

São Paulo, 13 de maio de 2020: Locaweb Serviços de Internet S.A. (B3: LWSA3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do 1T20

Destaques

Receita Líquida de **R\$ 104,5** milhões no 1T20, crescimento de **23,6%** vs 1T19

BeOnline/SaaS atingiu **R\$ 81,7** milhões de Receita Líquida, crescimento de **21,5%** vs 1T19

Commerce atingiu **R\$ 22,9** milhões de Receita Líquida, crescimento de **31,8%** vs 1T19

No Commerce, o crescimento do GMV foi de **44,4%** no 1T20, totalizando **R\$ 1,2** bilhão.

Como referência, o GMV do mercado de Commerce no Brasil¹ em 2019 cresceu 16% (vs 2018)

O TPV de Commerce cresceu **60,7%** no 1T20 vs 1T19, atingindo **R\$ 245,9** milhões

Expansão de **103%** na adição de novos clientes em Commerce no 1T20 vs 4T19

(março/20 apresentou expansão de **160%** vs média mensal do 4T19 na adição de novas lojas)

No 1T20, o EBITDA de Commerce cresceu **43,9%** vs 1T19, totalizando **R\$ 9,4** milhões

(Expansão da Margem EBITDA em Commerce de **3,5 p.p.**, atingindo **41,3%** no 1T20)

Geração de Caixa Operacional² atingiu **R\$ 15,8** milhões no 1T20, crescimento de **587%** vs 1T19

Lucro Líquido Ajustado de **R\$ 4,4** milhões no 1T20, crescimento de **29,7%** vs 1T19

Posição de Caixa Líquido³ de **R\$ 364,4** milhões. Excluindo os efeitos do IFRS 16, a Posição de Caixa Líquido é de **R\$ 433,4** milhões

Teleconferência (tradução simultânea): 15/05/2020

15:00 no horário de Brasília: +55 (11) 4210-1803

14:00 no horário dos EUA (EST): +55 (11) 3181-8565

Código de acesso: LOCAWEB

Relações com Investidores

+55 11 3544-0479

ri.locaweb.com.br

ri@locaweb.com.br



¹ Fonte: EBIT (Webshoppers 41ª edição)

² EBITDA Ajustado menos Capex

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

// Comentários da Administração

É com satisfação que apresentamos ao mercado os resultados do primeiro trimestre de 2020 da Locaweb. Um trimestre em que tivemos a nossa abertura de capital e estreia na B3 e em que consolidamos as melhores práticas de governança corporativa. O primeiro trimestre de 2020 foi marcado, também, por um consistente resultado em nossas linhas de negócio, em que conseguimos colocar em prática nossa estratégia para expansão de vendas de novas lojas em Commerce e um robusto crescimento nos dois segmentos da Companhia.

No segmento de Commerce, o crescimento depende basicamente de dois fatores: (i) expansão do GMV da base já existente de clientes e (ii) a entrada de novos clientes, que contribuirão para a receita de assinaturas e expansão do GMV conforme seu sucesso.

Com relação à expansão do GMV, a qualidade do nosso ecossistema, sem igual para PMEs, contribuiu para o aumento de vendas dos nossos clientes e se reflete na expansão de GMV de cerca de 45% no 1T20. Em março o GMV teve tendência de crescimento no final do mês, por conta do Coronavírus, que se refletiu, também, no expressivo crescimento de 80% no mês de abril em comparação com abril de 2019, fazendo com que a soma do GMV dos últimos doze meses encerrados em abril/20 atingisse R\$ 4,9 bilhões.

Em adição de novas lojas, tivemos o melhor trimestre da história da operação de Commerce. No primeiro trimestre de 2020, houve expansão de 103% na adição de novas lojas quando comparado ao quarto trimestre de 2019, enquanto o mês de março apresentou crescimento de mais de 160% em comparação a média mensal do último trimestre de 2019, com substancial aumento de vendas na segunda metade do mês. Seguindo a mesma tendência das últimas semanas de março, o mês de abril teve aumento de 252% em comparação ao quarto trimestre de 2019 em adição de novas lojas, sendo, assim, individualmente, o melhor mês da história da operação de Commerce. Com esses volumes de novos entrantes, nos consolidamos como a maior e melhor ferramenta para digitalização das PMEs no Brasil.

Observamos três fatores que contribuíram para essa aceleração no 1T20 e no mês de abril: (i) o ambiente competitivo favorável com a saída de dois concorrentes; (ii) o aumento do nosso investimento em aquisição de clientes (CAC), que continua sendo muito saudável e possibilitando futuras expansões e (iii) a aceleração das tendências de digitalização da economia imposta pelo avanço do Coronavírus.

Com esse aumento no volume de novos entrantes, estamos pavimentando o caminho para um grande crescimento de receitas nos próximos anos, uma vez que o ARPU dos novos clientes é multiplicado por sete ao longo dos três anos seguintes, até atingir o gasto médio de nossa base.

Nosso segmento de BeOnline / SaaS é resiliente. Temos 98% de receita recorrente e com renovação automática, aproximadamente 50% dos nossos planos vendidos são anuais, possuímos forte relacionamento com desenvolvedores, baixa concentração de receita por cliente e mais de 80% das nossas vendas (em R\$) são feitas por meio de canais digitais. Atuamos, também, fortemente no desenvolvimento de novos produtos e funcionalidades para nossos clientes, o que contribuiu para o crescimento de mais de 21% de Receita Líquida no primeiro trimestre de 2020 em comparação com mesmo período do ano anterior.

No segmento, destacamos a expressiva performance do nosso Cloud VPS (produto de entrada do portfólio Cloud), toda nossa Suíte de soluções para e-mails corporativos, do Criador de Sites, portfólio All In e Delivery Direto, todos eles apresentando altas taxas de crescimento em relação a 2019.

A Delivery Direto, que desenvolve aplicativos para restaurantes, apresentou um incremento de vendas (adição de novos clientes) superior a 4 vezes após a aceleração da digitalização imposta pelo Coronavírus. A plataforma também adquiriu clientes de grande porte como grandes redes de restaurantes e lojas de comércio de alimentos, que optaram pelo aplicativo próprio de delivery em associação com suas plataformas de e-commerce já existentes.

Desta forma, o segmento de BeOnline / SaaS como um todo apresentou aumento de vendas superior a 20% no 1T20 quando comparado ao 1T19.

Sobre o Coronavírus percebemos que muitos clientes que já possuíam iniciativas de transformação digital, aproveitaram o momento para acelerar ainda mais suas iniciativas online. Existe também um segmento muito grande de empresas que praticamente não exploravam a força digital nos seus negócios. Com todas as nossas soluções de BeOnline / SaaS e Commerce, conseguimos apoiar esses dois públicos.

Complementando a análise dos impactos do Coronavírus, conforme antecipamos na divulgação de resultados do 4T19, criamos um comitê de crise, formado pelos principais diretores da Locaweb, que avaliou e continua avaliando diariamente o cenário do novo Coronavírus. Nosso foco sempre foi e continuará sendo a segurança dos nossos colaboradores e a continuidade da nossa operação, tanto no atendimento e suporte aos nossos clientes, como no desenvolvimento de novos produtos e funcionalidades.

Implementamos um intenso plano de orientações e informações aos colaboradores e colocamos em prática um plano de Home Office que atingiu mais de 97% de toda a Companhia, além de colocar os colaboradores indispensáveis para trabalho presencial em condições seguras no nosso escritório.

As equipes de atendimento e suporte, também em regime de home-office, não tiveram, tampouco, impacto em atendimento ao cliente e não gerou custo extra para a Companhia. Como exemplo podemos citar o TME (Tempo Médio de Espera) e TMA (Tempo Médio de Atendimento), que não sofreram alteração com o trabalho remoto.

Por já estarmos estruturados para o trabalho remoto, isso não afetou a produtividade e desenvolvimento das nossas plataformas, que continuaram em ritmo acelerado nesse período, preparando a Companhia para ajudar as PMEs no forte processo de digitalização que o pós-Coronavírus trará para a economia.

Os impactos do Coronavírus afetaram temporariamente as margens do segmento de BeOnline / SaaS, mas não comprometem a tendência de expansão de margens que a Companhia vem demonstrando em função da expansão de suas operações de maiores margens (SaaS e Commerce), bem como ganhos de escala devido ao seu crescimento:

- Com a possibilidade de aumento na inadimplência em alguns nichos específicos de clientes, decidimos incrementar a provisão para perda esperada de contas a receber. O provisionamento foi feito observando o *aging* e comportamento da carteira de clientes corporativos (cerca de 15% do segmento de BeOnline / SaaS), cujos planos são pós-pagos.

- A desvalorização cambial impacta o custo com licenças de softwares em moeda estrangeira. Contratualmente esse custo será repassado ao cliente, no entanto, existe um descasamento entre a data em que pagamos o provedor das licenças e o repasse efetivo do custo para o cliente, afetando, assim, as margens do segmento no trimestre.

A desvalorização cambial beneficia algumas linhas de negócios, uma vez que alguns de nossos concorrentes estrangeiros possuem produtos precificados em dólar, o que torna nossa oferta, que é precificada em reais, mais competitiva, como exemplo podemos citar todo o portfólio de Cloud e de Marketing Digital (All In).

Entramos neste período mais crítico do cenário mundial capitalizados com os recursos obtidos no IPO (posição de caixa de R\$ 520 milhões), que, conforme já apresentado no release de resultados do 4T19, serão essencialmente utilizados para novas aquisições. Continuamos com o mesmo ritmo de busca por novas empresas, com os mesmos princípios que nortearam as aquisições que já realizamos, ou seja, empresas com receita recorrente, produtos consolidados e que complementem nosso ecossistema, time de alta qualidade e alto potencial de cross-sell com as operações já existentes da Locaweb.

A grande pergunta neste período de incerteza tem sido "quando tudo vai voltar ao normal?", no entanto, entendemos que a verdadeira pergunta que deve ser feita é "você está pronto para quando voltar?". A Locaweb continuará atuando fortemente para a transformação digital dos nossos clientes para que eles estejam cada vez mais preparados para enfrentar o novo cenário pós Covid-19.

Destaques do Negócio no 1T20

// Commerce

"A Tray possui o ecossistema mais completo em sua categoria e é a empresa mais preparada para acelerar a digitalização das PMEs brasileiras. Isso permite que o nosso cliente, além de ter acesso a uma plataforma de última geração para venda de seus produtos, acelere suas vendas de forma diferenciada, como pode ser visto no crescimento do número de novos lojistas e da aceleração do GMV no trimestre."

Fernando Cirne, CEO da Locaweb

- Continuando com a nossa estratégia de disponibilizar canais adicionais de vendas a todos os nossos clientes de forma nativa, lançamos a integração com o market-place Mobly, o maior market-place de móveis do Brasil.
- Foi lançado o aplicativo Yapay para sistemas Android e IOS: Com essa aplicação é possível que nossos clientes da solução de pagamento tenham acesso ao painel de vendas disponibilizando total gestão financeira dos recebíveis e extrato das transações de forma fácil e rápida na palma da mão.
- Lançamos um novo Painel Administrativo com dashboard das informações mais relevantes aos lojistas, possibilitando acesso facilitado a informações que permitam montar estratégias que levem a uma melhor performance operacional e de vendas, tais como "Quantidade de Vendas", "Ticket médio", "Canais de vendas", "Produtos mais acessados", "Produtos mais vendidos" entre outros.

- Focando em oferecer mais oportunidades de criação de promoções de produtos nas lojas virtuais, novas funcionalidades de aplicação de cupons de desconto foram disponibilizadas na plataforma. Desta forma o lojista poderá customizar ainda mais suas regras de aplicação de cupons, permitindo escolher dados customizados relacionados ao perfil do comprador (qual seu time, domínio específico de e-mails, tipo de pessoa PF/PJ) entre outras possibilidades.
- O Mercado Livre, maior market-place da América Latina, idealizou um novo programa de certificação de empresas parceiras para garantir que as aplicações possuam um padrão mínimo de qualidade e experiência aos seus usuários. A Tray, nesta nova certificação, tornou-se parceiro Platinum (uma das poucas empresas no Brasil), maior classificação do programa, o que garante a excelência de sua aplicação. Esta certificação, dentre outros critérios, avalia a satisfação dos usuários em relação a integração, obtendo um NPS acima de 50.
- Com o foco em ampliar nosso ecossistema de parceiros integrados a nossa solução de pagamento e expandir nossa participação no mercado de lojistas que não utilizem a nossa própria plataforma, a Yapay traz quatro novas integrações de plataformas de e-commerce: Convertize, Indecommerce, Ecommercenet e Tribbox.
- Lançamos um novo recurso na Yapay para ajudar pequenos comerciantes e autônomos a continuarem vendendo durante a pandemia do novo Coronavírus e, também, para aumentar a venda de todos que trabalham com redes sociais. Trata-se de um Gerador de Link de Pagamento, pelo qual rapidamente nosso cliente consegue gerar um LINK com informações pré-definidas de valores e produtos e divulgar por e-mail, redes sociais e WhatsApp. Ao clicar no link, o comprador pode realizar o pagamento por Boleto ou Cartão de Crédito com total segurança usando os serviços da Yapay.
- Realizamos duas grandes melhorias em nossa plataforma de e-commerce, focando em melhorar o ranqueamento das lojas em buscadores e, assim, aumentar a velocidade de acesso pelos clientes aos sites Tray: (i) criação de um otimizador de imagens, gerando novos padrões de arquivos com ganhos em tamanho e qualidade das imagens e (ii) a implementação de uma CDN para melhorar a velocidade de todas as páginas e arquivos estáticos que agora ficam pré-carregados em uma rede global de conteúdo.

// BeOnline / SaaS

“Intensificamos o desenvolvimento de novos produtos e funcionalidades em nossas soluções já existentes, consolidando a Locaweb como a maior plataforma para digitalização de clientes PMEs no Brasil, e trabalhamos arduamente para manter a qualidade do atendimento aos nossos clientes mesmo em home-office.”

Fernando Cirne, CEO da Locaweb

- Continuamos a investir fortemente no produto Criador de Site: lançamos novas funcionalidades e reformulamos as funcionalidades de checkout.
- Lançamento do novo produto Hospedagem VPS visando entrega de uma opção de maior robustez e performance para clientes que precisam de excelente capacidade de processamento com toda a facilidade de gerenciamento que o painel de hospedagem Locaweb oferece.

- A Cluster2Go, empresa adquirida em 2018 e responsável por jornada para Nuvem Pública, recebeu o selo de MSP – Managed Service Provider – da AWS – Amazon Web Services. Com este selo, além de ratificar a competência da empresa em prestar serviços de gestão tecnologia em ambientes criados na nuvem AWS, a empresa ainda se diferencia no mercado se colocando como um dos parceiros mais relevantes, para esta modalidade, da AWS no país.

// Pessoas

“A Locaweb sempre investiu no bem-estar dos seus recursos. Em um cenário de Covid-19, esse DNA da Locaweb ajudou na criação de processos que suportem o bem-estar de nossos recursos no ambiente de home-office e incertezas relacionadas ao Coronavírus. Dentro desse cenário continuamos nossa busca pela contratação e retenção dos melhores talentos, preparando a empresa para a aceleração do processo de digitalização dos nossos clientes que enfrentaremos daqui para frente.”

Fernando Cirne, CEO da Locaweb

- Em março, foi criado um comitê de crise, formado pelo CEO e diretores, que avalia diariamente o cenário da Covid-19. Das decisões tomadas já implementadas, as principais são:
 - Intenso plano de orientações e informações aos colaboradores, seguindo determinações da OMS e outras fontes confiáveis.
 - Implementamos um plano de Home Office que atingiu 97% de toda a Companhia.
 - Reforçamos todas as medidas de higiene. A equipe de limpeza está fazendo um trabalho intenso nas áreas de maior risco e disponibilizamos álcool gel em dezenas de pontos de maior circulação e risco.
 - Antecipamos para 20/03 a campanha de vacinação contra a gripe.
- Nosso programa de qualidade de vida, o Conexão Saúde, é baseado em 3 pilares: saúde física, mental e financeira. Entre as ações que estamos realizando, estão a disponibilização de atendimentos psicológicos e nutricionais de forma online e lives descontraídas, que falam do cuidado do corpo e mente, em nosso Instagram interno @orgulhodeserlocaweb. Além disso, criamos uma cartilha de saúde emocional, para apoiar os funcionários com dicas de como podem manter a mente em equilíbrio.
- Em abril, todas as empresas do Grupo Locaweb pagaram uma ajuda de custo para apoiar despesas, como energia elétrica e internet, para quem está trabalhando temporariamente em regime de home-office.
- O Coronavírus não trouxe nenhum impacto na produtividade das nossas equipes, mesmo com mais de 97% de colaboradores em regime de home-office. Desta forma, a Locaweb será muito prudente acerca do momento de retorno dos colaboradores ao escritório.
- A crise do Coronavírus vem trazendo baixo impacto para a Locaweb. Acreditamos que, após esse período, poderemos contribuir com a aceleração da digitalização das companhias. Por isso, temos mantido o ritmo de desenvolvimento acelerado de novos produtos e de nossa operação e não pretendemos, até esse momento, apresentar nenhum plano de redução de custos baseado na redução de salário ou redução de pessoas.

// Resumo dos Indicadores

// Consolidado

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	1T19	vs 1T19
Receita Operacional Líquida	104,5	84,6	23,6%
Lucro Bruto	42,1	35,9	17,2%
EBITDA	15,0	22,8	-34,5%
Margem EBITDA (%)	14,3%	27,0%	-12,7 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	25,2	24,5	3,1%
Margem EBITDA Ajustada (%)	24,1%	28,9%	-4,8 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	(2,3)	1,4	-259,6%
Lucro Líquido Ajustado ²	4,4	3,4	29,7%
Margem Lucro Líquido Ajustado (%)	10,4%	9,4%	1,0 p.p.
Geração de Caixa ³	15,8	(3,2)	586,8%
Conversão de Caixa (%) ³	63%	-13%	75,9 p.p.
Dívida (Caixa) Líquida ⁴	(433,4)	56,7	n/a

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

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

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

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

// Commerce

(R\$ milhões)

Commerce	1T20	1T19	vs 1T19
Total GMV ¹	1.203,6	833,5	44,4%
TPV (Yapay)	245,9	153,0	60,7%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	25,8	19,5	31,9%
Take Rate de Commerce ²	2,1%	2,3%	-0,2 p.p.
Receita Operacional Líquida	22,9	17,3	31,8%
Lucro Bruto	15,6	11,5	35,6%
Margem Bruta (%)	68,2%	66,3%	1,9 p.p.
EBITDA	9,4	6,6	43,9%
Margem EBITDA (%)	41,3%	37,8%	3,5 p.p.

¹ GMV total inclui o GMV das lojas acrescido do GMV dos outros canais que oferecemos integração aos nossos clientes

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

// BeOnline / SaaS

(R\$ milhões)

BeOnline / SaaS	1T20	1T19	vs 1T19
Clientes EoP - BeOnline / SaaS	365,5	290,4	25,8%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	91,3	75,5	21,0%
Receita Operacional Líquida	81,7	67,2	21,5%
Lucro Bruto	26,5	24,4	8,6%
Margem Bruta (%)	32,4%	36,3%	-3,9 p.p.
EBITDA	5,5	16,3	-66,0%
Margem EBITDA (%)	6,8%	24,2%	-17,4 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	15,8	17,9	-11,8%
Margem EBITDA Ajustada (%)	19,3%	26,6%	-7,3 p.p.

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

// Desempenho

// Receita Operacional Líquida

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	1T19	vs 1T19
Commerce	22,9	17,3	31,8%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>21,9%</i>	<i>20,5%</i>	<i>1,4 p.p.</i>
BeOnline / SaaS	81,7	67,2	21,5%
<i>Participação do segmento sobre o consolidado</i>	<i>78,1%</i>	<i>79,5%</i>	<i>-1,4 p.p.</i>
Receita Operacional Líquida - Consolidado	104,5	84,6	23,6%

A Receita Líquida da Locaweb totalizou R\$ 104,5 milhões no 1T20, um aumento de 23,6% em relação ao 1T19.

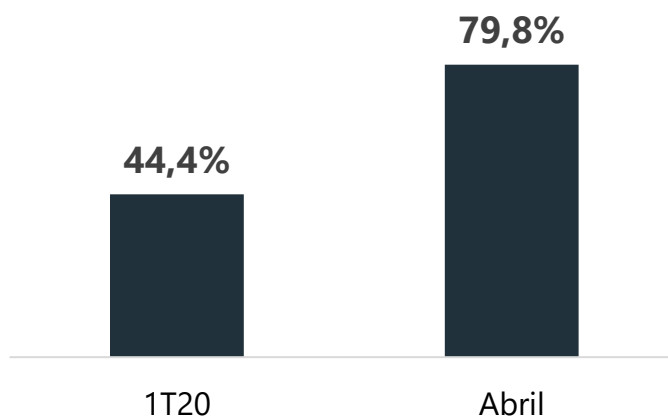
Commerce	1T20	1T19	vs 1T19
Total GMV ¹	1.203,6	833,5	44,4%
TPV (Yapay)	245,9	153,0	60,7%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	25,8	19,5	31,9%
Take Rate de Commerce ²	2,1%	2,3%	-0,2 p.p.
Receita Operacional Líquida	22,9	17,3	31,8%

¹ GMV total inclui o GMV das lojas acrescido do GMV dos outros canais que oferecemos integração aos nossos clientes

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

No segmento de Commerce, a Receita Operacional Líquida no 1T20 apresentou crescimento de 31,8%, passando de R\$ 17,3 milhões no 1T19 para R\$ 22,9 milhões no 1T20. Vale destacar que o crescimento se deu em cima de uma base robusta, que já havia apresentado crescimento de 43,3% no 1T19 quando comparado a igual período do ano anterior.

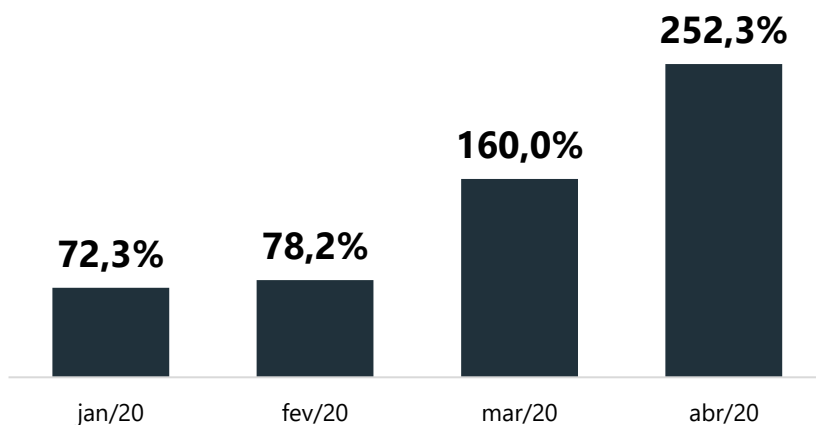
O forte crescimento apresentado é resultado do aumento do nosso GMV em 44,4% no 1T20, que reflete a expansão da nossa base de clientes, bem como de suas vendas, comparado a igual período no ano anterior e que continua em ritmo acelerado no mês de abril, quando cresceu 79,8% em comparação com abril de 2019, impulsionado pela entrada de novos clientes, mas também pelo crescimento de mais de 50% das vendas das lojas que constavam na base de clientes no ano anterior ("Same Store Sales"), conforme gráfico abaixo:



O segmento, que antes do Coronavírus já vinha apresentando um forte crescimento, devido a um ambiente competitivo favorável com a saída de dois concorrentes e ao aumento do nosso investimento em aquisição de clientes, viu o número de novas lojas aumentar ainda mais na 3ª e 4ª semanas de março, em decorrência da aceleração das tendências de digitalização da economia.

Dado os fatores mencionados acima, no primeiro trimestre de 2020 houve expansão de 103% na adição de novas lojas quando comparado ao quarto trimestre de 2019, enquanto os meses de março e abril apresentaram crescimento de 160% e 252%, respectivamente, em comparação a média mensal do último trimestre de 2019, trazendo uma grande oportunidade para crescimento do segmento nos próximos anos, quando a maior parte dessas lojas que estão entrando no 1T20 e em abril amadurecem.

O gráfico abaixo apresenta o crescimento nos quatro primeiros meses de 2020 das adições de novas lojas na comparação com a média mensal do último trimestre de 2019:



Conforme já apresentado no último trimestre, na operação de Commerce, temos diferentes take-rates para os segmentos de negócios, que, novamente, ficaram estáveis no primeiro trimestre de 2020. A variação de -0,2 p.p. no take-rate do 1T20, é resultado do mix dos negócios dentro da operação de Commerce, uma vez que a penetração aumentou na base Tray Corp, cuja operação conta com clientes de maior porte e take-rate menor.

Dado o crescimento mais acelerado, a participação do segmento de Commerce na receita total da Companhia passou de 20,5% no 1T19 para 21,9% no 1T20.

BeOnline / SaaS	1T20	1T19	vs 1T19
Cientes EoP - BeOnline / SaaS	365,5	290,4	25,8%
Receita Bruta, Líq. Abatimentos	91,3	75,5	21,0%
Receita Operacional Líquida	81,7	67,2	21,5%

O número de clientes do segmento de BeOnline / SaaS (final de período), apresentou crescimento de 25,8% entre o 1T19 e 1T20. Já a Receita Operacional Líquida de BeOnline / SaaS no 1T20 apresentou crescimento de 21,5%, passando de R\$ 67,2 milhões no 1T19 para R\$ 81,7 milhões no 1T20, apresentando o mesmo ritmo de crescimento observado no 4T19.

O consistente crescimento da Receita Operacional Líquida no 1T20 foi devido ao bom desempenho dos produtos SaaS e pelos resultados da KingHost, adquirida em maio de 2019, que contribui em números de clientes e em receita líquida e oferece espaço e possibilidades da expansão de produtos SaaS em sua base de clientes nos próximos trimestres.

// Custos e Despesas Operacionais

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	1T19	vs 1T19
Custo dos serviços prestados	62,5	48,7	28,3%
Despesas com vendas	19,0	16,9	12,2%
Despesas Gerais e Administrativas	22,1	8,9	149,4%
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(0,2)	(0,2)	5,1%
Custos e Despesas Operacionais Totais	103,3	74,3	39,1%
% ROL	98,8%	87,8%	11,1 p.p.

Os custos e despesas operacionais totais da Locaweb apresentaram crescimento de 39,1% no 1T20 quando comparado ao mesmo período no ano anterior.

Custo dos serviços prestados

O custo dos serviços prestados no 1T20 foi de R\$ 62,5 milhões e de R\$ 48,7 milhões no mesmo período de 2019, um aumento de 28,3% na comparação entre os dois períodos, o que representou 59,8% e 57,6% da receita líquida no 1T20 e 1T19, respectivamente.

O aumento deve-se, principalmente, aos fatores listados abaixo:

- (i) aos custos dos serviços prestados da KingHost, adquirida em maio de 2019, que possui proporcionalmente uma estrutura maior que a do restante das operações BeOnline / SaaS, uma vez que sua base de produtos, por ora, não possuem penetração de SaaS;
- (ii) ao reforço proativo da estrutura de Cyber Security feito no 3º trimestre de 2019, conforme divulgado no release de resultados do 4T19, que representou um custo no 1T20 de aproximadamente R\$ 1,8 milhão e impactará, também, o resultado do 2T20 na sua comparação com o mesmo período do ano anterior. A partir do 3º trimestre haverá pouca variação na comparação ano contra ano, uma vez que o contrato dos serviços prestados são anuais; e
- (iii) ao impacto de R\$ 1,4 milhão referente à desvalorização cambial no pagamento de licenças de softwares que são precificados em dólar. É importante destacar que contratualmente a Companhia repassa esses custos da desvalorização cambial para os clientes, no entanto, existe um descasamento entre o momento que pagamos pelo uso da licença e o momento que repassamos para o nosso cliente.

Despesas com vendas

As despesas com vendas, que compreendem as equipes de marketing e vendas, bem como os serviços contratados dessas mesmas naturezas e as eventuais provisões sobre devedores duvidosos, no 1T20 foi de R\$ 19,0 milhões apresentando um incremento de 12,2% quando comparado ao 1T19. Já em percentual da receita líquida, houve uma queda de 1,9 p.p. na comparação entre o 1T20 e o 1T19.

Esse crescimento deve-se, principalmente, ao impacto sobre inadimplência (perda de crédito esperado) de R\$ 1,5 milhão, que está diretamente relacionado ao impacto econômico advindo da pandemia do novo Coronavírus, que impactou o fluxo de caixa de alguns de nossos clientes corporativos e, conseqüentemente, sua capacidade de pagamento. O provisionamento foi feito observando o *aging* e o comportamento de cada um dos clientes corporativos (cerca de 15% do segmento de BeOnline / SaaS), cujos planos são pós-pagos.

É importante lembrar, apenas, que a outra parcela dos nossos clientes (85% dos clientes de BeOnline / SaaS) possuem planos pré-pagos e eventual inadimplência é refletida diretamente no *churn*, cujos impactos relacionados ao Covid-19 ainda estão sendo monitorados.

Além do referido provisionamento, a Companhia decidiu por conceder, também, eventuais descontos em faturas/cobranças para a retenção de clientes de varejo, cujo impacto foi de R\$ 0,5 milhão e que também estão diretamente relacionados ao impacto do Coronavírus.

A Companhia continua monitorando diariamente a capacidade de pagamento dos seus clientes e, no momento, não tem expectativa de aumento da provisão para devedores duvidosos nos próximos trimestres.

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 1T20 foi de R\$ 22,1 milhões e de R\$ 8,9 milhões em igual período de 2019, o que representou um crescimento de 149,4%.

O aumento deve-se, principalmente, aos fatores listados abaixo:

- (i) despesas relacionadas ao IPO no montante de R\$ 6,4 milhões (ajustado como não recorrente no EBITDA Ajustado);
- (ii) incremento nas provisões não-caixa de valor justo das opções outorgadas, que foram reforçadas antes do IPO, visando a retenção dos principais executivos da Companhia pelos próximos 4 anos, resultando em um aumento de R\$ 3,1 milhões sobre o montante provisionado no 1T19;
- (iii) aumento de R\$ 1,3 milhão nas despesas de Depreciação e Amortização, com destaque para o PPA das empresas adquiridas (KingHost e Delivery Direto), que cresceram R\$ 0,9 milhão no trimestre;
- (iv) às novas estruturas criadas na Companhia após a abertura de capital (como o departamento de Relações com Investidores, de Controles Internos, de Auditoria Interna e aos órgãos de controle e governança da Companhia) no montante de R\$ 0,7 milhão; e
- (v) às despesas gerais e administrativas da KingHost, adquirida em maio de 2019.

// Lucro Bruto

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	1T19	vs 1T19
Commerce	15,6	11,5	35,6%
Margem (%)	68,2%	66,3%	1,9 p.p.
BeOnline / SaaS	26,5	24,4	8,6%
Margem (%)	32,4%	36,3%	-3,9 p.p.
Lucro Bruto	42,1	35,9	17,2%
Margem (%)	40,2%	42,4%	-2,2 p.p.

O Lucro Bruto apresentou aumento de 17,2% no 1T20 quando comparado ao 1T19, atingindo R\$ 42,1 milhões.

A redução na Margem Bruta de 2,2 p.p. no 1T20 é reflexo dos impactos apresentados acima no item de custo dos serviços prestados.

// EBITDA e EBITDA Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	1T19	vs 1T19
Lucro (Prejuízo) Líquido	(2,3)	1,4	-259,6%
(+) Resultado Financeiro Líquido	1,8	7,0	-73,8%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	1,6	1,9	-12,2%
(+) Depreciação e Amortização	13,7	12,5	10,1%
EBITDA	15,0	22,8	-34,5%
(+) Plano de opção de compra de ações	3,7	0,6	559,7%
(+) Despesas de fusões e aquisições	0,1	0,8	-82%
(+) Despesas de bônus não recorrentes	0,0	0,3	-100%
(+) Despesas relacionadas ao IPO	6,4	0,0	n/a
EBITDA Ajustado	25,2	24,5	3,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>24,1%</i>	<i>28,9%</i>	<i>-4,8 p.p.</i>

Decorrente dos números apresentados anteriormente, o EBITDA Ajustado da Locaweb no 1T20 foi de R\$ 25,2 milhões, montante 3,1% superior em relação ao 1T19, com a Margem EBITDA apresentando redução de 4,8 p.p.

Do total da contração de 4,8 p.p. na Margem EBITDA, aproximadamente 3,2 p.p. estão diretamente relacionados ao momento econômico atual (Coronavírus) e não a impactará de forma perene: (i) o provisionamento de perda de crédito esperado e os descontos para retenção de clientes são pontuais; e (ii) o impacto cambial será recomposto por meio do repasse de preço aos clientes ou pela própria retração.

No 1T20, a Companhia reconheceu como não recorrente certas despesas relacionadas ao processo de abertura de capital.

// EBITDA e EBITDA Ajustado por segmento

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	1T19	vs 1T19
Commerce			
EBITDA	9,4	6,6	43,9%
<i>Margem EBITDA (%)</i>	41,3%	37,8%	3,5 p.p.
BeOnline / SaaS			
EBITDA Ajustado	15,8	17,9	-11,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	19,3%	26,6%	-7,3 p.p.
Consolidado			
EBITDA Ajustado	25,2	24,5	3,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	24,1%	28,9%	-4,8 p.p.

O EBITDA de Commerce cresceu 43,9% no 1T20, atingindo R\$ 9,4 milhões com expansão de 3,5 p.p. na margem EBITDA que foi de 41,3% no 1T20. A participação do segmento de Commerce no EBITDA Ajustado consolidado passou de 26,8% no 1T19 para 37,4% no 1T20.

O EBITDA Ajustado de BeOnline / SaaS, devido aos impactos mencionados anteriormente, apresentou queda de 11,8% no 1T20 com retração de 7,3 p.p. na margem EBITDA.

// Resultado Financeiro

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	1T19	vs 1T19
Despesas Financeiras	(30,9)	(9,1)	241,7%
Receita Financeira	29,1	2,0	1350,9%
Resultado Financeiro Líquido	(1,8)	(7,0)	73,8%

O resultado financeiro líquido no 1T20 foi uma despesa líquida de R\$ 1,8 milhão, o que representou uma melhora de 73,8% em comparação com o 1T19.

Uma vez que os instrumentos utilizados para captação de dívida da Companhia (Circular Bacen nº 3844 e 4131) são emitidos em dólares com swap de 100% do montante para reais, neste trimestre em que houve uma desvalorização cambial muito forte do real frente ao dólar, tivemos um impacto negativo nas despesas financeiras (juros), que foi mitigado pela receita financeira do swap cambial (R\$ 23,9 milhões).

Contribuiu, também, para a melhora no resultado financeiro líquido a entrada de recursos do IPO no caixa da Companhia, que elevou substancialmente o montante alocado em aplicações financeiras.

// Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	1T19	vs 1T19
Lucro Líquido	(2,3)	1,4	-259,6%
(+) Plano de opção de compra de ações	3,7	0,6	559,2%
(+) Amortização de intangíveis PPA	1,2	0,3	337,0%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	(1,4)	(0,4)	235,3%
(+) Ajuste relacionado ao CPC 06	0,6	0,7	-6,4%
(+) Marcação a mercado de derivativos	(1,7)	0,9	-292,3%
(+) Despesas relacionadas ao IPO	4,3	0,0	n/a
Lucro Líquido Ajustado	4,4	3,4	29,7%
<i>Margem Lucro Líquido Ajustado (%)</i>	<i>4,2%</i>	<i>4,0%</i>	<i>0,2 p.p.</i>

Com base nos números apresentados anteriormente, o Lucro Líquido Ajustado da Locaweb no 1T20 foi de R\$ 4,4 milhões, montante 29,7% superior ao 1T19, com a margem líquida de 4,2% no 1T20.

// Endividamento / Posição de caixa

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	4T19	1T19
(+) Empréstimos e financiamentos	126,4	116,5	112,7
(-) Saldo de Derivativos (Swap cambial) ¹	(29,1)	(4,9)	(6,2)
Dívida Bruta Bancária	97,3	111,6	106,5
(-) Caixa e Equivalente de Caixa ²	(530,7)	(35,3)	(49,8)
Dívida (Caixa) Líquida (ex passivo de arrendamento)	(433,4)	76,3	56,7
(+) Passivo de arrendamento ³	69,0	70,2	72,3
Dívida (Caixa) Líquida	(364,4)	146,5	129,0

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 no IPO (R\$ 544,7 milhões, líquidos de custos de transação), a Companhia apresentou um saldo líquido de caixa de R\$ 364,4 milhões no 1T20. Excluindo os efeitos da adoção do IFRS 16, o saldo líquido de caixa é de R\$ 433,4 milhões.

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

// Fluxo de Caixa

(R\$ milhões)

locaweb	1T20	1T19	vs 1T19
Resultado antes do IR e CS	(0,6)	3,3	-119,3%
Itens que não afetam caixa	21,4	17,9	19,6%
Variação no Capital de Giro	(43,2)	8,5	-610,9%
Caixa Líquido das Atividades Operacionais	(22,4)	29,7	-175,5%
Capex - Imobilizado	(6,2)	(24,5)	-74,8%
Capex - Desenvolvimento	(3,3)	(3,2)	1,0%
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	(31,8)	2,0	-1730,4%
Aquisição	0,0	0,0	n/a
Caixa Líquido das Atividades de Investimentos	(9,4)	(27,7)	-66,0%
Integralização de Capital	544,7	0,0	n/a
Empréstimos e financiamentos	(14,9)	26,5	-156,3%
Arrendamentos Mercantis	(2,5)	(2,3)	9,5%
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos	0,0	(1,8)	-100,0%
Outros	(0,1)	(0,2)	-75,3%
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento	527,2	22,2	2270,0%
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	495,3	24,2	1947,1%

O caixa líquido proveniente das atividades operacionais totalizou um consumo de R\$ 22,4 no 1T20 comparado a geração de R\$ 29,7 milhões no 1T19. Esse aumento no consumo de caixa operacional de R\$ 52,1 milhões no 1T20 está diretamente relacionado aos recursos obtidos no IPO, que foram utilizados como fonte de recursos para capital de giro da operação de pagamentos (Yapay).


Com essa mudança de padrão, nossa linha de Contas a Receber no segmento de Commerce saltou de R\$ 98,9 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2019 para R\$ 151,0 milhões em 31 de março de 2020, crescimento superior à linha de Recebimentos a Repassar que

passou de R\$ 82,2 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2019 para R\$ 89,1 milhões em 31 de março de 2020.

Vale mencionar que o Capex de Imobilizado do exercício de 2019, ficou concentrado no primeiro trimestre, representando aproximadamente 70% do montante gasto durante o exercício de 2019.

// Geração de Caixa (EBITDA Ajustado – Capex)

(R\$ milhões)

	1T20	1T19	vs 1T19
EBITDA Ajustado	25,2	24,5	3,1%
Capex	9,4	27,7	-66,0%
Geração de Caixa (R\$ mln)	15,8	(3,2)	586,8%
Conversão de Caixa (%)	63%	-13%	76 p.p.

A geração de caixa operacional da Companhia, medida pelo EBITDA Ajustado menos o Capex, aumentou 586,8% no 1T20, quando comparado ao 1T19.

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

// ANEXO I – DRE

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO (em R\$ milhões)	1T19	1T20
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	84,6	104,5
Custo dos serviços prestados	(48,7)	(62,5)
LUCRO BRUTO	35,9	42,1
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(25,5)	(40,8)
Com vendas	(16,9)	(19,0)
Gerais e administrativas	(8,9)	(22,1)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,2	0,2
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	10,3	1,2
RESULTADO FINANCEIRO	(7,0)	(1,8)
Receitas financeiras	2,0	29,1
Despesas financeiras	(9,1)	(30,9)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	3,3	(0,6)
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(1,9)	(1,6)
Correntes	(2,3)	(3,1)
Diferidos	0,4	1,4
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	1,4	(2,3)
Despesas de depreciação e amortização	12,5	13,7
EBITDA	22,8	15,0

// ANEXO II – DRE BeOnline / SaaS

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO (em R\$ milhões)	1T19	1T20
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	75,5	91,3
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(8,2)	(9,6)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	67,2	81,7
Custo dos serviços prestados	(42,9)	(55,2)
LUCRO BRUTO	24,4	26,5
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(19,6)	(33,9)
Com vendas	(13,4)	(15,3)
Gerais e administrativas	(6,5)	(18,8)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,2	0,2
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	4,8	(7,4)
Despesas de depreciação e amortização	11,5	12,9
EBITDA	16,3	5,5

// ANEXO III – DRE Commerce

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO (em R\$ milhões)	1T19	1T20
RECEITA OPERACIONAL BRUTA, LÍQ. ABATIMENTOS	19,5	25,8
Impostos e Contr. s/ o Faturamento	(2,2)	(2,9)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	17,3	22,9
Custo dos serviços prestados	(5,8)	(7,3)
LUCRO BRUTO	11,5	15,6
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(5,9)	(7,0)
Com vendas	(3,5)	(3,7)
Gerais e administrativas	(2,4)	(3,3)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(0,0)	-
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	5,6	8,6
Despesas de depreciação e amortização	1,0	0,8
EBITDA	6,6	9,4

// ANEXO IV – Balanço Patrimonial

ATIVO (R\$ mln)	31/03/2020	31/12/2019	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ mln)	31/03/2020	31/12/2019
Circulante			Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	520,6	25,3	Fornecedores	17,3	12,8
Aplicação financeira restrita	5,4	2,7	Empréstimos e financiamentos	68,6	48,7
Contas a receber	175,6	125,3	Passivo de arrendamento	5,5	5,4
Impostos a recuperar	8,3	8,1	Pessoal, encargos e benefícios sociais	33,7	28,8
Instrumentos financeiros derivativos	29,1	4,9	Outros tributos a recolher	4,3	4,0
Outros ativos	13,0	10,0	Serviços a prestar	38,2	37,1
Total do ativo circulante	751,9	176,2	Recebimentos a repassar	89,1	82,2
Não circulante			Juros sobre o capital próprio a pagar	0,0	0,0
Aplicação financeira restrita	4,7	7,4	Impostos parcelados	2,8	2,8
Depósitos judiciais	0,5	0,8	Obrigação com aquisição de investimentos	14,8	14,7
Outros ativos	1,3	1,3	Outros passivos	1,5	1,4
IR e CS Diferidos	5,1	3,7	Total do passivo circulante	275,8	237,9
Imobilizado	73,7	74,6	Não circulante		
Ativos de direito de uso	66,1	67,8	Empréstimos e financiamentos	57,9	67,8
Intangível	182,7	182,3	Provisão para demandas judiciais	0,7	1,0
Total do ativo não circulante	334,2	337,8	Obrigação com aquisição de investimentos	30,7	30,1
			Passivo de arrendamento	63,5	64,8
			Provisão para perda com investimento	-	-
			Impostos parcelados	21,4	21,9
			Outros passivos	1,6	2,1
			Total do passivo não circulante	175,8	187,7
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	630,6	53,6
			Reserva de capital	(10,2)	18,3
			Reserva de lucros	16,4	16,4
			Prejuízos Acumulados	(2,3)	-
			Total do Patrimônio Líquido	634,5	88,3
TOTAL DO ATIVO	1.086,1	514,0	TOTAL DO PASSIVO E PL	1.086,1	514,0

// ANEXO V – DFC

DFC	Consolidado	
	1T19	1T20
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	3,3	(0,6)
Ajustes não caixa	17,9	21,4
Variações nos ativos e passivos:	8,5	(43,2)
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais	29,7	-22,4
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Aquisição de bens para o imobilizado	(24,5)	(6,2)
Contas a pagar por aquisição de participação societária	-	-
Venda de participação societária	-	-
Aquisição de controlada, líquida do caixa adquirido	-	-
Aquisição e desenvolvimento de ativo intangível	(3,2)	(3,3)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(27,7)	(9,4)
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	22,2	527,2
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	24,2	495,3
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	17,8	25,3
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	42,0	520,6
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	24,2	495,3

// DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

// Rafael Chamas

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

// Henrique Marquezi Filho

Gerente de Relações com Investidores

// Gabriel Caseiro

Analista de Relações com Investidores

E-mail: ri@locaweb.com.br

Tel.: +55 11 3544-0479