



locaweb



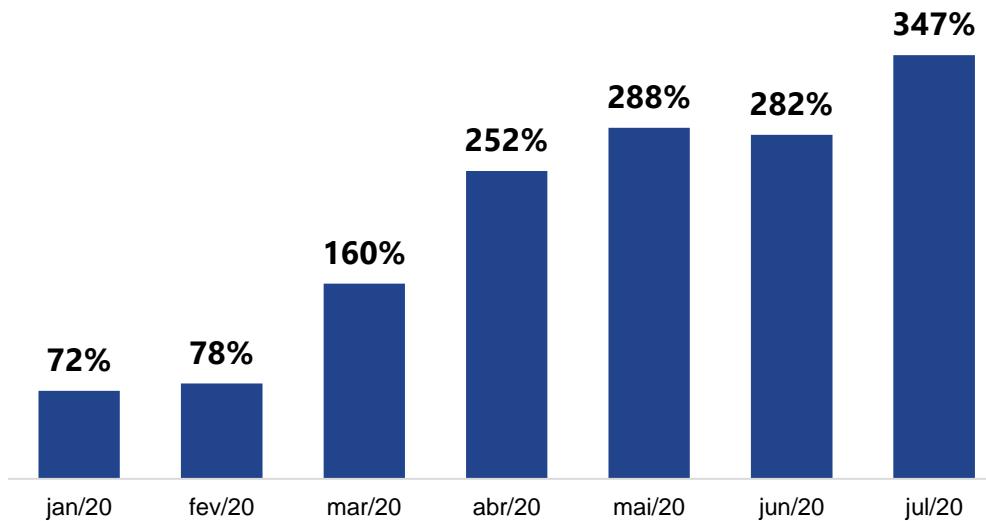
Apresentação de Resultados

2T20

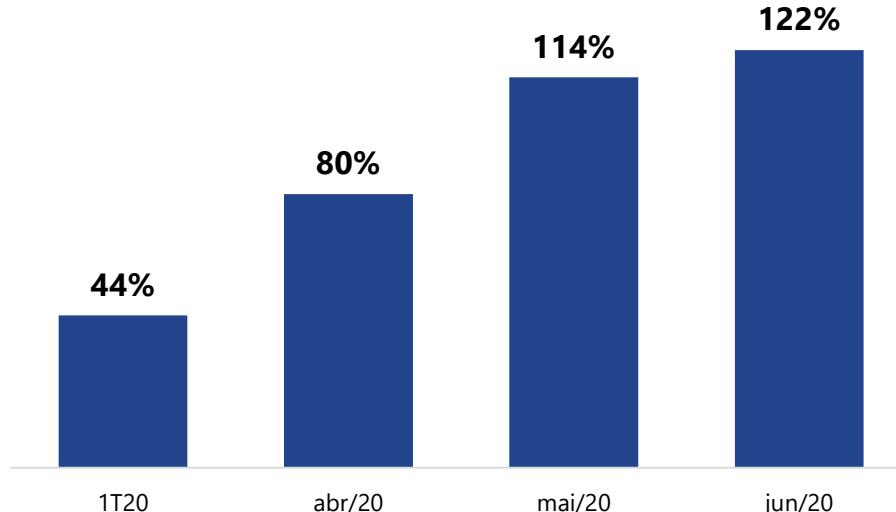
- // Tivemos o **melhor** trimestre da **história** da Locaweb
- // Seguindo o processo de aceleração da **digitalização** das empresas, iniciado em janeiro/20, tivemos **crescente aumento** de novas lojas e do GMV do ecossistema ao longo de todo o 2T20
 - // Expansão de **274%** na adição de novos clientes no segmento de Commerce no 2T20 vs 4T19 (**282%** em junho)
 - // Em Commerce, o GMV apresentou crescimento de **105%** no 2T20 (vs 2T19)
- // Como consequência da forte adição de novas lojas, nossa base de clientes **aumentou drasticamente em 2020**. Em apenas 3 meses de 2020, já **superamos o crescimento** da base de clientes de 2019
- // **Dominância de mercado + produtividade + escalabilidade** fez com que nossa **margem EBITDA** do segmento de Commerce atingisse **44,2%**
- // Intensificamos nossos esforços de **Brand Marketing** para a Tray, com o objetivo de **consolidar a marca como plataforma líder** para PMEs no Brasil

- // Soluções de BeOnline / SaaS para PMEs apresentaram crescimento orgânico superior a **29%** em **novas vendas** no 2T20 (vs 2T19)
- // **Excelente performance** de produtos do Portfólio de Hospedagem, Cloud VPS, Criador de Sites e E-mail
- // Delivery Direto: **4x** mais vendas, **dobrando** a base de clientes desde a aquisição e batendo **recorde histórico** de receita e GMV na plataforma
- // **Continuidade** no desenvolvimento de novos produtos e *features*, além de forte **evolução** do pipeline de **M&A**
- // Mesmo com a reabertura do comércio em algumas cidades, não percebemos **nenhum sinal de desaceleração** da adição de novas lojas nem do GMV em julho/20
- // Esforços de retenção de talentos somados a solidez da Companhia em momento de pandemia **reduziu o turnover** do grupo em **45%** no 2T20 vs 1T20

Adição de novas lojas (vs média mensal 4T19)



Crescimento do GMV (vs mesmo período de 2019)

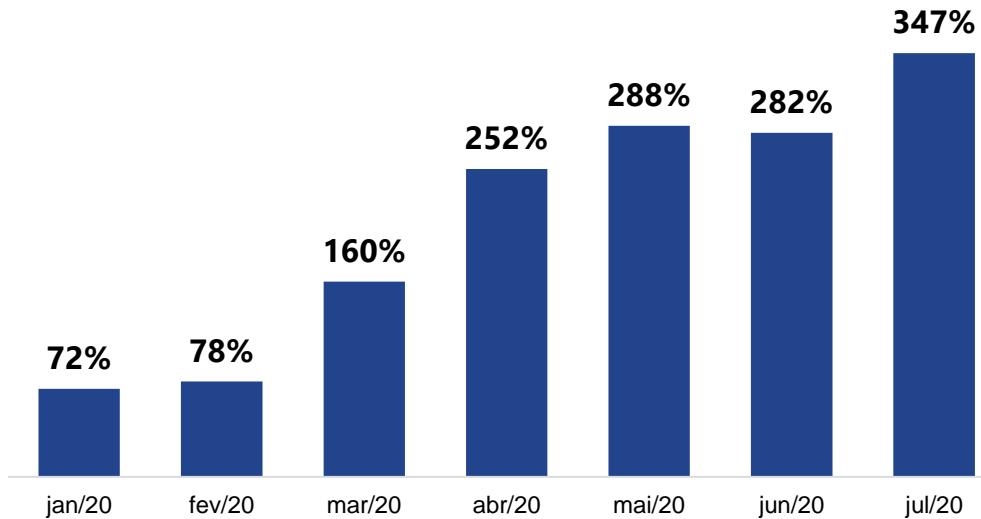


Consolidação como a maior e melhor plataforma de E-Commerce para PMEs no Brasil

Plataforma com **170** integrações

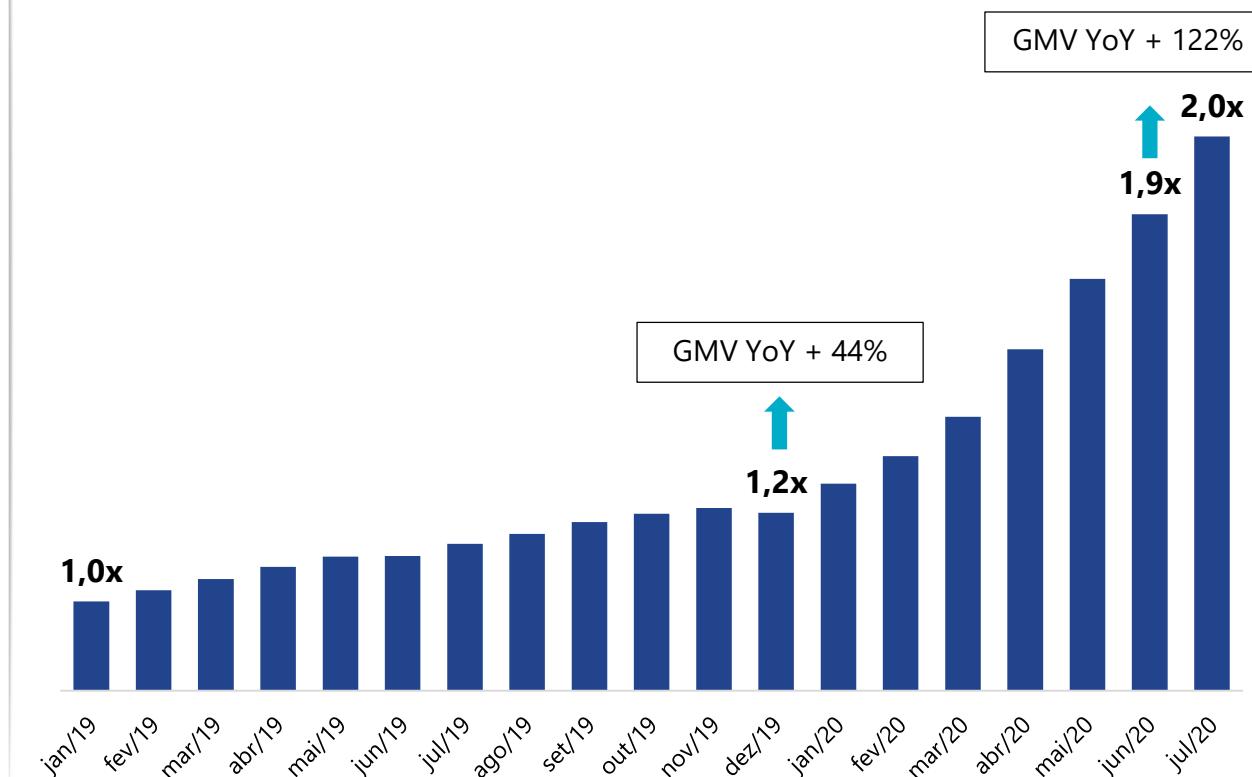
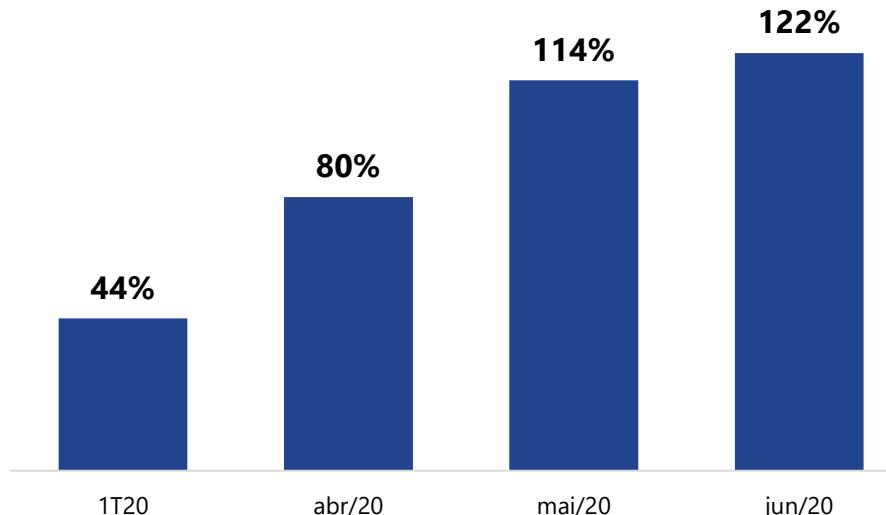


Adição de novas lojas (vs média mensal 4T19)



Como consequência da forte adição de novas lojas, vemos o crescimento da base de clientes aumentar drasticamente esse ano

Crescimento do GMV (vs mesmo período de 2019)



Desde janeiro, nossas vendas cresceram 24% em comparação ao mesmo período de 2019, enquanto o crescimento de vendas do 2T20 foi 29% superior ao crescimento apresentado no 2T19

► Portfólio de hospedagem

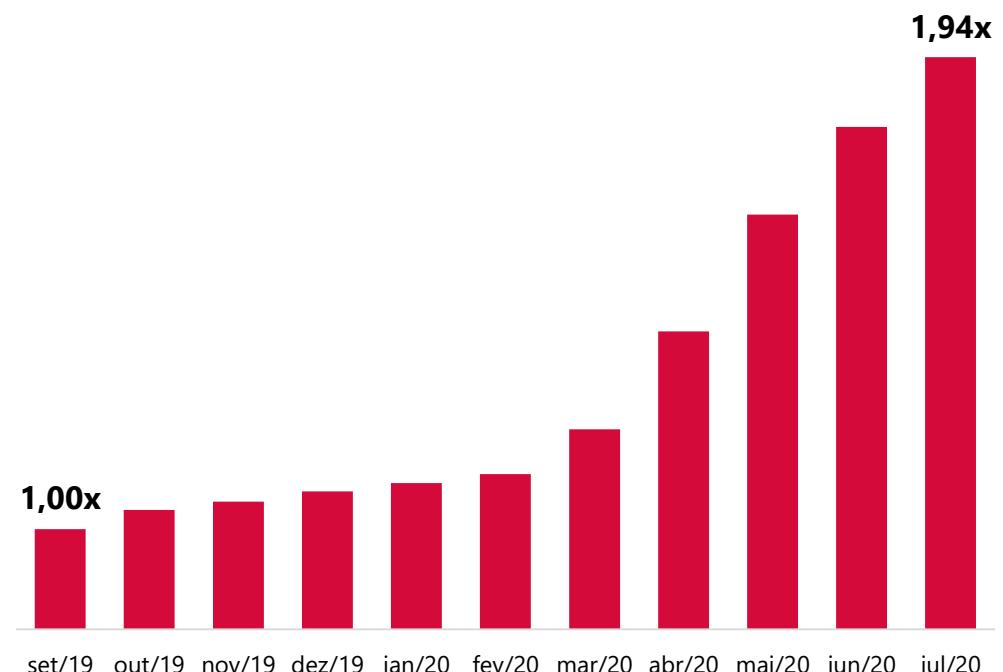
► Cloud VPS

► Criador de Sites

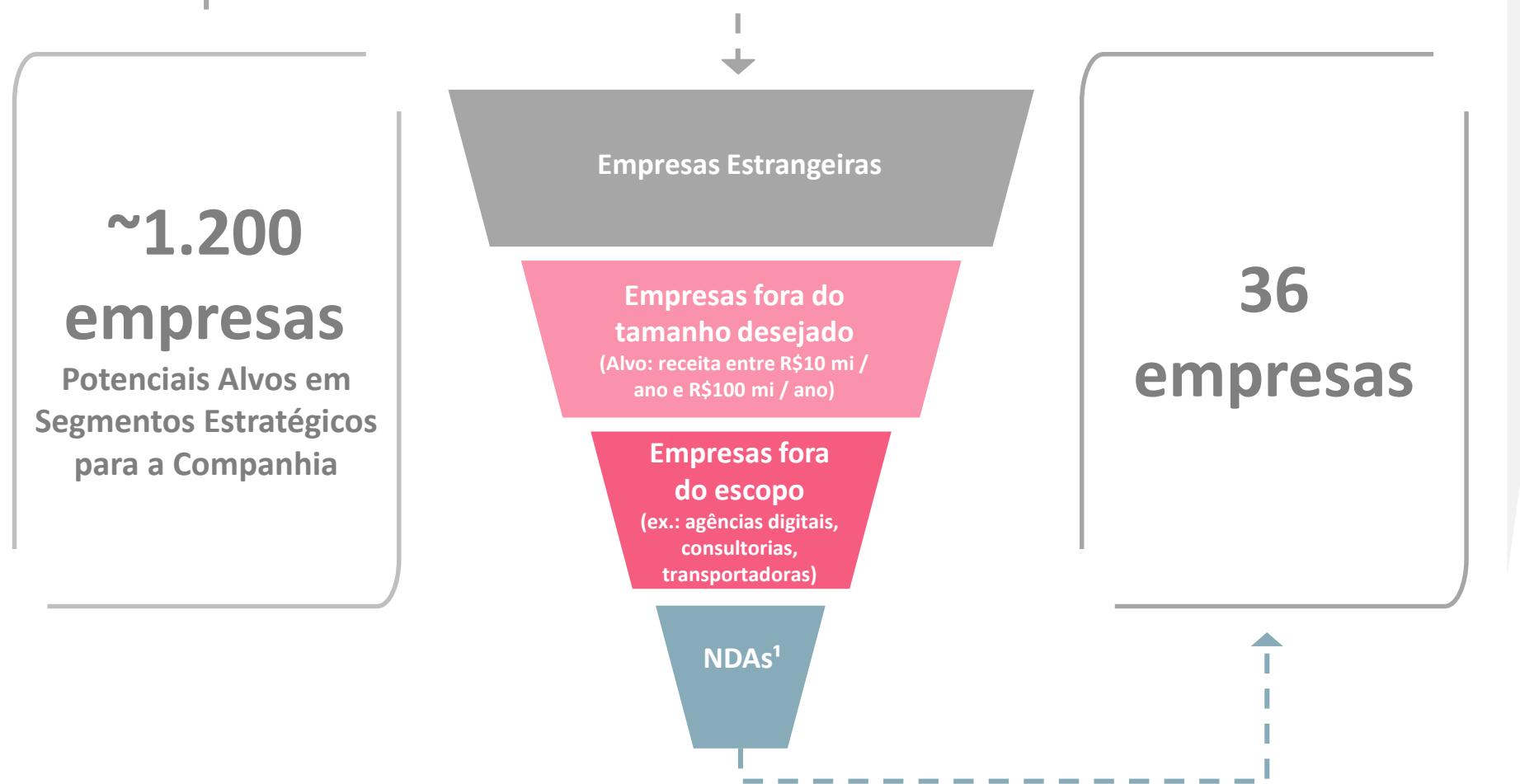
► Portfólio de E-mail

► Delivery Direto

Base de clientes da Delivery Direto dobrou desde a aquisição em Set/19



A Companhia está capitalizada e continua com seu plano de investimentos inalterado



7
Empresas com
MoU / termos
da transação
em discussão

// Integração com novos canais de venda (Market-places)

Lançamos a integração com o market-place Leroy Merlin, empresa que trabalha com 21 departamentos, entre eles materiais de construção, móveis, iluminação e segurança

// Integração com Mercado Envios Flex

Lançamos a integração com o Mercado Envios Flex. Programa permite que os vendedores que possuem sua própria frota de veículos realizem a entrega dos pedidos feitos através da plataforma do Mercado Livre

// Integração de emissão de etiquetas do sistema “B2W Entregas”

Lançamos a integração de emissão de etiquetas do sistema "B2W Entregas", permitindo que nosso vendedor faça a impressão da postagem diretamente pelo painel de gestão da loja virtual

// Nova forma de entregas: “Clique e Retire”

Lançamos em parceria com os Correios uma nova forma de entrega, a “Clique e Retire”, em que as agências e estabelecimentos comerciais conveniados passam a ser pontos de retirada de mercadorias garantindo ainda mais facilidade no momento das compras

// Nova forma de pagamentos: “Auxílio Emergencial Caixa”

Lançamos para todos os clientes uma nova forma de pagamento: Auxílio Emergencial Caixa, trazendo a possibilidade de milhares de pessoas realizarem compras online de itens de primeira necessidade processadas através do Yapay nas lojas da plataforma

// Incremento na Loja de Temas

Lançamos 7 novos temas em nossa Loja de Temas, chegando ao total de 112 temas disponíveis para escolha dos nossos clientes

// Vitrine Yapay

Lançamos a Vitrine Yapay, um novo recurso focado em pequenos empreendedores e negócios locais que precisam rapidamente subir um ambiente de vendas online completo com checkout. Por meio do aplicativo da Yapay (IOS ou Android), em poucos minutos é possível montar uma vitrine gratuita. Após criar a vitrine, o comerciante pode utilizá-la para vender em todas as redes sociais e internet, focada principalmente em dispositivos móveis. Após a venda, o lojista receberá os valores com total segurança em sua conta Yapay

// Potencialização da capacidade de baixa de boletos registrados

Com o crescimento exponencial das transações online no último trimestre, a Yapay desenvolveu uma nova integração, potencializando nossa capacidade de baixas em boletos registrados. Com esse desenvolvimento, garantimos segurança em escala e crescimento para os nossos clientes

// Redução do tempo de processamento das transações

Realizamos uma atualização em nossa plataforma para melhorar o processamento das transações que requerem respostas em tempo real. Com essa atualização a Yapay reduziu em 50% o tempo de processamento e retornos aos parceiros. A melhoria atinge principalmente o crescente mercado de delivery de alimentos em tempos de pandemia

// PIX – Banco Central do Brasil

Fizemos a adesão como Participante Indireto ao PIX, meio de pagamentos instantâneos anunciado pelo Banco Central do Brasil, que permite a realização de transferências em poucos segundos. O PIX substitui as transferências TED e DOC que possuem dias e horários limitados para as operações por uma opção de transferências disponibilizadas 24 horas, nos 7 dias da semana, além de ser uma nova alternativa aos boletos bancários, tão comuns no e-commerce

// Otimizações no E-mail Marketing

Ainda no objetivo de apoiar o pequeno empreendedor, o E-mail Marketing entregou *features* de otimização de contatos e envios, além de filtros de classificação de contatos. Com isso o empreendedor passa a ter maior qualidade de seus mailings e consequentemente maior assertividade em suas campanhas

// Integração Delivery Direto e Yapay

Reforçando a sinergia e as oportunidades de cross-sell entre as unidades do Grupo, desenvolvemos a integração entre a Delivery Direto e a nossa solução de pagamentos, a Yapay, para capturar o GMV transacionado nos aplicativos próprios dos restaurantes. Iniciamos o rollout para os clientes e, em menos de um mês, conseguimos a ativação de mais de 700 lojas

// Delivery Direto: módulo exclusivo para pizzarias

Na Delivery Direto, lançamos o módulo exclusivo para pizzarias, permitindo, assim, que os consumidores destes estabelecimentos criem seus pedidos em um fluxo específico para esse tipo de comida

// Integração PABX Locaweb com o Desk360

Com o intuito de ampliar as capacidades de comunicação dos clientes que utilizam a suíte do Desk360 para gestão e relacionamento com seus clientes, evoluímos na integração do PABX Locaweb com o Desk360, alinhado com a estratégia de ampliação das integrações de produtos SaaS da companhia. Seguimos nesta agenda de integração entre produtos, não apenas do portfólio Locaweb, como também com outras unidades do grupo

// Let's Encrypt – Segurança cibernética para nossos clientes

Com o objetivo de entregar ainda mais valor para o pequeno empreendedor, entregamos a integração da nossa Hospedagem com o “Let’s Encrypt”, solução gratuita de segurança cibernética. Com isso, além do usuário ter o site certificado, passa a contar com melhor indexação dos buscadores como Google



locaweb



Resultados

+24,8%

Receita Líquida no 2T20 vs 2T19
(R\$ 117,3 milhões)

+3,7 p.p.

Expansão da margem EBITDA do
segmento de Commerce no 2T20

+69,5%

Receita Líquida de Commerce no
2T20 vs 2T19

+147,8%

Crescimento do Lucro Líquido
Ajustado no 2T20 (R\$ 12,0 milhões)

+13,2%

Receita Líquida de BeOnline / SaaS
no 2T20 vs 2T19

**R\$ 19,7
milhões**

Geração de Caixa¹ no 2T20. No 6M20 a
Geração de Caixa foi de **R\$ 35,5 milhões**
(+128,9% vs 6M19)

+105,2%

GMV no 2T20 vs 2T19
(R\$ 1,7 bilhão)

**R\$ 444,1
milhões**

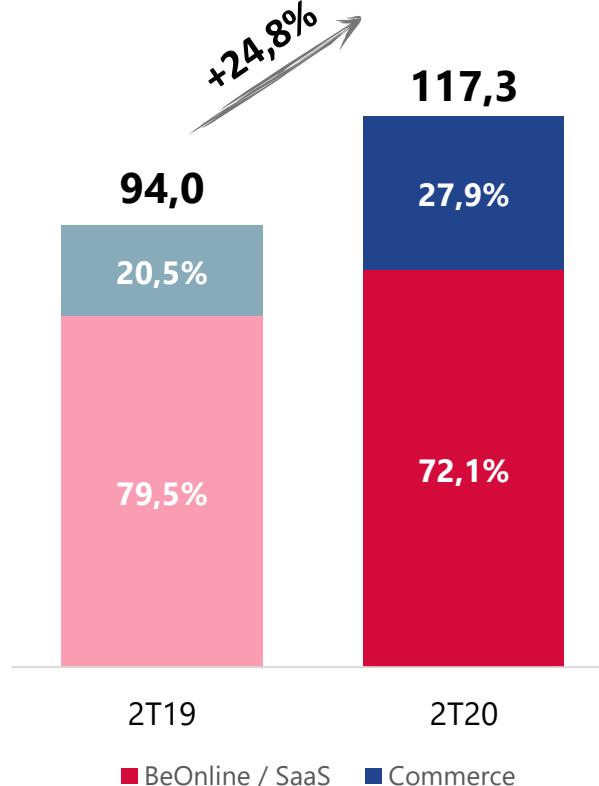
Posição de caixa líquido²

Receita Líquida: Trimestre com forte crescimento

locaweb

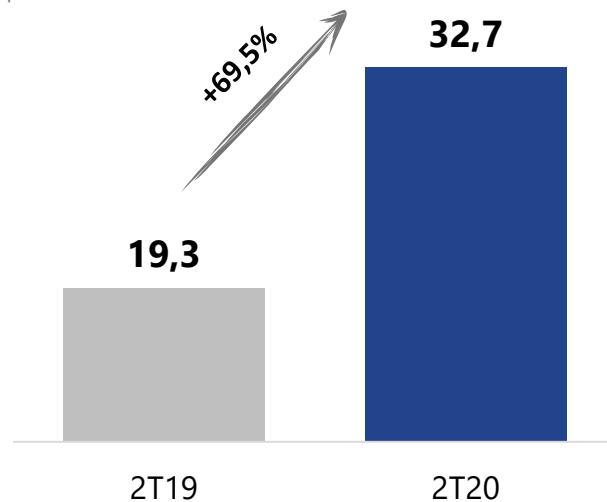
Consolidado

R\$ mi



Commerce

R\$ mi



GMV

R\$ 1,7 bi

+105,2% vs. 2T19

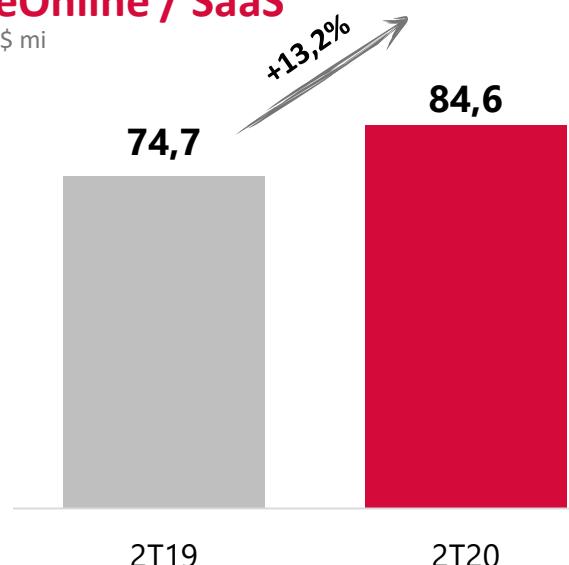
TPV

R\$ 377,8 mm

+148,1% vs. 2T19

BeOnline / SaaS

R\$ mi



Clientes

369,3 mil

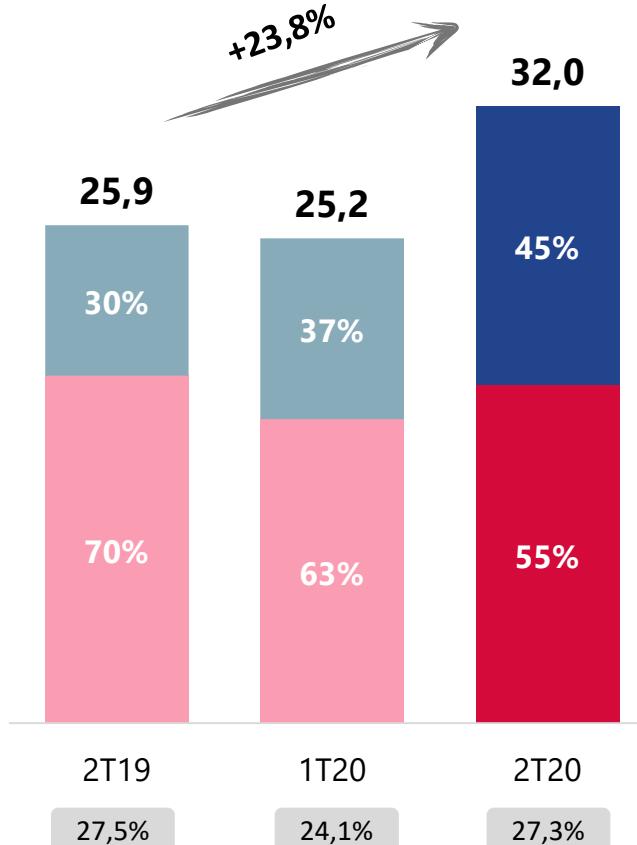
+2,2% vs. 2T19

EBITDA Ajustado¹: Tendência de expansão de margem

locaweb

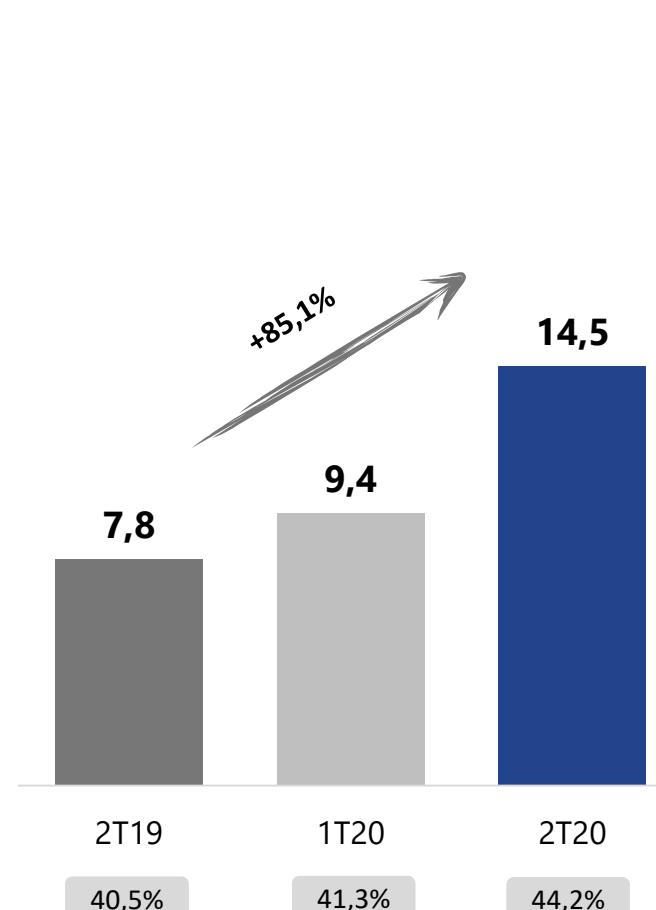
Consolidado

R\$ mi
Margem EBITDA



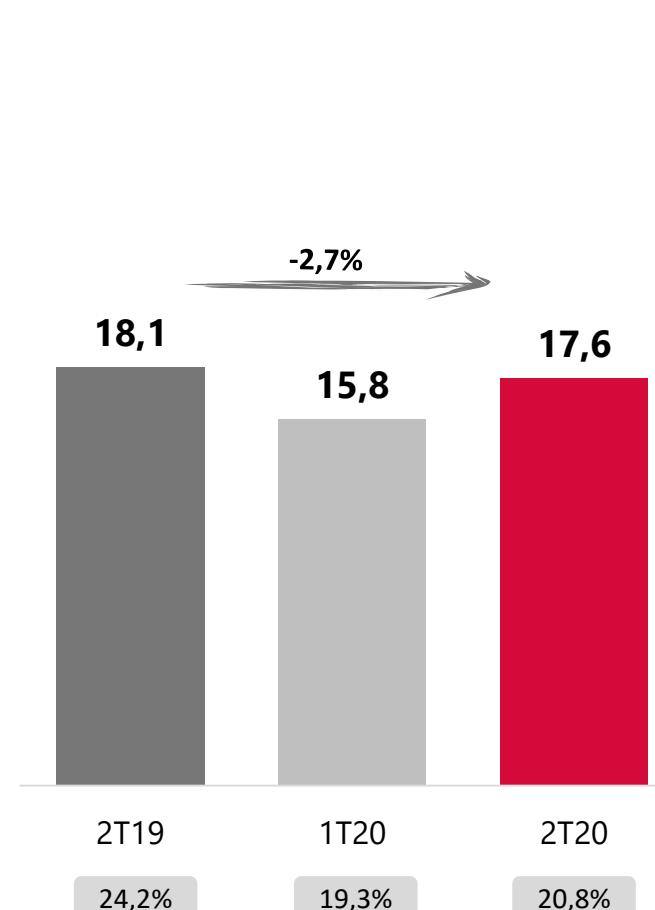
Commerce

R\$ mi
Margem EBITDA



BeOnline / SaaS

R\$ mi
Margem EBITDA

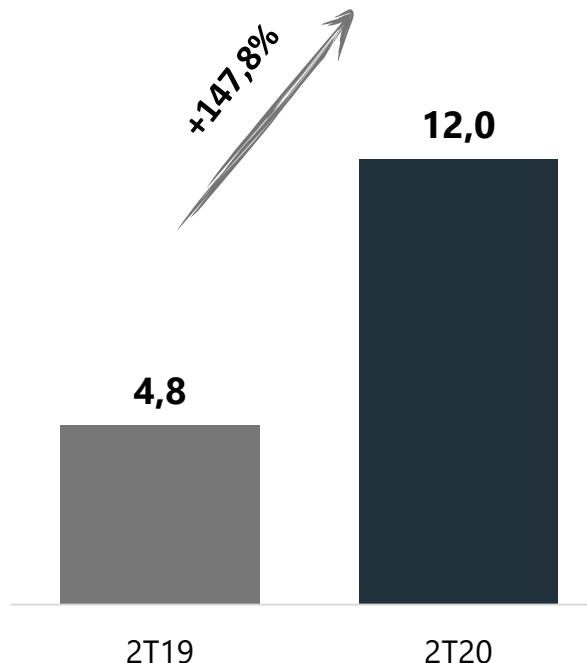


■ BeOnline / SaaS ■ Commerce

Lucro Líquido Ajustado: Crescimento de 147,8% vs o 2T19

locaweb

R\$ mi



Recomposição do Lucro Líquido Ajustado

R\$ mi

locaweb	2T20	2T19	vs 2T19
Lucro Líquido	5,2	3,7	40,6%
(+) Plano de opção de compra de ações	3,2	0,6	471,0%
(+) Amortização de intangíveis PPA	1,0	0,3	278,4%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	1,0	0,6	63,7%
(+) Ajuste relacionado ao CPC 06	0,4	0,6	-39,3%
(+) Marcação a mercado de derivativos	1,1	(0,9)	-218,0%
(+) Despesas relacionadas ao IPO	0,0	0,0	n/a
Lucro Líquido Ajustado	12,0	4,8	147,8%
<i>Margem Lucro Líquido Ajustado (%)</i>	<i>10,2%</i>	<i>5,1%</i>	<i>5,1 p.p.</i>

Expansão da Margem de Lucro Líquido em 5,1 p.p., atingindo 10,2% no 2T20

Fluxo de Caixa

R\$ mi

locaweb	2T20	2T19
Resultado antes do IR e CS	10,6	5,7
Itens que não afetam caixa	22,9	16,2
Variação no Capital de Giro	5,2	(14,6)
Caixa Líquido das Atividades Operacionais	38,7	7,3
Capex - Imobilizado	(7,4)	(3,6)
Capex - Desenvolvimento	(5,0)	(3,6)
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	26,4	0,1
Aquisição	(11,6)	(16,5)
Caixa Líquido das Atividades de Investimentos	(24,0)	(23,6)
Integralização de Capital	1,7	0,1
Empréstimos e financiamentos	(6,1)	(2,7)
Arrendamentos Mercantis	(2,8)	(2,6)
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos	0,0	(1,7)
Outros	(0,0)	(0,3)
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento	(7,2)	(7,1)
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	7,6	(23,4)

Fluxo de Caixa

II Variação no Capital de Giro

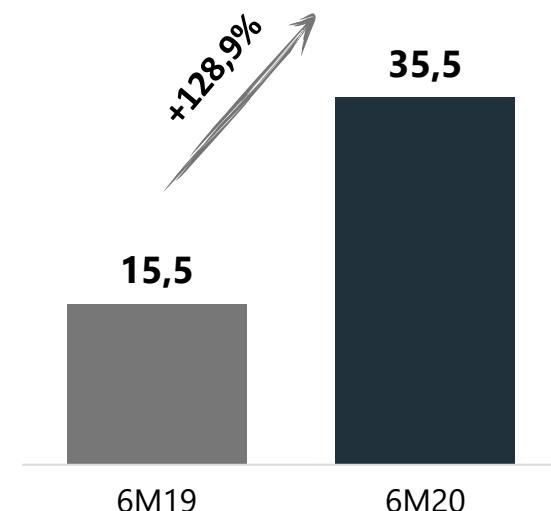
- Reversão da variação negativa do capital de giro observada no 1T20 em função da normalização do capital de giro da Yapay, após a capitalização efetuada no 1T20

II Capex

- 2019: 70% do Capex Imobilizado de 2019 ficou concentrado no primeiro trimestre, por esse motivo o investimento no 2T20 foi mais de 100% na comparação com o 2T19
- Escalabilidade de Commerce e SaaS:
 - Capex 6M20: R\$ 21,8 milhões (-37,5% vs 6M19)
 - Capex 2019: R\$ 47,7 milhões

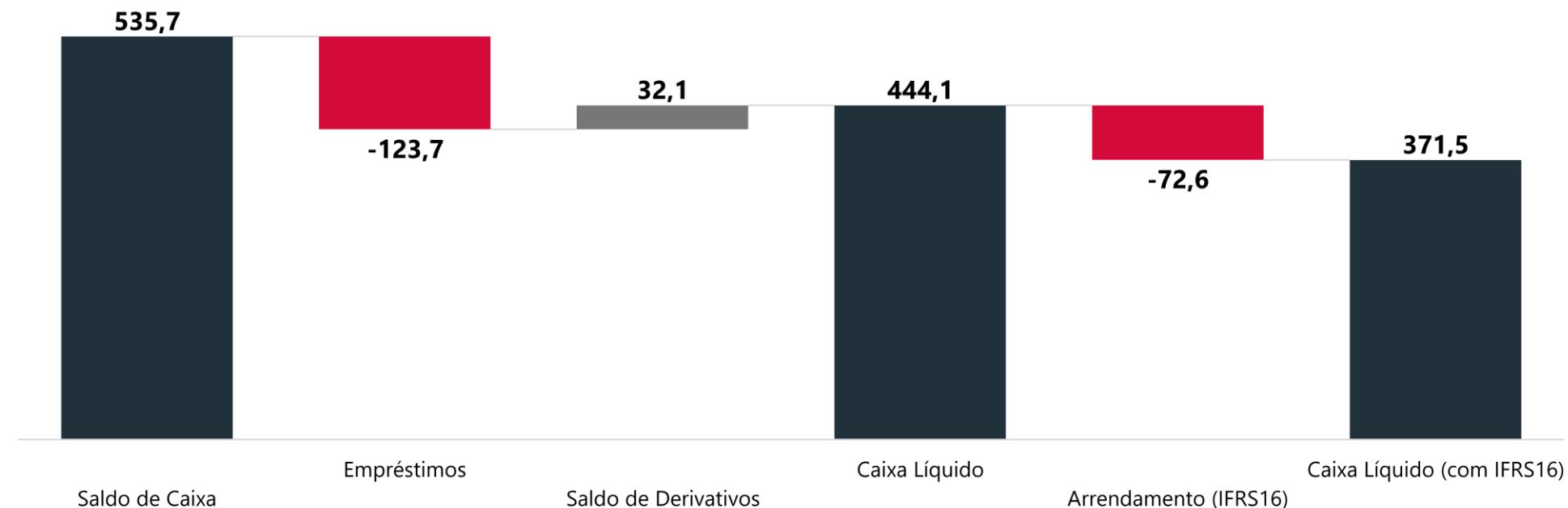
Geração de Caixa (EBITDA Ajustado – Capex)

R\$ mi



Posição de caixa

R\$ mi



Recursos em caixa serão essencialmente utilizados para aquisições



locaweb



Posicionamiento Estratégico

- // Covid-19 aumentou de forma substancial o **TAM¹** de todos os segmentos da Companhia
- // Empresa bem posicionada e relevante em segmentos de alto crescimento: **E-Commerce e SaaS**
- // **Portfólio mais completo** e em **rápida evolução** no Brasil para digitalização de **PMEs**
- // Empresa **capitalizada** com os recursos obtidos no IPO e com **geração de caixa** forte e consistente
- // Forte capacidade para acelerar vendas:
 - // Baixo CAC permite **acelerar a aquisição de clientes**, com esforços adicionais rentáveis
- // Consolidação da Tray como plataforma líder para PMEs: **Qualidade do Produto + Escalabilidade + Esforços de Brand Marketing = Dominância de mercado**
- // Estratégia clara e pipeline robusto de **M&A**
- // Possuímos programas para **Desenvolver, Reter e Atrair** as melhores **pessoas**

The Locaweb logo, featuring the word "locaweb" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters are primarily white, except for the "e" which is red.Two thick, red, diagonal stripes that intersect in the middle, creating a stylized 'W' or 'M' shape.

Results Presentation

2Q20

- // We had the **best** quarter of Locaweb's **history**
- // Following the accelerated **digitalization** process of companies initiated in Jan/20, we had a **continuous increase** in addition of new stores and in the ecosystem's GMV throughout 2Q20
 - // The addition of new stores in the Commerce segment increased by **274%** in 2Q20 vs 4Q19 (**282%** in June)
 - // In Commerce, GMV increased by **105%** in 2Q20 (vs 2Q19)
- // As a result of the strong entrance of new stores, our customer base **increased drastically in 2020**. In just 3 months of 2020, we **already surpassed the customer base growth** reported in 2019
- // **Market dominance + productivity + scalability** allowed our Commerce segment's **EBITDA margin** to reach **44.2%**
- // We also intensified our **Brand Marketing** efforts for Tray, with the objective of **consolidating the brand as a leading platform** for SMBs in Brazil

// BeOnline / SaaS solutions for SMBs reported an organic growth of over **29% in **new sales** in 2Q20 (vs 2Q19)**

// Excellent performance of our Hosting, Cloud VPS, Site Builder and E-mail

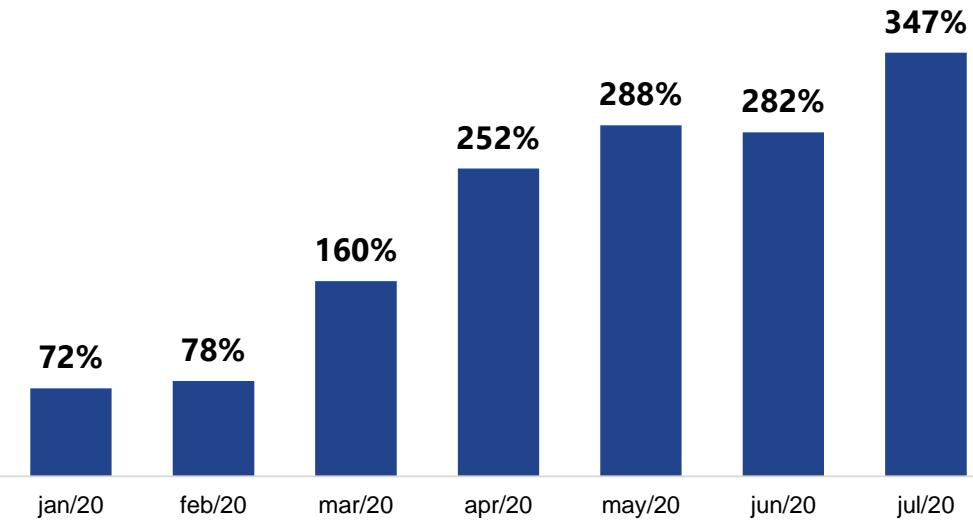
// Delivery Direto: Increased sales by **4x, **doubling** the customer base since the acquisition and breaking **historical record** of revenue and GMV on the platform**

// Continuity in the development of new products and features, in addition to the strong evolution of the **M&A pipeline**

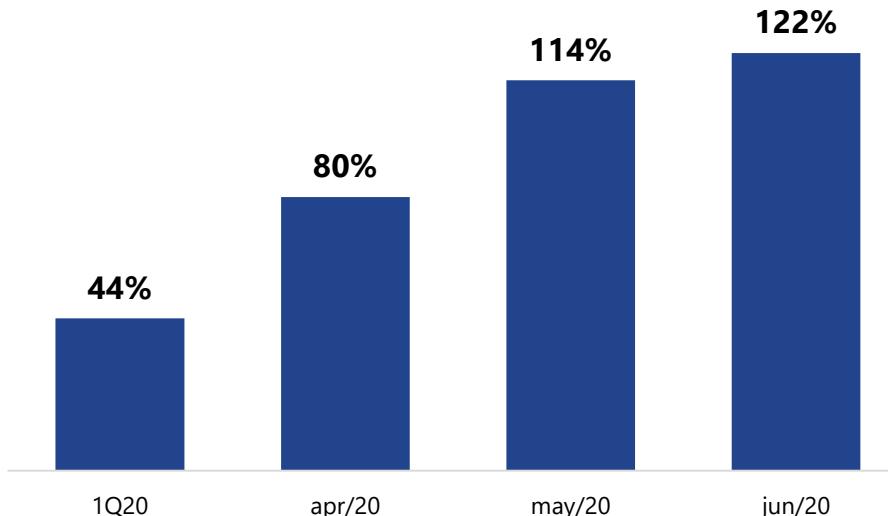
// Even with the reopening of commercial establishments in some cities, we did not see **any signs of slow down in new store additions or GMV in July/20**

// Efforts to retain talents, plus the Company's strength during the pandemic, **reduced the Group's **turnover** by **45%** in 2Q20 vs 1Q20**

Addition of new stores (vs 4Q19 monthly average)



GMV Growth (vs the same period in 2019)



Consolidated as the largest and best E-Commerce platform for SMBs in Brazil

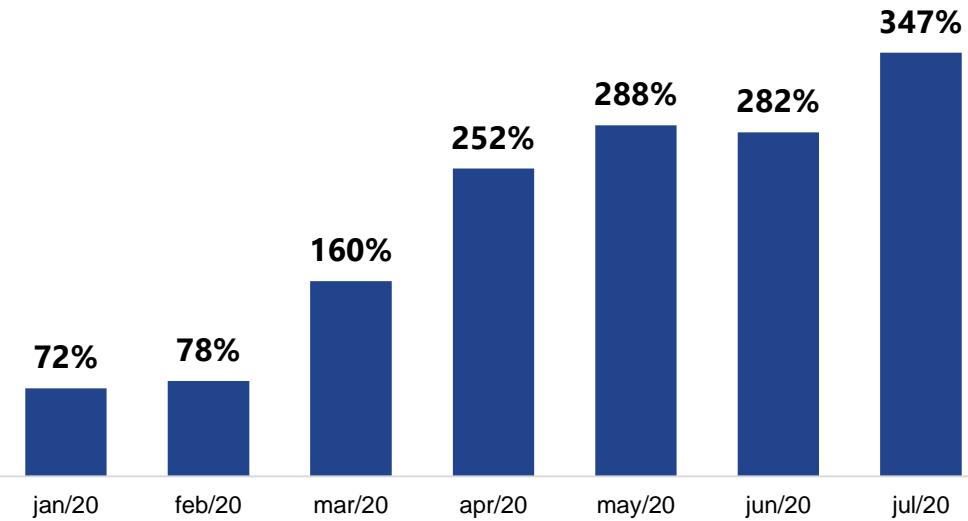
Platform with **170** integrations



Commerce: Expanding GMV and paving the way for growth in the coming years

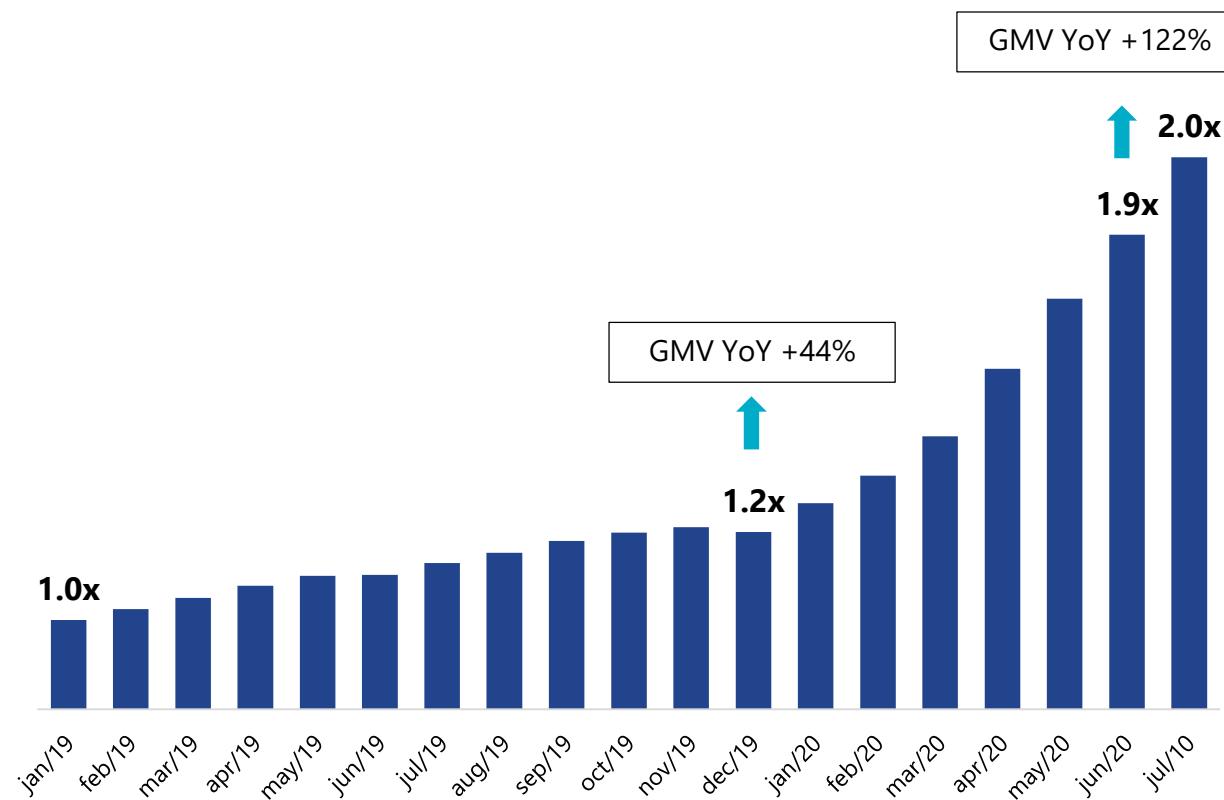
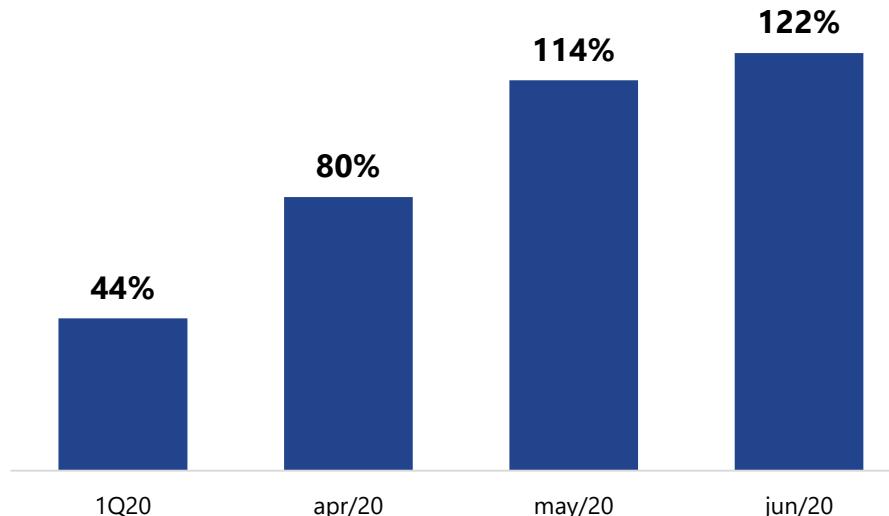
locaweb

Addition of new stores (vs 4Q19 monthly average)



As a result of the strong entrance of new stores, our customer base increased drastically in 2020

GMV Growth (vs the same period in 2019)



Since January 2020, sales increased by 24% over the same period in 2019, while sales growth in 2Q20 was 29% higher than in 2Q19.

► Hosting portfolio

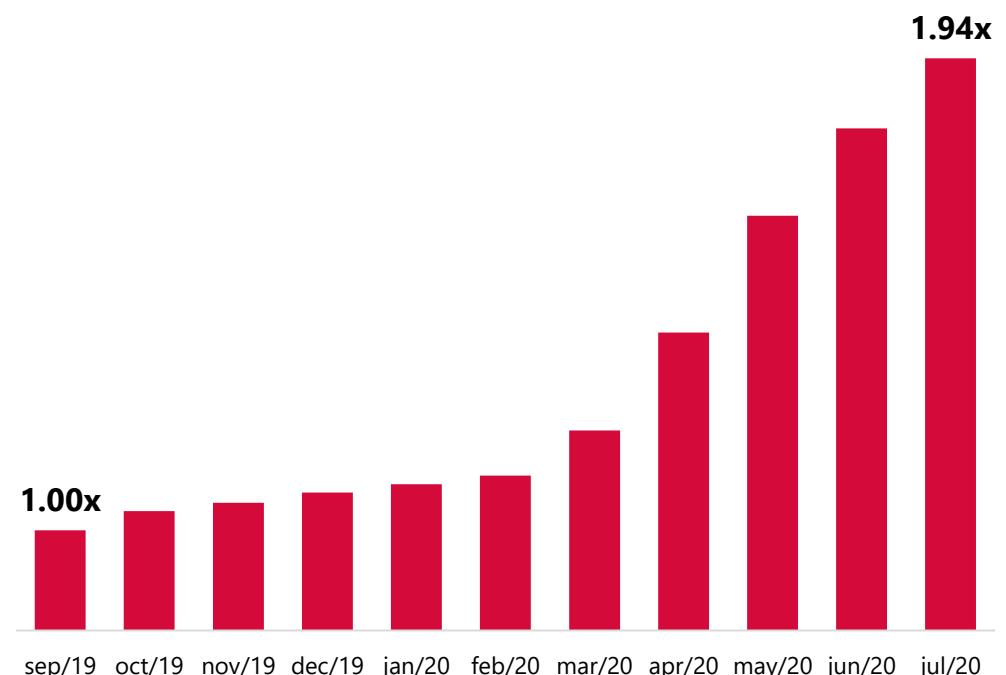
► Cloud VPS

► Site Builder

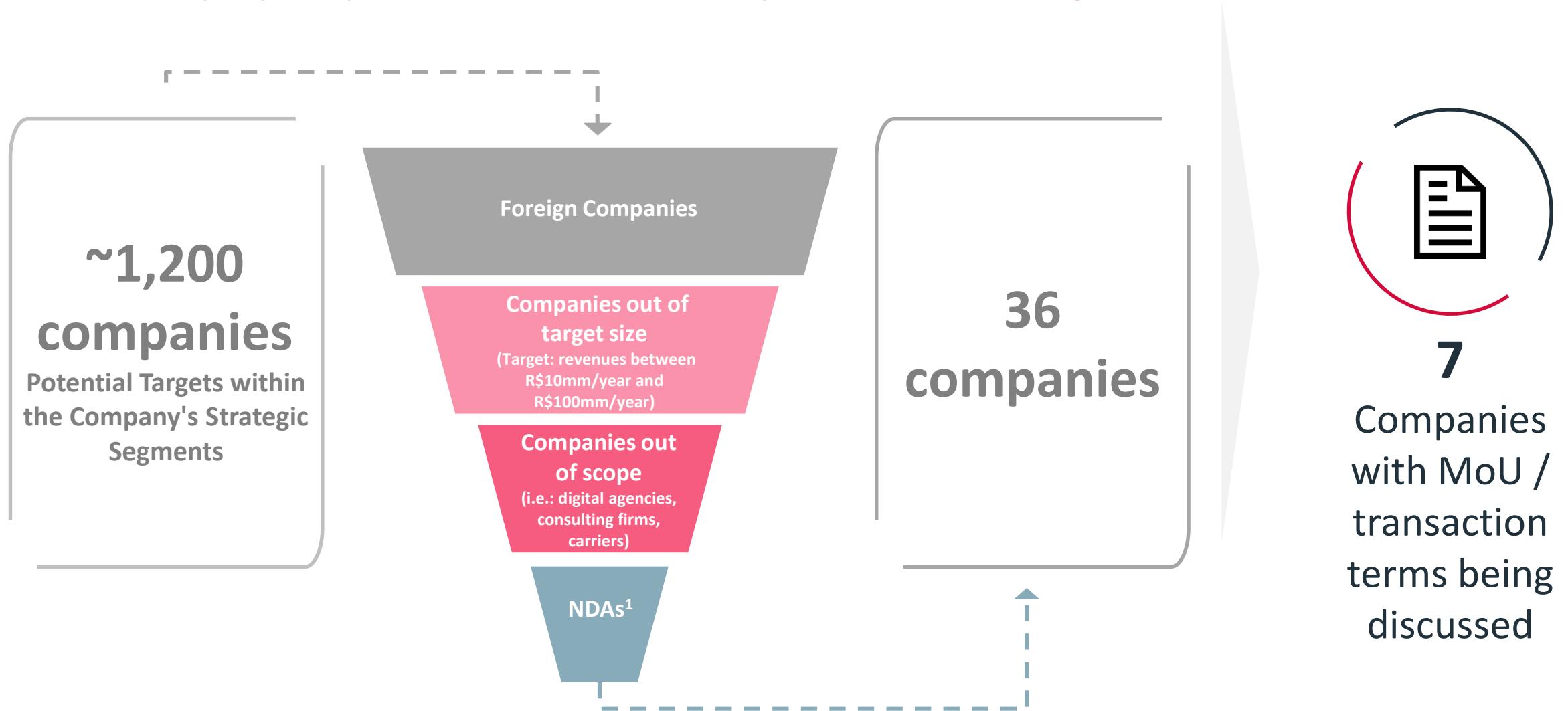
► E-mail portfolio

► Delivery Direto:

Delivery Direto's customer base doubled since its acquisition in Sep/19



The Company is capitalized and its investment plan remains unchanged



// Integration with new sales channels (Market-places)

We launched the integration with the Leroy Merlin market-place, a company that operates 21 departments, including building materials, furniture, lighting and security.

// Integration with Mercado Envios Flex

We launched the integration with Mercado Envios Flex This option allows stores that have their own delivery system to deliver orders received through the Mercado Livre platform.

// Integration with the "B2W Entregas" delivery labels system

We launched the "B2W Entregas" system that allows our customers to print their own delivery labels directly through the virtual store's Administrative Panel.

// New delivery option: "Clique e Retire"

We launched, in partnership with the national postal office, a new delivery option called "Clique e Retire", in which postal branches and accredited establishments can store orders to be pick-up by clients, offering an additional facility for online shopping

// New payment option: "Auxílio Emergencial Caixa"

A new payment option is also available for all customers: "Auxílio Emergencial Caixa", allows thousands of people to purchase essential goods at the stores on our platform by using their government Emergency Aid card through the Yapay processing system

// New items in our Theme Shop

We launched 7 new themes in our Theme Shop, reaching a total of 112 themes available for our customers to choose from

// **Yapay Showcase (“Vitrine Yapay”)**

We launched the Yapay Showcase, a new resource focused on small store owners and local businesses that need to quickly set up a complete online store with a checkout option. Through the Yapay application (IOS or Android), in just a few minutes a free-of-charge showcase can be created. Once the showcase is created, it can be used to sell products on all social media networks and the Internet in general, with formats mainly for mobile devices After a sale is made, the store will receive payments with full security through its Yapay account

// **Improving the capacity to write-off registered bank slips**

Due to the exponential growth of online transactions in the last quarter, Yapay developed a new integration tool to further improve the ability to write-off registered bank slips. Though this feature, we guarantee that our customers can safely increase their scale and growth

// **Reduction in transaction processing time**

We improved our platform's transaction processing for real-time responses With this update, Yapay reduced its partner processing return times by 50%. This improvement mainly affects the food delivery market, which has been growing rapidly during the pandemic

// **PIX – Central Bank of Brazil**

We signed up as an Indirect PIX Participant, an instant payment method announced by the Central Bank of Brazil that allows money transfers to be executed in only a few seconds PIX replaces the TED and DOC money transfers, which have limited operating hours, with a new money transfer option available 24/7, in addition to being a new alternative for substituting bank slips, which are commonly used in e-commerce

// Optimizing E-mail Marketing

Aimed at supporting small businesses, the E-mail Marketing solution delivered contact and mailing optimization features, in addition to contact classification filters. With this, businesses have higher quality mailings and can consequently improve the assertiveness of their campaigns

// Integration between Delivery Direto and Yapay

Aimed at reinforcing synergy and cross-selling opportunities among the Group's units, we developed the integration between Delivery Direto and Yapay, our payment solution product, in order to capture the GMV transaction volumes in restaurant applications. We began this roll-out for our customers and, in less than a month, we managed to activate more than 700 stores

// Delivery Direto: exclusive module for pizzerias

At Delivery Direto, we launched an exclusive module for pizzerias that allows clients to create specific orders for this type of meal

// Integration between PABX Locaweb and Desk360

In order to expand the communication capabilities of our customers who use the Desk360 suite for management and client relationships, we also advanced in the integration between PABX Locaweb and Desk360, aligned with our strategy to increase our SaaS product integrations. We continue with this integration agenda among products, not only for Locaweb's portfolio, but also with other units within the Group

// Let's Encrypt - Cybersecurity for our customers

In order to deliver even more value to small businesses, we enhanced the integration of our Hosting with the "Let's Encrypt" feature, a free-of-charge cyber security solution. With this feature, in addition to users accessing a certified website, the indexing with search engines, such as Google, was improved

locaweb



Results

+24.8%

Net Revenues in 2Q20 vs. 2Q19
(R\$117.3 million)

+3.7 p.p.

Increase in EBITDA margin of the
Commerce segment in 2Q20

+69.5%

Net Revenues in the Commerce
segment in 2Q20 vs. 2Q19

+147.8%

Adjusted Net Income growth in
2Q20 (R\$12.0 million)

+13.2%

Net Revenue for BeOnline / SaaS in
2Q20 vs 2Q19

**R\$19.7
million**

Cash Generation¹ in 2Q20. Cash Generation
in 6M20 reached **R\$35.5 million (+128.9%**
vs 6M19)

+105.2%

GMV in 2Q20 vs 2Q19
(R\$1.7 billion)

**R\$444.1
million**

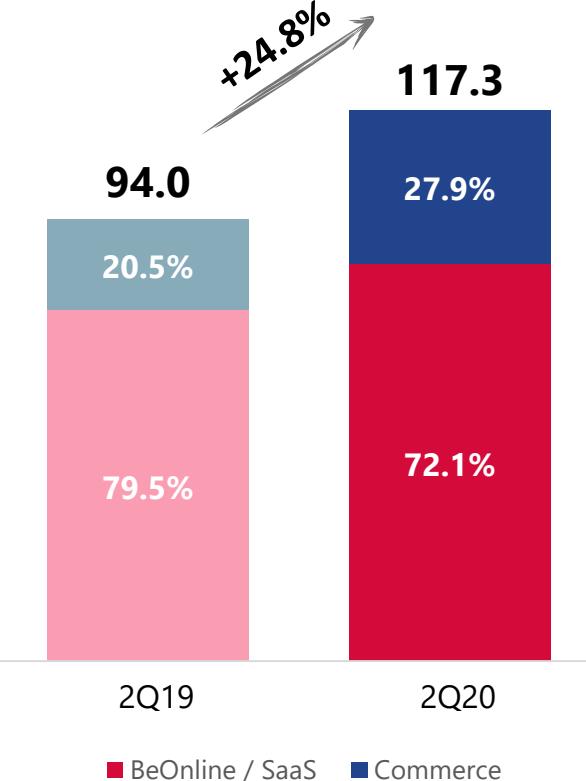
Net cash Position²

Net Revenue: Quarter with a strong growth

locaweb

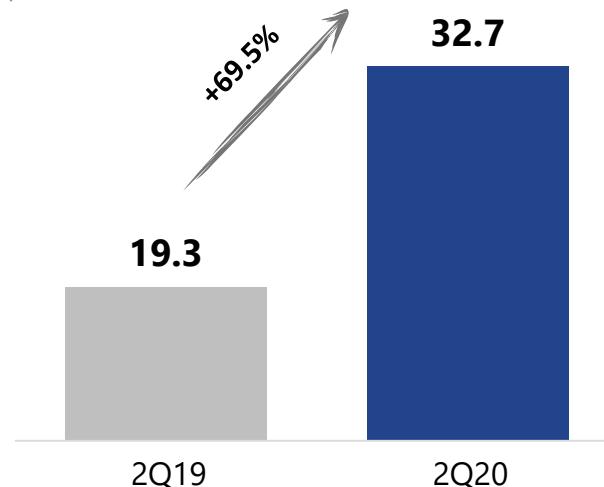
Consolidated

R\$ million



Commerce

R\$ million



GMV

R\$1.7 billion

+105.2% vs. 2Q19

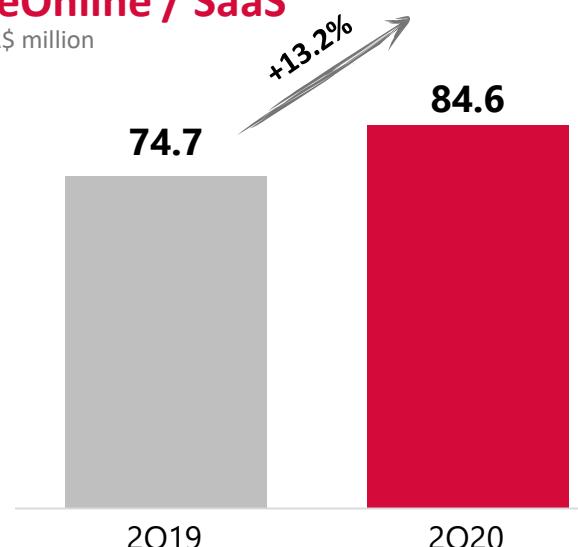
TPV

R\$377.8 million

+148.1% vs. 2Q19

BeOnline / SaaS

R\$ million



Customers

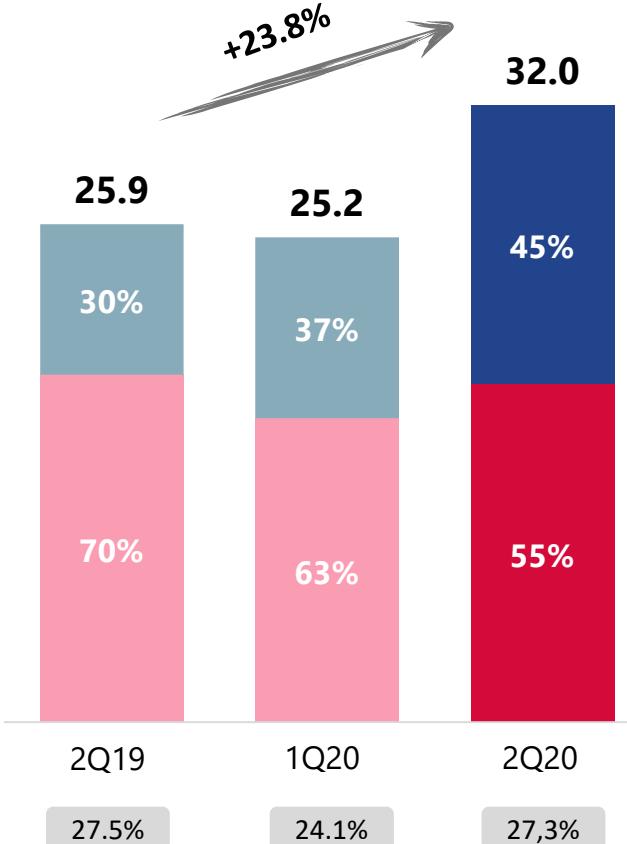
369,3 thousand

+2.2% vs. 2Q19

Adjusted EBITDA¹: Margin expansion trend

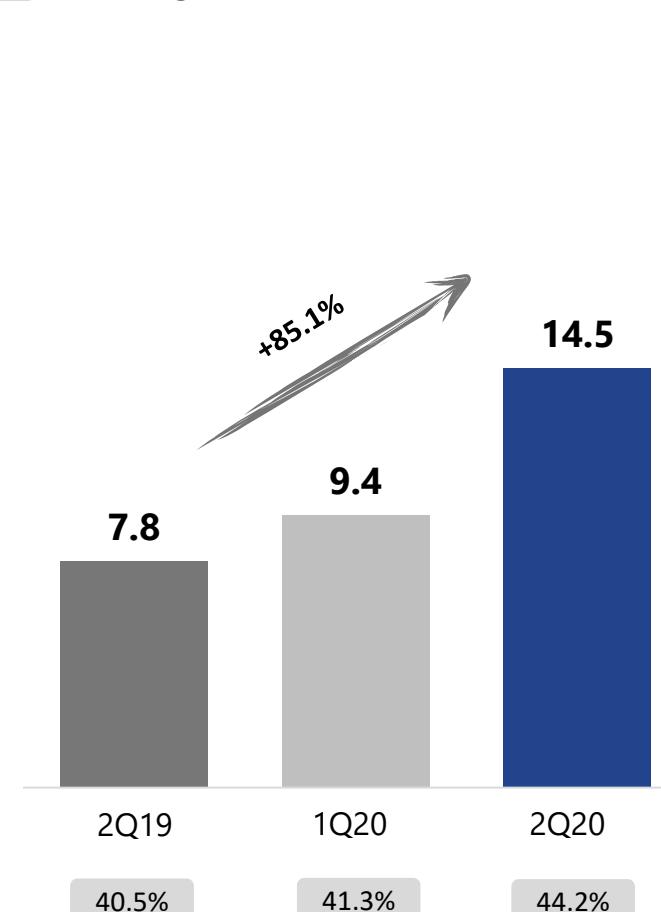
Consolidated

R\$ million
EBITDA Margin



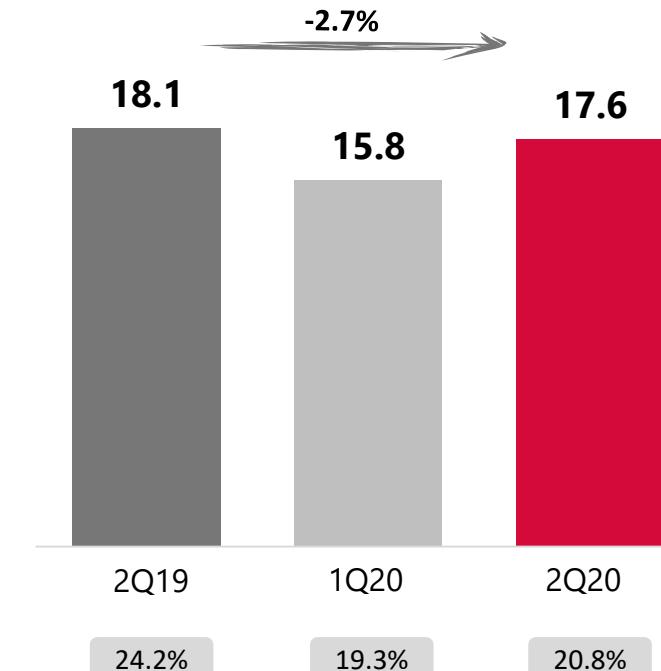
Commerce

R\$ million
EBITDA Margin



BeOnline / SaaS

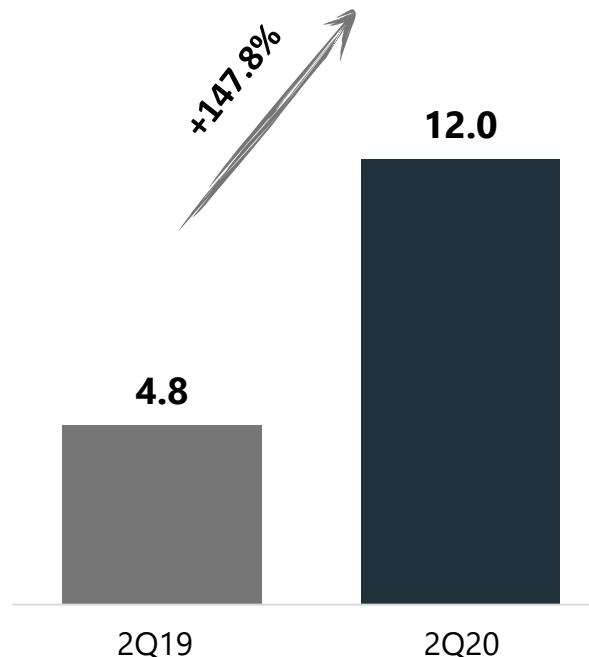
R\$ million
EBITDA Margin



Adjusted Net Income: Growth of 147.8% vs 2Q19

locaweb

R\$ million



Recomposition of Adjusted Net Income Margin

R\$ million

locaweb	2Q20	2Q19	vs 2Q19
Net income	5.2	3.7	40.6%
(+) Stock option plan	3.2	0.6	471.0%
(+) Intangible amortization	1.0	0.3	278.4%
(+) Deferred income tax and social contribution	1.0	0.6	63.7%
(+) CPC 06 adjustment	0.4	0.6	-39.3%
(+) MtM	1.1	(0.9)	-218.0%
(+) IPO Expenses	0.0	0.0	n/a
Adjusted net income	12.0	4.8	147.8%
<i>Adjusted net income margin (%)</i>	10.2%	5.1%	5.1 p.p.

Increase in Net Income Margin by 5.1 p.p., reaching 10.2% in 2Q20



Cash-generating and well-capitalized Company

locaweb

Cash Flow

R\$ million

locaweb	2Q20	2Q19
Income (loss) before income taxes	10.6	5.7
Items that do not affect cash	22.9	16.2
Variations in working capital	5.2	(14.6)
Net cash provided by operating activities	38.7	7.3
Capex for permanent assets	(7.4)	(3.6)
Capex for development	(5.0)	(3.6)
Free Cash Flow - After Capex	26.4	0.1
Acquisition	(11.6)	(16.5)
Net cash provided by investment activities	(24.0)	(23.6)
Subscription of capital stock	1.7	0.1
Loan and financing	(6.1)	(2.7)
Commercial lease	(2.8)	(2.6)
Dividends and interest on equity	0.0	(1.7)
Others	(0.0)	(0.3)
Net cash provided by financing activities	(7.2)	(7.1)
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	7.6	(23.4)

Cash Flow

// Change in Working Capital

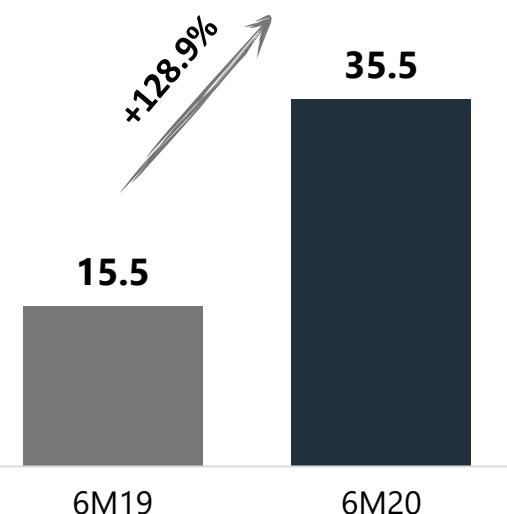
- Reversal of the negative change in working capital observed in 1Q20 due to the normalization of Yapay's working capital, after the capitalization made in 1Q20

// Capex

- 2019: In 2019, 70% of Capex in PP&E was concentrated in the first quarter, therefore the amounts in 2Q20 increased by more than 100% when compared to 2Q19
- Commerce and SaaS scalability:
 - Capex 6M20: R\$21.8 millions (-37.5% vs 6M19)
 - Capex 2019: R\$47.7 millions

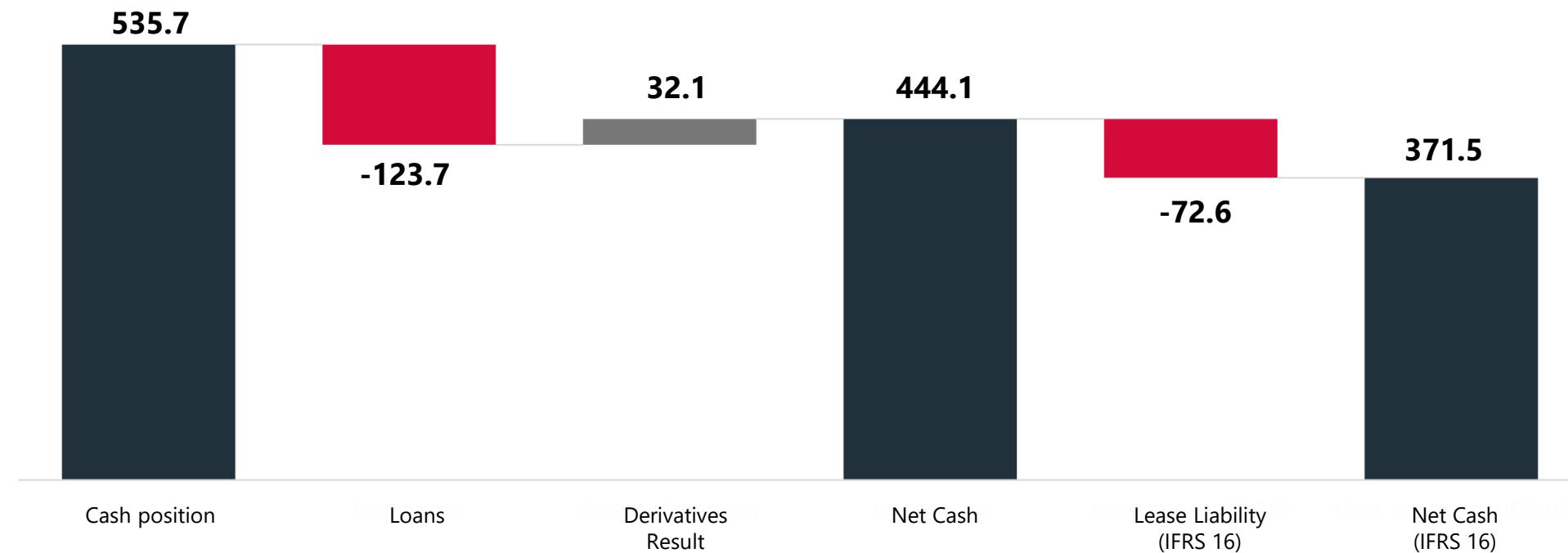
Cash Generation (Adjusted EBITDA – Capex)

R\$ million



Cash Position

R\$ millions



Cash position will be mainly used for new acquisitions

locaweb



Strategic Positioning

- // Covid-19 substantially **increased TAM¹** in all of the Company's segments
- // Well-positioned and relevant Company in high growth segments: **E-Commerce and SaaS**
- // **Most complete portfolio** and **rapidly evolving** in Brazil for digitalization of **SMBs**
- // **Well-capitalized** Company with the resources obtained from the IPO and with strong and consistent **cash generation**
- // Strong ability to accelerate sales:
 - // Low CAC allows **accelerating customer acquisition**, with additional profitable efforts
- // Consolidation of Tray as a leading platform for SMBs: **Product Quality + scalability + Brand Marketing Efforts = Market dominance**
- // Clear strategy and robust **M&A** pipeline
- // We have programs to **Develop, Retain and Attract** the best people