ajustado – Capex)

(R\$ milhões)

locawebcompany	2T22	2T21	vs 2T21	6M22	6M21	vs 6M21
EBITDA Ajustado	40,4	41,3	-2,1%	73,3	77,8	-5,8%
Capex	25,0	19,7	26,9%	48,1	41,6	15,7%
Geração de Caixa (R\$ mln)	15,4	21,6	-28,6%	25,2	36,2	-30,4%
Conversão de Caixa (%)	38,1%	52,3%	-14 p.p.	34,4%	46,5%	-12 p.p.
Capex sobre Receita Líquida	8,8%	10,7%	-2 p.p.	9,1%	12,1%	-3 p.p.

A geração de caixa da Companhia, medida pelo EBITDA Ajustado menos o Capex, foi impactado por uma menor conversão de caixa (EBITDA Ajustado) conforme explicado neste relatório e a manutenção do ritmo de investimentos da Companhia no desenvolvimento de seus produtos. O Capex total apresentou crescimento de 26,9% na comparação com 2T21 e representa, assim como comentado no 1T22, exatamente 25% do total do orçamento de capital aprovado na Assembleia Geral de Acionistas. O Capex de intangível ficou em linha com o apresentado no 3T21, 4T21 e 1T22.

Destaca-se ainda a diluição do Capex, que tem crescido em ritmo inferior ao crescimento da Receita Líquida.

// ANEXO I – DRE

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T21	2T22	6M21	6M22
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	184,3	282,5	345,2	531,3
Custo dos serviços prestados	(98,0)	(151,1)	(189,6)	(291,0)
LUCRO BRUTO	86,3	131,4	155,6	240,2
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(73,0)	(110,3)	(143,9)	(214,1)
Com vendas	(34,6)	(63,3)	(61,8)	(119,9)
Gerais e administrativas	(38,7)	(56,2)	(83,0)	(103,8)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,4	9,2	0,9	9,6
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	13,3	21,1	11,7	26,1
RESULTADO FINANCEIRO	(0,9)	2,5	(5,0)	13,8
Receitas financeiras	15,2	47,9	24,4	90,3
Despesas financeiras	(16,1)	(45,3)	(29,4)	(76,5)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	12,5	23,7	6,7	39,9
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(8,9)	(10,4)	(11,5)	(22,1)
Correntes	(6,9)	(13,0)	(12,6)	(31,8)
Diferidos	(2,0)	2,6	1,2	9,6
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	3,6	13,3	(4,8)	17,8

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

// ANEXO II – DRE BeOnline / SaaS

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO (em R\$ milhões)	2T21	2T22	6M21	6M22
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	109,1	118,3	213,8	233,2
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(9,6)	(9,4)	(18,7)	(19,8)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	99,5	108,9	195,0	213,5
Custo dos serviços prestados	(67,1)	(72,9)	(134,2)	(141,6)
LUCRO BRUTO	32,4	36,0	60,8	71,9
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(37,6)	(30,6)	(78,3)	(69,0)
Com vendas	(17,4)	(19,4)	(32,0)	(37,9)
Gerais e administrativas	(20,4)	(20,6)	(46,5)	(40,6)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,3	9,4	0,2	9,5
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(5,2)	5,4	(17,5)	3,0
Despesas de depreciação e amortização	16,2	18,7	31,0	36,7
EBITDA	11,0	24,1	13,5	39,6

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

// ANEXO III – DRE Commerce

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO (em R\$ milhões)	2T21	2T22	6M21	6M22
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	94,7	188,4	167,9	348,4
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(9,9)	(14,8)	(17,7)	(30,6)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	84,8	173,6	150,2	317,8
Custo dos serviços prestados	(30,9)	(78,3)	(55,4)	(149,5)
LUCRO BRUTO	53,9	95,3	94,7	168,3
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(35,4)	(79,7)	(65,6)	(145,2)
Com vendas	(17,1)	(43,9)	(29,8)	(82,0)
Gerais e administrativas	(18,3)	(35,6)	(36,5)	(63,2)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,1	(0,2)	0,7	0,0
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	18,5	15,7	29,1	23,2
Despesas de depreciação e amortização	4,4	6,0	8,1	12,4
EBITDA	22,9	21,6	37,3	35,6

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

// ANEXO IV – Balanço Patrimonial Consolidado

ATIVO (R\$ mln)	30/06/2022	31/12/2021	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ mln)	30/06/2022	31/12/2021
Circulante			Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	1.438,3	1.584,4	Fornecedores	55,2	42,1
Aplicação financeira restrita	-	1,7	Empréstimos e financiamentos	11,1	28,7
Contas a receber	602,1	503,6	Passivo de arrendamento	11,3	9,3
Impostos a recuperar	9,6	6,2	Pessoal, encargos e benefícios sociais	85,9	71,7
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	31,2	25,3	Imposto de renda e contribuição social a recolher	-	1,0
Instrumentos financeiros derivativos	2,7	8,7	Outros tributos a recolher	11,6	9,4
Outros ativos	27,8	22,0	Serviços a prestar	63,0	58,2
Total do ativo circulante	2.111,8	2.151,9	Recebimentos a repassar	458,8	414,8
Não circulante			Juros sobre o capital próprio a pagar	0,0	0,0
Aplicação financeira restrita	-	-	Impostos parcelados	2,9	2,9
Depósitos judiciais	0,5	0,5	Obrigação com aquisição de investimentos	275,2	36,1
Outros ativos	6,0	4,3	Outros passivos	2,8	2,7
IR e CS Diferidos	51,9	42,0	Total do passivo circulante	977,8	677,0
Imobilizado	98,8	88,7	Não circulante		
Ativos de direito de uso	74,4	69,6	Empréstimos e financiamentos	0,1	0,3
Intangível	2.230,8	2.218,8	Serviços a Prestar	2,1	1,1
Total do ativo não circulante	2.462,5	2.423,9	Provisão para demandas judiciais	5,2	2,7
			Obrigação com aquisição de investimentos	536,6	868,1
			Passivo de arrendamento	70,7	67,6
			Impostos parcelados	16,7	17,3
			Imposto de renda e contribuição social diferidos	1,7	1,4
			Outros passivos	4,5	5,2
			Total do passivo não circulante	637,4	963,8
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	2.930,7	2.926,8
			Ações em Tesouraria	(47,5)	(45,8)
			Reserva de capital	53,6	49,6
			Reserva de lucros	4,4	4,4
			Lucro do período	17,8	-
			Total do Patrimônio Líquido	2.959,0	2.935,1
TOTAL DO ATIVO	4.574,2	4.575,9	TOTAL DO PASSIVO E PL	4.574,2	4.575,9

// ANEXO V – DFC

DFC (R\$ mln)	2T22	2T21	6M22	6M21
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	23,7	12,5	39,9	6,7
Ajustes não caixa	44,1	37,0	92,1	67,2
Variações nos ativos e passivos:	(9,1)	(20,0)	(72,6)	(25,5)
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais	58,7	29,5	59,5	48,4
Fluxo de caixa das atividades de investimento				
Aquisição de bens para o imobilizado	(11,9)	(10,1)	(21,7)	(25,1)
Contas a pagar por aquisição de participação societária	(139,2)	-	(140,3)	(1,1)
Aplicação Financeira Restrita	1,7	-	1,7	-
Aquisição de controlada, líquida do caixa adquirido	-	(522,7)	-	(761,5)
Aquisição e desenvolvimento de ativo intangível	(13,1)	(9,6)	(26,4)	(16,5)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(162,6)	(542,3)	(186,8)	(804,2)
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	(2,6)	(1,2)	(18,8)	2.242,8
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(106,5)	(514,1)	(146,1)	1.487,0
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	1.544,8	2.405,7	1.584,4	404,6
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	1.438,3	1.891,7	1.438,3	1.891,7
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(106,5)	(514,1)	(146,1)	1.487,0

// DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

// Rafael Chamas

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

// Henrique Marquezi Filho

Gerente Executivo de Relações com Investidores

// Letícia Paulena

Analista de Relações com Investidores

// Gabriel Caseiro

Analista de Relações com Investidores

E-mail: ri@locaweb.com.br

Tel.: +55 11 3544-0479