

WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22



Mensagem da Administração

Em um mercado ainda adverso, melhoria significativa de rentabilidade, evoluções operacionais e maior controle de investimentos, com foco no médio e longo prazo

Em termos de crescimento, o primeiro trimestre de 2022 foi um período desafiador para o mercado de ecommerce de maneira geral, em especial para o segmento de casa e decoração, o que se demonstra principalmente pela queda de buscas por itens do segmento no Google. Além da baixa performance do mercado, durante o mês de março tivemos uma alta base de comparação do ano passado, em função do *lockdown* que aconteceu naquele período, o que gerou aumento de tráfego nas plataformas online. Vale ressaltar que a Companhia tem perspectiva de um primeiro semestre de 2022 ainda desafiador para o mercado de casa e decoração. No entanto, mesmo com cenário adverso, estamos focando em melhor rentabilidade para o negócio. O WestwingNow e as Westwing Stores, por sua vez, continuaram crescendo aceleradamente durante o 1T22, conforme esperado em nosso plano de negócio.

Importante ressaltar também avanços significativos logísticos e operacionais da Westwing durante o período, como o (i) avanço da Westlog, com abertura de um novo *hub* em Belo Horizonte, e expansão da área de entrega de *Next Day Delivery*, a (ii) redução do prazo de entrega para clientes em 7 dias úteis vs 1T21, (iii) excelente nível de serviço ao cliente, com 98% dos pedidos entregues no prazo, o (iv) lançamento do *chatbot* de atendimento, que traz redução no tempo de atendimento, entre outras melhorias operacionais.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

Assim, a administração da Westwing continua focada no desenvolvimento dos canais de negócios. Estamos trabalhando em importantes melhorias comerciais no Club, com foco principal na oferta dos produtos, com ainda mais *freshness*, e no Now, especialmente com otimização de sortimento e lançamento da ferramenta de avaliação de produtos na plataforma, assim como nos avanços da Westlog, aumentando a área de *Next Day Delivery* para que atinja mais clientes.

Além disso, durante o 1T22 começamos a calibrar a nossa estratégia. Aumentamos o foco em rentabilidade e preservação de caixa, trabalhando mais fortemente a negociação com fornecedores, reduzindo a intensidade promocional na plataforma, e maior controle em investimentos organizacionais. Com isso, trouxemos evoluções em nosso resultado financeiro, com melhora de margem bruta (+7,4pp vs 4T21) e EBITDA (+9,5pp vs 4T21). Dessa forma, enquanto continuamos a enfrentar um mercado adverso, temos fortalecido a nossa saúde financeira: reduzindo custo fixo, aumentando margens e buscando mais eficiência na aplicação de capital. Ao mesmo tempo, seguimos fazendo os investimentos estruturantes prioritários para sustentar nosso crescimento no médio e longo prazo. Assim, esperamos que, com a melhora do contexto de mercado, estaremos preparados e capitalizados para crescer mais rapidamente e com melhor rentabilidade.



Destques

1T22

São Paulo, 11 de maio de 2022.

A Westwing Varejista S.A. (B3: WEST3) anuncia seus resultados do 1º trimestre de 2022 (1T22).

- Melhoria de rentabilidade, com crescimento de Margem Bruta de 7,4pp vs 4T21, e Margem EBITDA de 9,5pp vs 4T21;
- Crescimento em Receita Líquida de 12,7% aa, porém leve contração no GMV de 2,9% aa;
- GMV do WestwingNow cresceu 41,6% aa no 1T22, já representando 30,7% do GMV total da Companhia no período. Se acrescido o valor da venda do Now via prateleira infinita das lojas, tal crescimento foi de 63,6% aa;
- O SSS da Westwing Store no 1T22 cresceu 66,9% vs o 1T21;
- Lançamento de 1 nova Westwing Store durante o 1T22, chegando a 6 lojas ao final do trimestre;
- Private Label no 1T22 aumentou 1,3pp vs 1T21, atingindo 20,9% do GMV Club+Now;
- No 1T22, Lifestyle cresceu 1,4pp sua representatividade no GMV do Club vs 1T21, atingindo 17,1% do negócio;





WESTWING

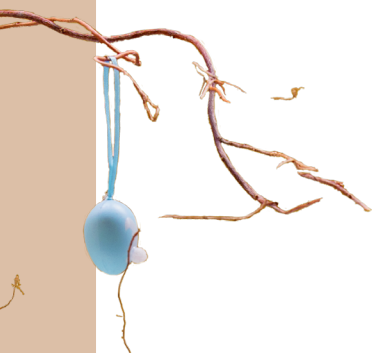
RELEASE DE RESULTADOS
1T22

- Westlog responsável por 47,8% das entregas no Brasil no 1T22, +21,6pp vs 1T21;
- Redução do prazo de entrega total em mais de 7 dias úteis vs 1T21, e ganho de 1 dia útil vs 4T21.

Call de resultados do 1T22

12 de maio, às 14h

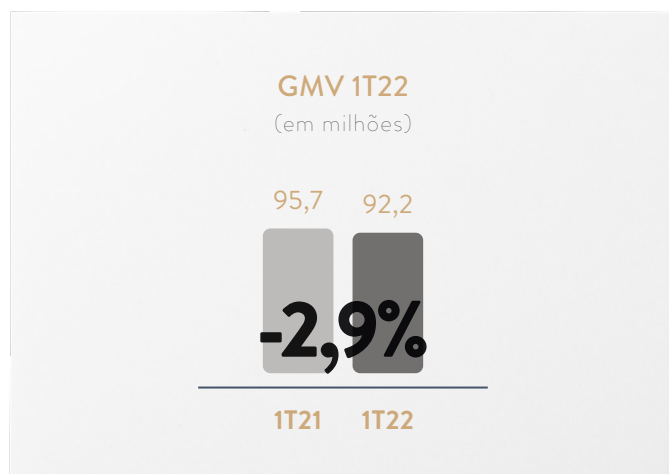
Para acessar,
[clique aqui.](#)



Destques Operacionais 1T22

GMV

No 1T22, o GMV apresentou queda de 2,9% aa, devido principalmente à contração do mercado de casa e decoração por mais um período. Continuamos observando redução nas buscas do Google Trends por itens de casa e decoração, o que impactou alguns de nossos canais de vendas. Além do impacto negativo do mercado, tivemos alta base comparativa de março/2021, uma vez que houve *lockdown* em função da pandemia naquele período, o que fez as vendas online dispararem. Apesar disso, o WestwingNow e as Westwing Stores continuaram com crescimento acelerado. Ao final, apesar do crescimento mais lento do que o desejável, acreditamos que o ganho de *market share* da Westwing no mercado de casa e decoração, que vem acontecendo ao longo dos últimos trimestres, deverá se traduzir em criação de valor significativa assim que o mercado voltar a crescer de forma mais consistente no futuro.





WESTWING

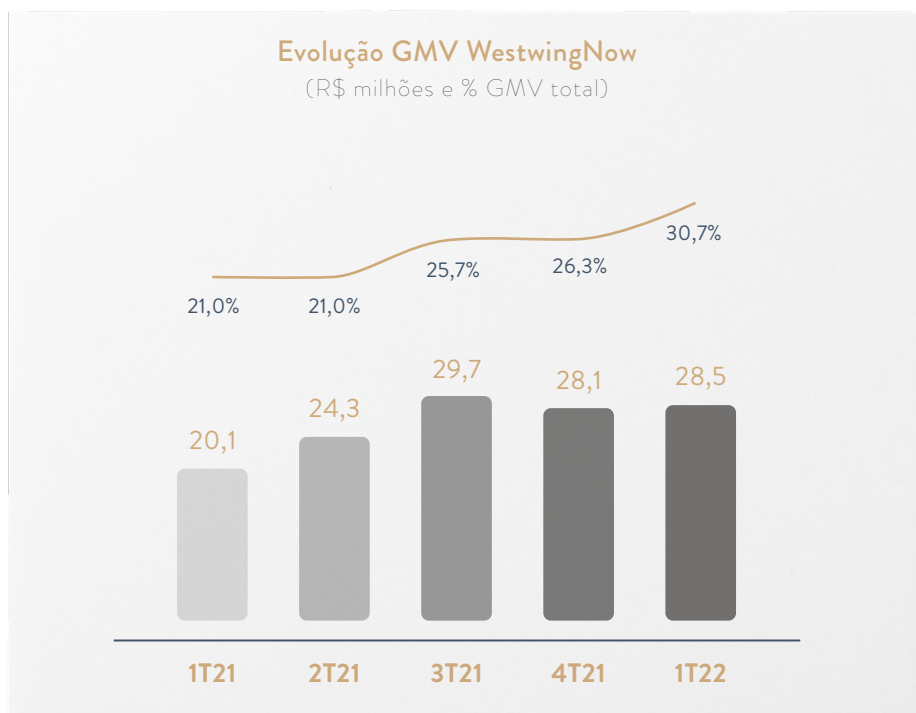
RELEASE DE RESULTADOS
1T22

WestwingNow

O WestwingNow manteve-se com **crescimento acelerado ao longo do 1T22, crescendo 41,6% aa**, representando 30,7% do GMV da Companhia. É importante destacar também que, **se acrescido o valor da venda do Now via prateleira infinita das lojas, tal crescimento foi de 63,6% aa**.

Esse crescimento é derivado de alguns importantes fatores:

1. Aumento em 101% no número de SKUs disponíveis no site vs 1T21;
2. Início da operação do novo *hub* em Belo Horizonte; e
3. Expansão da área de *Next Day Delivery*.

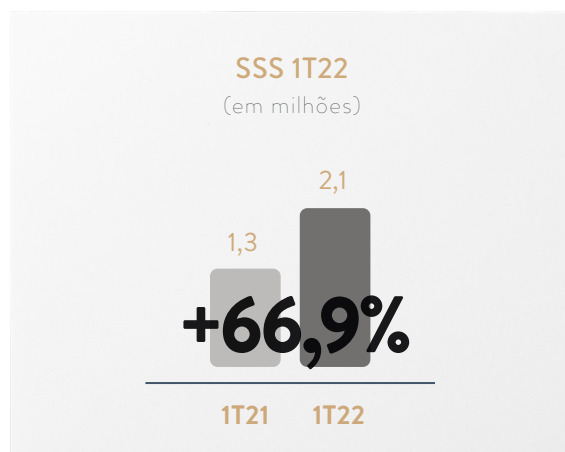


WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

Westwing Stores

O SSS da loja da Vila Madalena obteve mais um período de ótimo crescimento, +66,9% no 1T22 vs 1T21, resultado das sinergias geradas de prateleira infinita na integração com os canais de venda online, principalmente com o WestwingNow.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

Lifestyle

As categorias de *lifestyle* cresceram no 1T22, atingindo uma representatividade de 17,1% do GMV do Club, aumento de 1,4pp com relação ao 1T21, com destaque para as categorias de *beauty*, *fashion* e acessórios.



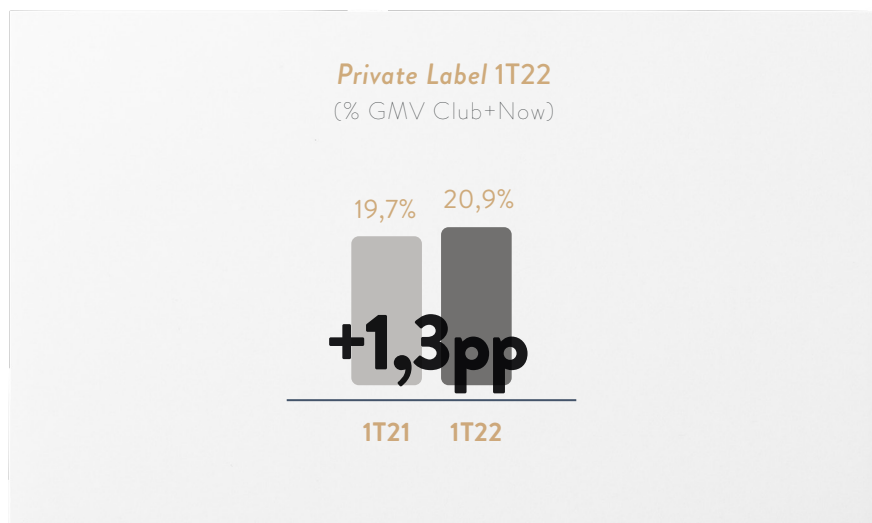


WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

Private Label

Durante 1T22, os produtos *Private Label* tiveram um aumento de 1,3pp em sua representatividade no GMV Club+Now, impulsionado principalmente pelo lançamento de novas coleções, com três vezes mais coleções lançadas vs 1T21.



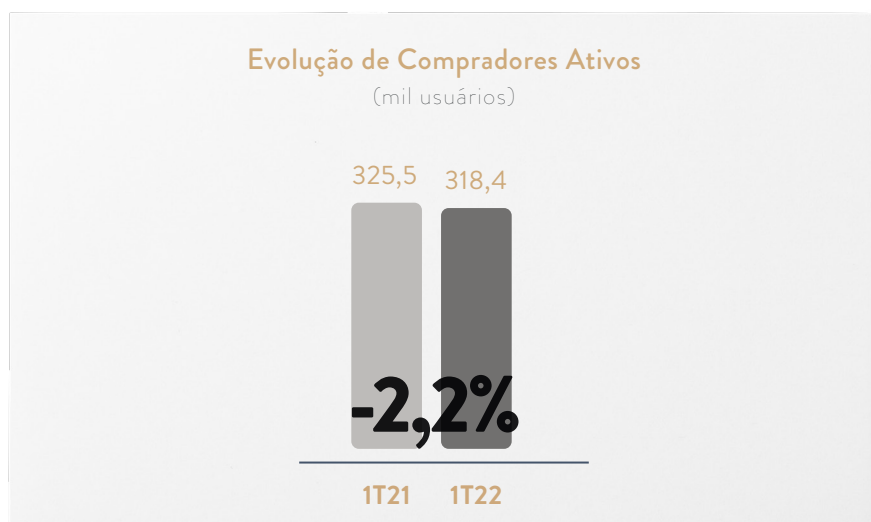
WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22



Clientes

No 1T22 observamos uma redução no número de compradores ativos comparado ao 1T21, impactado principalmente pela performance do setor em que a Companhia está inserida, assim como a alta base comparável de março/2021, como já comentado acima.



Marketing

Ao longo do primeiro trimestre de 2022, continuamos investindo na produção de conteúdo, com foco em nossa estratégia de expansão de marketing orgânico. Realizamos uma parceria com o chef confeitero Lucas Corazza, jurado do programa “Que Seja Doce” do GNT, que criou uma série de vídeos para as redes sociais da Companhia com receitas autorais para a Páscoa Westwing. Produzimos também alguns vídeos para comemorar o Dia das Mulheres. Neles, a jornalista, escritora e apresentadora Lia Bock recebeu a Westwing em sua casa para contar um pouco mais sobre sua rotina e a importância do lar na sua vida e no exercício de suas diversas atividades. Ainda em relação a expansão de marketing orgânico, contratamos 38,1% influenciadores mais que no 1T21. Além disso, realizamos uma série de ações focadas em gerar *awareness* sobre a abertura das novas lojas.

Importante mencionar que, neste momento em particular, com cenário de mercado mais adverso, estamos calibrando cuidadosamente os investimentos de marketing. Esse gerenciamento, juntamente com as sinergias orgânicas entre nossos diferentes modelos (Club, Now e Stores), vem permitindo resultados ainda muito positivos de *ROI* para a empresa.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

Operações e Logística

Continuamos avançando em nossa operação durante o 1T22:

- Redução do prazo de entrega total em mais de 7 dias úteis vs 1T21, e ganho de 1 dia útil vs 4T21;
- Lançamento do **hub da Westlog em Belo Horizonte**;
- Expandimos o **Next Day Delivery** do WestwingNow, incluindo **Campinas e região** na zona de cobertura de NDD;
- Excelente nível de serviço, com **98% de pedidos entregues no prazo**; e
- Lançamento do nosso **chatbot** de atendimento, a Lara, que traz alguns benefícios:
 - Disponibilidade para atendimento 24/7;
 - Redução no tempo de atendimento; e
 - Possibilidade de auto-atendimento.



Destques Financeiros 1T22

Receita Líquida

A Receita Líquida cresceu 12,7% aa no 1T22, atingindo R\$ 68,3 milhões, impulsionada pelo crescimento e maior representatividade do Now no negócio, assim como o crescimento do número de lojas e suas boas performances, entre outros fatores.

Lucro Bruto & Margem Bruta

O Lucro Bruto cresceu 16,7% vs 1T21, totalizando R\$ 32,4 milhões, com Margem Bruta de 47,4%, um aumento de 1,6 pp vs 1T21, e 7,4pp vs 4T21. Temos trabalhado mais fortemente a negociação com fornecedores, e reduzido a intensidade promocional na plataforma. Além disso, o crescimento do Now, das Westwing Stores e do Private Label, que são negócios com maiores margens brutas, beneficiam a evolução da margem bruta.



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

Despesas Operacionais

As despesas operacionais reduziram 14,2% em relação ao 1T21, atingindo R\$ 45,3 milhões, em função da base da maior base de comparação do 1T21, que foi impactado pelas maiores despesas decorrentes do IPO da Companhia. Se excluirmos tais despesas, observamos um aumento de despesas operacionais de 27,7%, impactadas principalmente pelo aumento do nível de investimentos organizacionais feitos ao longo de 2021, sobretudo em tecnologia, logística e marketing.

No entanto, em relação ao 4T21 já obtivemos uma redução de 22,1% nas despesas operacionais, uma vez que começamos a calibrar nossa estratégia com foco em um maior controle de investimentos organizacionais.

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

SG&A

No 1T22, o SG&A aumentou em 58,4% em relação ao 1T21, atingindo R\$ 22,3 milhões no período. Esse aumento se deve principalmente pelos investimentos organizacionais de maneira geral para suportar o nosso crescimento ao longo dos próximos anos, e pelo impacto do plano de expansão de lojas físicas. Excluindo o impacto da expansão das Westwing Stores, o crescimento do SG&A seria de 47,7%.

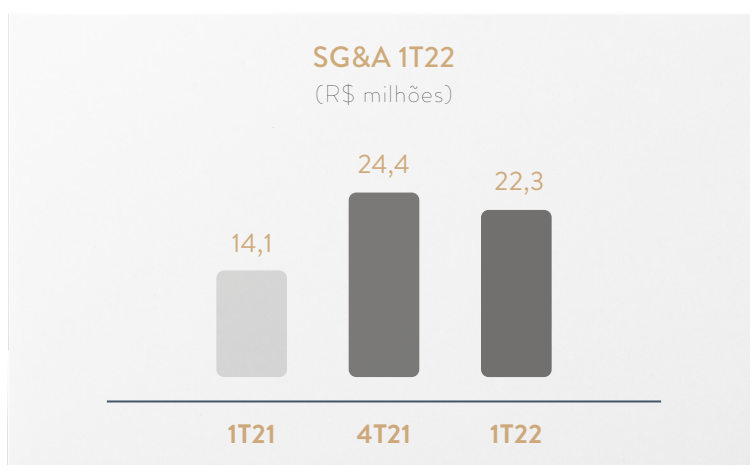
No entanto, em relação ao 4T21, mesmo considerando o maior número de lojas físicas, obtivemos redução de 8,8%, também em função do nosso maior foco em controle de investimentos organizacionais.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22



Marketing

No 1T22, o investimento em marketing foi reduzido em 1,5pp se comparado ao mesmo período do ano passado, conforme a decisão da Companhia de calibrar a sua estratégia de marketing para 2022, buscando redução do investimento, com foco em maior retorno sobre o capital investido.

Em relação ao 4T21, o ganho de eficiência de marketing é ainda maior, com uma redução de 7,1pp.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

EBITDA Ajustado

Composição EBITDA	1T21	4T21	1T22
LUCRO LÍQUIDO	-16.677	-16.752	-7.078
(+/-) IR/CSLL	-8.482	-3.044	-3.353
(+/-) Resultado Financeiro	158	-3.245	-2.472
(+/-) Depreciação & Amortização	2.412	3.920	4.489
EBITDA	-22.589	-19.121	-8.414
<i>One-offs phantom shares</i>	17.300	-	-
(+) Plano de Compra de Ações	331	403	278
Demais one-offs	286	505	440
EBITDA AJUSTADO	-4.672	-18.213	-7.696
Margem EBITDA	-7,7%	-20,8%	-11,3%

O EBITDA Ajustado, no 1T22, foi de -R\$ 7,7 milhões, redução de R\$ 3,0 milhões em relação ao 1T21, em função dos maiores investimentos na operação da Companhia. No entanto, comparando ao 4T21, houve melhoria de margem EBITDA em 9,5pp.

Resultado Líquido

O Resultado Líquido do 1T22 foi de -R\$ 7,1 milhões, R\$ 9,6 milhões acima do 1T21, impactado principalmente pela base de comparação do 1T21, devido às maiores despesas decorrentes do IPO naquele período. Comparando com o 4T21, houve melhora no Resultado Líquido da Companhia em R\$ 9,7 milhões.





WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

ANEXO I

DESTAQUES FINANCEIROS – 1T22

em milhares	1T21	1T22	Var. (%)
GMV	95.656,2	92.864,4	-2,9%
Compradores ativos	325,5	318,4	-2,2%
Receita Líquida	60.575,0	68.271,0	12,7%
Lucro Bruto	27.768,0	32.390,0	16,6%
Margem Bruta	45,8%	47,4%	1,6pp
Despesas Operacionais	-52.769,0	-45.293,0	-14,2%
SG&A	-14.055,0	-22.264,0	58,4%
% Receita	-23,2%	-32,6%	9,4pp
Marketing	-4.557,0	-4.128,0	-9,4%
% Receita	-7,5%	-6,0%	1,5pp
EBITDA Ajustado	-4.672,6	-7.696,0	-64,7%
Lucro Líquido	-16.677,0	-7.078,0	57,6%



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

ANEXO II

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS – 1T22

em milhares	1T21	1T22
Receita operacional líquida	60.575,0	68.271,0
Custo dos produtos vendidos e serviços prestados	-32.807,0	-35.881,0
Lucro bruto	27.768,0	32.390,0
(Despesas) Receitas operacionais		
Despesas com vendas	-20.107,0	-18.404,0
Despesas gerais e administrativas	-32.662,0	-26.889,0
Outras receitas operacionais, líquidas	0	0
Lucro operacional (prejuízo) antes do resultado financeiro	-25.001,0	-12.903,0
Receitas financeiras	1.524,0	5.393,0
Despesas financeiras	-1.682,0	-2.921,0
Resultado financeiro	-158,0	2.472,0
(Prejuízo) lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	-25.159,0	-10.431,0
Imposto de renda e contribuição social	8.482,0	3.353,0
(Prejuízo) Lucro Líquido do exercício	-16.677,0	- 7.078,0



ANEXO III

BALANÇO PATRIMONIAL - ATIVO

	1T21	1T22	Var. aa%
Ativo circulante			
Caixa e equivalentes de caixa	392.300	219.322	-44,1%
Aplicações financeiras	1.899	2.837	49,4%
Instrumentos Financeiros Derivativos	-	-	-
Contas a receber	29.034	39.930	37,5%
Estoques	23.265	50.980	n.s.
Impostos a recuperar	91	1.428	n.s.
Outros	2.541	4.767	87,6%
Total do ativo circulante	449.130	319.264	-28,9%
Ativo não circulante			
Depósitos judiciais	6.437	17.422	n.s.
Impostos a recuperar LP	0	10.130	n.s.
Imposto de renda e contribuição social diferidos	38.917	46.181	18,7%
Direito de uso – arrendamento mercantil	23.478	31.798	35,4%
Imobilizado	7.266	31.304	n.s.
Intangível	5.771	10.035	73,9%
Total do ativo não circulante	81.869	146.870	79,4%
Total do ativo	530.999	466.134	-12,2%

ANEXO III

BALANÇO PATRIMONIAL - PASSIVO

	1T21	1T22	Var. aa%
Passivo circulante			
Fornecedores	34.347	27.053	-21,2%
Obrigações trabalhistas	6.066	10.938	80,3%
Empréstimos	5.692	1.642	-71,2%
Passivo de arrendamento	3.467	5.493	58,4%
Receita diferida	27.395	5.391	-80,3%
Plano de remuneração baseado em ações	16.417	288	-98,2%
Obrigações Tributárias	3.739	2.621	-29%
Partes relacionadas	8	8	n.s.
Total do passivo circulante	97.131	53.434	-45,0%
Passivo não circulante			
Empréstimos	1.183	-	n.s.
Passivo de arrendamento	20.378	27.824	36,5%
Provisão para riscos fiscais, cíveis e trabalhistas	6.667	7.576	13,6%
Obrigações tributárias	2.369	3.760	58,7%
Total do passivo não circulante	30.597	39.160	28,0%
Patrimônio Líquido			
Capital Social	470.567	470.914	0,0%
Custo de transação - emissão de ações	-20.258	-19.835	-2,1%
Reserva de Capital	6.302	8.353	32,5%
Prejuízos Acumulados	-53.340	-85.892	61,0%
Total do Patrimônio Líquido	403.271	373.540	-7,4%
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	530.999	466.134	-12,2%

ANEXO IV

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

	1T21	1T22
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Prejuízo antes do imposto de renda e contribuição socia	-25.159	-10.431
Ajuste para conciliar o resultado ao caixa:		
Crédito de PIS e COFINS sobre exclusão do ICMS da base de cálculo	-	-
Depreciação e amortização	2.411	4.489
Provisão (reversão) para realização de estoques	2.038	596
Provisão para devoluções de vendas	443	230
Provisão para demandas judiciais	1.678	-470
Juros sobre contratos de arrendamentos	599	862
Variação cambial sobre empréstimos	31	-
Juros sobre contrato de empréstimos	185	59
Valor justo de instrumentos financeiros derivativos	-51	-
Atualização monetária PIS / COFINS	-	-
Plano de remuneração baseado em ações	16.748	23
Variação nos ativos e passivos:		
Contas a receber de clientes	-20.605	-8.324
Estoques	-5.156	-3.755
Impostos a recuperar	-	1.636
Outros ativos	-1.031	343
Depósitos judiciais	-4.191	-1.639
Fornecedores	-5.236	-15.854
Obrigações trabalhistas	-431	103
Obrigações tributárias	856	87
Receita diferida	3.374	-1.161



WESTWING

RELEASE DE RESULTADOS
1T22

ANEXO IV

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA - continuação

	1T21	1T22
Outras contas a pagar		
Pagamentos de processos cíveis e trabalhistas	-21	-175
Partes Relacionadas	-	-
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	-	-
Fluxo de caixa gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais	-33.518	-33.385
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Caixa proveniente de incorporação	-	-
Adições ao imobilizado	-1.470	-5.173
Adições ao intangível	-1.489	-1.755
Aplicações financeiras	-	-180
Fluxo de caixa (aplicado nas) gerado pelas atividades de investimento	-2.959	-7.108
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Liquidação de derivativos	420	-
Exercício de opções de plano de remuneração de ações	5.232	-
Oferta pública inicial de ações (IPO), líquido de custos de transação	399.601	-
Aumento de capital - exercício de opções		23
Aumento de capital - oferta pública inicial de ações, líquido dos custos	-	-
Amortização de empréstimos - principal	-3.945	-1.355
Amortização de empréstimos - juros	-221	-60
Pagamentos de passivo de arrendamento	-2.241	-2.559
Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento	398.846	-3.951
Aumento do caixa e equivalentes de caixa	362.369	-44.444
Demonstração da variação do caixa e equivalentes de caixa		
No início do exercício	29.931	263.766
No final do exercício	392.300	219.322
Aumento do caixa e equivalentes de caixa	362.369	-44.444



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
1T22

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

ROI

Return over investment

