



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS 1T21

DESTAQUES

1T21

**Call de resultados
do 1T21**

(com tradução
simultânea)

14 de maio, às 15h

Para acessar,
[clique aqui.](#)

São Paulo, 13 de maio de 2021. A Westwing Varejista S.A. (B3: WEST3) anuncia seus resultados do 1º trimestre de 2021 (1T21).

- **O GMV cresceu 91,1% aa no 1T21**, atingindo R\$ 95,7 milhões;
- **O WestwingNow contribuiu com 40pp de crescimento no 1T21**, representando **21,0% do GMV total da Companhia no período**;
- **Nossa receita líquida cresceu 83,3% aa no 1T21**, atingindo R\$ 60,6 milhões;
- **Margem bruta de 45,8% no 1T21**, evoluindo em **4,2pp com relação ao 4T20**;
- **Compradores ativos com crescimento de 91,3% aa no 1T21**;
- **Crescimento de 19,0% aa no número de novos fornecedores prospectados**, e aumento de **22,7% de GMV médio por novo fornecedor no 1T21**, comparado ao 1T20;
- **Aumento de 95,2% aa em APP Installs (Club + Now) no 1T20**;
- **Reconquista do selo RA1000 no ReclameAqui**, demonstrando nossa posição de nível de serviço superior no setor de ecommerce de casa e decoração;
- **Westlog responsável por 87% das entregas da Grande SP no 1T21**, comparado a 8% no 1T20.

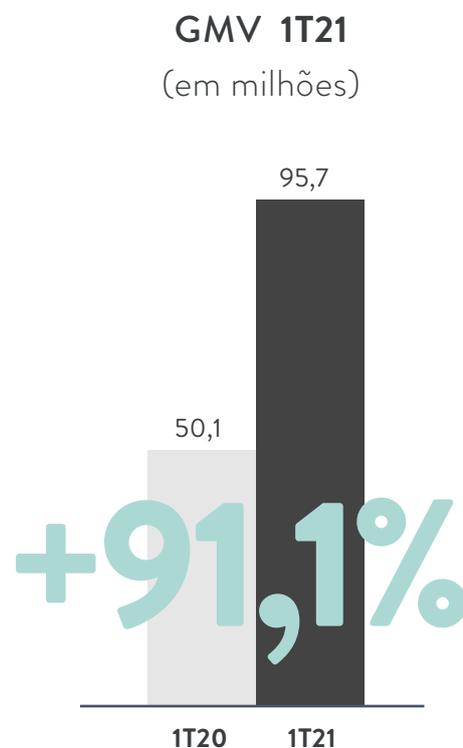
DESTAQUES OPERACIONAIS 1T21

GMV

Nosso GMV cresceu 91,1% vs 1T20, mantendo os níveis de crescimento de 2020, e demonstrando mais uma vez a ótima performance de todos nossos canais de venda, com evolução significativa em usuários ativos em nossa plataforma.

○ *freshness* da operação continua sendo uma importante ferramenta de engajamento e tração nas vendas no período:

- Foram 100 novos fornecedores prospectados (crescimento de 19,0% vs 1T20); e
- Crescimento de 22,7% aa do GMV médio por novo fornecedor durante o 1T21.



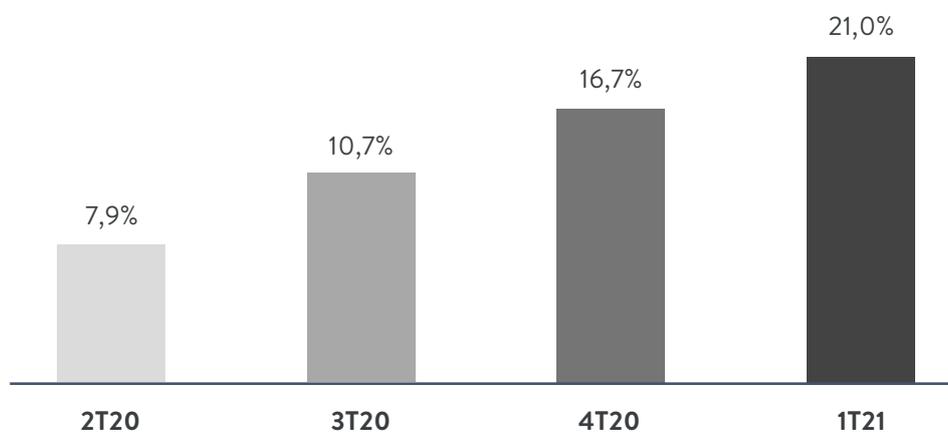
DESTAQUES OPERACIONAIS 1T21

WestwingNow

○ WestwingNow manteve o forte nível de crescimento, **acrescentando 40pp de crescimento no GMV do período**, derivado de alguns importantes fatores:

- Aumento de ~30% no número de SKUs ofertados na plataforma desde o início do 4T20;
- Lançamento da categoria de iluminação;
- Lançamento do *Next Day Delivery*;
- Maiores investimentos em marketing.

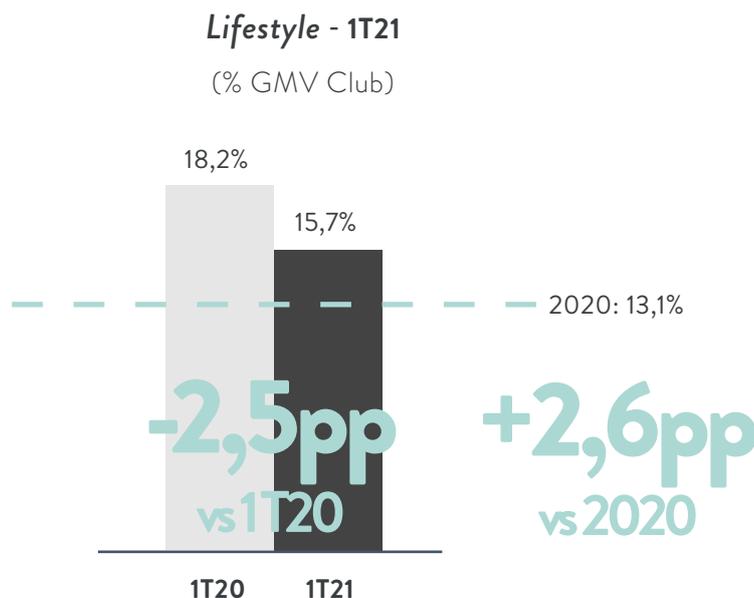
Evolução WestwingNow
(% GMV)



DESTAQUES OPERACIONAIS 1T21

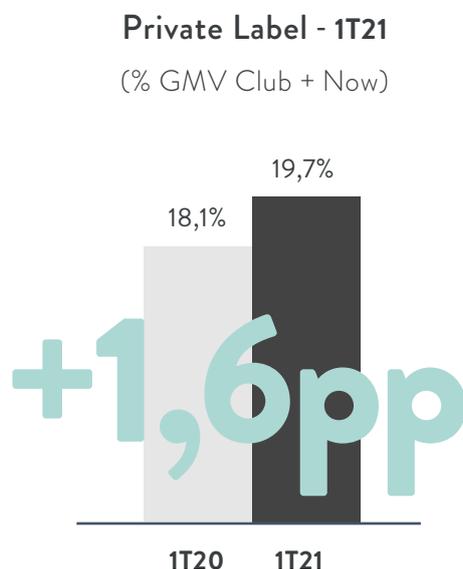
Lifestyle

As categorias de lifestyle atingiram 15,7% do GMV do Club no 1T21, aumento de 2,6pp com relação ao ano de 2020, e queda de 2,5pp com relação ao 1T20, em função do efeito *outlier* em março/2020 referente a uma campanha de Páscoa, que obteve excelente performance.



Private Label

Os produtos *private label* apresentaram mais um período de boa performance, aumentando sua representatividade no GMV do Club + Now, derivando tanto do acelerado crescimento do WestwingNow quanto do lançamento de mais coleções de produtos exclusivos Westwing.



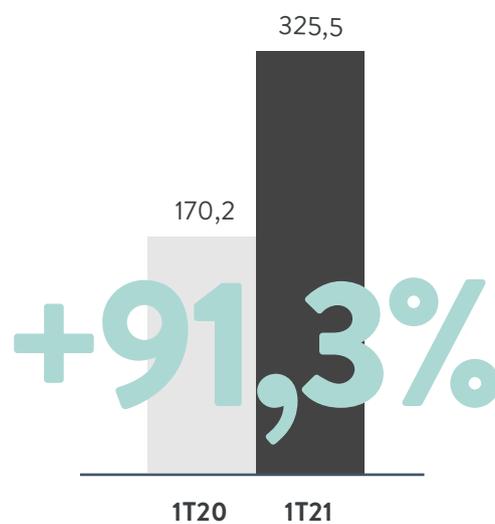
DESTAQUES OPERACIONAIS 1T21

Cientes

No 1T21 observamos um crescimento de 91,3% no número de compradores ativos comparado ao mesmo período de 2020, impulsionado, dentre outros fatores, pelo aumento de *app installs*, que quase dobrou (+95,2% vs 1T20).

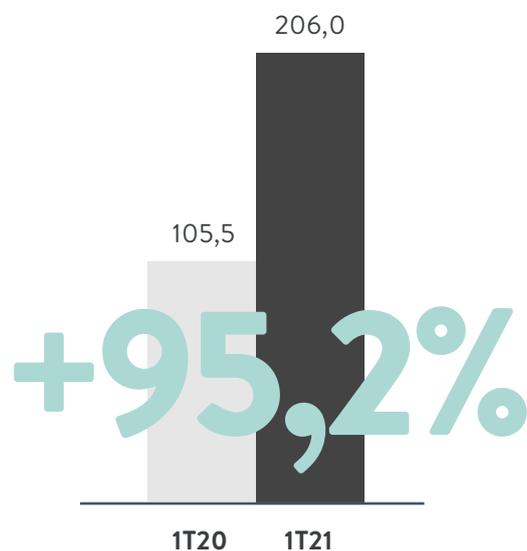
Evolução de Compradores Ativos

(mil usuários)



APP Installs (Club + Now)

(mil)



DESTAQUES OPERACIONAIS 1T21

Marketing

Continuamos gerando muito engajamento orgânico. Nosso investimento em marketing de conteúdo tem sido extenso, com várias collabs e parcerias estratégicas, aumento da produção de conteúdo, em particular vídeos, e gerando também muita comunicação através de influenciadores.



Insta + Face + Pinterest em números:

+29% em impressões vs 1T20
+25% em alcance vs 1T20

Produção de conteúdo:

+241% de vídeos veiculados vs 1T20

Influenciadores:

+97 influenciadores vs 1T20

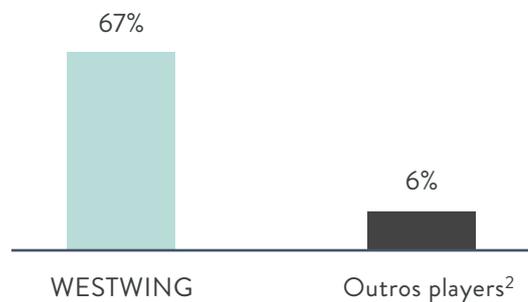


DESTAQUES OPERACIONAIS 1T21

Marketing

Também mantivemos avanços significativos em SEO durante o período, crescendo em 67% no número total de palavras-chave indexadas, substancialmente acima de outros players que atuam no ecommerce de casa e decoração.

Crescimento do # palavras-chave indexadas¹ 1T21 vs 1T20

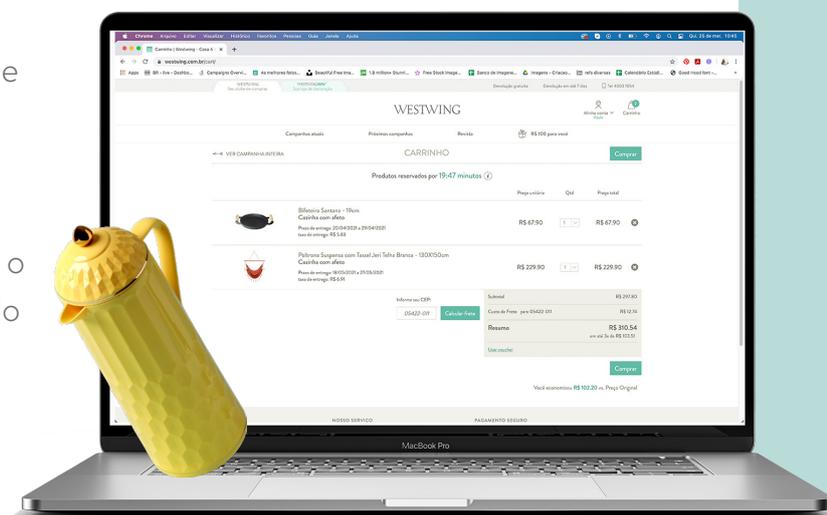


Tecnologia

Durante o 1T21 tivemos importantes evoluções de sistemas:

No WMS, nosso sistema proprietário, foram desenvolvidas **novas funcionalidades para permitir a operação em múltiplos CDs**, que são importantes para suportar nossa estratégia de Operações e Logística, viabilizando a expansão para um novo CD e para a futura abertura de *dark stores* nos hubs da Westlog.

Além disso, com foco na evolução de *UX* em nossas plataformas, **desenvolvemos um novo módulo de tracking de pedidos para o Club e para o Now no site e apps**, para que o cliente possa ter maior visibilidade do status do seu pedido, de forma mais clara e intuitiva.



¹ Palavras-chave de posição 1-20

² Média da evolução dos players Camicado, Etna, Tok&Stok e Mobly (Fonte: SEM Rush)

DESTAQUES OPERACIONAIS 1T21

Operações e Logística

Em março, iniciamos a operação de *Next Day Delivery* para pedidos do WestwingNow na Grande SP, com isso:

ACELERAMOS AS ENTREGAS DO NOW NO 1T21

Itens vendidos **WestwingNow**:

46% ENTREGUES em até 48h **+5pp vs 4 T20**

18% em até 24h **+2pp vs 4 T20**

Assim, mesmo com a crise de abastecimento que tem dilatado os prazos de entrega em vários setores da economia, **entre janeiro e março conseguimos reduzir em 4,3 dias úteis nosso prazo de entrega para o cliente.**

DESTAQUES FINANCEIROS 1T21

Receita Líquida

No 1T21, a Receita Líquida cresceu 83,3% comparada ao 1T20, atingindo R\$ 60,6 milhões, alinhada ao crescimento de GMV no mesmo período, e impulsionada pelos aumentos de investimentos em marketing, crescimento do número de compradores ativos e pelo crescimento do WestwingNow.

Lucro Bruto e Margem Bruta

O Lucro Bruto aumentou 79,0% em relação ao 1T20, totalizando R\$ 27,8 milhões. A Margem Bruta atingiu 45,8%, com redução de 1,1pp comparado ao 1T20, mas evoluindo positivamente com relação ao 4T20 em 4,2pp.

Despesas Operacionais

As despesas operacionais aumentaram 217,1% em relação ao 1T20, atingindo R\$ 52,8 milhões, devido principalmente a *one-offs* de despesas relativas ao IPO, de aproximadamente R\$ 17,6 milhões. Excluindo esse efeito, as despesas operacionais da Companhia chegam a R\$ 35,2 milhões, 111,5% acima do 1T20, impactadas pelos maiores investimentos em marketing, na estrutura de tecnologia e despesas logísticas, parte do plano de crescimento da Companhia.

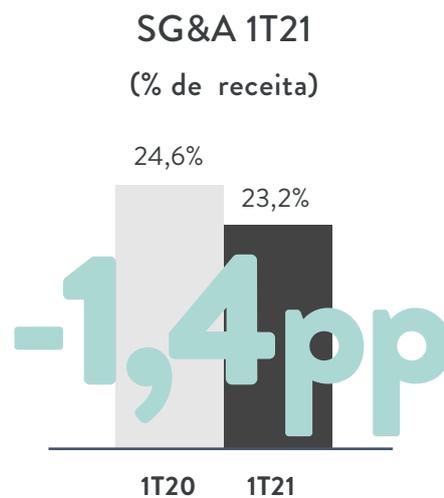
A seguir, detalhamos dois importantes componentes das despesas operacionais, SG&A e Marketing.



DESTAQUES FINANCEIROS 4T20

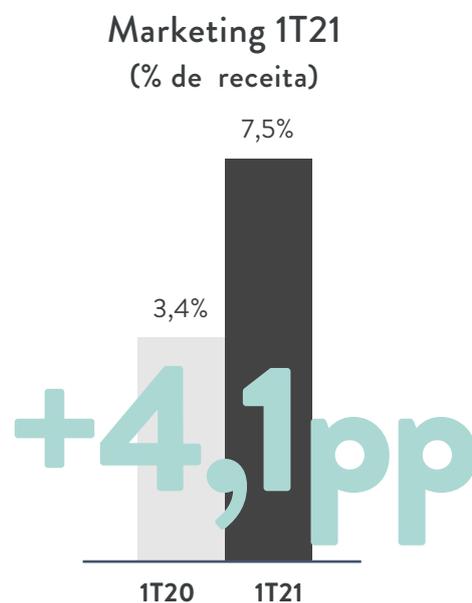
SG&A

O SG&A, ex-despesas *one-offs* do IPO, aumentou em 73,2% em relação ao 1T20, atingindo R\$ 14,1 milhões no período, derivado principalmente do investimento no time de tecnologia e investimentos organizacionais de maneira geral. Apesar do aumento em valores nominais, como % da receita líquida houve ganho de eficiência, de 1,4pp no 1T21, comparado ao 1T20.



Marketing

No 1T21, os investimentos em marketing aumentaram 4,1pp em relação ao 1T20, atingindo R\$ 4,6 milhões, ou 7,5% da receita líquida, refletindo a estratégia da Companhia de acelerar a captação de novos clientes e aumentar o *awareness* da marca.



DESTAQUES FINANCEIROS 4T20

EBITDA Ajustado

Composição EBITDA	1T20	1T21
LUCRO LÍQUIDO	-2.553,0	-16.677,2
(+/-) IR/CSLL	234,0	-8.482,0
(+/-) Resultado Financeiro	1.195,0	157,7
(+/-) Depreciação & Amortização	986,0	2.412,3
EBITDA	-138,0	-22.589,2
(+) <i>One-off</i> relativo a <i>phantom shares</i>	-	17.299,6
(+) Demais <i>one-offs</i> IPO	-	286,0
(+) Plano de Compra de Ações	-	331,4
EBITDA AJUSTADO	-138,0	-4.672,2

O EBITDA Ajustado, no 1T21, foi de -R\$ 4,7 milhões, redução de R\$ 4,5 milhões em relação ao 1T20, em função dos maiores investimentos na operação da Companhia.

Resultado Líquido

No 1T21, o resultado líquido atingiu -R\$ 16,7 milhões, variação de R\$ 14,1 milhões vs o resultado do 1T20, principalmente impactado pelos *one-offs* de despesas relativas ao IPO no período.

ANEXO I

DESTAQUES FINANCEIROS – 1T21 vs 1T20

em milhares	1T20	1T21	Var. (%)
GMV	50.057,9	95.656,2	91,1%
Compradores ativos	170.172,1	325.512,0	91,3%
Receita Líquida	33.052,0	60.574,7	83,3%
Lucro Bruto	15.515,0	27.767,7	79,0%
Margem Bruta	46,9%	45,8%	-1,1pp
Despesas Operacionais	16.639,0	52.769,2	217,1%
SG&A	8.114,5	14.055,0	73,2%
% Receita	24,6%	23,2%	-1,4pp
Marketing	1.135,1	4.557,2	301,5%
% Receita	3,4%	7,5%	4,1pp
EBITDA Ajustado	-138,0	-4.672,2	n.s.
Lucro Líquido	-2.553,0	-16.677,2	n.s.

ANEXO II

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS – 1T21 vs 1T20

em milhares	1T20	1T21
Receita operacional líquida	33.052	60.575
Custo dos produtos vendidos e serviços prestados	(17.537)	(32.807)
Lucro bruto	15.515	27.768
Despesas operacionais		
Despesas com vendas	(9.144)	(20.107)
Despesas gerais e administrativas	(7.495)	(32.662)
Lucro antes do resultado financeiro e do imposto de renda e da contribuição social	1.124	(25.001)
Receita financeira	2.329	1.524
Despesas financeiras	(3.524)	(1.682)
Resultado financeiro	(1.195)	(158)
(Prejuízo) lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	(2.319)	(25.159)
Imposto de renda e contribuição social	(234)	8.482
(Prejuízo) lucro líquido do exercício	(2.553)	(16.677)

ANEXO III

BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO	Mar/2020	Dez/2020	Mar/2021
Circulante			
Caixa e equivalentes de caixa	11.600	29.931	392.300
Aplicações financeiras	68	1.899	1.899
Instrumentos financeiros derivativos	2.195	369	-
Contas a receber	5.034	8.872	29.034
Adiantamentos	1.528	-	-
Estoques	11.609	20.147	23.265
Impostos a recuperar	47	91	91
Outros ativos circulantes	476	1.510	2.541
Total do ativo circulante	32.557	62.819	449.130
Não circulante			
Depósitos judiciais	1.624	2.246	6.437
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-	19.998	38.917
Direito de uso – arrendamento mercantil	2.668	2.133	23.478
Imobilizado	3.397	6.114	7.266
Intangível	2.106	4.567	5.771
Total do ativo não circulante	9.795	35.058	81.869
Total do ativo	42.352	97.877	530.999

ANEXO III

BALANÇO PATRIMONIAL

PASSIVO	Mar/2020	Dez/2020	Mar/2021
Circulante			
Fornecedores	10.939	39.583	34.347
Obrigações trabalhistas	4.376	6.497	6.066
Empréstimos	13.090	7.190	5.692
Passivo de arrendamento	3.040	1.416	3.467
Receita diferida	15.083	24.020	27.395
Plano de remuneração baseado em ações		-	16.417
Imposto de renda e contribuição social	1.170	-	-
Obrigações tributárias	260	3.143	3.739
Partes relacionadas passivo circulante	-	8	8
Total do passivo circulante	47.958	81.857	97.131
Não circulante			
Empréstimos	1.018	3.635	1.183
Passivo de arrendamento	-	918	20.378
Provisão para riscos fiscais, cíveis e trabalhistas	3.048	5.010	6.667
Obrigações tributárias	1.428	2.109	2.369
Total do passivo não circulante	5.492	11.672	30.597
Patrimônio líquido			
Capital social	39.819	40.224	470.567
(-) Custos de transação - IPO	-	-	-20.258
Reserva de capital	-	787	6.302
Prejuízos acumulados	(50.917)	(36.663)	(53.340)
Total do patrimônio líquido	(11.098)	4.348	403.271
Total do passivo e patrimônio líquido	42.352	97.877	530.999

ANEXO IV

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

	1T20	1T21
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
(Prejuízo) lucro antes do imposto de renda e contribuição social	(2.319)	(25.159)
Ajuste para conciliar o resultado ao caixa:		
Depreciação e amortização	934	2.411
Provisão (reversão) para realização de estoques	128	2.038
Provisão para devoluções de vendas	(42)	443
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	261	1.678
Juros sobre contratos de arrendamentos	138	599
Variação cambial sobre empréstimos	2.379	31
Juros sobre contrato de empréstimos	102	185
Valor justo de instrumentos financeiros derivativos	(2.163)	(51)
Plano de remuneração baseado em ações	-	16.748
Variação nos ativos e passivos:		
Contas a receber de clientes	2.753	(20.605)
Estoques	(2.915)	(5.156)
Outros ativos	(2.289)	(1.031)
Depósitos judiciais	(32)	(4.191)
Fornecedores	3.631	(5.236)
Obrigações trabalhistas	120	(431)
Obrigações tributárias	(1.118)	856
Receita diferida	3.255	3.374
Pagamentos de processos cíveis e trabalhistas	-	(21)
Fluxo de caixa aplicado nas atividades operacionais	2.823	(33.518)

ANEXO IV

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA - CONTINUAÇÃO

	1T20	1T21
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Adições ao imobilizado	(677)	(1.470)
Adições ao intangível	(629)	(1.489)
Fluxo de caixa (aplicado nas) gerado pelas atividades de investimento	(1.306)	(2.959)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Liquidação de derivativos	-	420
Exercício de opções de plano de remuneração baseado em ações	-	5.232
Oferta pública inicial de ações, líquido de custos da transação	-	399.601
Empréstimos contratados	6.436	-
Amortização de empréstimos - principal	-	(3.945)
Amortização de empréstimos - juros	(9)	(221)
Pagamentos de passivo de arrendamento	(680)	(2.241)
Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento	5.747	398.846
Aumento (redução) do caixa e equivalentes de caixa	7.264	362.369
Demonstração da variação do caixa e equivalentes de caixa		
No início do exercício	4.336	29.931
No final do exercício	11.600	392.300
Aumento (redução) do caixa e equivalentes de caixa	7.264	362.369

GLOSSÁRIO

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*, *payment costs* e ajustes 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

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

WESTWING

ri.westwing.com.br

ri@westwing.com.br

