

lwsa

Release de Resultados

2T26

13 de agosto de 2026





Transformamos negócios para crescerem e prosperarem por meio da tecnologia

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

14 de agosto de 2026 (sexta-feira)

09:00 - horário de Brasília

08:00 - horário de Nova Iorque

[Link para inscrição](#)

Português com tradução simultânea para inglês

CONTATOS RI

André Kubota

CFO e DRI

Henrique Marquezi

Diretor Financeiro e RI

Danielle Lima

Gerente de RI

Ricardo Reis

Analista de RI

Telefone // +55 11 3544-0479

E-mail // ri@lwsa.tech

Website // ri.lwsa.tech

Sobre a LWSA

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

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

LWSA

B3 LISTED NM

Disclaimer

A LWSA S/A ("Companhia") anuncia hoje os resultados do segundo trimestre de 2026 (2T26).

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

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

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

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

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



São Paulo, 13 de agosto de 2026: LWSA S/A (B3: LWSA3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do 2T26

Destaques

Os resultados do segundo trimestre reforçam a consistência do modelo de negócios: crescimento de duplo dígito no segmento de Commerce, rentabilidade recorde e sólida geração de caixa no semestre

Resumo Executivo

Crescimento da Receita Líquida, com avanço de **+8,2%** vs. 2T25 em bases comparáveis, totalizando **R\$ 375,2 milhões**

Crescimento da Receita Líquida do segmento de Commerce de **+12,4%** vs. 2T25, atingindo **R\$ 276,0 milhões**, com destaque para a Receita de Assinaturas de Plataforma (**+14,0%**)

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

- EBITDA Ajustado de **R\$ 102,5 milhões** (**+35,1%** vs. 2T25), recorde histórico e, pela primeira vez, acima de R\$ 100 milhões

- Margem EBITDA Ajustada **+5,4 p.p.** vs. 2T25, alcançando **27,3%** no 2T26 (a maior nos últimos 24 trimestres), devido à forte expansão da margem do segmento de Commerce de **+6,4 p.p.** vs 2T25, atingindo **27,7%** no 2T26

Geração robusta de caixa, com Free Cash Flow de **R\$ 137,2 milhões** no 6M26 (**+51,4%** vs. 6M25), representando uma margem FCF de **18,6%** no semestre

// Resumo dos Indicadores

(R\$ milhões)

LWSA	2T26	2T25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
PRINCIPAIS INDICADORES OPERACIONAIS						
Assinantes de Plataforma (mil)	215,5	198,1	8,8%	215,5	198,1	8,8%
GMV do Ecossistema (Ex Ideris)	20.271,6	17.593,1	15,2%	39.235,8	33.953,6	15,6%
TPV	2.347,2	2.076,7	13,0%	4.574,7	4.099,1	11,6%
INDICADORES FINANCEIROS						
Receita Líquida - Commerce ¹	276,0	245,6	12,4%	538,0	474,8	13,3%
Receita Líquida de Assinaturas de Plataforma	148,6	130,4	14,0%	294,2	252,8	16,4%
Receita Líquida de Ecossistema ¹	127,3	115,2	10,5%	243,8	222,0	9,8%
Receita Líquida - BeOnline / SaaS ¹	99,3	101,3	-2,0%	200,0	201,9	-0,9%
Receita Líquida Consolidada¹	375,2	346,9	8,2%	738,0	676,7	9,1%
Lucro Bruto Consolidado²	186,5	177,2	5,3%	362,0	339,7	6,6%
Margem Bruta - Consolidada (%)	49,7%	47,8%	1,9 p.p.	49,1%	47,2%	1,9 p.p.
EBITDA Ajustado - Commerce	76,3	52,1	46,5%	141,3	94,2	50,0%
Margem EBITDA Ajustada - Commerce (%)	27,7%	21,2%	6,4 p.p.	26,3%	19,8%	6,4 p.p.
EBITDA Ajustado - BeOnline / SaaS	26,2	23,8	10,0%	52,2	51,9	0,5%
Margem EBITDA Ajustada - BeOnline / SaaS (%)	26,4%	23,5%	2,9 p.p.	26,1%	25,7%	0,4 p.p.
EBITDA Ajustado Consolidado	102,5	75,9	35,1%	193,5	146,1	32,4%
Margem EBITDA Ajustada Consolidada (%)	27,3%	21,9%	5,4 p.p.	26,2%	21,6%	4,6 p.p.
Lucro Líquido	34,3	15,8	117,1%	55,8	30,6	82,4%
Margem Líquida (%)	9,1%	4,6%	4,6 p.p.	7,6%	4,5%	3,0 p.p.
Lucro Líquido Ajustado	65,7	44,2	48,7%	119,7	79,0	51,5%
Margem Líquida (%)	17,5%	12,7%	4,8 p.p.	16,2%	11,7%	4,5 p.p.
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	56,7	102,7	-44,8%	137,2	90,6	51,4%
Margem (%)	15,1%	29,6%	-14,5 p.p.	18,6%	13,4%	5,2 p.p.
Caixa e Equivalente de Caixa	314,5	277,3	13,4%	314,5	277,3	13,4%
OUTROS INDICADORES OPERACIONAIS						
GMV de Loja Própria	1.663,0	1.527,7	8,9%	3.279,8	3.039,0	7,9%
Clientes EoP - BeOnline / SaaS (mil)	378,0	393,9	-4,0%	378,0	393,9	-4,0%

¹ Números do 2T25 de Receita Líquida e EBITDA Ajustado foram ajustados em razão das vendas de Squid (setembro/25) e Nextios (dezembro/25).

² No 2T25 o cálculo da Margem Bruta considera o valor do Lucro Bruto e da Receita Líquida considerando Squid e Nextios, ou seja, R\$ 177,2 milhões de Lucro Bruto e R\$ 370,8 milhões de Receita Líquida (o mesmo acontece para o 6M25).

Além disso, a partir do 2T26, contabilmente, a Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis passou a ser registrada nos Custos dos Serviços Prestados, e não mais no Resultado Financeiro; o efeito acumulado de janeiro a junho de 2026 (R\$ 21,3 milhões) transitou integralmente no 2T26. Nas visões gerenciais deste relatório, essa despesa é mantida no Resultado Financeiro em todos os períodos (2T26, 2T25, 6M26 e 6M25), preservando a comparabilidade integral entre eles. A mudança não tem qualquer efeito sobre Lucro Líquido ou geração de caixa (ver ANEXO I).

// Comentários da Administração

Encerramos o 2T26 reafirmando a consistência do nosso modelo de negócios: o segmento de Commerce sustentou crescimento de duplo dígito, forte expansão de margem consolidada (**a maior margem dos últimos 24 trimestres**) e sólida geração de caixa, mesmo em um ambiente de varejo mais desafiador.

Esse desempenho ganha relevância diante do cenário setorial no período. Segundo o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA), o varejo brasileiro recuou em termos reais em todos os meses do trimestre, com quedas de 3,0% em abril e de 3,4% em maio e 2,8% em junho, pressionado por juros elevados, renda comprometida e um consumidor mais seletivo. O ecommerce, que historicamente cresce acima do varejo total, também perdeu tração no período, com crescimento concentrado em datas pontuais do calendário (exemplo: Dia das Mães). Ainda assim, nosso segmento de Commerce, que cresceu 12,4% no 2T26, superou o desempenho do mercado em geral, que cresceu em torno de 6,8% no trimestre (de acordo com relatórios publicados pela Cielo), reflexo da essencialidade da nossa infraestrutura para a operação dos clientes e da resiliência do nosso modelo de receitas recorrentes (mais de 50% do total do segmento).

Receita Líquida

No trimestre, a Receita Líquida Consolidada cresceu 8,2% na comparação com o 2T25, uma leve desaceleração que acompanha a dinâmica macroeconômica do varejo brasileiro no período, que impactou as Receitas provenientes de volume de vendas (receita de ecossistema). O segmento de Commerce como um todo, no entanto, avançou 12,4% no trimestre, com destaque para a Receita Líquida de Assinaturas de Plataforma, que cresceu 14,0%.

Dentro do segmento de Commerce, observamos dinâmicas distintas de GMV entre os perfis de cliente PME e Enterprise ao longo do trimestre. Os clientes PME aproveitaram os subsídios oferecidos pelos marketplaces para direcionar estoque e vendas para esses canais, enquanto os clientes Enterprise capturaram maior tráfego e volume de vendas em seus canais próprios.

Essa composição tem efeito no resultado de curto prazo, especialmente nas Receitas de Ecossistema que dependem mais do volume de venda nos canais próprios, mas traz benefícios importantes no longo prazo: a principal causa de churn na base PME é a mortalidade de operações que não vendem, e a aceleração de vendas em qualquer canal (marketplace, redes sociais ou loja própria) contribui diretamente para a melhora desse índice, sustentando a permanência e o LTV desses clientes.

Como resultado dessa dinâmica, a base de assinantes registrou adição líquida superior a 4,5 mil clientes pelo segundo trimestre consecutivo, reflexo de mais lojistas vendendo mais rápido (em qualquer canal), utilizando as ferramentas do nosso ecossistema que contribuem com o sucesso do cliente nesse ambiente multicanal.

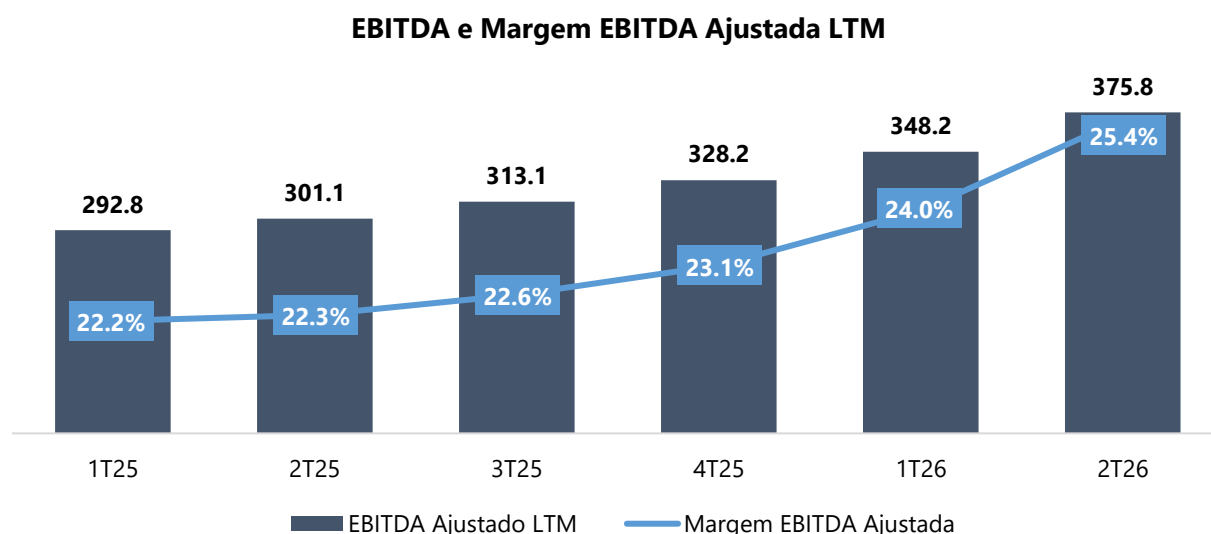
Além disso, o GMV do Ecossistema (excluindo Ideris) cresceu 15,2% no trimestre e o GMV de Loja Própria avançou 8,9%, puxado principalmente pelos clientes Enterprise.

No segmento de BeOnline / SaaS, seguimos com um processo de renovação da base de produtos. Algumas soluções, como e-mail marketing, gestão de redes sociais e PABX, que não apresentam crescimento satisfatório e possuem dinâmicas de margens distintas das demais, vêm sendo descontinuadas por decisões de alocação de capital, o que pressiona o crescimento de receita líquida do segmento como um todo. Em contrapartida, produtos como e-mail e revenda de aplicativos seguem crescendo de forma importante, e novas soluções como VPS e Locaweb Cloud encontram-se em curva de crescimento e devem, em breve, representar participação relevante no segmento. Essa renovação reforça o direcionamento de concentrar esforços em produtos com maior potencial de retorno e crescimento.

Rentabilidade

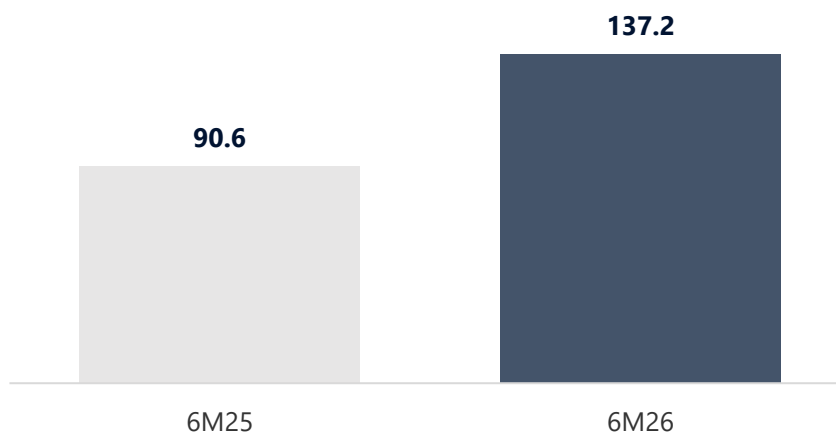
Seguimos na trajetória de expansão de rentabilidade. A Margem EBITDA Ajustada atingiu 27,3% no 2T26, a maior dos últimos 24 trimestres, com forte expansão tanto na comparação anual quanto sequencial. O EBITDA Ajustado alcançou R\$ 102,5 milhões, recorde histórico e, pela primeira vez, em patamar de três dígitos.

O gráfico abaixo apresenta o EBITDA Ajustado dos últimos doze meses por período desde o 1T25 com as suas respectivas margens:

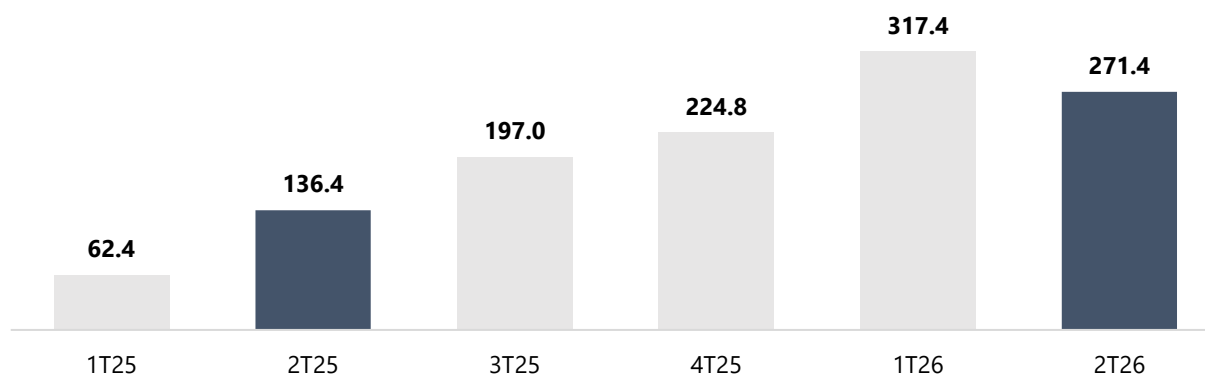


Geração de Caixa

Seguimos convertendo EBITDA em geração operacional de caixa, com mais um trimestre positivo. No primeiro semestre de 2026, o Fluxo de Caixa Livre totalizou R\$ 137,2 milhões, resultado 51,4% superior ao registrado no primeiro semestre de 2025, conforme gráfico abaixo:

Fluxo de Caixa Livre - Após Capex – Acumulado

No acumulado dos últimos doze meses, o Fluxo de Caixa Livre – Após Capex da Companhia foi de R\$ 271,4 milhões, montante 98,9% superior ao valor acumulado em 12 meses no 2T25, conforme gráfico abaixo:

Fluxo de Caixa - Após Capex LTM

Essa performance reflete a combinação de quatro fatores: (i) capital de giro controlado; (ii) Capex dentro do patamar previsto pela Companhia, direcionado majoritariamente ao desenvolvimento e à evolução dos nossos produtos e jornadas; (iii) otimização do portfólio de soluções com alocação de capital em operações mais rentáveis; e (iv) seguimos capturando os benefícios fiscais decorrentes do goodwill das aquisições, resultado da simplificação da estrutura organizacional com as incorporações realizadas ao longo dos últimos períodos, o que reduz o desembolso de imposto de renda e contribuição social.

Desenvolvimento de Produto e Inteligência Artificial

No trimestre, demos passos concretos na materialização da tese de infraestrutura que temos reiterado nos últimos calls: o valor da Companhia para os nossos clientes está na camada operacional (dados estruturados, workflows críticos e domínios conectados), e é sobre essa camada que os agentes de IA precisam operar para funcionar de forma confiável.

A principal frente de desenvolvimento no 2T26 foi o orquestrador de agentes, evolução direta do que apresentamos no 1T26, agora sob a forma de um produto que conecta agentes proprietários e agentes externos em um mesmo fluxo. A arquitetura é modular: o lojista configura e controla agentes de IA que compõe visualmente uma sequência de passos (extração de intenção, roteamento condicional, chamadas a APIs internas e a modelos de linguagem, formatação de resposta) sem precisar programar, o que torna a mesma espinha dorsal aplicável a diferentes jornadas e diferentes plataformas do grupo. Sobre o orquestrador de agentes, os serviços oferecidos são:

- (i) um agente de logística, que audita o racional de cada cotação de frete e permite simular escolhas de rotas e transportadoras;
- (ii) um agente de catálogo, que automatiza a curadoria e o enriquecimento das informações de produto, otimizando-as tanto para busca tradicional (SEO) quanto para descoberta via IA;
- (iii) um agente de criação, que gera estruturas de hotspots e páginas comerciais a partir de comandos conectados aos dados reais da operação; e
- (iv) um agente de promoções, que sugere e configura dinâmicas comerciais com base em comportamento de compra, estoque e margem.

Avançamos também na camada de dados dos consumidores, com o lançamento de uma solução de gestão de audiências que unifica bases historicamente fragmentadas onde o nosso cliente consegue construir uma visão individual do consumidor. A partir dessa base unificada, o lojista cria segmentações customizadas e as aplica diretamente em outros produtos do nosso ecossistema, como promoções e formas de pagamento. Trata-se de um ativo de dados que, por natureza, é transversal às operações do grupo: quanto mais domínios conectados a essa camada, maior a densidade de dados disponível para personalização e para os próprios agentes de IA.

Com relação aos clientes PMEs, com os desenvolvimentos que apresentamos no release de resultados do 1T26, como onboarding de loja com configuração automatizada de catálogo, precificação e meios de pagamento, o tempo médio de inauguração de uma loja na base PME caiu 72,0% no 2T26 (versus o 2T25), enquanto a parcela de lojas inauguradas em até 30 dias mais que dobrou, com crescimento de 115,3% no período (também comparado ao resultado do 2T25). A proporção de lojas que realizaram a primeira venda em até 60 dias após a criação avançou 22,4%. Como a principal causa de churn na base PME é a mortalidade de operações que não vendem, acelerar o lançamento e a primeira venda atua diretamente sobre a retenção e o LTV desses clientes.

Por fim, um ponto que consideramos estruturalmente relevante: é a evolução do nosso próprio modelo de desenvolvimento. Criamos um fluxo de desenvolvimento assistido por IA de ponta a ponta, no qual as etapas de design e front-end foram fundidas em um processo único. Na prática, isso eliminou etapas intermediárias e reviews duplicados e reduziu o cycle time entre a abertura de

uma alteração e sua entrada em produção para poucas horas, com o time de produto atuando diretamente sobre o código do repositório de produção.

O poder do ecossistema: retenção e expansão de ARPU

Gostaríamos de ilustrar a tese que temos reiterado sobre o valor da nossa infraestrutura integrada com um exemplo. Um cliente do segmento Enterprise, atendido por uma única solução da plataforma, enfrentou um aperto pontual de capital de giro e solicitou renegociação de suas condições comerciais. Esse movimento, em uma relação de produto único, tende a resultar em desconto ou churn, mas em vez de apenas reduzir preço, atuamos sobre a amplitude do ecossistema: estruturamos um plano de retenção que ampliou o número de soluções contratadas e aprofundou a integração do cliente à nossa infraestrutura.

Mesmo com condições mais favoráveis ao cliente, a renegociação resultou em crescimento de 153,5% na receita total (MRR + receitas de ecossistema) e extensão do contrato para múltiplos anos. O caso ilustra nossa lógica de monetização: clientes que usam mais produtos da nossa plataforma geram mais receita, trocam menos de fornecedor e ficam mais tempo, transformando um risco de churn em expansão.

// Desempenho

// Receita Operacional Líquida

(R\$ milhões)

LWSA	2T26	2T25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Commerce						
Receita Operacional Líquida	276,0	245,6	12,4%	538,0	474,8	13,3%
Receita Líquida de Assinaturas de Plataforma	148,6	130,4	14,0%	294,2	252,8	16,4%
Receita Líquida de Ecossistema	127,3	115,2	10,5%	243,8	222,0	9,8%
BeOnline / SaaS						
Receita Operacional Líquida	99,3	101,3	-2,0%	200,0	201,9	-0,9%
Consolidado						
Receita Operacional Líquida - Consolidado	375,2	346,9	8,2%	738,0	676,7	9,1%

¹ Receita do 2T25 ajustada em razão dos desinvestimentos de Squid e Nextios.

No segmento de Commerce, a Receita Operacional Líquida apresentou crescimento de 12,4% no 2T26, passando de R\$ 245,6 milhões no 2T25 (excluindo Squid) para R\$ 276,0 milhões no 2T26. No acumulado do semestre, o crescimento foi de 13,3%.

A Receita Líquida de Assinatura de Plataformas apresentou crescimento de 14,0% no 2T26 vs. 2T25, resultado do crescimento de 8,8% da base de assinantes pagantes, que atingiu 215,5 mil clientes no 2T26, com adição líquida superior a 4,5 mil assinantes pelo segundo trimestre consecutivo, e da expansão contínua do ARPU da base existente.

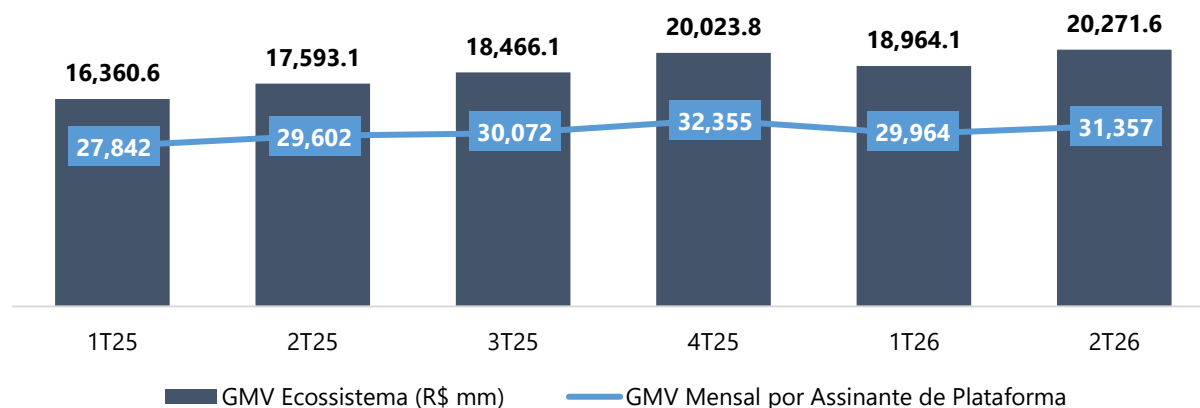
Já a Receita Líquida de Ecossistema, apesar da leve desaceleração do GMV de Lojas Próprias, cresceu 10,5% no 2T26 em comparação com o mesmo período do ano anterior (excluindo Squid). No trimestre, os clientes PME direcionaram parte do estoque e das vendas para marketplaces, aproveitando os subsídios oferecidos por esses canais, composição que modera a monetização de Ecossistema no curto prazo, mas contribui para a redução do churn e para o aumento do LTV da base (contribuindo para o aumento do ARPU).

O GMV transitado pelo ecossistema da LWSA¹ atingiu R\$ 20,3 bilhões no 2T26, volume 15,2% superior ao 2T25. No acumulado do primeiro semestre, esse GMV totalizou R\$ 39,2 bilhões, crescimento de 15,6% em relação ao 6M25.

O gráfico abaixo apresenta a evolução do GMV do Ecossistema nos últimos 6 trimestres e o GMV mensal por assinante de plataforma no período, que passou de R\$ 29,6 mil no 2T25 para R\$ 31,4 mil no 2T26.

¹ Excluindo o GMV de clientes de integração de marketplaces (Ideris), que não são considerados na quantidade total de clientes e possuem um perfil distinto de monetização dos demais clientes do ecossistema.

GMV Ecosistema / GMV Mensal por Assinante de Plataforma



O TPV da operação de pagamentos, importante driver para a Receita de Ecosistema, apresentou crescimento de 13,0% no 2T26 vs. 2T25, atingindo R\$ 2,3 bi no período, resultado principalmente do crescimento da penetração da nossa solução de pagamentos dentro desse GMV (em especial clientes Enterprise conforme exemplo de cliente apresentado no início do relatório) e da captura de sinergias entre as empresas adquiridas com a nossa solução de pagamentos.

O segmento de BeOnline / SaaS registrou receita de R\$ 99,3 milhões no 2T26, retração de 2,0% vs. 2T25, refletindo o processo de renovação da base de produtos do segmento, com a descontinuação de soluções que não crescem e possuem dinâmicas de margens distintas das demais (exemplo: PABX), enquanto produtos como e-mail e revenda de aplicativos seguem crescendo de forma consistente e novas soluções como VPS e Locaweb Cloud encontram-se em curva de crescimento.

A Receita Líquida Consolidada da LWSA totalizou R\$ 375,2 milhões no 2T26, um aumento de 8,2% em relação ao 2T25 (mesmas bases de comparação). No 6M26, a Receita Líquida atingiu R\$ 738,0 milhões, crescimento de 9,1%.

// Custos e Despesas Operacionais

(R\$ milhões)

LWSA	2T26	2T25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidado						
Custo dos serviços prestados ¹	188,7	193,6	-2,5%	376,0	380,0	-1,1%
% Receita Operacional Líquida	50,3%	52,2%	-1,9 p.p.	50,9%	52,8%	-1,9 p.p.
Despesas com vendas	72,4	75,2	-3,7%	142,3	142,8	-0,4%
% Receita Operacional Líquida	19,3%	20,3%	-1,0 p.p.	19,3%	19,8%	-0,6 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	52,2	65,9	-20,8%	108,0	128,3	-15,8%
% Receita Operacional Líquida	13,9%	17,8%	-3,9 p.p.	14,6%	17,8%	-3,2 p.p.
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	0,3	0,8	-63,8%	0,4	1,4	-71,9%
% Receita Operacional Líquida	0,1%	0,2%	-0,1 p.p.	0,1%	0,2%	-0,1 p.p.
Custos e Despesas Operacionais Totais	313,6	335,5	-6,5%	626,7	652,5	-4,0%
% Receita Operacional Líquida	83,6%	90,5%	-6,9 p.p.	84,9%	90,7%	-5,7 p.p.

¹ A partir do 2T26, contabilmente, a Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis passou a ser registrada nos Custos dos Serviços Prestados, e não mais no Resultado Financeiro; o efeito acumulado de janeiro a junho de 2026 (R\$ 21,3 milhões) transitou integralmente no 2T26. Nas visões gerenciais deste relatório, essa despesa é mantida no Resultado Financeiro em todos os períodos (2T26, 2T25, 6M26 e 6M25), preservando a comparabilidade integral entre eles. A mudança não tem qualquer efeito sobre Lucro Líquido ou geração de caixa (ver ANEXO I).

Os custos e despesas operacionais totais da LWSA foram 6,5% menores do que o apresentado no 2T25.

Custo dos serviços prestados

O custo dos serviços prestados totalizou R\$ 188,7 milhões no 2T26, redução de 2,5% vs. 2T25, representando 50,3% da receita líquida vs. 52,2% no 2T25. A queda é reflexo da venda de ativos com estruturas de custos mais robustas e da captura de sinergias na migração de cloud para soluções proprietárias.

No 2T26, R\$ 21,3 milhões de Despesas Financeiras com Antecipação de Recebíveis (acumulado janeiro a junho de 2026) foram reclassificados do Resultado Financeiro para os Custos dos Serviços Prestados. Os valores foram ajustados gerencialmente para fins de comparabilidade com os períodos anteriores.

Despesas com vendas

As despesas com vendas, que compreendem equipes e serviços de marketing e vendas, totalizaram R\$ 72,4 milhões no 2T26, redução de 3,7% vs. 2T25. A queda, mesmo com o crescimento da Receita Líquida, é reflexo, principalmente, da maior eficiência nos investimentos em marketing viabilizada pelo uso de dados do ecossistema. Destacamos que os valores em percentual da Receita Líquida seguem próximos a 20%.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas, que compreendem as equipes das áreas administrativas (finanças, RH, contabilidade e fiscal), serviços terceirizados correlatos e depreciação/amortização de ativos do IFRS 16 e de PPA, totalizaram R\$ 52,2 milhões no 2T26, vs R\$ 65,9 milhões no 2T25, representando uma queda de 20,8%. A redução é resultado de três fatores: (i) captura de sinergias dentro do ecossistema; (ii) disciplina de estrutura, com quadro de colaboradores praticamente

estável (3.237 ao final do 2T26 vs. 3.274 no 2T25) e ganhos genuínos de produtividade; e (iii) maior adoção de ferramentas de Inteligência Artificial nas operações.

// Lucro Bruto

(R\$ milhões)

LWSA	2T26	2T25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidado						
Lucro Bruto¹	186,5	177,2	5,3%	362,0	339,7	6,6%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>49,7%</i>	<i>47,8%</i>	<i>1,9 p.p.</i>	<i>49,1%</i>	<i>47,2%</i>	<i>1,9 p.p.</i>

¹ No 2T25 o cálculo da Margem Bruta considera o valor do Lucro Bruto e da Receita Líquida considerando Squid e Nextios, ou seja, R\$ 177,2 milhões de Lucro Bruto e R\$ 370,8 milhões de Receita Líquida (o mesmo acontece para o 6M25).

Além disso, a partir do 2T26, contabilmente, a Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis passou a ser registrada nos Custos dos Serviços Prestados, e não mais no Resultado Financeiro; o efeito acumulado de janeiro a junho de 2026 (R\$ 21,3 milhões) transitou integralmente no 2T26. Nas visões gerenciais deste relatório, essa despesa é mantida no Resultado Financeiro em todos os períodos (2T26, 2T25, 6M26 e 6M25), preservando a comparabilidade integral entre eles. A mudança não tem qualquer efeito sobre Lucro Líquido ou geração de caixa (ver ANEXO I).

O Lucro Bruto atingiu R\$ 186,5 milhões no 2T26, crescimento de 5,3% vs. 2T25. A Margem Bruta foi de 49,7% no trimestre, crescimento de 1,9 p.p. na comparação anual, resultado da venda de ativos que possuíam estruturas de custos mais robustas, bem como da captura de sinergias na migração dos custos de cloud para soluções proprietárias.

Excluindo os efeitos da Depreciação e Amortização alocada aos Custos dos Serviços Prestados, a Margem Bruta sem D&A apresentou expansão de 3,4 p.p., atingindo 56,8%, conforme tabela a seguir.

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

LWSA	2T26	2T25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidado						
Custo dos serviços prestados ¹	(188,7)	(193,6)	-2,5%	(376,0)	(380,0)	-1,1%
Depreciação e Amortização	26,6	21,0	26,9%	52,0	41,4	25,4%
Custo dos serviços prestados (ex D&A)	(162,1)	(172,6)	-6,1%	(324,0)	(338,6)	-4,3%
<i>Margem Bruta sem D&A (%)</i>	<i>56,8%</i>	<i>53,4%</i>	<i>3,4 p.p.</i>	<i>56,1%</i>	<i>53,0%</i>	<i>3,1 p.p.</i>

// EBITDA Ajustado e Geração Operacional de Caixa

(R\$ milhões)

LWSA	2T26	2T25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidado						
Lucro (Prejuízo) Líquido	34,3	15,8	117,1%	55,8	30,6	82,4%
(+) Resultado Financeiro Líquido ¹	5,9	8,1	-27,4%	14,9	16,4	-9,1%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	21,4	11,3	89,1%	40,6	20,2	101,1%
(+) Depreciação e Amortização	35,9	35,6	0,8%	72,2	70,0	3,1%
EBITDA	97,5	70,9	37,6%	183,5	137,2	33,7%
(+) Resultado da Venda de Ativos e Despesas Não Recorrentes	0,0	3,3	-100,0%	0,0	5,1	-100,0%
(+) Plano de opção de compra de ações e Plano de Ações Restritas	5,0	1,7	189,3%	10,0	3,6	179,0%
(+) Despesas de fusões e aquisições	0,0	0,0	-	0,0	0,3	-100,0%
EBITDA Ajustado	102,5	75,9	35,1%	193,5	146,1	32,4%
Margem EBITDA Ajustada (%)	27,3%	21,9%	5,4 p.p.	26,2%	21,6%	4,6 p.p.
EBITDA Ajustado Consolidado Ex Squid e Nextios	102,5	74,9	36,9%	193,5	145,8	32,7%
Margem EBITDA Ajustada Ex Squid e Nextios (%)	27,3%	20,2%	7,1 p.p.	26,2%	20,3%	6,0 p.p.
(-) Capex	(34,0)	(29,9)	13,7%	(58,6)	(54,9)	6,7%
(-) Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis	(10,4)	(10,5)	-0,6%	(21,3)	(21,1)	1,1%
Geração Operacional de Caixa²	58,1	34,5	68,4%	113,6	69,8	62,7%
Margem (%)	15,5%	9,9%	5,5 p.p.	15,4%	10,3%	5,1 p.p.

¹ A partir do 2T26, contabilmente, a Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis passou a ser registrada nos Custos dos Serviços Prestados, e não mais no Resultado Financeiro; o efeito acumulado de janeiro a junho de 2026 (R\$ 21,3 milhões) transitou integralmente no 2T26. Nas visões gerenciais deste relatório, essa despesa é mantida no Resultado Financeiro em todos os períodos (2T26, 2T25, 6M26 e 6M25), preservando a comparabilidade integral entre eles. A mudança não tem qualquer efeito sobre Lucro Líquido ou geração de caixa (ver ANEXO I).

² Geração Operacional de Caixa corresponde ao EBITDA Ajustado menos Capex e Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis

O EBITDA Ajustado da LWSA no 2T26 foi de R\$ 102,5 milhões, montante 35,1% superior ao 2T25 (em bases comparáveis, ou seja, excluindo Squid e Nextios), com a Margem EBITDA Ajustada apresentando expansão de 5,4 p.p. no mesmo período e atingindo 27,3%, a maior margem trimestral da história da Companhia. No primeiro semestre de 2026, a Margem EBITDA Ajustada foi de 26,2%, representando uma expansão de 4,6 p.p. na comparação com o primeiro semestre de 2025.

A Margem EBITDA Ajustada do segmento de Commerce apresentou expansão de 6,4 p.p. no 2T26 quando comparado ao 2T25, atingindo 27,7%. Já no segmento de BeOnline / SaaS, a expansão foi de 2,9 p.p., totalizando 26,4% no trimestre.

O Capex total da Companhia aumentou 13,7% no período, resultado da aceleração dos desenvolvimentos de produtos da Companhia no período (apresentados no início do relatório) e as Despesas Financeiras com Antecipação de Recebíveis apresentaram queda de 0,6% (comparado a um crescimento de 13,0% do TPV).

A Geração Operacional de Caixa foi de R\$ 58,1 milhões no trimestre, uma expansão de 68,4% quando comparado ao resultado do 2T25. A margem, nesse caso, apresentou expansão de 5,5 p.p. atingindo 15,5%.

// Resultado Financeiro

(R\$ milhões)

LWSA	2T26	2T25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidado						
Receita Financeira ¹	10,2	14,5	-29,9%	21,2	31,3	-32,4%
Despesas Financeiras	(16,1)	(22,6)	-29,0%	(36,1)	(47,7)	-24,4%
Resultado Financeiro Líquido¹	(5,9)	(8,1)	-27,4%	(14,9)	(16,4)	-9,1%

¹ A partir do 2T26, contabilmente, a Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis passou a ser registrada nos Custos dos Serviços Prestados, e não mais no Resultado Financeiro; o efeito acumulado de janeiro a junho de 2026 (R\$ 21,3 milhões) transitou integralmente no 2T26. Nas visões gerenciais deste relatório, essa despesa é mantida no Resultado Financeiro em todos os períodos (2T26, 2T25, 6M26 e 6M25), preservando a comparabilidade integral entre eles. A mudança não tem qualquer efeito sobre Lucro Líquido ou geração de caixa (ver ANEXO I).

O resultado financeiro líquido no 2T26 foi uma despesa de R\$ 5,9 milhões, uma redução de 27,4% vs. o resultado financeiro apresentado no 2T25, principalmente por conta dos ajustes a valor presente dos Earnouts que somaram R\$ 6,7 milhões no 2T25 e R\$ 0,2 milhões no 2T26.

// Lucro Líquido

(R\$ milhões)

LWSA	2T26	2T25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidado						
Lucro (Prejuízo) Líquido	34,3	15,8	117,1%	55,8	30,6	82,4%
(+) Plano de opção de compra de ações e Plano de Ações Restritas	5,0	1,7	189,3%	10,0	3,6	179,0%
(+) Amortização de intangíveis PPA	4,7	9,4	-49,6%	10,8	18,8	-42,8%
(+) Ajuste de Earnout de Aquisições	0,2	6,7	-97,7%	3,4	14,0	-75,8%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	21,4	8,4	156,0%	39,7	8,7	359,2%
(+) Resultado das Operações Descontinuadas e Despesas Não Recorrentes	0,0	2,2	-100,0%	0,0	3,3	-100,0%
Lucro Líquido Ajustado	65,7	44,2	48,7%	119,7	79,0	51,5%
Margem Lucro Líquido Ajustado (%)	17,5%	12,7%	4,8 p.p.	16,2%	11,7%	4,5 p.p.

O Lucro Líquido do 2T26 foi R\$ 34,3 milhões, crescimento de 117,1% quando comparado ao 2T25. Ajustando o resultado pelos Planos de Opções de Ações, Amortização de Intangíveis de PPA e os Ajustes de Earnouts de Aquisições, além do Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido, o Lucro Líquido Ajustado do período foi de R\$ 65,7 milhões, crescimento de 48,7% vs. 2T25.

// Fluxo de Caixa

(R\$ milhões)

LWSA	2T26	2T25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidado						
Resultado antes do IR e CS	55,7	27,1	105,5%	96,4	50,8	89,8%
Itens que não afetam caixa	39,5	45,7	-13,6%	88,4	92,4	-4,3%
Variação no Capital de Giro	(4,5)	59,8	-107,6%	11,0	2,4	364,5%
Caixa Líquido das Atividades Operacionais (A)	90,6	132,6	-31,6%	195,9	145,6	34,5%
Capex - Imobilizado	(7,4)	(8,4)	-11,8%	(9,6)	(12,7)	-24,8%
Capex - Desenvolvimento	(26,5)	(21,5)	23,7%	(49,0)	(42,2)	16,2%
Fluxo de Caixa Livre - Após Capex	56,7	102,7	-44,8%	137,2	90,6	51,4%
Obrigação com aquisição de investimentos	(24,1)	(217,7)	-89,0%	(32,7)	(222,7)	-85,3%
Outros Investimentos	0,0	(1,0)	-100,1%	(0,2)	(1,3)	-80,2%
Caixa Líquido das Atividades de Investimentos (B)	(58,0)	(248,6)	-76,7%	(91,6)	(278,9)	-67,1%
Empréstimos e financiamentos	0,0	0,0	-	0,0	(0,0)	-100,0%
Arrendamentos Mercantis	(6,7)	(6,6)	1,7%	(13,0)	(12,2)	6,6%
Recompra de Ações / Dividendos / Outros	0,0	0,6	-100,0%	(148,7)	(24,6)	504,0%
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento (C)	(6,7)	(6,0)	12,3%	(161,7)	(36,8)	339,0%
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa (A + B + C)	25,9	(122,0)	-121,2%	(57,4)	(170,1)	-66,2%

O caixa líquido proveniente das atividades operacionais totalizou R\$ 90,6 milhões no 2T26. No acumulado do primeiro semestre, a geração operacional de caixa atingiu R\$ 195,9 milhões, montante 34,5% superior ao registrado no 6M25.

Destacamos no 2T26: (i) maior utilização do capital de terceiros na operação de pagamentos, com estabilidade na despesa financeira com antecipação de recebíveis, que ficou em 0,44% do TPV; e (ii) manutenção da captura dos benefícios fiscais decorrentes do goodwill das aquisições, resultado da simplificação da estrutura organizacional com as incorporações de Tray, Bling e Etus em agosto/24 e KingHost, Melhor Envio e Ideris em fevereiro/25, o que reduz o desembolso de imposto de renda e contribuição social.

Com relação ao Capital de Giro, no acumulado do semestre, o capital de giro apresentou geração de R\$ 11,0 milhões, refletindo a busca da Companhia por maior eficiência na alocação de capital. Pontualmente, no 2T25 a Companhia passou a utilizar mais capital de terceiros no financiamento das antecipações dos seus clientes, o que impacta a comparação do 2T26 vs 2T25. Destacamos que esse efeito está normalizado no semestre.

Neste trimestre, o Capex de Desenvolvimento apresentou aumento de 23,7% quando comparado ao 2T25, direcionado majoritariamente ao desenvolvimento e à evolução dos nossos produtos e jornadas (destaques no início do relatório), enquanto o Capex de Imobilizado apresentou queda de cerca de R\$ 1,0 milhão na comparação com o ano anterior.

O Fluxo de Caixa Livre, após Capex, foi de R\$ 56,7 milhões no 2T26, ante R\$ 102,7 milhões em igual período do ano anterior, comparação impactada pela variação pontual de capital de giro registrada

no 2T25. No acumulado do semestre, o FCF totalizou R\$ 137,2 milhões, crescimento de 51,4% vs. 6M25.

Cabe lembrar que, no primeiro semestre de 2026, a Companhia retornou aproximadamente R\$ 148,7 milhões aos acionistas, por meio da redução de capital social no valor total de R\$ 140 milhões, concluída em fevereiro, mediante restituição em dinheiro correspondente a R\$ 0,2547359132 por ação, e da aquisição de R\$ 8,7 milhões em ações de própria emissão no âmbito do programa de recompra, ambas realizadas no 1T26.

// Posição de Caixa

(R\$ milhões)

LWSA	2T26	2T25	Δ%
Consolidado			
Dívida Bruta Bancária	0,0	0,0	-
(-) Caixa e Equivalente de Caixa	(314,5)	(277,3)	13,4%
Dívida (Caixa) Líquida	(314,5)	(277,3)	13,4%
(+) Passivo de arrendamento - Curto Prazo ¹	19,4	18,3	6,1%
(+) Earnouts - Curto Prazo	19,8	23,8	-16,8%
Dívida (Caixa) Líquida de Earnouts - Curto Prazo	(275,3)	(235,2)	17,0%
(+) Passivo de arrendamento - Longo Prazo ¹	52,6	63,2	-16,9%
(+) Earnouts - Longo Prazo	11,7	40,6	-71,1%
Dívida (Caixa) Líquida de Earnouts	(211,0)	(131,4)	60,6%

¹ Relacionado ao IFRS 16

Como resultado da forte geração de caixa no período, encerramos o período com posição de caixa líquida de R\$ 314,5 milhões, montante 13,4% superior ao registrado no mesmo período do ano anterior.

Os saldos a pagar de Earnouts, considerando o curto e o longo prazo, passaram de R\$ 64,4 milhões no 2T25 para R\$ 31,5 milhões no 2T26 com 63% do saldo a ser pago nos próximos 12 meses e o restante em prazo superior a um ano.

// ANEXO I – Reclassificação da Despesa Financeira com Antecipação de Recebíveis

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T26 Contábil	Ajuste	2T26 Gerencial
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	375,2		375,2
Custo dos serviços prestados	(210,0)	21,3	(188,7)
LUCRO BRUTO	165,2		186,5
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(124,9)		(124,9)
Com vendas	(72,4)		(72,4)
Gerais e administrativas	(52,2)		(52,2)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(0,3)		(0,3)
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IR E CS	40,3		61,6
RESULTADO FINANCEIRO	15,4		(5,9)
Receitas financeiras	10,2		10,2
Despesas financeiras	5,2	(21,3)	(16,1)
LUCRO ANTES DO IR E CS	55,7		55,7
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(21,4)		(21,4)
Correntes	0,1		0,1
Diferidos	(21,4)		(21,4)
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	34,3		34,3
Despesas de depreciação e amortização	35,9		35,9
EBITDA	76,2		97,5
(+) Plano de opção de compra de ações	5,0		5,0
EBITDA Ajustado	81,2		102,5

// ANEXO II – DRE Consolidado Ajustado

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T25	2T26	6M25	6M26
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	370,8	375,2	719,7	738,0
Custo dos serviços prestados	(193,6)	(188,7)	(380,0)	(376,0)
LUCRO BRUTO	177,2	186,5	339,7	362,0
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(141,9)	(124,9)	(272,5)	(250,7)
Com vendas	(75,2)	(72,4)	(142,8)	(142,3)
Gerais e administrativas	(65,9)	(52,2)	(128,3)	(108,0)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(0,8)	(0,3)	(1,4)	(0,4)
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IR E CS	35,2	61,6	67,2	111,3
RESULTADO FINANCEIRO	(8,1)	(5,9)	(16,4)	(14,9)
Receitas financeiras	14,5	10,2	31,3	21,2
Despesas financeiras	(22,6)	(16,1)	(47,7)	(36,1)
LUCRO ANTES DO IR E CS	27,1	55,7	50,8	96,4
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(11,3)	(21,4)	(20,2)	(40,6)
Correntes	(2,9)	0,1	(11,5)	(0,9)
Diferidos	(8,4)	(21,4)	(8,7)	(39,7)
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	15,8	34,3	30,6	55,8

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

// ANEXO III – DRE BeOnline / SaaS

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - BEONLINE / SAAS (em R\$ milhões)	2T25	2T26	6M25	6M26
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	104,8	99,3	209,5	200,0
Custo dos serviços prestados	(73,0)	(74,0)	(144,6)	(145,8)
LUCRO BRUTO	31,8	25,3	64,9	54,2
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(33,2)	(22,7)	(62,4)	(49,9)
Com vendas	(21,9)	(20,9)	(40,8)	(37,7)
Gerais e administrativas	(11,5)	(3,1)	(21,9)	(12,3)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,1	1,3	0,2	0,1
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IR E CS	(1,4)	2,6	2,5	4,3
DESPESAS DE DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	22,5	20,5	43,6	41,6
EBITDA	21,1	23,1	46,2	45,9

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

// ANEXO IV – DRE Commerce Ajustado

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO - COMMERCE (em R\$ milhões)	2T25	2T26	6M25	6M26
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	266,0	275,9	510,1	538,0
Custo dos serviços prestados	(120,6)	(114,7)	(235,4)	(230,1)
LUCRO BRUTO	145,4	161,2	274,8	307,9
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	(108,7)	(102,2)	(210,1)	(200,8)
Com vendas	(53,3)	(55,4)	(102,0)	(104,6)
Gerais e administrativas	(54,5)	(49,3)	(106,4)	(95,7)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(0,9)	2,5	(1,7)	(0,5)
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO, IR E CS	36,7	59,0	64,7	107,0
DESPESAS DE DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	13,1	15,4	26,4	30,6
EBITDA	49,8	74,4	91,1	137,6

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

// ANEXO V – Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	4T25	1T26	2T26
ATIVO	31/12/2025	31/03/2026	30/06/2026
Circulante			
Caixa e equivalentes de caixa	371,9	288,6	314,5
Aplicação financeira restrita	92,7	85,2	90,1
Contas a receber	797,6	810,8	804,8
Impostos a recuperar	4,0	4,5	9,4
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	14,7	7,1	1,7
Instrumentos financeiros derivativos	0,1	0,0	0,0
Outros ativos	43,9	41,1	40,9
Ativos destinados a venda	-	-	-
Total do ativo circulante	1.324,9	1.237,3	1.261,4
Não circulante			
Títulos e valores mobiliários	13,5	13,4	13,3
Aplicação financeira restrita	0,0	0,0	0,0
Depósitos judiciais	0,3	0,0	0,0
Outros ativos	23,1	23,1	25,0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	287,2	269,7	241,0
Investimentos	0,0	0,0	0,0
Imobilizado	76,4	69,3	72,3
Ativos de direito de uso	64,5	60,2	60,9
Intangível	1.848,6	1.846,9	1.853,9
Total do ativo não circulante	2.313,5	2.282,6	2.266,4
TOTAL DO ATIVO	3.638,4	3.519,9	3.527,8

// ANEXO VI – Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	4T25	1T26	2T26
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	31/12/2025	31/03/2026	30/06/2026
Circulante			
Fornecedores	41,1	40,1	50,4
Empréstimos e financiamentos	0,0	0,0	0,0
Passivo de arrendamento	18,8	18,8	19,4
Pessoal, encargos e benefícios sociais	115,2	138,5	109,7
Imposto de renda e contribuição social a recolher	0,1	0,2	0,1
Outros tributos a recolher	15,9	11,5	11,2
Serviços a prestar	120,2	118,3	118,9
Recebimentos a repassar	687,4	685,2	697,6
Juros sobre o capital próprio a pagar	0,0	0,0	0,0
Impostos parcelados	3,5	3,6	3,6
Instrumentos financeiros derivativos	0,0	2,9	3,2
Obrigações com aquisição de investimentos	18,3	27,2	19,8
Outros passivos	34,1	42,8	36,6
Total do passivo circulante	1.054,5	1.089,1	1.070,4
Não circulante			
Fornecedores	0,0	1,5	0,8
Empréstimos e financiamentos	0,0	0,0	0,0
Serviços a Prestar	1,5	1,8	-
Provisão para demandas judiciais	3,0	2,5	2,1
Obrigações com aquisição de investimentos	27,5	13,2	11,7
Passivo de arrendamento	56,7	52,4	52,6
Impostos parcelados	9,5	8,8	8,1
Imposto de renda e contribuição social diferidos	7,6	7,4	-
Outros passivos	10,0	-	-
Total do passivo não circulante	116,0	87,7	75,3
PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Capital social	2.469,9	2.329,9	2.329,9
Ações em Tesouraria	(67,0)	(75,6)	(75,6)
Ações em Tesouraria Canceladas	0,0	0,0	0,0
Reserva de capital	33,1	37,4	42,3
Reserva de lucros	31,9	31,9	31,9
Ajuste de avaliação patrimonial	0,0	(1,9)	(2,1)
Lucro (prejuízo) do período	0,0	21,5	55,8
Total do patrimônio líquido	2.467,9	2.343,1	2.382,1
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	3.638,4	3.519,9	3.527,8

// ANEXO VII – DFC

Fluxo de Caixa	2T25	2T26	6M25	6M26
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	27.099,0	55.676,0	50.802,0	96.428,0
Ajustes não caixa	45.734,0	39.513,2	92.426,0	88.443,2
Variações nos ativos e passivos:	59.768,0	(4.546,0)	2.364,0	10.980,0
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais	132.601,0	90.643,2	145.592,0	195.851,2
Fluxo de caixa das atividades de investimento				
Aquisição de bens para o imobilizado	(8.440,0)	(7.446,0)	(12.748,0)	(9.591,0)
Contas a pagar por aquisição de participação societária	(217.711,0)	(24.055,0)	(222.650,0)	(32.744,0)
Aplicação Financeira Restrita + Venda (compra de títulos e valores mobiliários)	(1.000,0)	1,0	(1.255,0)	(249,0)
Aquisição e desenvolvimento de ativo intangível	(21.461,0)	(26.542,0)	(42.200,0)	(49.021,0)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(248.612,0)	(58.042,0)	(278.853,0)	(91.605,0)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento				
Integralização de capital / Recursos provenientes do exercício de opções de ações	5.587,0	-	6.359,0	-
Arrendamentos mercantis	(6.596,0)	(6.705,0)	(12.217,0)	(13.022,0)
Empréstimos e financiamentos pagos	-	0,0	(2,0)	-
Juros e variação cambial pagos	0,0	0,0	-	-
Dividendos e juros sobre capital próprio pagos	0,0	-	-	(139.999,0)
Ações em tesouraria	(4.962,0)	-	(30.970,0)	(8.661,0)
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	(5.971,0)	(6.705,0)	(36.830,0)	(161.682,0)
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(121.982,0)	25.896,3	(170.091,0)	(57.435,7)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	399.269,0	288.599,0	447.378,0	371.931,0
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	277.287,0	314.495,0	277.287,0	314.495,0
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	(121.982,0)	25.896,0	(170.091,0)	(57.435,7)

// Glossário

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

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

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

AVP: Sigla para Ajuste a Valor Presente.

Bacen: Sigla para Banco Central do Brasil.

Bookings: Adição de novos clientes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IA: Sigla para Inteligência Artificial.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PDV: Sigla para "Ponto de Venda".

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

YoY: Sigla em inglês para comparação anual.

lwsa

(B3: LWSA3)

Confira os demais documentos do 2T26
no site: <https://ri.lwsa.tech/>

Mais informações:

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

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

Obrigado!

Equipe LWSA.



lwsa
Earnings Release

2Q26

August 13th, 2026





We transform businesses to grow and thrive through technology

EARNINGS RESULTS CONFERENCE CALL

August 14th, 2026 (Friday)

09:00 a.m. - Brasília time

08:00 a.m. - New York time

[Registration link](#)

Portuguese with simultaneous translation into
English

IR CONTACTS

André Kubota

CFO and IRO

Henrique Marquezi

IR Director

Danielle Lima

IR Manager

Ricardo Reis

IR Analyst

Phone Number // +55 11 3544-0479

E-mail // ri@lwsa.tech

Website // ri.lwsa.tech

About LWSA

LWSA is a benchmark in digital transformation in Brazil, providing essential digitalization services and reliable tools to create, manage and expand businesses of any size.

With a focus on innovation, integration and security, LWSA powers the digital ecosystem for companies, offering solutions for online presence, e-commerce, management and financial services. The Company serves +700 thousand clients in different sectors, including SMEs and large companies, connecting technology and business in an efficient and integrated manner.

LWSA
B3 LISTED NM

IBRX100 B3

MLCX B3

IGC-NM B3

ITAG B3

IGCT B3

IGC B3

IBRA B3

ICO2 B3

IBSD B3

Disclaimer

LWSA S/A ("Company") announces today its results for the second quarter of 2026 (2Q26).

The statements contained in this document related to business prospects, projections on operating and financial results and those related to LWSA S/A's growth prospects are merely projections and, as such, are based exclusively on the expectations of the Management about the future of the business.

These expectations depend materially on market conditions, the performance of the Brazilian economy, the sector and international markets and, therefore, are subject to changes without notice.

All variations presented here are calculated based on numbers in millions of reais (unless otherwise stated), as well as rounding.

This performance report features accounting and non-accounting data such as operational, organic and pro-forma financial data and projections based on the expectations of the Company's Management.

The non-accounting data has not been reviewed by the Company's independent auditors.



São Paulo, August 13, 2026: LWSA S/A (B3: LWSA3) informs its shareholders and other market participants of the 2Q26 results

Highlights

Second quarter results reinforce the consistency of the business model: double digit growth in the Commerce segment, record profitability and solid cash generation in the first half of the year

Executive Summary

Net Revenue growth, with an advance of **+8.2%** vs. 2Q25 on a comparable basis, totaling **R\$ 375.2 million**

Commerce Net Revenue growth of **+12.4%** vs. 2Q25, reaching **R\$ 276.0 million**, highlighted by Platform Subscription Revenue (**+14.0%**)

Profitability expansion, driven by operating leverage gains and ongoing efficiency capture throughout the quarter

- Adjusted EBITDA of **R\$ 102.5 million** (**+35.1%** vs. 2Q25), a historical record and, for the first time, above R\$ 100 million

- Adjusted EBITDA Margin **+5.4 p.p.** vs 2Q25, reaching **27.3%** in 2Q26 (the highest in the last 24 quarters), driven by strong margin expansion in the Commerce segment of **+6.4 p.p.** vs 2Q25, reaching **27.7%** in 2Q26

Robust cash generation, with Free Cash Flow of **R\$ 137.2 million** in 1H26 (**+51.4%** vs. 1H25), representing an **18.6%** FCF margin in the first half of the year

// Summary of Indicators

(R\$ million)

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
MAIN OPERATIONAL INDICATORS						
Platform Subscribers (thousand)	215.5	198.1	8.8%	215.5	198.1	8.8%
Ecosystem GMV (Ex Ideris)	20,271.6	17,593.1	15.2%	39,235.8	33,953.6	15.6%
TPV	2,347.2	2,076.7	13.0%	4,574.7	4,099.1	11.6%
FINANCIAL INDICATORS						
Commerce Net Revenue ¹	276.0	245.6	12.4%	538.0	474.8	13.3%
Platform Subscription Net Revenue	148.6	130.4	14.0%	294.2	252.8	16.4%
Ecosystem Net Revenue ¹	127.3	115.2	10.5%	243.8	222.0	9.8%
Beonline / SaaS Net Revenue ¹	99.3	101.3	-2.0%	200.0	201.9	-0.9%
Consolidated Net Revenue¹	375.2	346.9	8.2%	738.0	676.7	9.1%
Consolidated Gross Profit²	186.5	177.2	5.3%	362.0	339.7	6.6%
Consolidated Gross Margin (%)	49.7%	47.8%	1.9 p.p.	49.1%	47.2%	1.9 p.p.
Commerce Adjusted EBITDA	76.3	52.1	46.5%	141.3	94.2	50.0%
Commerce Adjusted EBITDA Margin (%)	27.7%	21.2%	6.4 p.p.	26.3%	19.8%	6.4 p.p.
BeOnline / SaaS Adjusted EBITDA	26.2	23.8	10.0%	52.2	51.9	0.5%
BeOnline / SaaS Adjusted EBITDA Margin (%)	26.4%	23.5%	2.9 p.p.	26.1%	25.7%	0.4 p.p.
Consolidated Adjusted EBITDA	102.5	75.9	35.1%	193.5	146.1	32.4%
Consolidated Adjusted EBITDA Margin (%)	27.3%	21.9%	5.4 p.p.	26.2%	21.6%	4.6 p.p.
Net Income	34.3	15.8	117.1%	55.8	30.6	82.4%
Net Margin (%)	9.1%	4.6%	4.6 p.p.	7.6%	4.5%	3.0 p.p.
Adjusted Net Income	65.7	44.2	48.7%	119.7	79.0	51.5%
Net Margin (%)	17.5%	12.7%	4.8 p.p.	16.2%	11.7%	4.5 p.p.
Free Cash Flow - After Capex	56.7	102.7	-44.8%	137.2	90.6	51.4%
Margin (%)	15.1%	29.6%	-14.5 p.p.	18.6%	13.4%	5.2 p.p.
Cash and cash equivalents	314.5	277.3	13.4%	314.5	277.3	13.4%
OTHER OPERATIONAL INDICATORS						
Own Store GMV	1,663.0	1,527.7	8.9%	3,279.8	3,039.0	7.9%
Clients EoP - BeOnline / SaaS (thousand)	378.0	393.9	-4.0%	378.0	393.9	-4.0%

¹ 2Q25 Net Operating Revenue and Adjusted EBITDA figures were adjusted due to the divestments of Squid (September/25) and Nextios (December/25).

² In 2Q25, the Gross Margin calculation considers Gross Profit and Net Operating Revenue including Squid and Nextios, i.e., R\$ 177.2 million in Gross Profit and R\$ 370.8 million in Net Operating Revenue (the same applies to 6M25).

Additionally, starting in 2Q26, for accounting purposes, Financial Expenses with Prepayment of Receivables are now recorded under Cost of Services Rendered rather than Financial Results; the accumulated effect from January to June 2026 (R\$ 21.3 million) was fully recognized in 2Q26. In the managerial views of this report, this expense remains under Financial Results for all periods (2Q26, 2Q25, 6M26, and 6M25), preserving full comparability among them. This change has no effect on Net Income or cash generation (see ANNEX I).

// Message from Management

We closed 2Q26 reaffirming the consistency of our business model: the Commerce segment sustained double digit growth, strong consolidated margin expansion (**the highest margin in the last 24 quarters**), and solid cash generation, even in a more challenging retail environment.

This performance gains relevance given the sector backdrop during the period. According to the Cielo Expanded Retail Index (ICVA), Brazilian retail contracted in real terms across all months of the quarter, with declines of 3.0% in April, 3.4% in May, and 2.8% in June, pressured by high interest rates, tight disposable income, and a more selective consumer. E-commerce, which historically grows above overall retail, also lost traction during the period, with growth concentrated around specific calendar dates (e.g., Mother's Day). Even so, our Commerce segment, which grew 12.4% in 2Q26, outperformed the broader market, which grew by around 6.8% in the quarter (according to reports published by Cielo), a reflection of how essential our infrastructure is to our clients' operations and the resilience of our recurring revenue model (over 50% of the segment's total).

Net Revenue

In the quarter, Consolidated Net Revenue grew 8.2% compared to 2Q25, a slight deceleration that follows the retail macroeconomic dynamics of the period, which impacted Revenues derived from sales volume (ecosystem revenue). The Commerce segment as a whole, however, advanced 12.4% in the quarter, highlighted by Platform Subscription Net Revenue, which grew 14.0%.

Within the Commerce segment, we observed distinct GMV dynamics between SMB and Enterprise client profiles throughout the quarter. SMB clients took advantage of subsidies offered by marketplaces to direct inventory and sales to these channels, while Enterprise clients captured higher traffic and sales volume across their own channels.

This composition has an impact on short term results, especially on Ecosystem Revenues whose revenues depend more on sales volume through owned channels, but it brings important long term benefits: the main cause of churn in the SMB base is the mortality of operations that do not sell, and the acceleration of sales in any channel (marketplace, social networks, or owned store) contributes directly to the improvement of this index, sustaining client retention and LTV.

As a result of this dynamic, the subscriber base recorded a net addition of more than 4.5 thousand clients for the second consecutive quarter, reflecting more merchants selling faster (in any channel) by utilizing our ecosystem's tools, which contribute to customer success in this multichannel environment.

In addition, Ecosystem GMV (excluding Ideris) grew 15.2% in the quarter and Own Store GMV advanced 8.9%, driven mainly by Enterprise clients.

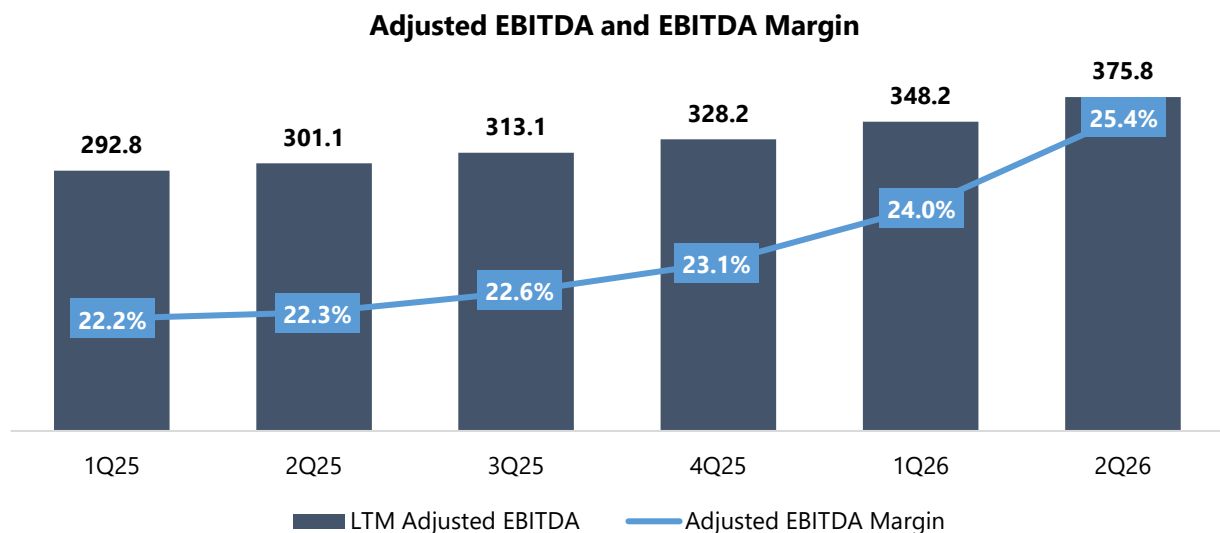
In the BeOnline / SaaS segment, we continue with a product portfolio renewal process. Certain solutions, such as email marketing, social media management, and PABX, which no longer demonstrate satisfactory growth and carry different margin dynamics than the rest, are being

discontinued based on capital allocation decisions, putting pressure on net operating revenue growth for the segment as a whole. Conversely, products such as email and app reselling continue to grow significantly, while new solutions like VPS and Locaweb Cloud are on a growth curve and should soon represent a relevant share of the segment. This renewal reinforces our strategy of focusing efforts on products with higher return and growth potential.

Profitability

We continue on the trajectory of profitability expansion. The Adjusted EBITDA Margin reached 27.3% in 2Q26, the highest in the Company history, with strong expansion both in year over year and sequential comparisons. Adjusted EBITDA reached R\$ 102.5 million, also a historical record and, for the first time, reaching three-digit levels.

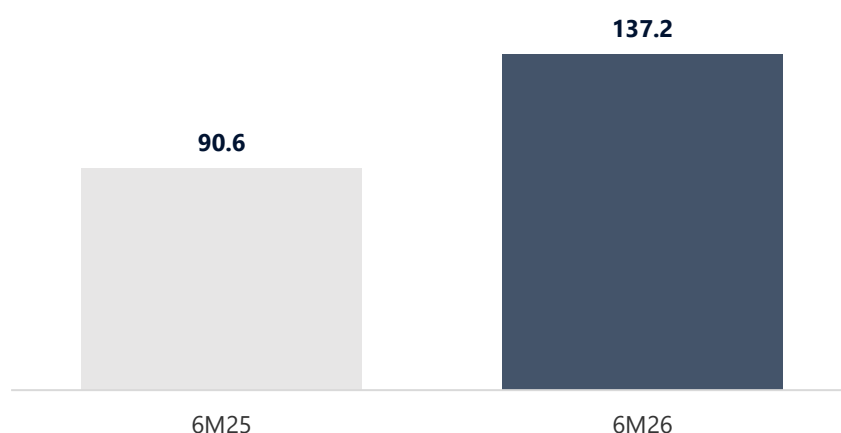
The chart below presents the LTM Adjusted EBITDA per period since 1Q25 with their respective margins:



Cash Generation

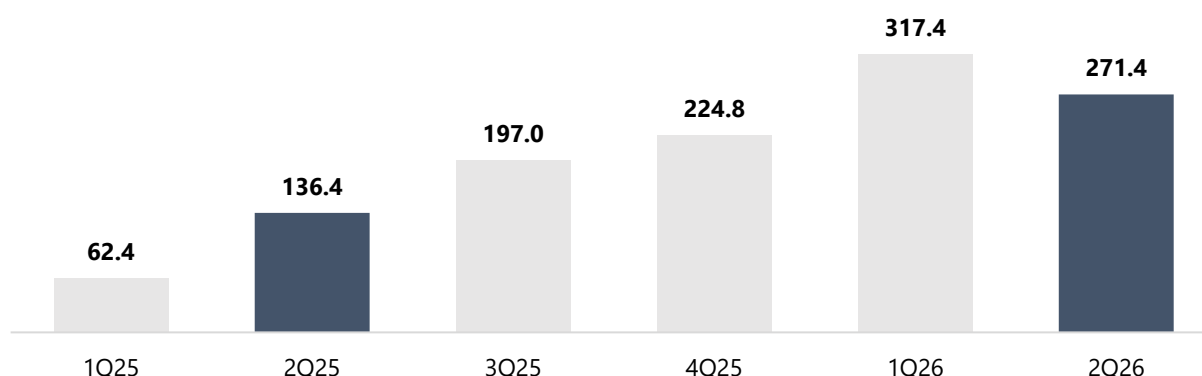
We continue converting EBITDA into operational cash generation, with another positive quarter. In the first half of 2026, Free Cash Flow totaled R\$ 137.2 million, a result 51.4% higher than that registered in the first half of 2025, as shown in the chart below:

Free Cash Flow - After Capex - Cumulative



On a last twelve months cumulative basis, the Company Free Cash Flow After Capex reached R\$ 271.4 million, an amount 98.9% higher than the 12-month cumulative figure in 2Q25, as shown in the chart below:

LTM Free Cash Flow - After Capex



This performance reflects a combination of four factors: (i) controlled working capital; (ii) Capex within the level anticipated by the Company, mostly directed towards the development and evolution of our products and customer journeys; (iii) solution portfolio optimization with capital allocation in more profitable operations; and (iv) continued capturing of tax benefits arising from acquisition goodwill, a result of organizational structure simplification through the mergers carried out over recent periods, which reduces income tax and social contribution cash outflows.

Product Development and Artificial Intelligence

During the quarter, we took concrete steps toward materializing the infrastructure thesis we have reiterated in recent calls: the Company value lies in the operational layer (structured data, critical workflows, and connected domains), and it is on top of this layer that AI agents must operate in order to function reliably.

The main development front in 2Q26 was the agent orchestrator, a direct evolution of what we presented in 1Q26, now in the form of a product that connects proprietary and external agents within a single workflow. The architecture is modular: merchants configure and control AI agents that visually compose a sequence of steps (intent extraction, conditional routing, calls to internal APIs and language models, response formatting) without coding, making the same backbone applicable to different user journeys and platforms across the group. Built on top of the agent orchestrator, the services offered are:

- (i) a logistics agent, which audits the rationale of each freight quote and allows simulating route and carrier choices;
- (ii) a catalog agent, which automates the curation and enrichment of product information, optimizing it for both traditional search (SEO) and discovery via AI;
- (iii) a creation agent, which generates structures for landing pages and commercial pages based on prompts connected to real operational data; and
- (iv) a promotions agent, which suggests and configures commercial dynamics based on purchasing behavior, inventory, and margin.

We also advanced in the customer data layer with the launch of an audience management solution that unifies historically fragmented databases and builds an individual view of the consumer. Based on this unified foundation, the merchant creates customized segmentations and applies them directly across other modules of the ecosystem, such as promotions and payment methods. This constitutes a data asset that, by nature, is cross cutting to the operations of the group: the more domains connected to this layer, the higher the data density available for personalization and for the AI agents themselves.

Regarding SMB clients, with the developments we presented in the 1Q26 earnings release, such as store onboarding with automated catalog configuration, pricing, and payment methods, the average time to launch a store in the SMB base dropped by 72.0% in 2Q26 (versus 2Q25), while the share of stores launched within 30 days more than doubled, growing by 115.3% in the period (also compared to 2Q25 results). The proportion of stores making their first sale within 60 days after creation advanced 22.4%. As the main driver of churn in the SMB base is early operational mortality before making sales, accelerating store launch and initial sales directly drives higher retention and LTV for these clients.

Finally, a point we consider structurally relevant is the evolution of our own development model. We created an end-to-end AI-assisted development workflow in which the design and front-end stages were merged into a single process. In practice, this eliminated intermediate steps and duplicate reviews, reducing the cycle time between opening a request for a change and its deployment into production to just a few hours, with the product team working directly on the production repository code.

The power of the ecosystem: retention and ARPU expansion

We would like to illustrate the thesis we have been reiterating regarding the value of our integrated infrastructure with an example. An Enterprise segment client, served by a single platform solution,

faced a temporary working capital crunch and requested a renegotiation of their commercial terms. In a single-product relationship, such a move typically leads to a discount or churn; however, rather than simply lowering the price, we leveraged the breadth of our ecosystem: we structured a retention plan that expanded the number of contracted solutions and deepened the client's integration into our infrastructure.

Even with more favorable terms for the client, the renegotiation resulted in a 153.5% growth in total revenue (MRR + ecosystem revenues) and a multi-year contract extension. This case illustrates our monetization strategy: clients using more products from our platform generate more revenue, switch suppliers less often, and stay longer, turning a churn risk into account expansion.

// Performance

// Net Operating Revenue

(R\$ million)

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Commerce						
Net Revenue	276.0	245.6	12.4%	538.0	474.8	13.3%
Platform Subscription Net Revenue	148.6	130.4	14.0%	294.2	252.8	16.4%
Ecosystem Net Revenue	127.3	115.2	10.5%	243.8	222.0	9.8%
BeOnline / SaaS						
Net Revenue	99.3	101.3	-2.0%	200.0	201.9	-0.9%
Consolidated						
Net Revenue - Consolidated	375.2	346.9	8.2%	738.0	676.7	9.1%

¹ 2Q25 revenue adjusted to reflect the divestitures of Squid and Nextios.

In the Commerce segment, Net Operating Revenue grew 12.4% in 2Q26, going from R\$ 245.6 million in 2Q25 (excluding Squid) to R\$ 276.0 million in 2Q26. Year to date for the first half, growth was 13.3%.

Net Platform Subscription Revenue grew 14.0% in 2Q26 vs. 2Q25, resulting from the 8.8% growth in the paying subscriber base, which reached 215.5 thousand clients in 2Q26, with net additions exceeding 4.5 thousand subscribers for the second consecutive quarter, alongside the continuous expansion of ARPU within the existing base.

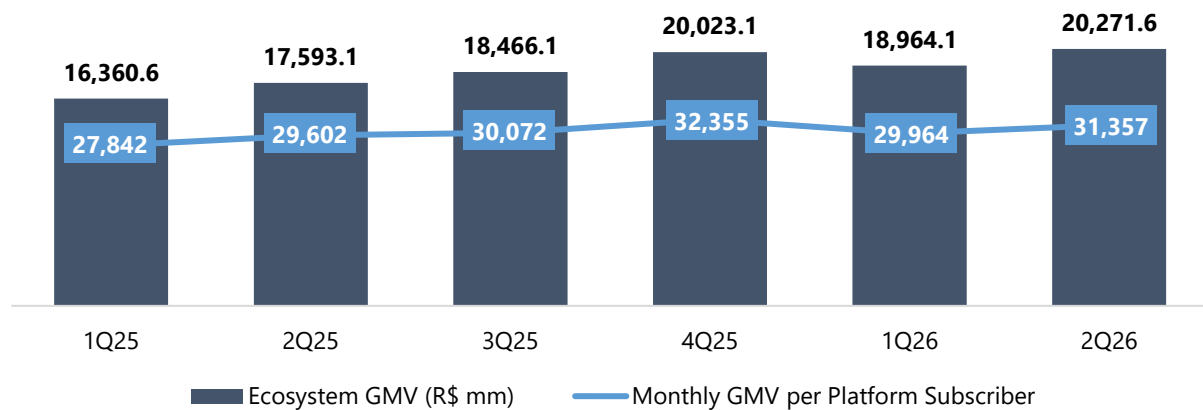
Meanwhile, Net Ecosystem Revenue, despite the slight deceleration in Own Store GMV, grew 10.5% in 2Q26 compared to the same period of the previous year (excluding Squid). In the quarter, SMB clients directed a portion of inventory and sales to marketplaces, taking advantage of subsidies offered by those channels, a mix that moderates Ecosystem monetization in the short term, but contributes to churn reduction and to higher base LTV (contributing to ARPU expansion).

GMV transacted through the LWSA ecosystem¹ reached R\$ 20.3 billion in 2Q26, a volume 15.2% higher than 2Q25. Year to date for the first half, this GMV totaled R\$ 39.2 billion, a growth of 15.6% compared to 1H25.

The chart below shows the evolution of Ecosystem GMV over the last 6 quarters and the monthly GMV per platform subscriber in the period, which went from R\$ 29.6 thousand in 2Q25 to R\$ 31.4 thousand in 2Q26.

¹ Excluding the GMV of marketplace integration clients (Ideris), which are not included in the total client count and feature a distinct monetization profile compared to other ecosystem clients.

Ecosystem GMV / Monthly GMV per Platform Subscriber



TPV from the payments operation, an important driver for Ecosystem Revenue, grew 13.0% in 2Q26 vs. 2Q25, reaching R\$ 2.3 billion in the period, primarily resulting from higher penetration of our payments solution within this GMV (especially Enterprise clients as highlighted in the client showcase at the beginning of the report) and the capture of synergies between acquired companies using our payments solution.

The BeOnline / SaaS segment registered revenue of R\$ 99.3 million in 2Q26, a decline of 2.0% vs. 2Q25, reflecting the process of renewing the segment product base, with the discontinuation of non growing solutions that exhibit margin dynamics distinct from the rest (such as PABX), while products like email and app reselling continue to grow consistently and new solutions like VPS and Locaweb Cloud are on a growth curve.

LWSA Consolidated Net Revenue totaled R\$ 375.2 million in 2Q26, an increase of 8.2% compared to 2Q25 (on a like for like basis). In 1H26, Net Revenue reached R\$ 738.0 million, representing growth of 9.1%.

// Operating Cost and Expenses

(R\$ million)

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidated						
Cost of Services	188.7	193.6	-2.5%	376.0	380.0	-1.1%
% Net Revenue	50.3%	52.2%	-1.9 p.p.	50.9%	52.8%	-1.9 p.p.
Selling Expenses	72.4	75.2	-3.7%	142.3	142.8	-0.4%
% Net Revenue	19.3%	20.3%	-1.0 p.p.	19.3%	19.8%	-0.6 p.p.
General and Administrative Expenses	52.2	65.9	-20.8%	108.0	128.3	-15.8%
% Net Revenue	13.9%	17.8%	-3.9 p.p.	14.6%	17.8%	-3.2 p.p.
Other Operating (Revenues) Expenses	0.3	0.8	-63.8%	0.4	1.4	-71.9%
% Net Revenue	0.1%	0.2%	-0.1 p.p.	0.1%	0.2%	-0.1 p.p.
Total Operating Cost and Expenses	313.6	335.5	-6.5%	626.7	652.5	-4.0%
% Net Revenue	83.6%	90.5%	-6.9 p.p.	84.9%	90.7%	-5.7 p.p.

¹ Starting in 2Q26, for accounting purposes, Financial Expenses with Prepayment of Receivables are now recorded under Cost of Services Rendered rather than Financial Results; the accumulated effect from January to June 2026 (R\$ 21.3 million) was fully recognized in 2Q26. In the managerial views of this report, this expense remains under Financial Results for all periods (2Q26, 2Q25, 6M26, and 6M25), preserving full comparability among them. This change has no effect on Net Income or cash generation (see ANNEX I).

Total operational costs and expenses of LWSA were 6.5% lower than those reported in 2Q25.

Cost of Services

Cost of services rendered totaled R\$ 188.7 million in 2Q26, a 2.5% decrease vs 2Q25, representing 50.3% of net operating revenue vs 52.2% in 2Q25. The decrease reflects the divestment of assets with higher cost structures and the capture of synergies from cloud migration to proprietary solutions.

In 2Q26, R\$ 21.3 million in Financial Expenses from Receivables Prepayment (accumulated January through June 2026) was reclassified from Financial Result to Cost of Services Rendered. Figures were adjusted managerially for comparability purposes with prior periods.

Selling Expenses

Selling expenses, which include marketing and sales teams and services, totaled R\$ 72.4 million in 2Q26, a decrease of 3.7% vs 2Q25. The decline, despite Net Operating Revenue growth, mainly reflects greater efficiency in marketing investments enabled by the use of ecosystem data. We highlight that these expenses as a percentage of Net Operating Revenue remain close to 20%.

General and Administrative Expenses

General and administrative expenses, which include administrative teams (finance, HR, accounting, and tax), related outsourced services, and depreciation/amortization of IFRS 16 assets and PPA, totaled R\$ 52.2 million in 2Q26, vs R\$ 65.9 million in 2Q25, representing a decrease of 20.8%. The reduction is the result of three factors: (i) capture of synergies within the ecosystem; (ii) headcount discipline, with a virtually stable headcount (3,237 at the end of 2Q26 vs. 3,274 in 2Q25) and genuine productivity gains; and (iii) increased adoption of Artificial Intelligence tools across operations.

// Gross Profit

(R\$ million)

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidated						
Gross Profit ¹	186.5	177.2	5.3%	362.0	339.7	6.6%
Gross Margin (%)	49.7%	47.8%	1.9 p.p.	49.1%	47.2%	1.9 p.p.

¹ In 2Q25, the Gross Margin calculation considers Gross Profit and Net Operating Revenue including Squid and Nextios, i.e., R\$ 177.2 million in Gross Profit and R\$ 370.8 million in Net Operating Revenue (the same applies to 6M25).

Additionally, starting in 2Q26, for accounting purposes, Financial Expenses with Prepayment of Receivables are now recorded under Cost of Services Rendered rather than Financial Results; the accumulated effect from January to June 2026 (R\$ 21.3 million) was fully recognized in 2Q26. In the managerial views of this report, this expense remains under Financial Results for all periods (2Q26, 2Q25, 6M26, and 6M25), preserving full comparability among them. This change has no effect on Net Income or cash generation (see ANNEX I).

Gross Profit reached R\$ 186.5 million in 2Q26, up 5.3% vs 2Q25. Gross Margin stood at 49.7% in the quarter, expanding 1.9 p.p. year-over-year, driven by the divestment of assets with higher cost structures, as well as the capture of synergies from cloud cost migration to proprietary solutions.

Excluding the effects of Depreciation and Amortization allocated to Cost of Services Rendered, Gross Margin ex-D&A expanded by 3.4 p.p., reaching 56.8%, as shown in the table below.

The table below presents the Company's Gross Margin excluding Depreciation and Amortization effects in Cost of Services Rendered:

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidated						
Cost of Services ¹	(188.7)	(193.6)	-2.5%	(376.0)	(380.0)	-1.1%
Depreciation and Amortization	26.6	21.0	26.9%	52.0	41.4	25.4%
Cost of Services (ex D&A)	(162.1)	(172.6)	-6.1%	(324.0)	(338.6)	-4.3%
Gross Margin without D&A (%)	56.8%	53.4%	3.4 p.p.	56.1%	53.0%	3.1 p.p.

// Adjusted EBITDA and Operating Cash Generation

(R\$ million)

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidated						
Net Income (Loss)	34.3	15.8	117.1%	55.8	30.6	82.4%
(+) Net Financial Income ¹	5.9	8.1	-27.4%	14.9	16.4	-9.1%
(+) Current Income Tax and Social Contribution	21.4	11.3	89.1%	40.6	20.2	101.1%
(+) Depreciation and Amortization	35.9	35.6	0.8%	72.2	70.0	3.1%
EBITDA	97.5	70.9	37.6%	183.5	137.2	33.7%
(+) Results from the Sale of Assets and Non-Recurring Expenses	0.0	3.3	-100.0%	0.0	5.1	-100.0%
(+) Stock Options Plan and Restricted Shares Plan	5.0	1.7	189.3%	10.0	3.6	179.0%
(+) M&A Expenses	0.0	0.0	-	0.0	0.3	-100.0%
Adjusted EBITDA	102.5	75.9	35.1%	193.5	146.1	32.4%
<i>Adjusted EBITDA Margin (%)</i>	<i>27.3%</i>	<i>21.9%</i>	<i>5.4 p.p.</i>	<i>26.2%</i>	<i>21.6%</i>	<i>4.6 p.p.</i>
Consolidated Adjusted EBITDA Ex Squid e Nextios	102.5	74.9	36.9%	193.5	145.8	32.7%
<i>Adjusted EBITDA Margin Ex Squid e Nextios (%)</i>	<i>27.3%</i>	<i>20.2%</i>	<i>7.1 p.p.</i>	<i>26.2%</i>	<i>20.3%</i>	<i>6.0 p.p.</i>
(-) Capex	(34.0)	(29.9)	13.7%	(58.6)	(54.9)	6.7%
(-) Financial Expenses - Receivables Anticipation	(10.4)	(10.5)	-0.6%	(21.3)	(21.1)	1.1%
Operational Cash Generation²	58.1	34.5	68.4%	113.6	69.8	62.7%
<i>Margin¹ (%)</i>	<i>15.5%</i>	<i>9.9%</i>	<i>5.5 p.p.</i>	<i>15.4%</i>	<i>10.3%</i>	<i>5.1 p.p.</i>

¹ Starting in 2Q26, for accounting purposes, Financial Expenses with Prepayment of Receivables are now recorded under Cost of Services Rendered rather than Financial Results; the accumulated effect from January to June 2026 (R\$ 21.3 million) was fully recognized in 2Q26. In the managerial views of this report, this expense remains under Financial Results for all periods (2Q26, 2Q25, 6M26, and 6M25), preserving full comparability among them. This change has no effect on Net Income or cash generation (see ANNEX I).

² Operating Cash Generation corresponds to Adjusted EBITDA less Capex and Financial Expenses from Receivables Prepayment.

LWSA's Adjusted EBITDA reached R\$ 102.5 million in 2Q26, a 35.1% increase compared to 2Q25 (on a comparable basis, i.e., excluding Squid and Nextios), with the Adjusted EBITDA Margin expanding by 5.4 p.p. in the same period to reach 27.3%, the highest quarterly margin in the Company's history. In the first half of 2026, the Adjusted EBITDA Margin was 26.2%, representing a 4.6 p.p. expansion compared to the first half of 2025.

The Commerce segment's Adjusted EBITDA Margin expanded by 6.4 p.p. in 2Q26 compared to 2Q25, reaching 27.7%. In the BeOnline / SaaS segment, margin expansion stood at 2.9 p.p., totaling 26.4% for the quarter.

The Company's total Capex increased by 13.7% in the period, as a result of accelerated product development during the period (presented at the beginning of the report), while Financial Expenses from Receivables Prepayment decreased by 0.6% (compared to 13.0% TPV growth).

Operating Cash Generation was R\$ 58.1 million in the quarter, up 68.4% compared to 2Q25 results. Cash conversion margin expanded by 5.5 p.p. to reach 15.5%.

// Financial Results

(R\$ million)

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidated						
Financial revenues ¹	10.2	14.5	-29.9%	21.2	31.3	-32.4%
Financial expenses	(16.1)	(22.6)	-29.0%	(36.1)	(47.7)	-24.4%
Net financial income (expenses)¹	(5.9)	(8.1)	-27.4%	(14.9)	(16.4)	-9.1%

¹ Starting in 2Q26, for accounting purposes, Financial Expenses with Prepayment of Receivables are now recorded under Cost of Services Rendered rather than Financial Results; the accumulated effect from January to June 2026 (R\$ 21.3 million) was fully recognized in 2Q26. In the managerial views of this report, this expense remains under Financial Results for all periods (2Q26, 2Q25, 6M26, and 6M25), preserving full comparability among them. This change has no effect on Net Income or cash generation (see ANNEX I).

Net financial result in 2Q26 was an expense of R\$ 5.9 million, a 27.4% reduction vs. the financial result presented in 2Q25, mainly due to present value adjustments on Earnouts, which totaled R\$ 6.7 million in 2Q25 and R\$ 0.2 million in 2Q26.

// Net Income

(R\$ million)

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidated						
Net Income (Loss)	34.3	15.8	117.1%	55.8	30.6	82.4%
(+) Stock Options Plan and Restricted Shares Plan	5.0	1.7	189.3%	10.0	3.6	179.0%
(+) Intangible amortization	4.7	9.4	-49.6%	10.8	18.8	-42.8%
(+) Adjustment of Acquisition Earnout	0.2	6.7	-97.7%	3.4	14.0	-75.8%
(+) Deferred Income Tax and Social Contribution	21.4	8.4	156.0%	39.7	8.7	359.2%
(+) Results of Discontinued Operations and Non-Recurring Expenses	0.0	2.2	-100.0%	0.0	3.3	-100.0%
Adjusted Net Income	65.7	44.2	48.7%	119.7	79.0	51.5%
<i>Adjusted net income margin (%)</i>	<i>17.5%</i>	<i>12.7%</i>	<i>4.8 p.p.</i>	<i>16.2%</i>	<i>11.7%</i>	<i>4.5 p.p.</i>

Net Income for 2Q26 was R\$ 34.3 million, a 117.1% increase compared to 2Q25. Adjusting the result for Stock Option Plans, PPA Intangible Amortization, Acquisition Earnout Adjustments, as well as Deferred Income Tax and Social Contribution, Adjusted Net Income for the period was R\$ 65.7 million, up 48.7% vs 2Q25.

// Cash Flow

(R\$ million)

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%	6M26	6M25	Δ%
Consolidated						
Income (loss) before income taxes	55.7	27.1	105.5%	96.4	50.8	89.8%
Items that do not affect cash	39.5	45.7	-13.6%	88.4	92.4	-4.3%
Variations in working capital	(4.5)	59.8	-107.6%	11.0	2.4	364.5%
Net cash provided by operating activities (A)	90.6	132.6	-31.6%	195.9	145.6	34.5%
Capex for permanent assets	(7.4)	(8.4)	-11.8%	(9.6)	(12.7)	-24.8%
Capex for development	(26.5)	(21.5)	23.7%	(49.0)	(42.2)	16.2%
Free Cash Flow - After Capex	56.7	102.7	-44.8%	137.2	90.6	51.4%
Obligation regarding the acquisition of investments	(24.1)	(217.7)	-89.0%	(32.7)	(222.7)	-85.3%
Other Investments	0.0	(1.0)	-100.1%	(0.2)	(1.3)	-80.2%
Net cash provided by investment activities (B)	(58.0)	(248.6)	-76.7%	(91.6)	(278.9)	-67.1%
Loan and financing	0.0	0.0	-	0.0	(0.0)	-100.0%
Commercial lease	(6.7)	(6.6)	1.7%	(13.0)	(12.2)	6.6%
Share Buyback / Dividends / Others	0.0	0.6	-100.0%	(148.7)	(24.6)	504.0%
Net cash provided by financing activities (C)	(6.7)	(6.0)	12.3%	(161.7)	(36.8)	339.0%
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents (A + B + C)	25.9	(122.0)	-121.2%	(57.4)	(170.1)	-66.2%

Net cash provided by operating activities totaled R\$ 90.6 million in 2Q26. In the first half of the year, operating cash flow reached R\$ 195.9 million, up 34.5% compared to 6M25.

We highlight in 2Q26: (i) higher use of third-party capital in the payments operation, with stability in financial expenses from receivables prepayment, which stood at 0.44% of TPV; and (ii) continued capturing of tax benefits arising from acquisition goodwill, a result of organizational structure simplification through the mergers of Tray, Bling, and Etus in August/24 and KingHost, Melhor Envio, and Ideris in February/25, which reduces income tax and social contribution cash outflows.

Regarding Working Capital, in the first half of the year, working capital generated R\$ 11.0 million, reflecting the Company's search for greater efficiency in capital allocation. Specifically, in 2Q25 the Company began using more third-party capital to finance client prepayments, which impacts the 2Q26 vs 2Q25 comparison. We highlight that this effect is normalized for the half-year period.

In this quarter, Development Capex increased by 23.7% compared to 2Q25, primarily directed toward the development and evolution of our products and customer journeys (highlights at the beginning of the report), while Fixed Assets Capex decreased by approximately R\$ 1.0 million compared to the previous year.

Free Cash Flow, after Capex, was R\$ 56.7 million in 2Q26, compared to R\$ 102.7 million in the same period of the previous year, a comparison impacted by the one-off working capital variation recorded in 2Q25. Year-to-date, FCF totaled R\$ 137.2 million, up 51.4% vs 6M25.

It is worth noting that, in the first half of 2026, the Company returned approximately R\$ 148.7 million to shareholders through a capital reduction totaling R\$ 140 million, completed in February via a cash

distribution of R\$ 0.2547359132 per share, and the acquisition of R\$ 8.7 million of its own shares under the share repurchase program, both carried out in 1Q26.

// Cash Position

(R\$ million)

LWSA	2Q26	2Q25	Δ%
Consolidated			
Bank Gross Debt	0.0	0.0	-
(-) Cash and cash equivalents	(314.5)	(277.3)	13.4%
Net debt (cash)	(314.5)	(277.3)	13.4%
(+) Short Term - Lease liability ¹	19.4	18.3	6.1%
(+) Short Term Earnouts	19.8	23.8	-16.8%
Short Term Net debt (cash) of Earnouts	(275.3)	(235.2)	17.0%
(+) Long Term - Lease liability ¹	52.6	63.2	-16.9%
(+) Long Term Earnouts	11.7	40.6	-71.1%
Net debt (cash) of Earnouts	(211.0)	(131.4)	60.6%

¹ Subject to IFRS 16

As a result of the strong cash generation during the period, we ended the period with a net cash position of R\$ 314.5 million, an amount 13.4% higher than that recorded in the same period of the previous year.

Earnout balances payable, considering short and long-term, decreased from R\$ 64.4 million in 2Q25 to R\$ 31.5 million in 2Q26, with 63% of the balance to be paid within the next 12 months and the remainder over a period exceeding one year.

// ATTACHMENT I - Reclassification of Financial Expense from Receivables Prepayment

Income Statement (in R\$ million)	2Q26 Accounting	Adjustment	2Q26 Managerial
NET REVENUE	375.2		375.2
Cost of Services	(210.0)	21.3	(188.7)
GROSS PROFIT	165.2		186.5
Operating income (expenses)	(124.9)		(124.9)
Selling expenses	(72.4)		(72.4)
General and administrative expenses	(52.2)		(52.2)
Other operating income (expenses), net	(0.3)		(0.3)
Income before financial results and income taxes	40.3		61.6
FINANCIAL RESULT	15.4		(5.9)
Financial income	10.2		10.2
Financial expenses	5.2	(21.3)	(16.1)
Income (loss) before income taxes	55.7		55.7
Income Taxes	(21.4)		(21.4)
Current income taxes	0.1		0.1
Deferred income taxes	(21.4)		(21.4)
Net income (loss)	34.3		34.3
Depreciation and amortization	35.9		35.9
EBITDA	76.2		97.5
(+) Stock option plan	5.0		5.0
Adjusted EBITDA	81.2		102.5

// ATTACHMENT II - Adjusted Consolidated Income Statement

Income Statement (in R\$ million)	2Q25	2Q26	6M25	6M26
NET REVENUE	370.8	375.2	719.7	738.0
Cost of Services	(193.6)	(188.7)	(380.0)	(376.0)
GROSS PROFIT	177.2	186.5	339.7	362.0
Operating income (expenses)	(141.9)	(124.9)	(272.5)	(250.7)
Selling expenses	(75.2)	(72.4)	(142.8)	(142.3)
General and administrative expenses	(65.9)	(52.2)	(128.3)	(108.0)
Other operating income (expenses), net	(0.8)	(0.3)	(1.4)	(0.4)
Income before financial results and income taxes	35.2	61.6	67.2	111.3
FINANCIAL RESULT	(8.1)	(5.9)	(16.4)	(14.9)
Financial income	14.5	10.2	31.3	21.2
Financial expenses	(22.6)	(16.1)	(47.7)	(36.1)
Income (loss) before income taxes	27.1	55.7	50.8	96.4
Income Taxes	(11.3)	(21.4)	(20.2)	(40.6)
Current income taxes	(2.9)	0.1	(11.5)	(0.9)
Deferred income taxes	(8.4)	(21.4)	(8.7)	(39.7)
Net income (loss)	15.8	34.3	30.6	55.8

* Selling Expenses also include the amount related to "impairment loss," which is presented separately in the income statement.

// ATTACHMENT III - BeOnline/SaaS Income Statement

Income Statement (in R\$ million)	2Q25	2Q26	6M25	6M26
NET REVENUE	104.8	99.3	209.5	200.0
Cost of Services	(73.0)	(74.0)	(144.6)	(145.8)
GROSS PROFIT	31.8	25.3	64.9	54.2
Operating income (expenses)	(33.2)	(22.7)	(62.4)	(49.9)
Selling expenses	(21.9)	(20.9)	(40.8)	(37.7)
General and administrative expenses	(11.5)	(3.1)	(21.9)	(12.3)
Other operating income (expenses), net	0.1	1.3	0.2	0.1
Income before financial results and income taxes	(1.4)	2.6	2.5	4.3
Depreciation and amortization	22.5	20.5	43.6	41.6
EBITDA	21.1	23.1	46.2	45.9

* Selling Expenses also include the amount related to "impairment loss," which is presented separately in the income statement.

// ATTACHMENT IV - Commerce Income Statement

Income Statement (in R\$ million)	2Q25	2Q26	6M25	6M26
NET REVENUE	266.0	275.9	510.1	538.0
Cost of Services	(120.6)	(114.7)	(235.4)	(230.1)
GROSS PROFIT	145.4	161.2	274.8	307.9
Operating income (expenses)	(108.7)	(102.2)	(210.1)	(200.8)
Selling expenses	(53.3)	(55.4)	(102.0)	(104.6)
General and administrative expenses	(54.5)	(49.3)	(106.4)	(95.7)
Other operating income (expenses), net	(0.9)	2.5	(1.7)	(0.5)
Income before financial results and income taxes	36.7	59.0	64.7	107.0
Depreciation and amortization	13.1	15.4	26.4	30.6
EBITDA	49.8	74.4	91.1	137.6

* Selling Expenses also include the amount related to "impairment loss," which is presented separately in the income statement.

// ATTACHMENT V - Consolidated Balance Sheet

Balance Sheet (R\$ million)	4Q25	1Q26	2Q26
	12/31/2025	03/31/2026	06/30/2026
ASSETS			
Current Assets			
Cash and cash equivalents	371.9	288.6	314.5
Restricted cash	92.7	85.2	90.1
Accounts receivable	797.6	810.8	804.8
Taxes recoverable	4.0	4.5	9.4
Income tax and social contribution to be recovered	14.7	7.1	1.7
Derivatives	0.1	0.0	0.0
Other assets	43.9	41.1	40.9
Assets held for sale and discontinued operations	-	-	-
Total current assets	1,324.9	1,237.3	1,261.4
Non-current assets			
Marketable Securities	13.5	13.4	13.3
Restricted cash	0.0	0.0	0.0
Judicial deposits	0.3	0.0	0.0
Other assets	23.1	23.1	25.0
Deferred income taxes	287.2	269.7	241.0
Investments	0.0	0.0	0.0
Property and equipment	76.4	69.3	72.3
Right of Use Assets	64.5	60.2	60.9
Intangible assets	1,848.6	1,846.9	1,853.9
Total non-current assets	2,313.5	2,282.6	2,266.4
Total assets	3,638.4	3,519.9	3,527.8

// ATTACHMENT VI - Consolidated Balance Sheet

Balance Sheet (R\$ million)	4Q25	1Q26	2Q26
<u>Liabilities and Equity</u>	12/31/2025	03/31/2026	06/30/2026
Current liabilities			
Suppliers	41.1	40.1	50.4
Loans and financing	0.0	0.0	0.0
Lease liability	18.8	18.8	19.4
Salaries and related charges	115.2	138.5	109.7
Income tax and social contribution payable	0.1	0.2	0.1
Other taxes payable	15.9	11.5	11.2
Deferred revenue	120.2	118.3	118.9
Payables to clients	687.4	685.2	697.6
Interest on shareholders' equity and dividends payable	0.0	0.0	0.0
Taxes in installments	3.5	3.6	3.6
Derivative financial instruments	0.0	2.9	3.2
Accounts payable to former shareholders	18.3	27.2	19.8
Other liabilities	34.1	42.8	36.6
Total non-current liabilities	1,054.5	1,089.1	1,070.4
Loans and financing			
Suppliers	0.0	1.5	0.8
Loans and financing	0.0	0.0	0.0
Services to be Rendered	1.5	1.8	-
Provision for legal proceedings	3.0	2.5	2.1
Accounts payable to former shareholders	27.5	13.2	11.7
Lease liability	56.7	52.4	52.6
Taxes in installments	9.5	8.8	8.1
Deferred income tax and social contribution	7.6	7.4	-
Other liabilities	10.0	-	-
Total non-current liabilities	116.0	87.7	75.3
EQUITY			
Capital Stock	2,469.9	2,329.9	2,329.9
Shares held in Treasury	(67.0)	(75.6)	(75.6)
Treasury shares canceled	0.0	0.0	0.0
Capital reserves	33.1	37.4	42.3
Earning reserves	31.9	31.9	31.9
Asset valuation adjustment	0.0	(1.9)	(2.1)
Earnings of the period	0.0	21.5	55.8
Total EQUITY	2,467.9	2,343.1	2,382.1
Total liabilities and equity	3,638.4	3,519.9	3,527.8

// ATTACHMENT VII - Cash Flow

Cash Flow	2Q25	2Q26	6M25	6M26
Net Cash provided by operating activities				
Income (loss) before income taxes	27,099.0	55,676.0	50,802.0	96,428.0
Items that do not affect cash	45,734.0	39,513.2	92,426.0	88,443.2
Variations in working capital	59,768.0	(4,546.0)	2,364.0	10,980.0
Net cash provided by operating activities	132,601.0	90,643.2	145,592.0	195,851.2
Net cash provided by investment activities				
Purchase of property and equipment	(8,440.0)	(7,446.0)	(12,748.0)	(9,591.0)
Accounts payable for acquisition of equity interest	(217,711.0)	(24,055.0)	(222,650.0)	(32,744.0)
Restricted Financial Application	(1,000.0)	1.0	(1,255.0)	(249.0)
Acquisition and development of intangible assets	(21,461.0)	(26,542.0)	(42,200.0)	(49,021.0)
Net cash provided by investment activities	(248,612.0)	(58,042.0)	(278,853.0)	(91,605.0)
Net cash provided by financing activities				
Capital Contribution / Proceed from the Exercise of SOP	5,587.0	-	6,359.0	-
Lease Liabilities	(6,596.0)	(6,705.0)	(12,217.0)	(13,022.0)
Loans and Financing Paid	-	0.0	(2.0)	-
Interest and Foreign Exchange Variation Paid	0.0	0.0	-	-
Dividends and IOC	0.0	-	-	(139,999.0)
Treasury Shares	(4,962.0)	-	(30,970.0)	(8,661.0)
Net cash provided by financing activities	(5,971.0)	(6,705.0)	(36,830.0)	(161,682.0)
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	(121,982.0)	25,896.3	(170,091.0)	(57,435.7)
Cash and cash equivalents at beginning of the period	399,269.0	288,599.0	447,378.0	371,931.0
Cash and cash equivalents at end of the period	277,287.0	314,495.0	277,287.0	314,495.0
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	(121,982.0)	25,896.0	(170,091.0)	(57,435.7)

// Glossary

Adjusted EBITDA: A metric that results from EBITDA excluding non-recurring items.

AI: Abbreviation for Artificial Intelligence.

API (Application Programming Interface): A programming interface that allows communication and integration between different software systems and platforms, enabling agents and applications to exchange data and perform automated actions.

ARPU (Average Revenue Per User): Average monthly revenue per client. An indicator used by subscription-based companies to measure earnings per user.

Average Ticket: Average revenue value generated per client in a given period, used as an indicator of monetization and the evolution of the contracted product mix.

AVP: Abbreviation for Present Value Adjustment.

Bacen: Abbreviation for the Central Bank of Brazil.

Base Monetization: The process of generating incremental revenue from existing clients through the adoption of new products, plan upgrades, or increased utilization of ecosystem services.

Bookings: The addition of new clients.

bps (Basis Points): A unit of measurement equivalent to 0.01 percentage point (0.01%), used to express variations in rates, margins, and other financial indicators.

CAC (Customer Acquisition Cost): Determines how much the company is spending to acquire a new client.

CAPEX: Resources invested in the development, expansion, or acquisition of an asset.

CDP (Customer Data Platform): A platform that centralizes, organizes, and unifies customer data from different channels and systems, allowing for a single view of the consumer and supporting personalization, automation, and data-driven decision-making.

Churn: A metric used to determine the loss of revenue or clients.

Commerce Enterprise: A segment of larger clients served by the Wake platform, characterized by high-volume operations, greater integration complexity, and specific e-commerce infrastructure requirements.

Cohorts: A metric used to analyze the results obtained from a specific "vintage" of clients, tracking their evolution over a certain period.

CRM (Customer Relationship Management): A business strategy combined with software that centralizes client information, automates sales/marketing tasks, and improves service.

Cross-selling: A technique used to sell more than one service, in a complementary manner, to the same client.

EBITDA: Abbreviation for Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization.

Ecosystem GMV: The total GMV transacted within the Company by E-commerce Platform Subscribers, whether through Proprietary Stores or Marketplaces. Includes GMV from Tray + Bagy + Wake (Proprietary Store + Marketplace) + Ideris + Bling (Marketplace) clients.

EoP (End of Period): Abbreviation for "End of Period."

Earnout: A contractual clause adopted in M&A (mergers and acquisitions) transactions that provides for an additional payment contingent on the future results of the business.

ERP (Enterprise Resource Planning): A system developed to unify the control of various departments and processes.

FCF Margin: An indicator that expresses Free Cash Flow as a percentage of Net Revenue, highlighting the company's efficiency in converting revenue into available cash.

FCF Yield (Free Cash Flow Yield): An indicator that relates Free Cash Flow to the company's market value, demonstrating the cash return generated relative to its market price.

Free Cash Flow (FCF): An indicator used to measure the actual cash generated by the company's operations. An important metric as an indicator of financial health and generation of wealth.

Free Float: The portion of a company's shares available for free trading on the market; those not held by majority or controlling shareholders.

GMV (Gross Merchandise Volume): Corresponds to the gross volume of transacted merchandise.

Go-live: The activation and start of operation for a new client or project on a platform, marking the effective beginning of its operations.

Goodwill: The amount paid in the purchase of a company that exceeds its market value.

Headcount: The number of people working in an organization.

ICVA (Cielo Expanded Retail Index): An indicator that measures the performance of Brazilian retail, calculated by Cielo based on the volume of transactions carried out in its accreditation network, covering different segments and sales channels.

Inside Sales: A sales structure that utilizes an internal team of employees.

KPI (Key Performance Indicator): A key performance indicator used to measure and track the results of a company or process in relation to its strategic goals.

Live Shop: A sales modality conducted via a live internet broadcast. Offers are shown while products are presented along with their features and characteristics.

LLM (Large Language Model): A large-scale language model based on Artificial Intelligence, trained on vast volumes of text to understand and generate natural language, serving as the foundation for generative AI assistants and agents.

LTM (Last Twelve Months): A financial metric used to evaluate performance over the most recent 12 months.

LTV (Lifetime Value): A business metric that estimates the contribution margin of each client's lifespan within the company.

LTV/CAC: Metrics used to measure the overall performance of the business.

Market share: The portion of the market held by a specific company.

Marketplaces: A platform controlled by one company that brings together products and services from various other brands.

MCP (Model Context Protocol): An open protocol that standardizes how AI applications interact with external data and services, allowing AI models to access databases through a unified protocol.

Omnichannel: A retail trend based on the concentration of all channels used by a company. It allows the consumer to see no difference between the online and offline worlds, integrating physical stores, virtual stores, and buyers.

OMS (Order Management System): A system whose main function is to provide the necessary support across all sales stages, tracking from the customer's order to the completion of delivery.

PDV (POS - Point of Sale): Abbreviation for "Point of Sale."

P&L (Profit and Loss Statement): An accounting report that summarizes the operations carried out by the company in a given period, showing the net result (profit or loss) for the fiscal year.

PPA (Purchase Price Allocation): A process to determine the value of assets and liabilities of an acquired company, performed after an acquisition or in other business combinations such as mergers.

Prepayment of Receivables: A financial operation where the company receives early payments for installment or term sales, subject to a discount rate paid to the financial agent or payment operation.

Proforma: Presentation of financial data adjusted to reflect a homogenous comparison base, excluding the effects of acquisitions or divestments during the analyzed period to make comparisons more representative.

QA (Quality Assurance): A set of processes and quality assurance practices in software development aimed at identifying and correcting defects before delivery to the end user.

R&D: Abbreviation for Research and Development.

SMB (Small and Medium Sized Businesses): Classification used to determine organization size based on headcount.

Storefront: The visual interface of the virtual store presented to the end consumer, responsible for the browsing experience, product display, and sales conversion in e-commerce.

TPV (Total Payment Volume): A KPI used to measure the total volume of money transacted through payment methods.

Up-selling: A strategy adopted to encourage the customer to acquire a more sophisticated or robust version of a product/service.

White Label: A business model where a product can be resold by other companies without disclosing who created it; the brand displayed is that of the seller.

Workflow: A structured sequence of steps, tasks, and rules that organize and automate the execution of an operational process within a system.

WOZ: An autonomous agent developed by Octadesk for customer service, automating responses, transcribing audio, and resolving demands instantly to reduce wait times.

YoY (Year-over-Year): Abbreviation for annual comparison.



**Check out the other 2Q26 documents
on the website:** <https://ri.lwsa.tech/>

Further information:

[Click here](#) to contact the Investor Relations team

[Click here](#) to join the LWSA Mailing List

Thank you!

LWSA Team.