



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS

4T21 | 2021

Mensagem da Administração

2021 foi um marco na história da Westwing!

Além do ótimo crescimento durante o período, no início do ano fizemos nosso IPO no Novo Mercado da B3, que impulsionou ainda mais a aceleração dos nossos projetos, sempre tendo como foco **inspirar a descoberta de mais beleza no viver** de cada pessoa. Estamos, cada vez mais, atingindo esse objetivo de estar presente no viver das nossas clientes. Conseguimos notar isso pelo crescimento em *top line*, com Receita Líquida crescendo 28,0% aa, em cima de um crescimento de 87,4% em 2020, e, especialmente, quando observamos alguns números da nossa operação:

1. Atingimos a marca de mais de 10 milhões de cadastros no site;
2. Oferecendo mais de 1,6 milhão de SKUs com cadastros ativos na plataforma; e
3. Mais de 3,4 mil fornecedores ativos.

O ano de 2021, no entanto, apresentou um cenário muito mais desafiador para as categorias de casa e decoração do que o previsto inicialmente, ocorrendo queda de 12,8% nas buscas do Google dessas categorias durante o período, segundo dados do Google Trends. Tal cenário decorreu de uma combinação de fatores, incluindo (i) antecipação de compra de itens de casa e decoração (dentre outras categorias de produtos) durante o auge da pandemia em 2020, (ii) avanço da vacinação em 2021 restabelecendo parte da oferta do varejo físico, (iii) aumento do *share of wallet* de serviços e entretenimento ao longo do ano, (iv) cadeias de suprimentos ainda não plenamente estabelecidas (com efeito sobre o *offering*) e (v) alta inflação comprimindo poder de consumo.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Apesar do cenário mais desafiador que o previsto, a Companhia manteve o ritmo na execução dos projetos de seus pilares de crescimento, o que suportou o **crescimento de 28,0% aa em 2021 em Receita Líquida, e consequente ganho de participação de mercado**, uma vez que pudemos observar uma retração no nosso setor.

Assim, os avanços na implementação dos pilares estruturais de nosso plano de negócio têm sido significativos, com a finalidade de continuar sustentando um maior crescimento da Companhia no médio e longo prazo:

1. Acelerar o *core business*

a. Marketing:

- Investimento de marketing aumentou +5,3pp da receita líquida vs 2020;
- Lançamos nossa primeira campanha de marketing com foco em *brand awareness* durante o segundo semestre do ano, “Viva um mundo mais bonito”, em parceria com Vanessa da Mata;
- Inauguramos a loja oficial da CasaCor;
- Fomos capa da revista Casa e Jardim por duas vezes, em parceria com Giovanna Antonelli e Thaila Ayala; e
- Tivemos importantes parcerias e *collabs* ao longo do ano, com Giovanna Antonelli, Facundo Guerra, Bela Gil, Thaila Ayala, as chefs Kátia Barbosa e Carla Pernambuco, entre outros.

b. Operações e Logística:

- Lançamos 2 novos *hubs* da Westlog, no RJ e no DF;
- Reduzimos o prazo de entrega em 6 dias vs 2020;
- Implementamos e evoluímos o *Next Day Delivery* para as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, atingindo 64% das entregas nessas cidades no 4T21;
- Westlog representou 43,2% das entregas no Brasil no 4T21 vs 17,5% no 4T20; e
- Atingimos 98% dos pedidos entregues dentro do prazo no 4T21, fechando o ano com selos RA 1000 de 6 e 12 meses no Reclame Aqui, mesmo diante dos desafios de Black Friday e Natal.

c. Tecnologia:

- Contratamos 20 novos colaboradores, atingindo 90 colaboradores no time no final do ano;





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

- Implementamos importantes projetos para a operação do CD e Westlog, de melhorias em UX, novos meios de pagamento, entre outros;
- Revisamos e melhoramos nossos processos e sistemas visando aumentar a segurança digital de nossas operações.

2. Expandir o mercado endereçável

a. *Lifestyle*:

- Crescemos a participação de *lifestyle* no Club em 2,7 pp vs 2020, representando 15,8% do GMV do Club em 2021; e
- Prospectamos 132 novos fornecedores dessas categorias, sendo marcas como Lego, Milka, JBL e Curaprox.

b. *WestwingNow*:

- Crescemos 167,1% aa vs 2020;
- Lançamos novas categorias de produtos, como iluminação, cozinha e pet; e
- Aumentamos significativamente o número de SKUs disponíveis no canal, e continuamos observando sinergia significativa com o Club e as Westwing Stores.

c. *Westwing Stores*:

- Demos início a expansão do varejo físico, inaugurando 4 novas lojas no último trimestre do ano, com resultados iniciais acima do previsto.

d. *Private Label*

- a. Lançamos o dobro de coleções de produtos exclusivos comparado a 2020 (89 coleções lançadas em 2021);
- b. Crescemos em 34% aa o número de SKUs com venda; e
- c. Aumentamos a participação no GMV Club+Now em 1,1pp vs 2020.

Foram grandes as evoluções em nossa operação alcançadas ao longo de 2021, mas entendemos que este é apenas o início de uma longa e bela jornada nesta nova fase da Westwing. Temos um modelo de negócios e relacionamento com nossos clientes verdadeiramente diferenciado no cenário de ecommerce brasileiro, uma equipe competente e motivada e os recursos financeiros necessários para viabilizar o alcance dos nossos objetivos de longo prazo.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Tivemos também grandes avanços em **Governança Corporativa** durante o ano. O Conselho de Administração agora possui 60% de membros independentes, assim como foram instalados o Comitê de Auditoria, a área de Compliance e a Secretaria de Governança, melhorando cada vez mais os processos de governança da Companhia.

Para 2022, entendemos que ainda teremos um cenário desafiador no setor de consumo, em função de um contexto macro brasileiro incerto, principalmente pelo aumento da inflação e da taxa de juros, e consequente impacto na confiança do consumidor. Vale lembrar que a Companhia possui histórico que demonstra resiliência, dado seu modelo diferenciado de negócio, não só menos intensivo em capital (especialmente no Club) como também bastante sinérgico (entre os formatos de Club, Now e lojas físicas) e com alto nível de engajamento dos clientes (estendendo bastante a vida útil dos *cohorts* e clientes ativos). Isso resulta em retornos de curto, médio e longo prazos economicamente muito interessantes para a Companhia. Por isso, nossa visão atual é seguir investindo nos pilares de crescimento do nosso plano de negócio, de forma responsável e austera, monitorando e fazendo ajustes, quando necessários, para o crescimento saudável da Companhia.



Destques

4T21 | 2021

São Paulo, 22 de março de 2022.

A Westwing Varejista S.A. (B3: WEST3) anuncia seus resultados do 4º trimestre de 2021 (4T21).

- Em 2021, o GMV cresceu 17,1% aa, atingindo R\$ 436,4 milhões, e comparado a 2019 o crescimento foi de 129,6%;
- No 4T21, o crescimento do GMV foi de 2,4% vs 4T20, chegando a R\$109,2 milhões.
- GMV do WestwingNow cresceu 167,1% aa em 2021, já representando 23,4% do GMV total da Companhia no ano. No 4T21, houve crescimento de 58,0% vs 4T20, atingindo 25,7% do GMV total no período;
- O SSS da Westwing Store em 2021 cresceu 128,7% vs 2019 (período pré-pandemia), com aceleração no crescimento durante o 4T21, de +169,3% vs 4T19;
- Lançamento de 4 novas Westwing Stores durante o 4T21;
- Em 2021, nossa Receita Líquida cresceu 28,0% aa, atingindo R\$ 313,9 milhões. No 4T21, crescemos 13,3% aa em Receita Líquida, totalizando R\$ 87,6 milhões;
- O número de Compradores Ativos apresentou crescimento de 9,9% aa, encerrando 2021 com 323,2 mil compradores;
- *Private Label*, em 2021, aumentou 1,1pp sua representatividade no GMV vs 2020, atingindo quase 20% do GMV da Companhia em 2021;





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

- Em 2021, as categorias de *lifestyle* cresceram 2,7pp sua representatividade no GMV do Club vs 2020, atingindo 15,8% do negócio. No 4T21, esse crescimento foi ainda mais acelerado, de 3,0pp vs 4T20, atingindo 16,7% do GMV do Club;
- Westlog responsável por 43,2% das entregas no Brasil no 4T21, +25,6pp vs 4T20;
- Redução do prazo de entrega em 6,1 dias úteis no 4T21 vs 4T20.

Call de resultados do 4T21

23 de março, às 14h

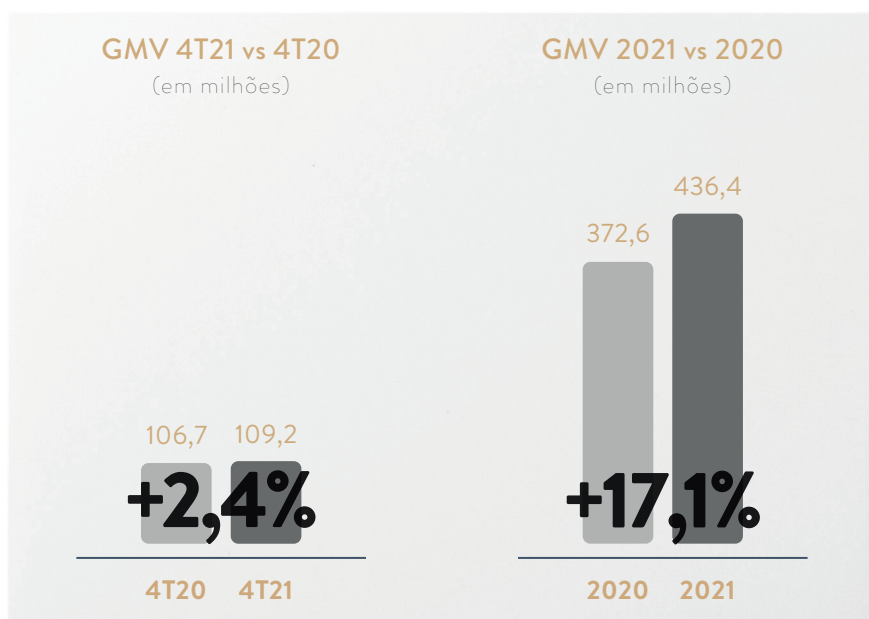
Para acessar,
[clique aqui.](#)



Destques Operacionais 4T21 | 2021

GMV

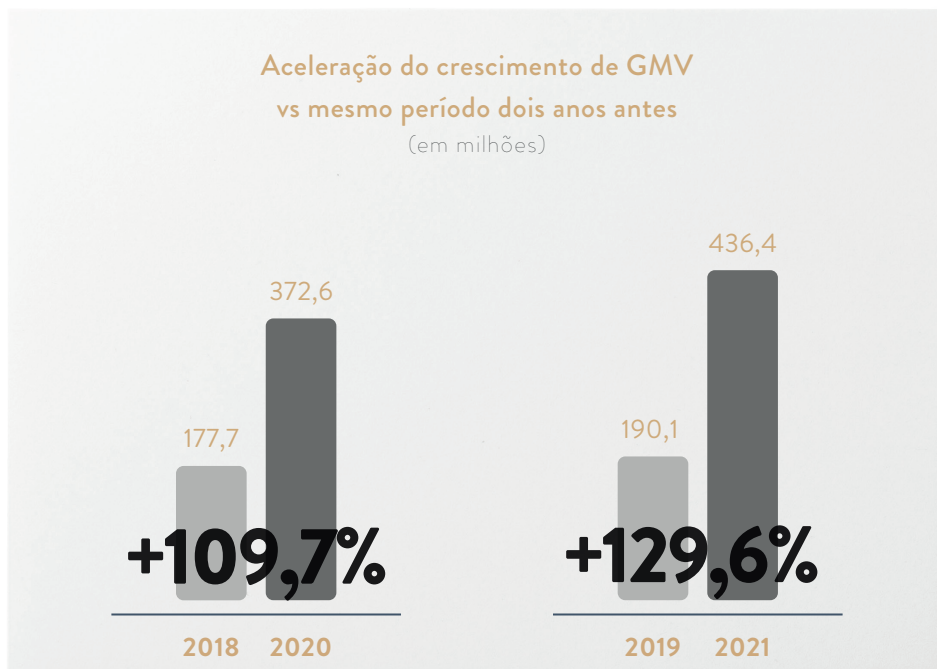
Em 2021, nosso GMV cresceu 17,1% vs 2020, muito impulsionado pelo crescimento do WestwingNow e da Westwing Store. 2020 foi um período de forte base de comparação, uma vez que houve crescimento mais acelerado, quando o GMV aumentou 96% aa. Isso demonstra que continuamos com crescimento bastante acelerado, especialmente se comparado ao mesmo período dois anos antes (+129,6% vs 2019). Essa análise de crescimento ano sobre dois anos mostra a evolução da Companhia sem o efeito de base do período auge da pandemia em 2020. O 4T21, por sua vez, teve crescimento de 2,4% no GMV total da Companhia.



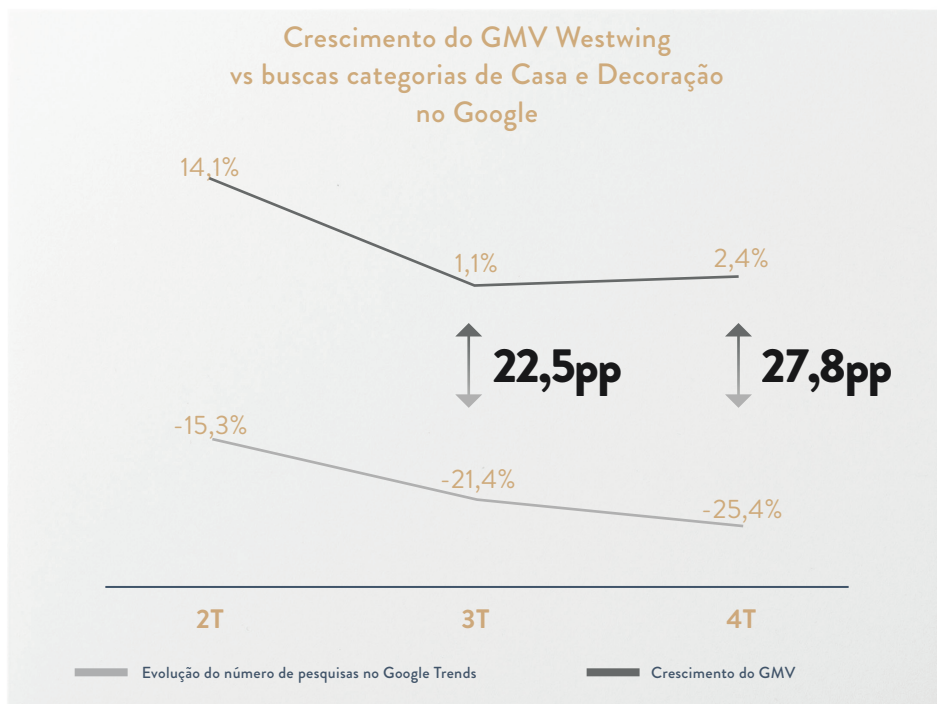


WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021



O 4T21 foi mais um período desafiador para as categorias de casa e decoração, que tiveram queda de 25,4% aa na quantidade de buscas no Google, segundo dados do Google Trends. Apesar do cenário mais difícil, nosso crescimento de 2,4% aa no trimestre demonstra um ganho significativo de *market share* da Companhia, uma vez que aceleramos nosso GMV enquanto o mercado continuou em queda, como mostra o gráfico abaixo.





WESTWING

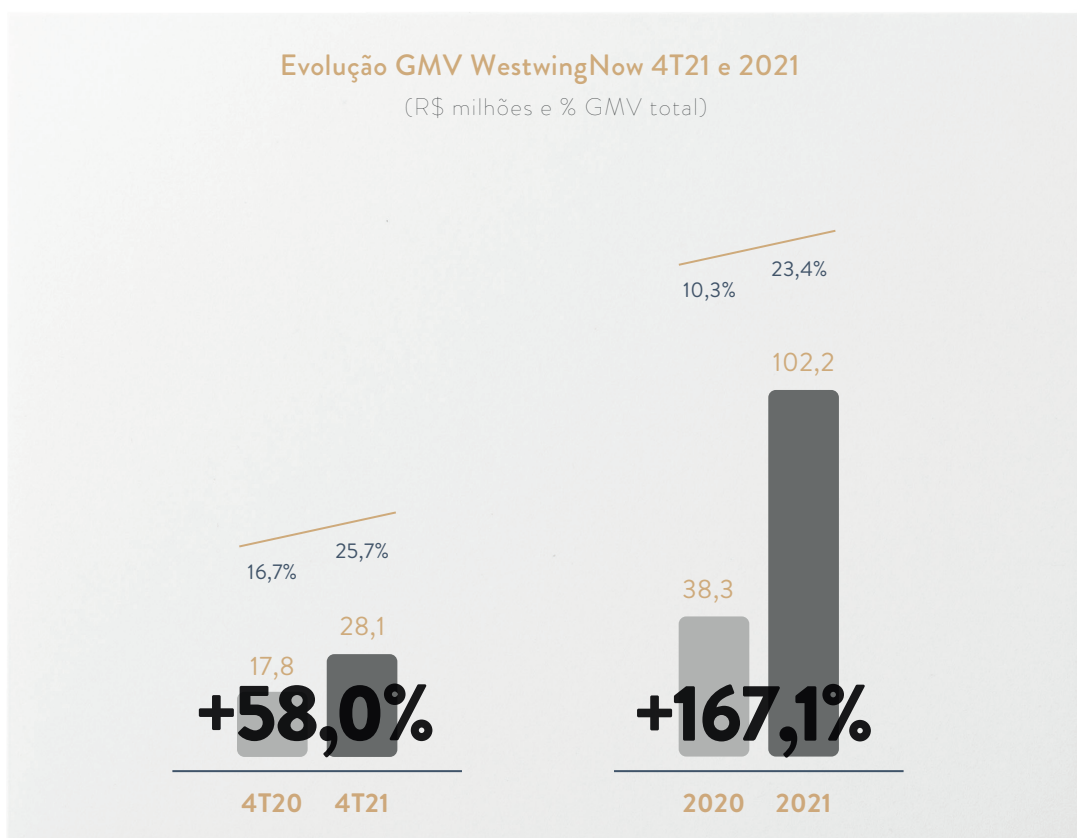
RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

WestwingNow

O WestwingNow manteve-se com **crescimento acelerado** ao longo de todo ano de 2021, quando **cresceu 167,1% aa**, crescendo fortemente também no 4T21 com **+58,0% aa**.

Esse crescimento é derivado de alguns importantes fatores:

1. Aumento de 136% no número de SKUs disponíveis no site durante o ano, e 20% no 4T21;
2. Lançamento de novas categorias de produtos durante 2021;
3. Entregas mais rápidas, com lançamento dos novos hubs logísticos e aumento do *Next Day Delivery*; e
4. Maior investimento em marketing voltado para o Now (no 4T21 +12% vs 3T21).



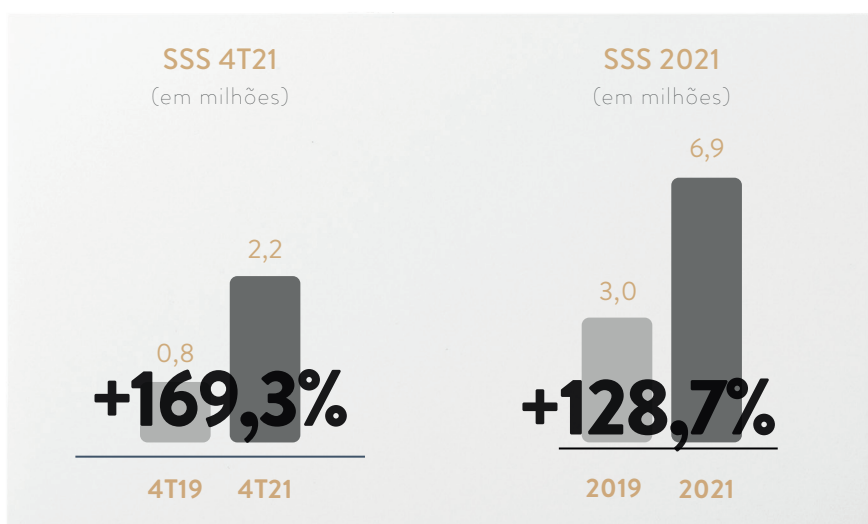


WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Westwing Stores

A Westwing Store da Vila Madalena também obteve mais um período de crescimento significativo, crescendo 169,3% no 4T21 vs 4T19 (período pré-pandemia), e no ano de 2021 teve crescimento de 128,7% vs 2019, resultado das sinergias geradas de prateleira infinita na integração com os canais de venda online.



Durante o 4T21, iniciamos a expansão das nossas Stores, inaugurando quatro novas lojas:

- Ipanema;
- Shopping VillageMall, Rio de Janeiro;
- Shopping Casa Park, Brasília; e
- Campinas.

Ainda que o histórico destas lojas seja muito recente, os resultados iniciais alcançados foram encorajadores (superiores ao inicialmente previsto).





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Westwing Stores

Campinas - SP



Shopping VillageMall - RJ



Ipanema - RJ



Shopping Casa Park - DF



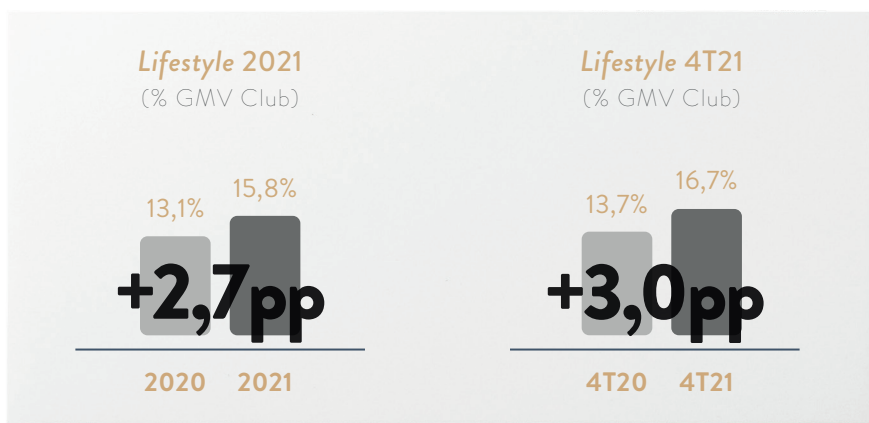


WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Lifestyle

As categorias de *lifestyle* cresceram em 2021, atingindo uma representatividade de 15,8% do GMV do Club, aumento de 2,7pp com relação a 2020. No 4T21, obtiveram crescimento de 3,0pp vs 4T20, com destaque para as categorias de eletroeletrônicos, calçados e alimentos e bebidas.



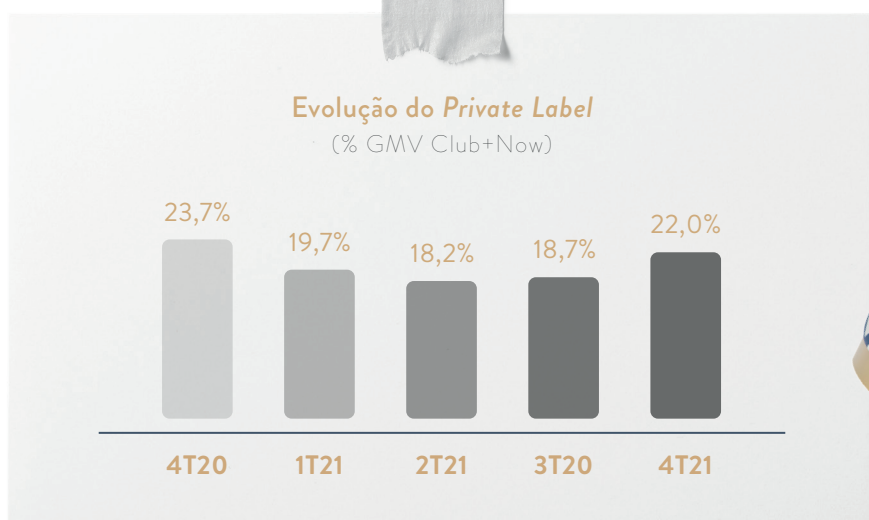
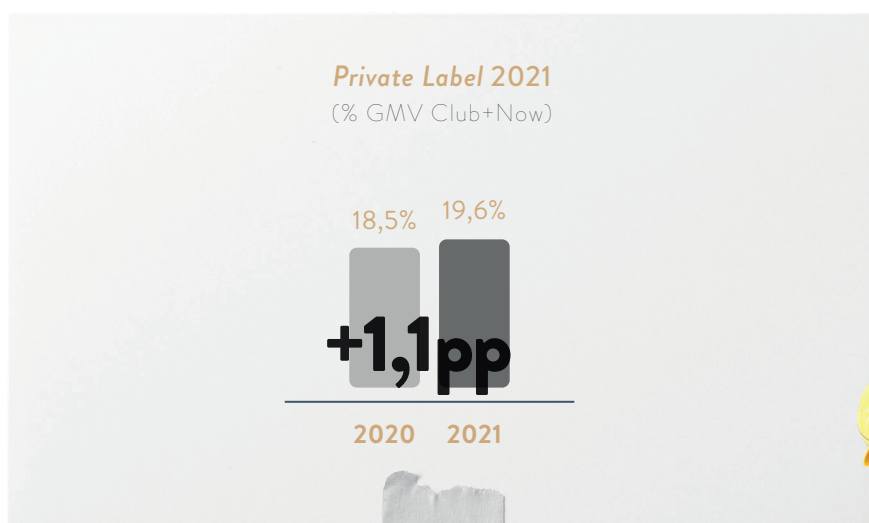


WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Private Label

Durante 2021, os produtos *Private Label* tiveram um aumento de 1,1pp em sua representatividade no GMV Club+Now, impulsionado principalmente pelo maior investimento em coleções que já haviam se mostrado bem sucedidas, assim como no lançamento de novas coleções, com +97,8% coleções lançadas vs 2020. No 4T21, no entanto, tivemos uma redução de 1,7pp vs 4T20 na representatividade dos produtos *private label* por dois principais fatores: a forte base de comparação do 4T20, em que se obteve a maior representatividade histórica, e a velocidade do número de novos produtos lançados, que não acompanhou o crescimento acelerado do Now durante o período.



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021



Clientes

Em 2021 observamos um crescimento de 9,9% no número de compradores ativos comparado a 2020, impulsionado principalmente pelos maiores investimentos em marketing.



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Marketing

Em 2021 focamos em expandir nossa estratégia de marketing orgânico. Nosso investimento na produção de conteúdo foi extenso, foram mais de 500 parcerias com influenciadores e marcas renomadas, produzimos e veiculamos mais de 800 vídeos e realizamos collabs com parceiros como Leo Faria, criando linhas de louças decorativas, e com a marca de roupas Isolda, que assinou uma coleção de mesa posta para a Westwing.



WESTWING + ISOLDA



Além disso, participamos do lançamento da marca Cimples, da atriz Carolina Ferraz, de porcelanas e aparelhos de jantar.



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Marketing

Fomos duas vezes capa da revista Casa e Jardim com parcerias com as atrizes Thaila Ayala e Giovanna Antonelli, em que redecoramos suas casas e produzimos uma série de conteúdos.



Fizemos ainda uma parceria com Bela Gil, decorando seu novo restaurante, e produzindo vídeos com dicas e receitas. Além disso, convidamos a maquiadora e apresentadora Vanessa Rozan para realizar uma curadoria de produtos de beleza e *skincare* que resultou em três campanhas voltadas para *lifestyle* no Club.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Marketing

No 4T21, além das séries de vídeos “Em casa de chef...” e “O Sertão vai virar lar” com receitas e dicas para equipar sua cozinha com as chefs Renata Vanzetto e Carla Pernambuco, tivemos dois focos principais: a *Black Friday* e a abertura de lojas com ações direcionadas para os públicos locais.

Para a *Black Friday*, criamos a “Caça Surpresa”, uma ação on-line na qual escondemos vouchers surpresas nas plataformas do Club e do Now. E nos lançamentos das lojas do Rio de Janeiro fizemos uma parceria com o aplicativo MUDE (focado em *wellness*) para gerar *awareness* sobre nossas novas lojas, realizando aulas abertas de yoga em vários locais pela cidade.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Marketing



Insta + Face + Pinterest em números:

Impressões

+27% em impressões vs 2020

+22% em impressões vs 4T20

Alcance

+23% em alcance vs 2020

+16% em alcance vs 4T20.

Influenciadores

+114% influenciadores contratados vs 4T20 (+89 novos influenciadores contratados)

+433% influenciadores vs 2020 (+494 novos influenciadores contratados)

Vídeos

+47,1% vídeos veiculados vs 2020 (+267 vídeos veiculados)





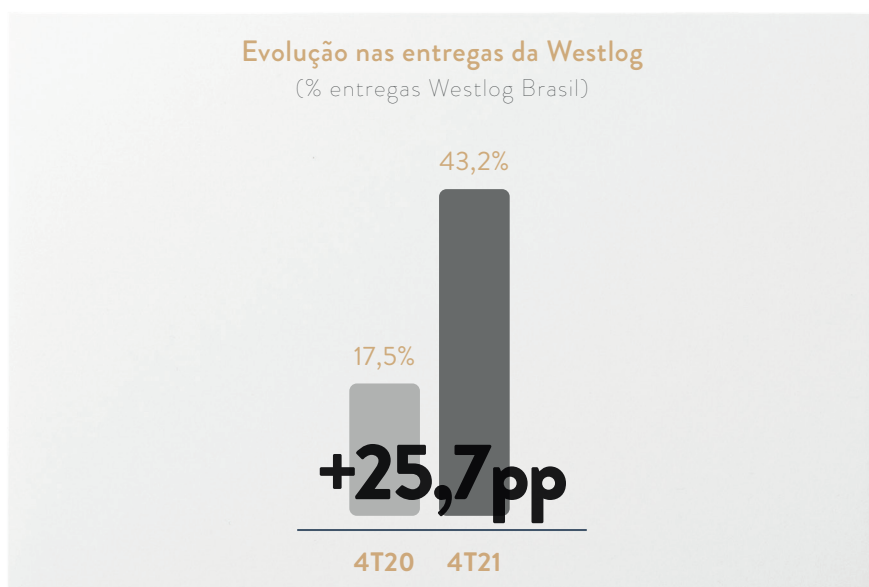
WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Operações e Logística

Continuamos avançando em nossa operação durante o 4T21:

- Redução em mais de 6 dias no prazo total de entrega vs 4T20, e ganho de 3 dias vs 3T21;
- Lançamento do hub no DF, reduzindo em 2,5 dias o prazo prometido para a região;
- Melhor 4T em nível de serviço, atingindo 98% dos pedidos entregues no prazo, mesmo com os desafios logísticos da *Black Friday* e Natal; e
- 64% das entregas do Now nas cidades de SP e RJ realizadas em *Next Day Delivery*;
- Entregas da Westlog com custo ~20% menor vs transportadoras terceiras em 2021, nas regiões em que atua; e
- Manutenção dos selos RA1000 de 6 e 12 meses no Reclame Aqui.



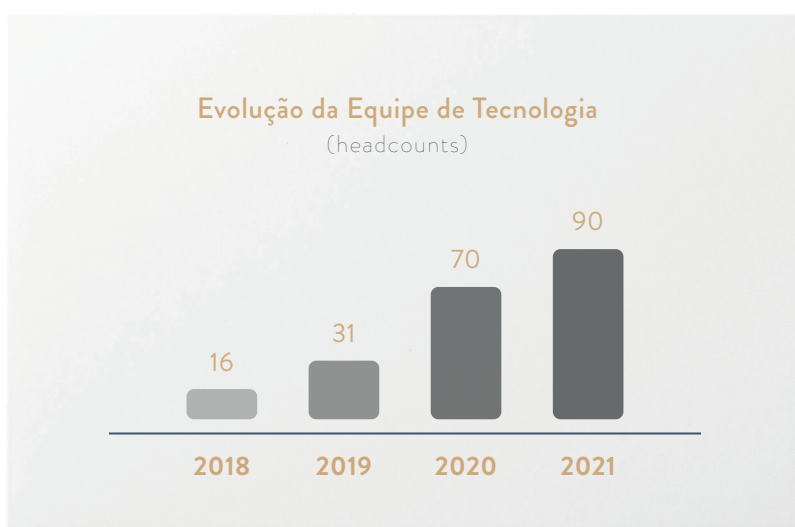


WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Tecnologia

Um dos grandes focos em 2021 era o investimento na equipe de tecnologia, com a finalidade de potencializar e agilizar importantes projetos da Companhia, impulsionando a melhoria e maior segurança de nossas operações.



Com isso, importantes projetos foram implementados ao longo do ano, como:

- Novas funcionalidades no WMS para operação em múltiplos CDs;
- Melhorias importantes no ambiente de segurança da informação;
- Melhorias na tecnologia da Westlog;
- Evolução em UX: novo módulo de tracking de pedidos no site e apps;
- Novos meios de pagamento, com a implementação do PIX para Club e Now;
- Experiência de cliente com novas opções de autoatendimento. O lançamento da Lara, nosso bot de atendimento aos clientes, ocorreu já no início de 2022.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS 4T21 | 2021

Global Innovation Award - GIA

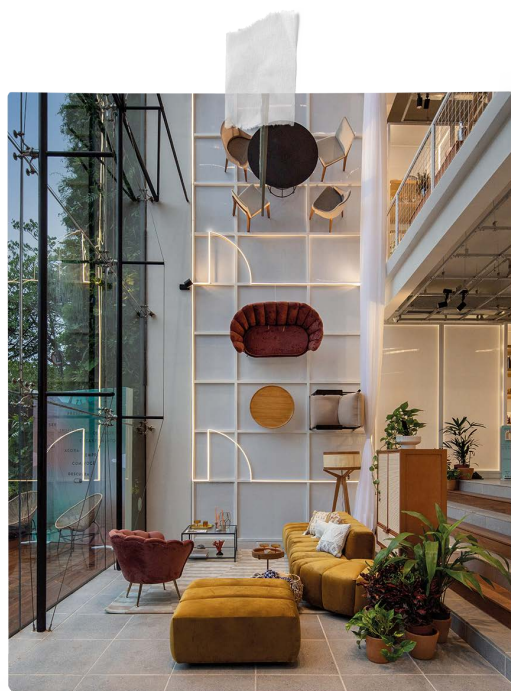
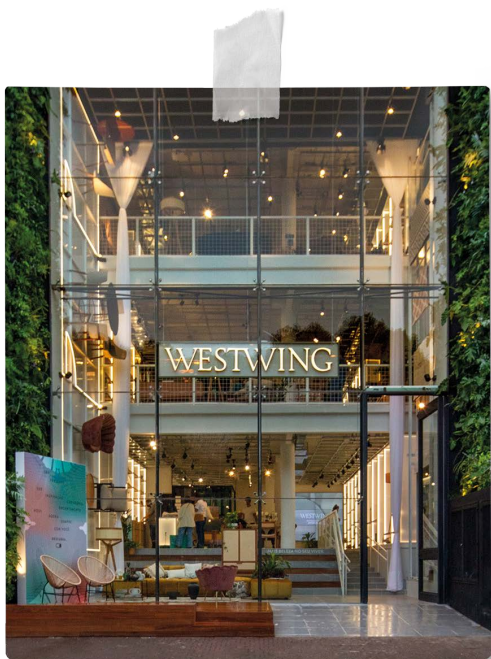
Recebemos esse ano o prêmio GIA - *Global Innovation Awards* na categoria Loja Conceito Global, que avaliou critérios como originalidade, criatividade, apresentação, *merchandising* e profissionalismo.

A premiação, que é organizada pela IHA (*International Housewares Association*), é responsável por eleger as vitrines de lojas físicas focadas em casa e decoração mais inovadoras do mundo. Nesta edição, cujo foco é fortalecer ainda mais a evolução do setor, participaram empresas de mais de 40 países. Pela primeira vez, o Brasil recebeu a premiação máxima com o projeto da Westwing Store de Ipanema.

gia[®] global
innovation
awards

home + housewares
retail excellence

2022 global honoree



Destques Financeiros 4T21 | 2021

Receita Líquida

Em 2021, a Receita Líquida cresceu 28,0% aa, atingindo R\$ 313,9 milhões, impulsionada principalmente pelo crescimento do WestwingNow e da Westwing Store. Comparado a 2019 (pré-pandemia), o crescimento da Receita Líquida atingiu 139,8%. No 4T21, tivemos crescimento de 13,3% aa e de 132,2% vs 4T19 em Receita Líquida, também impactado positivamente pelos fatores acima mencionados.

Lucro Bruto & Margem Bruta

O Lucro Bruto cresceu 23,7% vs 2020, totalizando R\$ 136,8 milhões, com Margem Bruta de 43,6%, queda de 1,5pp aa. No 4T21, obteve aumento de 8,9% vs 4T20, atingindo R\$ 35,1 milhões e Margem Bruta de 40,0%, queda de 1,6pp, impactada pela estratégia da Companhia ao longo do ano em trazer crescimento para a operação, o qual, com base no histórico de alto engajamento dos clientes da Companhia, deverá potencializar o retorno sobre investimento ao longo do tempo.



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Despesas Operacionais

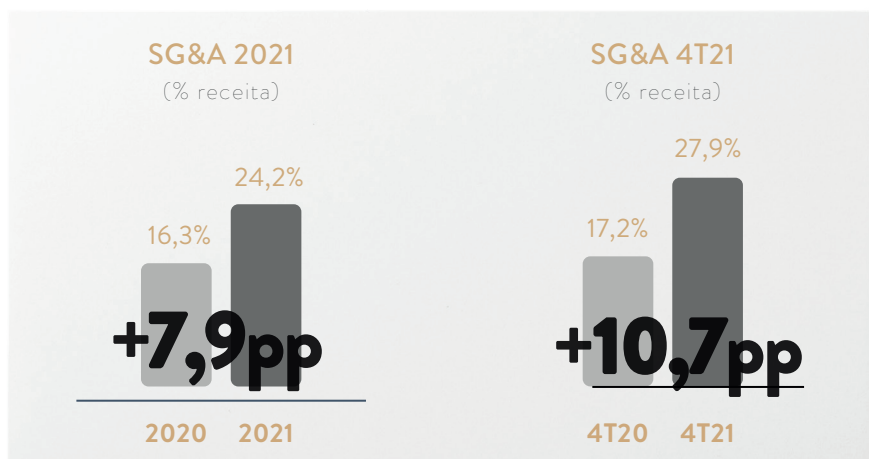
As despesas operacionais aumentaram 89,2% em relação a 2020, atingindo R\$ 209,2 milhões. No 4T21, as despesas aumentaram 46,2% vs 4T20, totalizando R\$ 58,1 milhões, impactadas pelos maiores investimentos em marketing, despesas logísticas e crescimento de time.

A seguir, detalhamos dois importantes componentes das despesas operacionais, SG&A e Marketing.

SG&A

Em 2021, o SG&A aumentou em 89,9% em relação a 2020, atingindo R\$76,0 milhões no período, em linha com a nossa estratégia de um maior investimento no time de tecnologia e investimentos organizacionais de maneira geral, para suportar o nosso crescimento ao longo dos próximos anos.

Importante ressaltar que a expansão de lojas físicas durante o 4T21 impactou as despesas em 1,6pp, ou seja, excluindo o efeito da expansão, o SG&A seria de 26,3% da receita líquida.



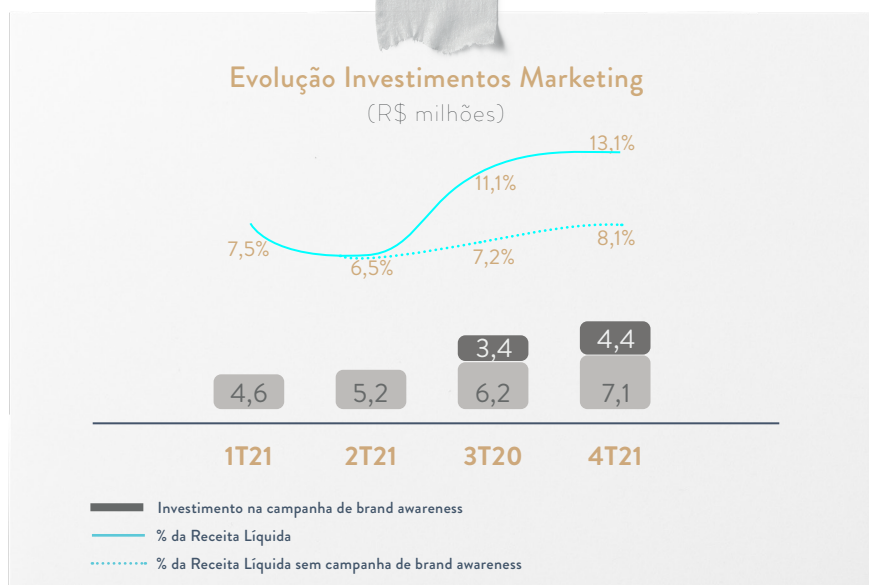


WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Marketing

Em 2021, os investimentos em marketing aumentaram 5,3pp como % da receita líquida em relação a 2020, atingindo 9,8% ou R\$ 30,9 milhões, refletindo a estratégia da Companhia em acelerar a captação de novos clientes, e especialmente pelo investimento na campanha de *brand awareness* durante os dois últimos trimestres do ano, no montante de R\$ 7,8 milhões. Excluindo esse impacto da campanha de *branding*, o investimento de marketing representou 7,4% da receita líquida, crescimento de 2,9pp vs 2020.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

EBITDA Ajustado

Composição EBITDA	2020	2021	4T20	4T21
LUCRO LÍQUIDO	11.701	(42.151)	(5.357)	(16.752)
(+/-) IR/CSLL	(17.866)	(12.393)	(3.887)	(3.044)
(+/-) Resultado Financeiro	6.227	(9.372)	1.697	(3.245)
(+/-) Depreciação & Amortização	4.062	11.768	1.260	3.920
EBITDA	4.124	(52.148)	(6.287)	(19.121)
(+) Demais <i>one-offs</i>	3.363	12.420	3.180	505
(+) Plano de Compra de Ações	-	2.120	-	403
EBITDA AJUSTADO	7.487	(37.608)	(3.107)	(18.213)

O EBITDA Ajustado em 2021 foi de -R\$ 37,6 milhões, redução de R\$ 45,1 milhões em relação a 2020, em função da pressão em margem bruta e dos maiores investimentos na operação da Companhia durante o período.

Resultado Líquido

Em 2021 o resultado líquido atingiu -R\$ 42,1 milhões, R\$ 53,8 milhões abaixo do resultado 2020, impactado pela redução de margem bruta e, principalmente, pelas despesas *one-off* (IPO), pelos investimentos em marketing e estrutura organizacional da Companhia.





WESTWING
RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

ANEXO I
DESTAQUES FINANCEIROS – 4T21 | 2021

em milhares	4T20	4T21	Var. (%)	2020	2021	Var. (%)
GMV	106.652,6	109.195,3	2,4%	372.638,8	436.396,8	17,1%
Compradores ativos	294,2	323,2	9,9%	294,2	323,2	9,9%
Receita Líquida	77.388,0	87.643,0	13,3%	245.254,0	313.939,0	28,0%
Lucro Bruto	32.219,0	35.077,0	8,1%	110.648,0	136.833,0	23,4%
Margem Bruta	41,6%	40,0%	-1,6pp	45,1%	43,6%	-1,5pp
Despesas Operacionais	(39.766,0)	(58.119,0)	47,7%	(110.586,0)	(209.194,0)	89,2%
SG&A	(13.310,0)	(24.410,2)	83,4%	(40.050,2)	(76.059,0)	89,9%
% Receita	-17,2%	-27,9%	+10,7pp	-16,3%	-24,2%	+7,9pp
Marketing	(5.014,0)	(11.478,1)	128,9%	(11.125,4)	(30.853,0)	177,3%
% Receita	-6,5%	-13,1%	+6,6pp	-4,5%	-9,8%	+5,3pp
EBITDA Ajustado	3.107,0	(18.213,0)	n.s.	7.487,0	(37.607,7)	n.s.
Lucro Líquido	(5.357,0)	(16.752,3)	n.s.	11.701,0	(42.151,0)	n.s.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

ANEXO II

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS – 4T21 | 2021

em milhares	4T20	4T21	2020	2021
Receita operacional líquida	77.338	87.642	245.254	313.939
Custo dos produtos vendidos e serviços prestados	(45.169)	(52.565)	(134.606)	(177.106)
Lucro bruto	32.219	35.077	110.648	136.833
(Despesas) Receitas operacionais				
Despesas com vendas	(22.590)	(34.345)	(66.152)	(108.118)
Despesas gerais e administrativas	(17.176)	(23.774)	(44.434)	(101.076)
Outras receitas operacionais, líquidas	-	-	-	8.445
Lucro operacional (prejuízo) antes do resultado financeiro	(7.547)	(23.042)	62	(63.916)
Receitas financeiras	(486)	5.509	4.091	17.060
Despesas financeiras	(1.211)	(2.264)	(10.318)	(7.688)
Resultado financeiro	(1.697)	3.245	(6.227)	9.372
(Prejuízo) lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	(9.244)	(19.797)	(6.165)	(54.544)
Imposto de renda e contribuição social	3.887	3.044	17.866	12.393
(Prejuízo) Lucro Líquido do exercício	(5.357)	(16.753)	11.701	(42.151)




WESTWINGRELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021**ANEXO III**
BALANÇO PATRIMONIAL - ATIVO

	31/12/2020	31/12/2021	Var. aa (%)
Ativo circulante			
Caixa e equivalentes de caixa	29.931	263.766	n.s.
Aplicações financeiras	1.899	2.657	40%
Instrumentos Financeiros Derivativos	369	-	n.s.
Contas a receber	8.872	31.836	n.s.
Estoque	20.147	47.821	n.s.
Adiantamento	0	0	n.s.
Impostos a recuperar	91	1.509	n.s.
Partes relacionadas	0	0	n.s.
Outros	1.510	5.110	n.s.
Total do ativo circulante	62.819	352.699	n.s.
Ativo não circulante			
Depósitos judiciais	2.246	15.783	n.s.
Impostos a recuperar LP	0	11.682	n.s.
Imposto de renda e contribuição social diferidos	19.998	42.827	n.s.
Direito de uso – arrendamento mercantil	2.133	31.083	n.s.
Imobilizado	6.114	28.037	n.s.
Intangível	4.567	8.859	94%
Total do ativo não circulante	35.058	138.271	n.s.
Total do ativo	97.877	490.970	n.s.



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

ANEXO III

BALANÇO PATRIMONIAL - PASSIVO

	31/12/2020	31/12/2021	Var. aa (%)
Passivo circulante			
Fornecedores	39.583	42.907	8%
Obrigações trabalhistas	6.497	10.835	67%
Empréstimos	7.190	2.998	-58%
Passivo de arrendamento	1.416	6.783	n.s.
Receita diferida	24.020	6.552	-73%
Plano de Opção de Compra de Ações	0	543	n.s.
Obrigações Tributárias	3.143	2.534	-19%
Imposto de Renda e Contribuição Social	0	0	n.s.
Partes relacionadas	8	8	n.s.
Outros	0	0	n.s.
Total do passivo circulante	81.857	73.160	-10%
Passivo não circulante			
Empréstimos LP	3.635	-	n.s.
Passivo de arrendamento – LP	918	25.512	n.s.
Provisão para riscos fiscais, cíveis e trabalhistas	5.010	8.221	64%
Obrigações tributárias LP	2.109	3.760	78%
Outros	0	0	n.s.
Total do passivo não circulante	11.672	37.493	n.s.
Patrimônio Líquido			
Capital Social	40.224	470.891	n.s.
Custo de transação e emissão de ações	0	(19.835)	n.s.
(-) Custos do IPO	0	0	n.s.
Reserva de Capital	787	8.075	n.s.
Prejuízo Acumulado	(38.132)	(78.814)	99%
Total do Patrimônio Líquido	2.879	380.317	n.s.
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	96.408	490.970	n.s.



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

ANEXO IV DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

	2020	2021
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Prejuízo antes do imposto de renda e contribuição social	(6.165)	(54.544)
Ajuste para conciliar o resultado ao caixa:		
Crédito de PIS e COFINS sobre exclusão do ICMS da base de cálculo	-	(8.444)
Depreciação e amortização	4.042	11.768
Provisão (reversão) para realização de estoques	2.029	1.859
Provisão para devoluções de vendas	2.431	515
Provisão para demandas judiciais	2.377	3.586
Juros sobre contratos de arrendamentos	278	2.892
Variação cambial sobre empréstimos	3.422	37
Juros sobre contrato de empréstimos	822	545
Valor justo de instrumentos financeiros derivativos	(3.179)	(50)
Atualização monetária PIS / COFINS	-	(3.238)
Plano de remuneração baseado em ações	509	2.647
Variação nos ativos e passivos:		
Contas a receber de clientes	(3.558)	(23.479)
Estoques	(13.354)	(29.533)
Impostos a recuperar	-	(11.854)
Outros ativos	(729)	(3.600)
Depósitos judiciais	(654)	(13.537)
Fornecedores	31.208	3.324
Obrigações trabalhistas	2.241	4.338
Obrigações tributárias	1.511	1.042
Receita diferida	12.192	(17.468)





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

ANEXO IV

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA - continuação

	2020	2021
Outras contas a pagar		
Pagamentos de processos cíveis e trabalhistas	(154)	(375)
Partes Relacionadas	-	-
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(2.131)	-
Fluxo de caixa gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais	33.138	(133.569)
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Caixa proveniente de incorporação	648	-
Adições ao imobilizado	(4.102)	(24.991)
Adições ao intangível	(3.814)	(5.851)
Aplicações financeiras	(1.831)	(758)
Fluxo de caixa (aplicado nas) gerado pelas atividades de investimento	(9.099)	(31.600)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Liquidação de derivativos	2.842	419
Empréstimos contratados	14.422	-
Aumento de capital - exercício de opções	-	5.556
Aumento de capital - oferta pública inicial de ações, líquido dos custos	-	399.004
Amortização de empréstimos - principal	(12.294)	(7.886)
Amortização de empréstimos - juros	(747)	(523)
Pagamentos de passivo de arrendamento	(2.667)	(9.022)
Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento	1.556	399.004
Aumento do caixa e equivalentes de caixa	25.595	233.835
Demonstração da variação do caixa e equivalentes de caixa		
No início do exercício	4.336	29.931
No final do exercício	29.931	263.766
Aumento do caixa e equivalentes de caixa	25.595	233.835



Glóssário

GMV

O GMV representa o valor total pago em reais pelos compradores, por compra de produtos ou serviços prestados e realizadas com sucesso, através de nossos formatos de venda. As transações imediatamente rejeitadas, por qualquer razão, pelas instituições de processamento de pagamento não são consideradas como bem sucedidas. São removidas do cálculo transações que posteriormente possam ser rejeitadas pela plataforma em consequência de análises de segurança posteriores à confirmação do pagamento, ou por cancelamento dos usuários, que possam ocorrer antes do faturamento dos produtos. Pedidos devolvidos por usuários após a entrega, com base no exercício do direito à desistência da compra não são excluídos do GMV.

SG&A

Despesas fixas e/ou com estrutura de vendas, marketing, gerais e administrativas, incluindo contingências e outros resultados, e não incluindo despesas com logística, customer care e payment costs e ajustes de IFRS

Marketing

Considera os investimentos/despesas para aquisição e remarketing/retargeting de clientes, incluindo marketing orgânico (marketing de conteúdo, influenciadores, collabs, relações públicas, convide seu amigo, SEO, etc), marketing de performance e mídia offline



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
4T21 | 2021

Glóssário

Compradores Ativos

Comprador que realizou ao menos uma compra nos últimos 12 meses

APP installs

Número de novas instalações de aplicativo (não considera reinstalações)

Impressões

Número total de vezes que a mídia foi visualizada

Alcance

Número total de vezes que a mídia foi visualizada de forma exclusiva

