

# Release de Resultados

4T24 e 2024



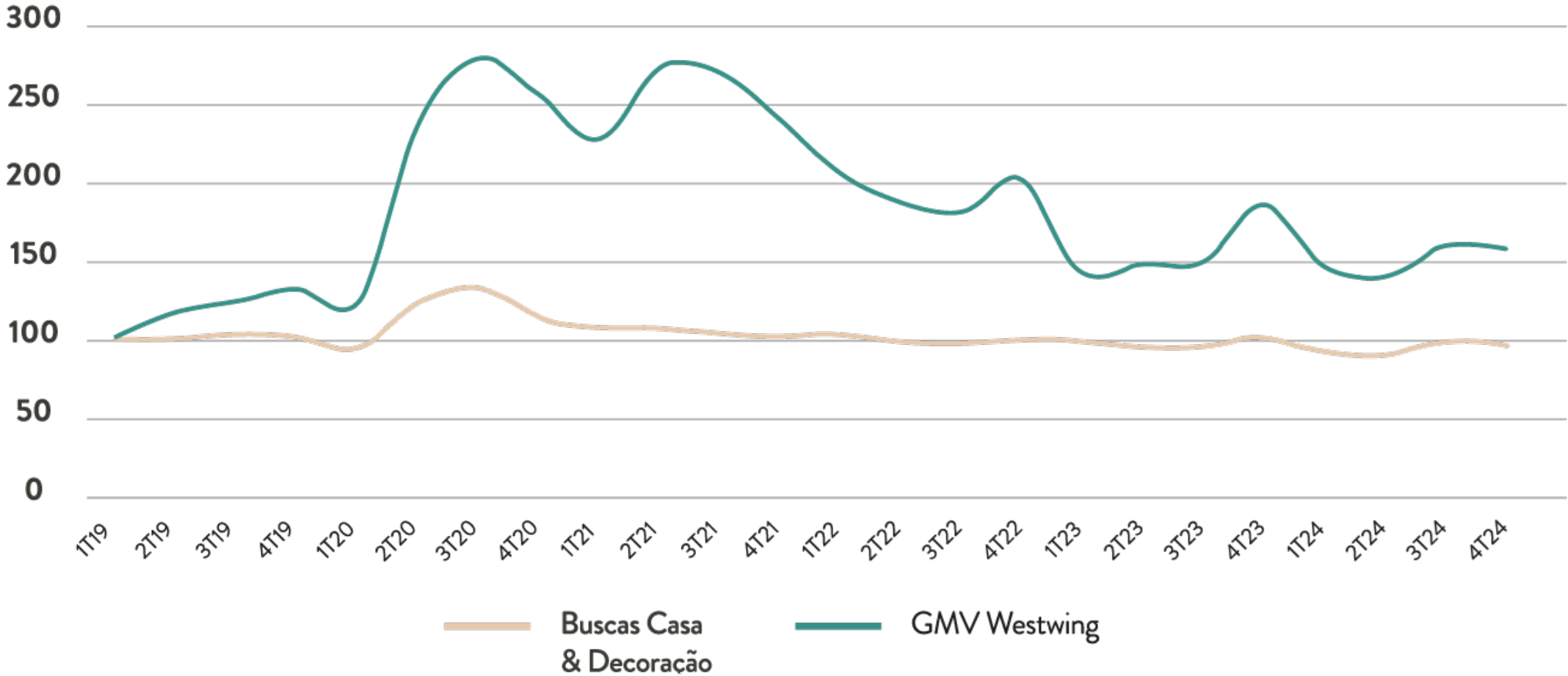
WESTWING

## GMV SSS

- Queda no GMV SSS no 4T24:
  - Pior performance de mercado;
  - Retirada de itens de MC2 negativa;
  - Ajustes/melhorias da unificação das plataformas.
- Impactos negativos parcialmente compensados pela melhoria de ticket médio (+47% aa);
- GMV SSS em 2024 com queda de 4,1% aa, em linha com queda de mercado.

GMV Westwing (Club+Now) vs  
Busca itens de casa e decoração no Google

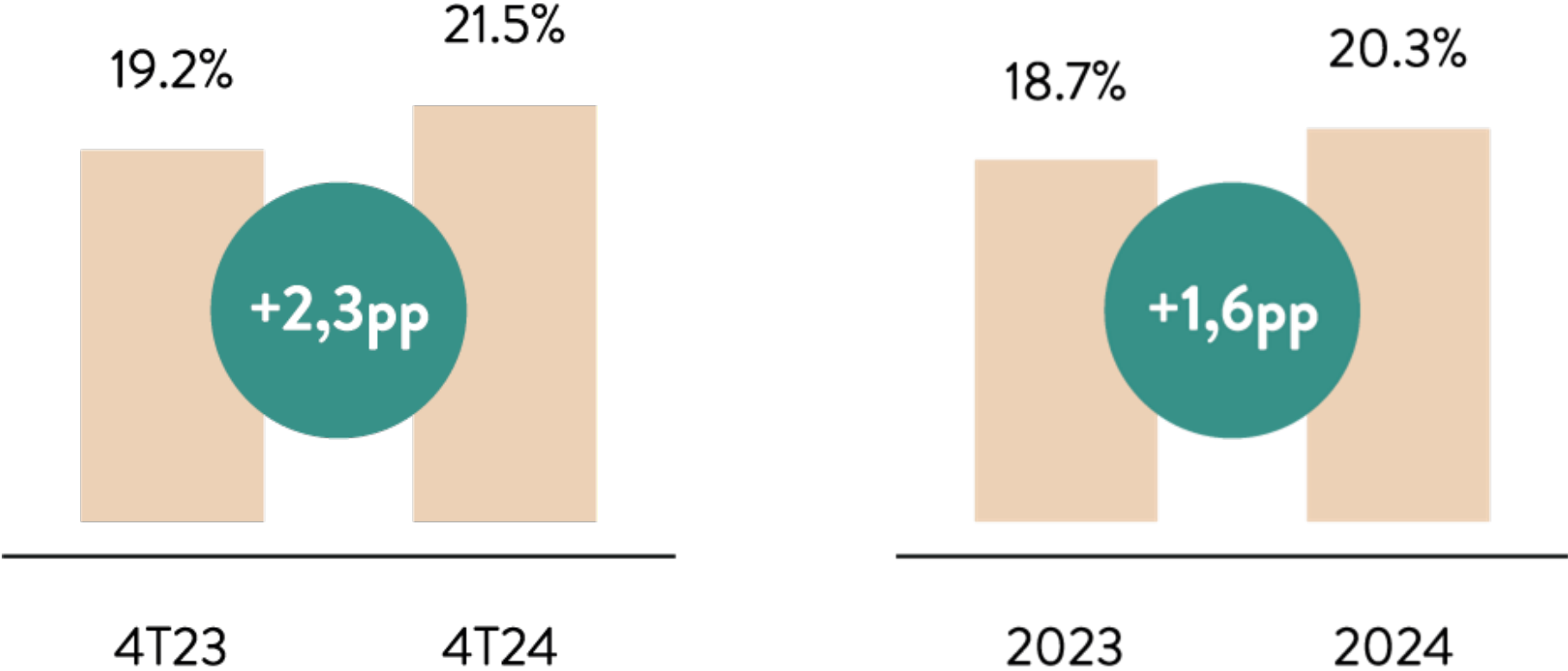
(base 100)



# Private Label

- Aumento da participação do PL, com ganho de rentabilidade e diferenciação;
- Maior venda de móveis – estratégia “Destino de Móveis”:
  - +7,2pp no 4T24;
  - +3,5pp em 2024;
  - Maior share desde 2017.

Private Label (SSS)  
(% GMV SSS)

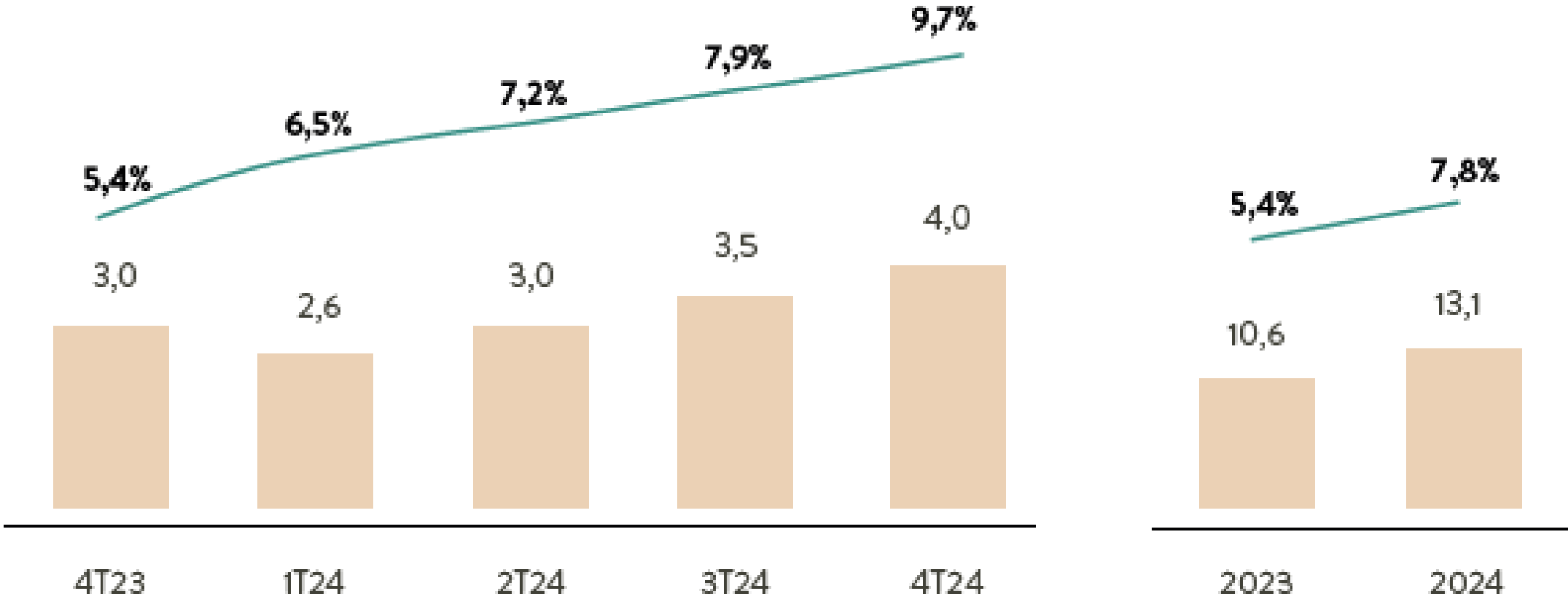


# Marketing

- Decisão de maior investimento em canais pagos, pelo aumento da relevância do portfólio fixo ao longo dos últimos anos;
- ROI de performance com aumento de 0,5pp em 2024.



Investimentos Marketing  
(R\$m e % Receita Líquida)





## Marketing: produção de conteúdo

- Continuamos investindo em produção de conteúdo;
- Parcerias importantes: Letícia Colin, Netflix (Coleção Bridgerton & Westwing Collection), Fernanda Lima, Cafira, entre outros;
- Westwing Visita:
  - Maior canal de casa&decor no Youtube em número de inscritos;
  - 5 novos episódios no 4T24 (+51% aa);
  - 21 episódios em 2024.



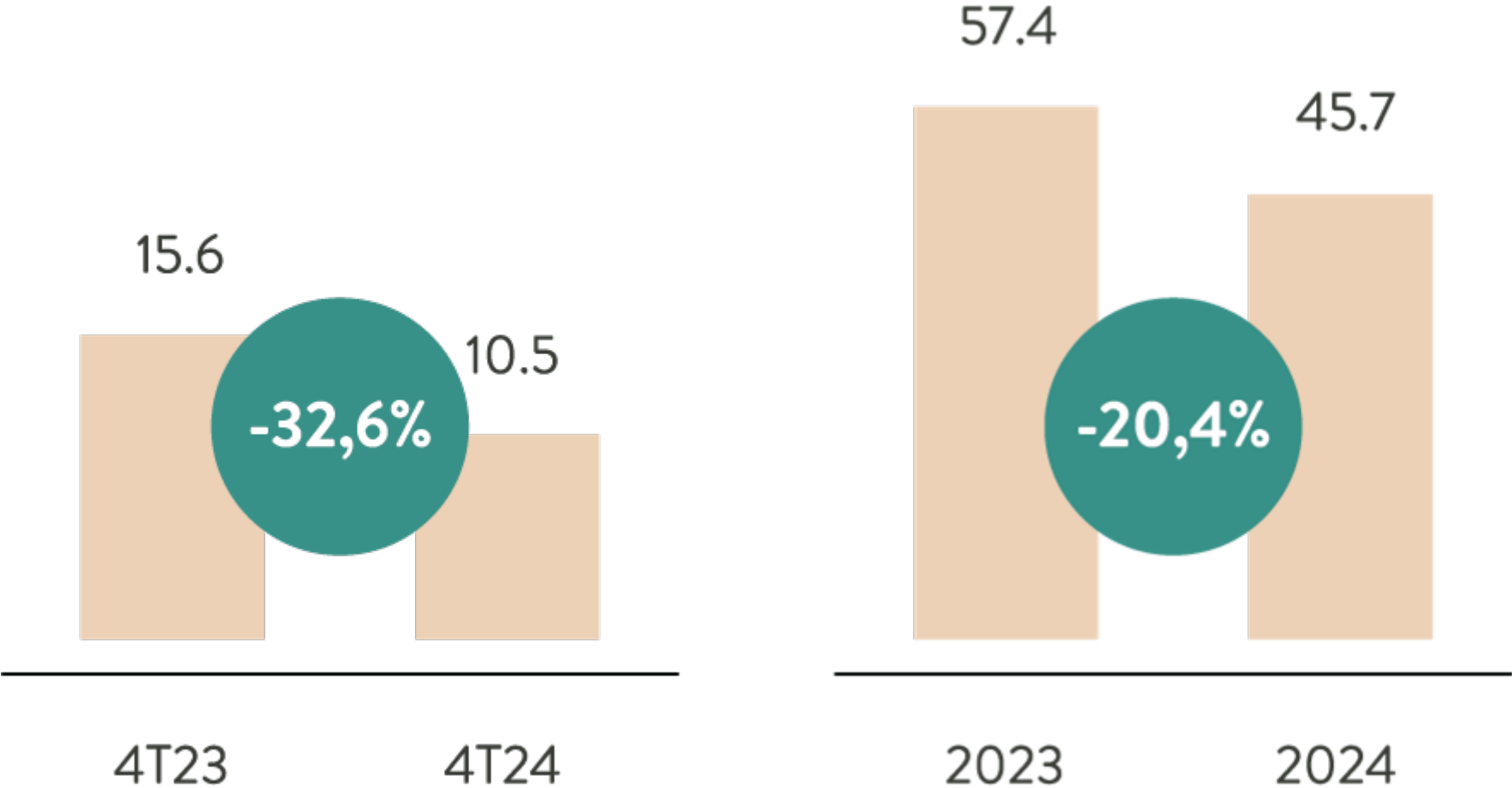
# Fulfillment

- Foco em trazer os custos fixos para níveis mais saudáveis comparado ao atual nível de receita, focando na mesma eficiência de custos variáveis;
- Sublocação parcial do CD e redução de carga horário/2º turno, fechamento HUB do DF;
- Maior eficiência das despesas de fretes e embalagens;
- Redução de 20,4% aa no FY.



Despesas de Fulfillment

(R\$mn)



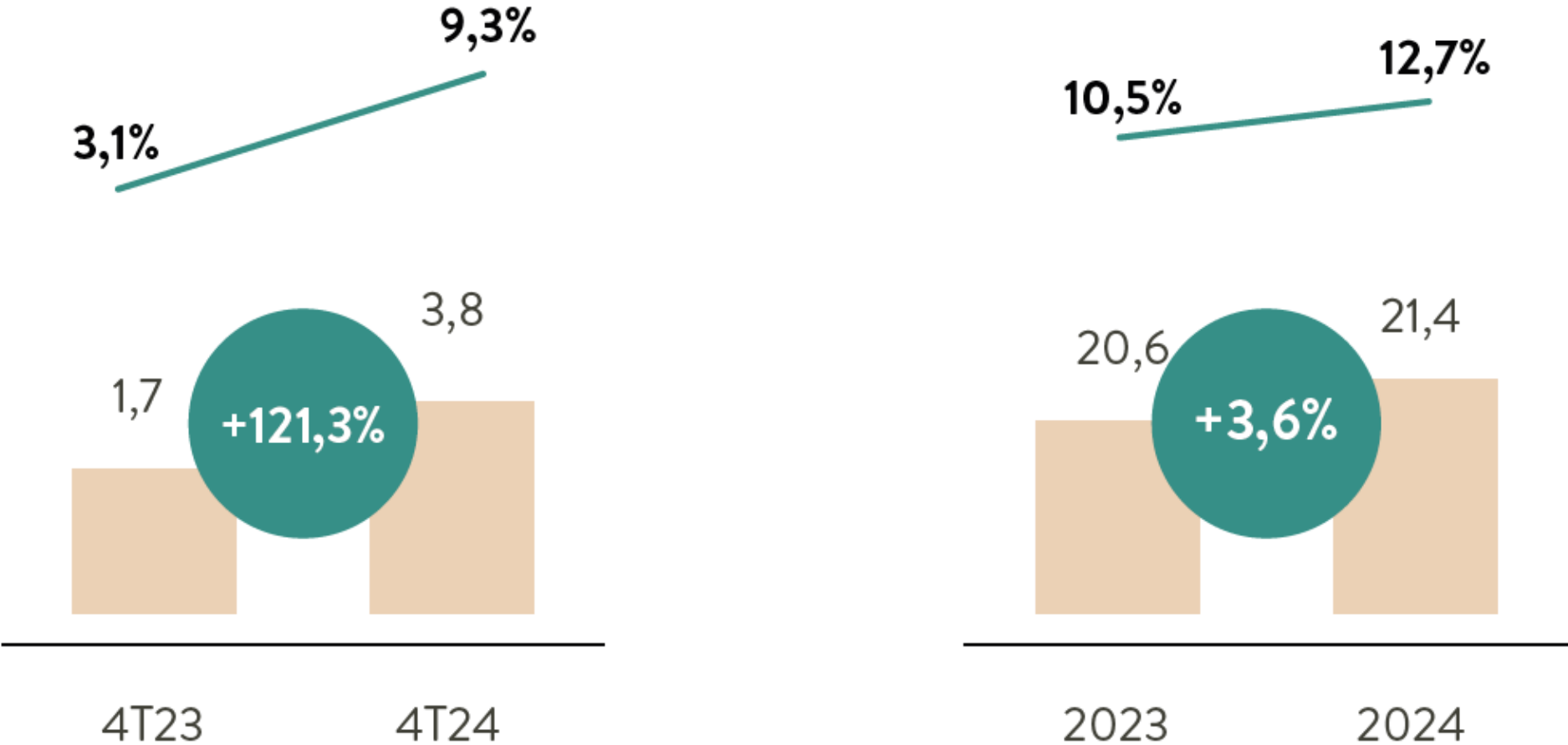
## MC<sub>2</sub>

- Crescimento de MC<sub>2</sub> (+6,1pp vs 4T23 e +2,2pp vs 2023) mesmo com queda de GMV;
- Maior margem bruta (+3,3pp no 4T24 e +0,3pp no FY24);
- Retirada dos itens de MC<sub>2</sub> negativas do sortimento;
- Menor despesas de fulfillment.



### Margem de Contribuição II (MC<sub>2</sub>)

(R\$mn e % Receita Líquida)

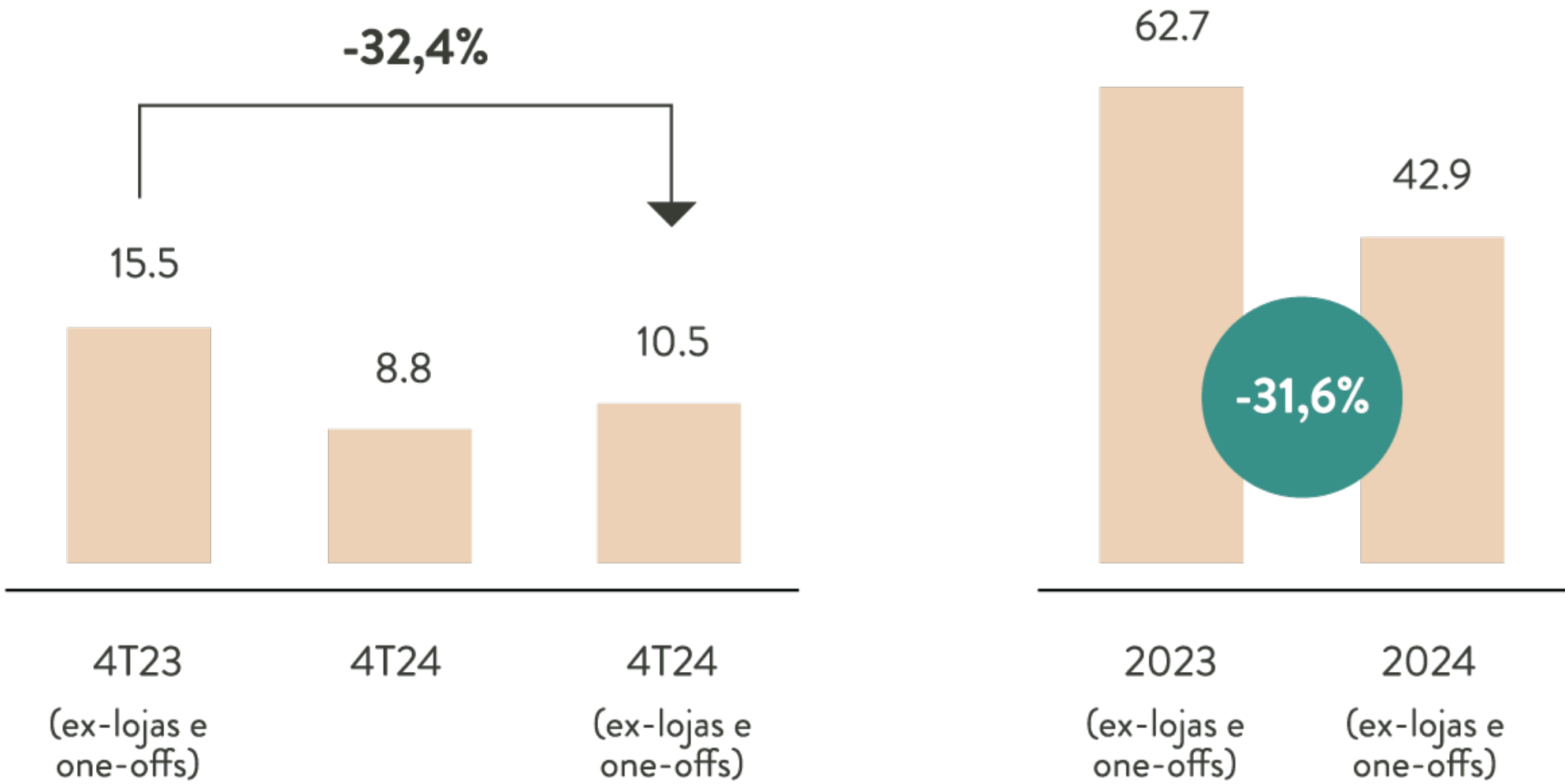


# SG&A

- SG&A total reduzindo 56,2% aa no 4T24;
- Impacto positivo de reversão de provisão de contingências;
- Redução de ~R\$20 milhões em 2024 aa.



SG&A  
(R\$m)



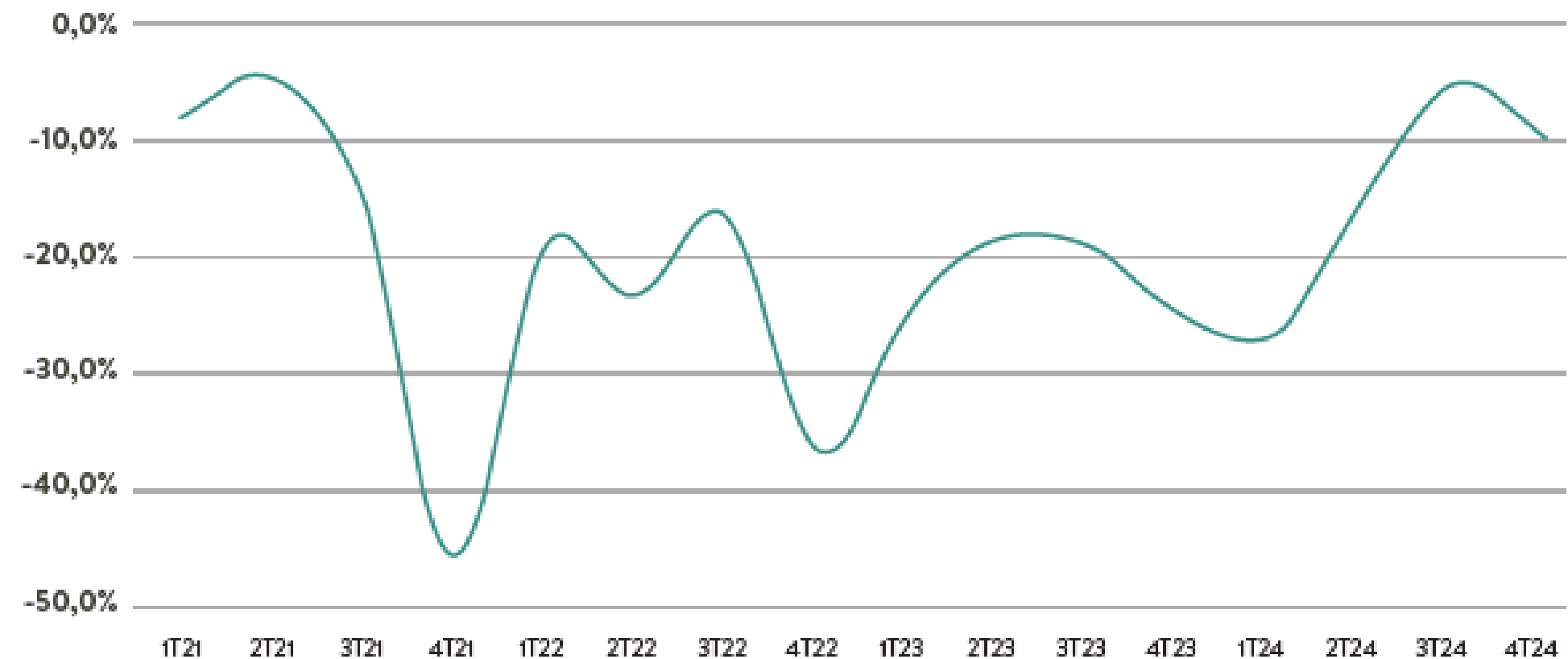


## EBITDA Ajustado

- Retomada de EBITDA aos patamares de 2021, mesmo com GMV 75% menor;
- 10º trimestre consecutivo de evolução de resultado;
- +14,9pp no 4T24 e +7,9pp no FY24 em margem EBITDA Ajustado;
- Impacto positivo de:
  - Crescimento de margem bruta;
  - Crescimento de MC2; e
  - Ganhos de eficiência.



Margem EBITDA Ajustado



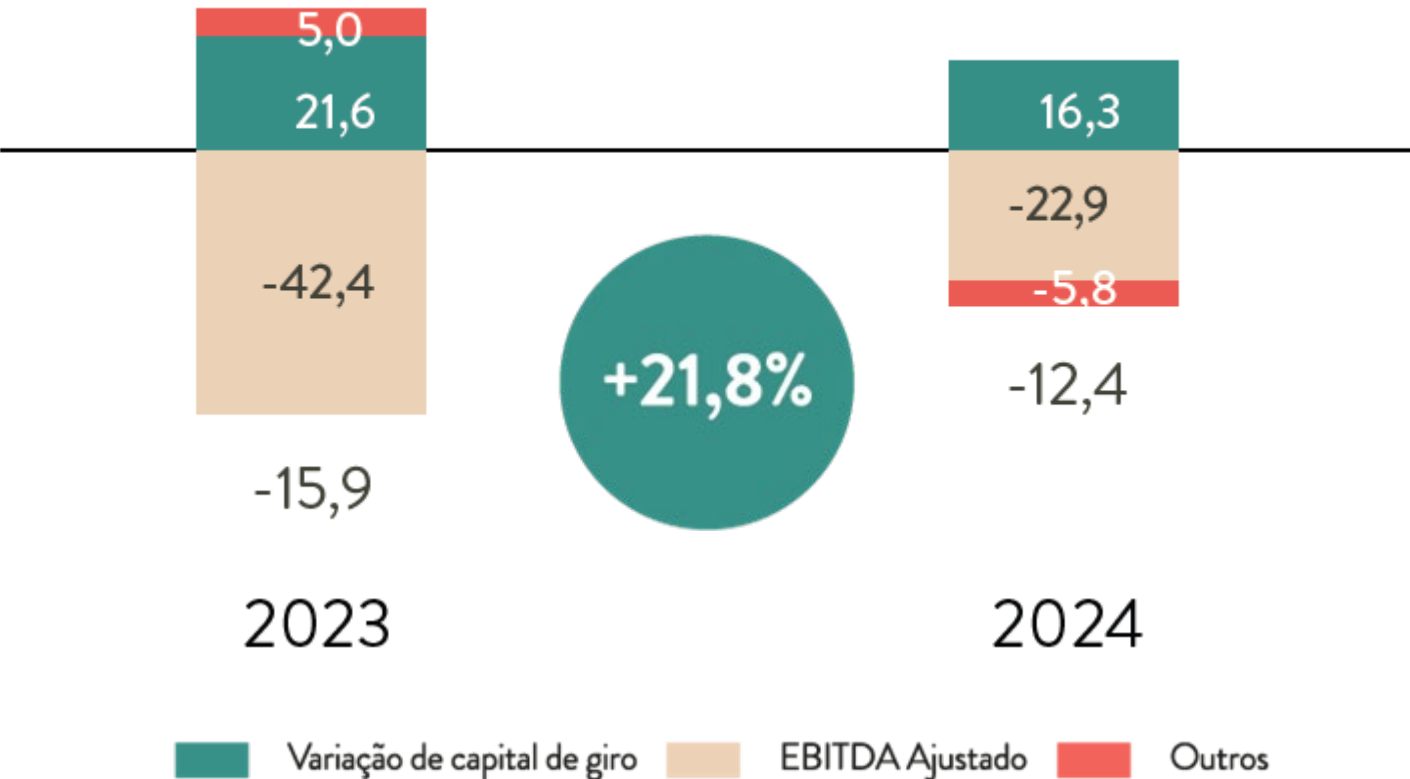
# Redução no consumo de caixa aa em 2024

- Redução de 21,8% aa no consumo de caixa;
- Melhor resultado operacional compensando a menor liberação de capital de giro;
- Caixa advindo de fatores mais saudáveis e recorrentes.



Composição da Variação de Caixa

(R\$mn)



# Financials

## Melhora de resultado, apesar da queda de receita:

- 10º trimestre consecutivo com evolução de EBITDA Ajustado, crescendo 69% aa no 4T24;
  - Margem EBITDA nos patamares de 2021 no 4T24;
  - Apesar do impacto em GMV, houve aumento de MC2, concomitante aos ganhos de eficiência planejados em SG&A;
  - Melhor resultado nominal desde 2020 no FY24;
- Segundo trimestre consecutivo com crescimento de margem bruta;
- Aceleração de redução de despesas.

em milhares

|                                   | <b>4T23</b> | <b>4T24</b> | <b>Var. (%)</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> | <b>Var. (%)</b> |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|
| <b>RECEITA LÍQUIDA</b>            | 55.365      | 41.507      | -25,0%          | 196.569     | 167.739     | -14,7%          |
| <b>MARGEM BRUTA</b>               | 31,3%       | 34,6%       | 3,3             | 39,7%       | 40,0%       | 0,3             |
| <b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>      | -37.683     | -19.685     | -47,8%          | -149.138    | -106.976    | -28,3%          |
| <b>FULFILLMENT</b>                | -15.589     | -10.501     | -32,6%          | -57.415     | -45.685     | -20,4%          |
| <i>% RECEITA LÍQUIDA</i>          | -28,2%      | -25,3%      | 2,9             | -29,2%      | -27,2%      | 2,0             |
| <b>SG&amp;A</b>                   | -20.186     | -8.849      | -56,2%          | -82.142     | -50.239     | -38,8%          |
| <i>% RECEITA LÍQUIDA</i>          | -36,5%      | -21,3%      | 15,1            | -41,8%      | -30,0%      | 11,8            |
| <b>MARKETING</b>                  | -2.974      | -4.031      | 35,5%           | -10.625     | -13.101     | 23,3%           |
| <i>% RECEITA LÍQUIDA</i>          | -5,4%       | -9,7%       | -4,3            | -5,4%       | -7,8%       | -2,4            |
| <b>MC2</b>                        | 1.736       | 3.842       | 121,3%          | 20.636      | 21.381      | 3,6%            |
| <i>%MC2</i>                       | 3,1%        | 9,3%        | 6,1             | 10,5%       | 12,7%       | 2,2             |
| <b>EBITDA AJUSTADO</b>            | -13.959     | -4.283      | 69,3%           | -42.447     | -22.891     | 46,1%           |
| <i>MARGEM EBITDA</i>              | -25,2%      | -10,3%      | 14,9            | -21,6%      | -13,6%      | 7,9             |
| <b>RESULTADO ANTES DO IR/CSLL</b> | -17.550     | -1.950      | 88,9%           | -54.753     | -26.200     | 52,1%           |
| <b>RESULTADO LÍQUIDO</b>          | -16.535     | -1.950      | 88,2%           | -53.738     | -25.560     | 52,4%           |
| <i>MARGEM LÍQUIDA</i>             | -29,9%      | -4,7%       | 25,2            | -27,3%      | -15,2%      | 12,1            |



Q&A





## Destques 4T24 e 2024

- +3,3pp** Margem bruta no 4T24, segundo crescimento consecutivo. No FY24, +0,3pp aa.
- 33%** Fulfillment aa no 4T24, e -20% aa em 2024
- +6,1pp** MC2 aa no 4T24, e + 2,2pp no FY24
- 32%** SG&A (ex-lojas e one-offs) aa no 4T24 e -32% em 2024
- +15pp** Margem EBITDA Ajustado aa no 4T24, e +8pp aa no FY24
- +25pp** Margem Líquida aa no 4T24, e +12pp aa em 2024
- 22%** Consumo de caixa no FY24





**Obrigado!**

[ri@westwing.com.br](mailto:ri@westwing.com.br)

[ri.westwing.com.br](http://ri.westwing.com.br)



# Results Releaseos

4Q24 and 2024



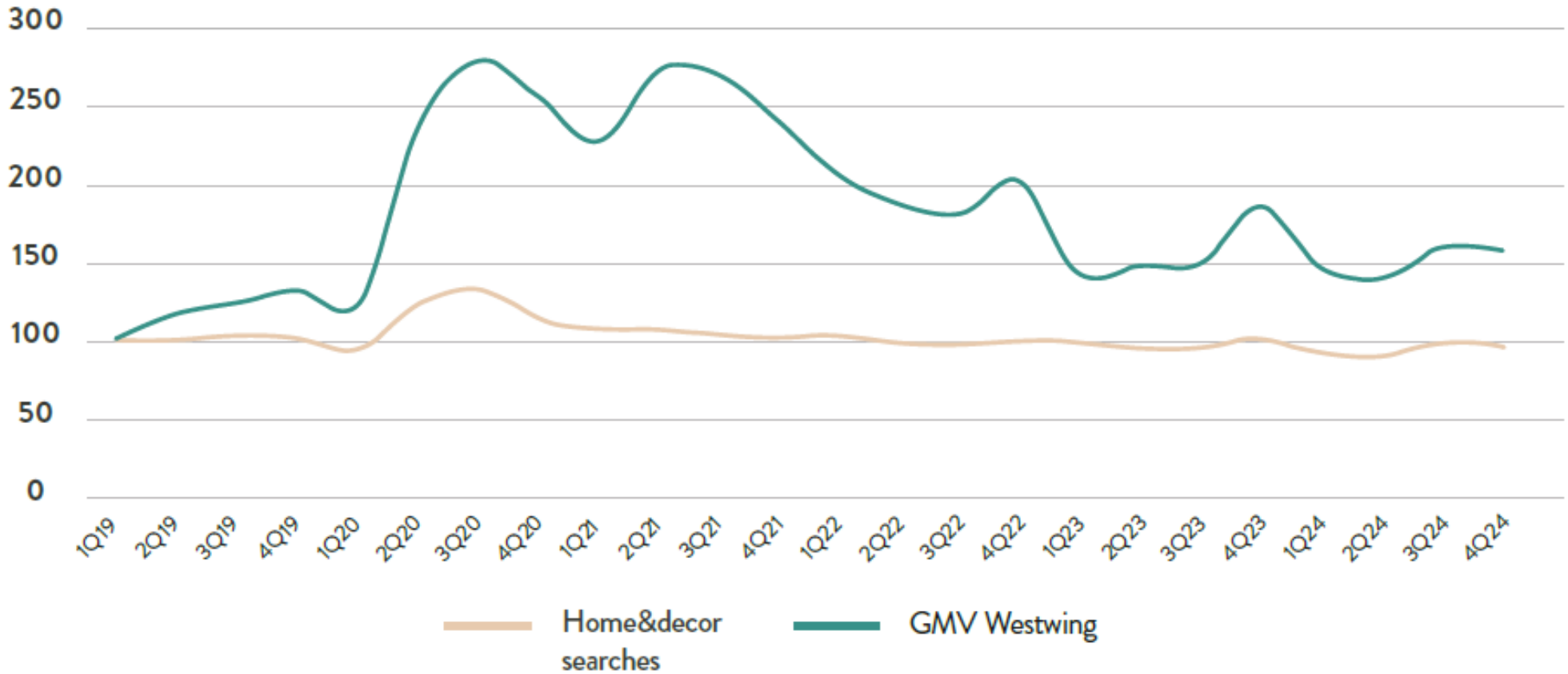
WESTWING

## SSS GMV

- Drop in SSS GMV in 4Q24:
  - Worst market performance;
  - Removal of negative PC2 items;
  - Adjustments/improvements to platforms' unification.
- Negative impacts partially offset by the improvement in the average ticket (+47% y/y);
- SSS GMV in 2024 with a drop of 4.1% y/y, in line with the market decline.



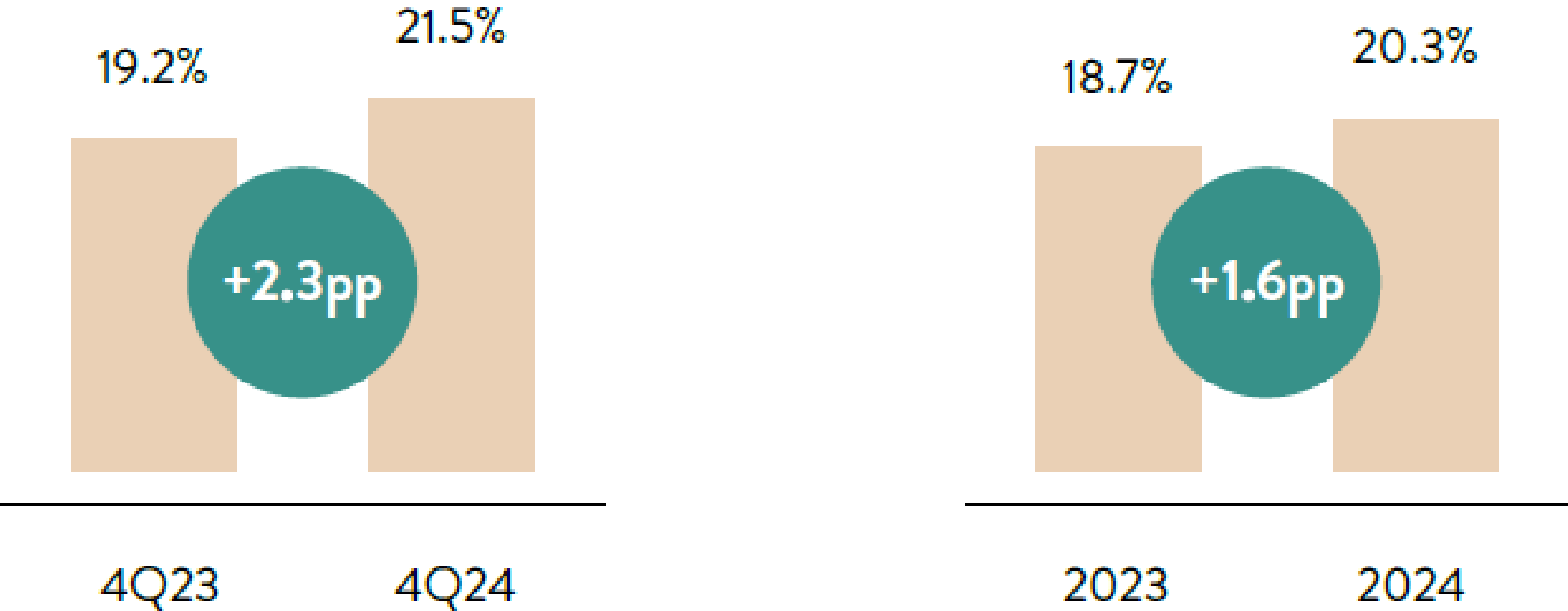
GMV Westwing (Club+Now) vs  
Search for home and decor items on Google  
(100 basis)



# Private Label

- Increased share of PL, with gains in profitability and differentiation;
- Higher furniture sales – “Furniture Destination” strategy:
  - +7.2pp in 4Q24;
  - +3.5pp in 2024;
  - Highest share since 2017.

Private Label (SSS)  
(% GMV SSS)



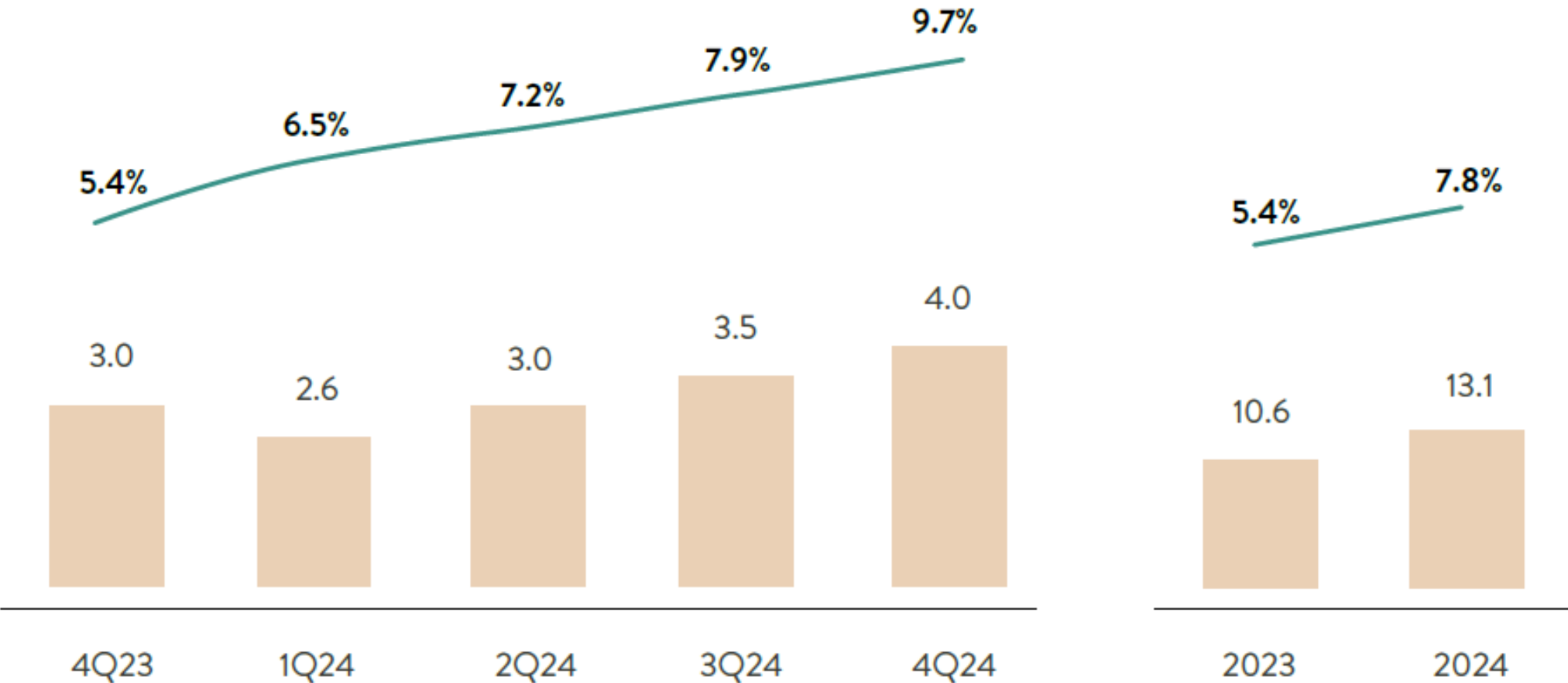
# Marketing

- Decision to invest more in paid channels, due to the increased relevance of the fixed portfolio over the last few years;
- ROI of performance with an increase of 0.5pp in 2024.



## Marketing Investments

(R\$m and % net sales)





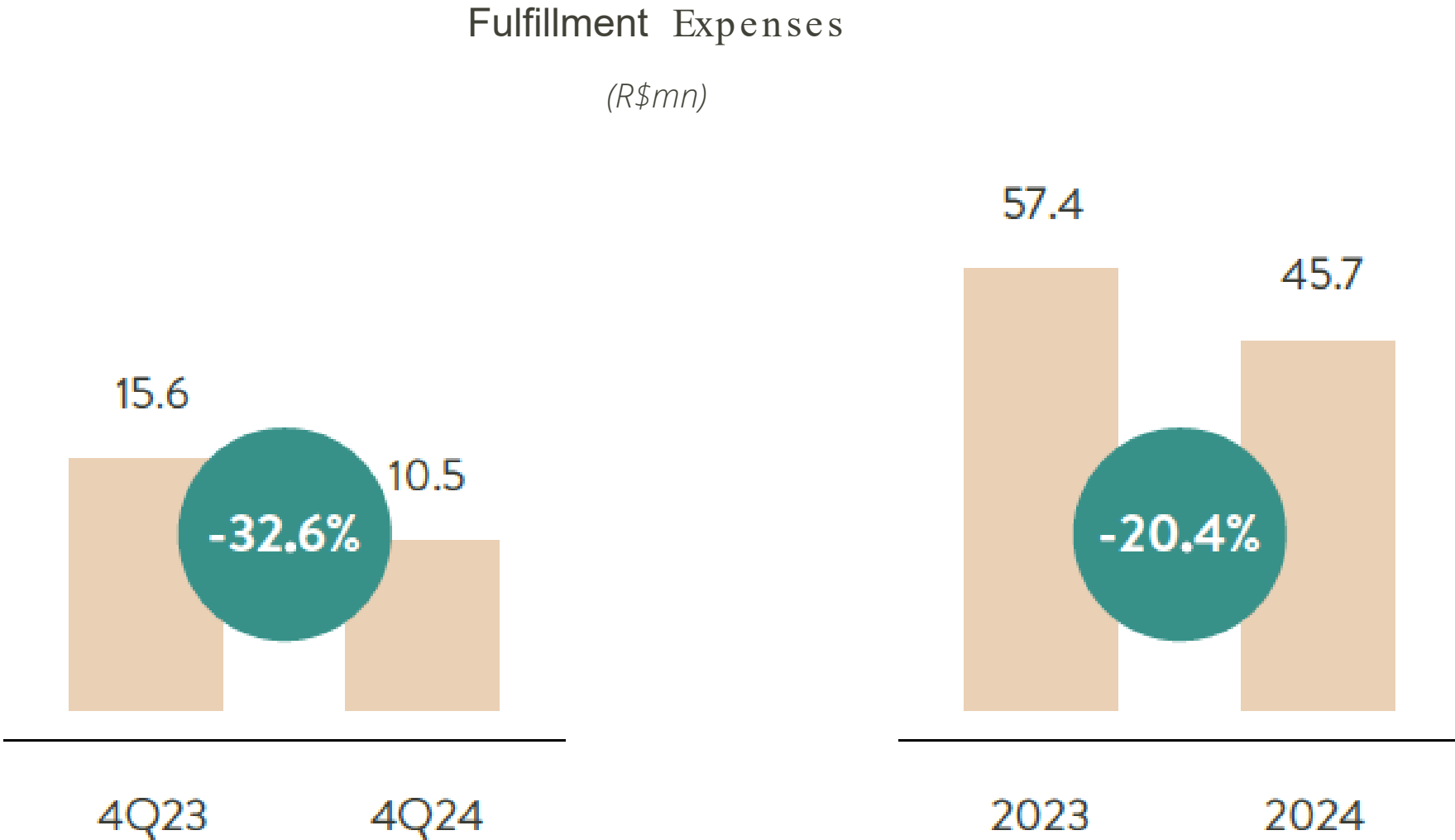
## Marketing: Content production

- We continue to invest in content production;
- Important partnerships: Letícia Colin, Netflix (Bridgerton Collection & Westwing Collection), Fernanda Lima, Cafira, among others;
- Westwing Visita ("Westwing Visits", free translation):
  - Largest home&decor channel on YouTube in terms of subscribers;
  - 5 new episodes in 4Q24 (+51% y/y);
  - 21 episodes in 2024.



# Fulfillment

- Focus on bringing fixed costs to healthier levels compared to the current revenue level, focusing on the same efficiency of variable costs;
- Partial sublease of the DC and reduction of hourly workload/2nd shift, closing of the DF hub;
- Greater efficiency of freight and packaging expenses;
- Reduction of 20.4% y/y in FY.



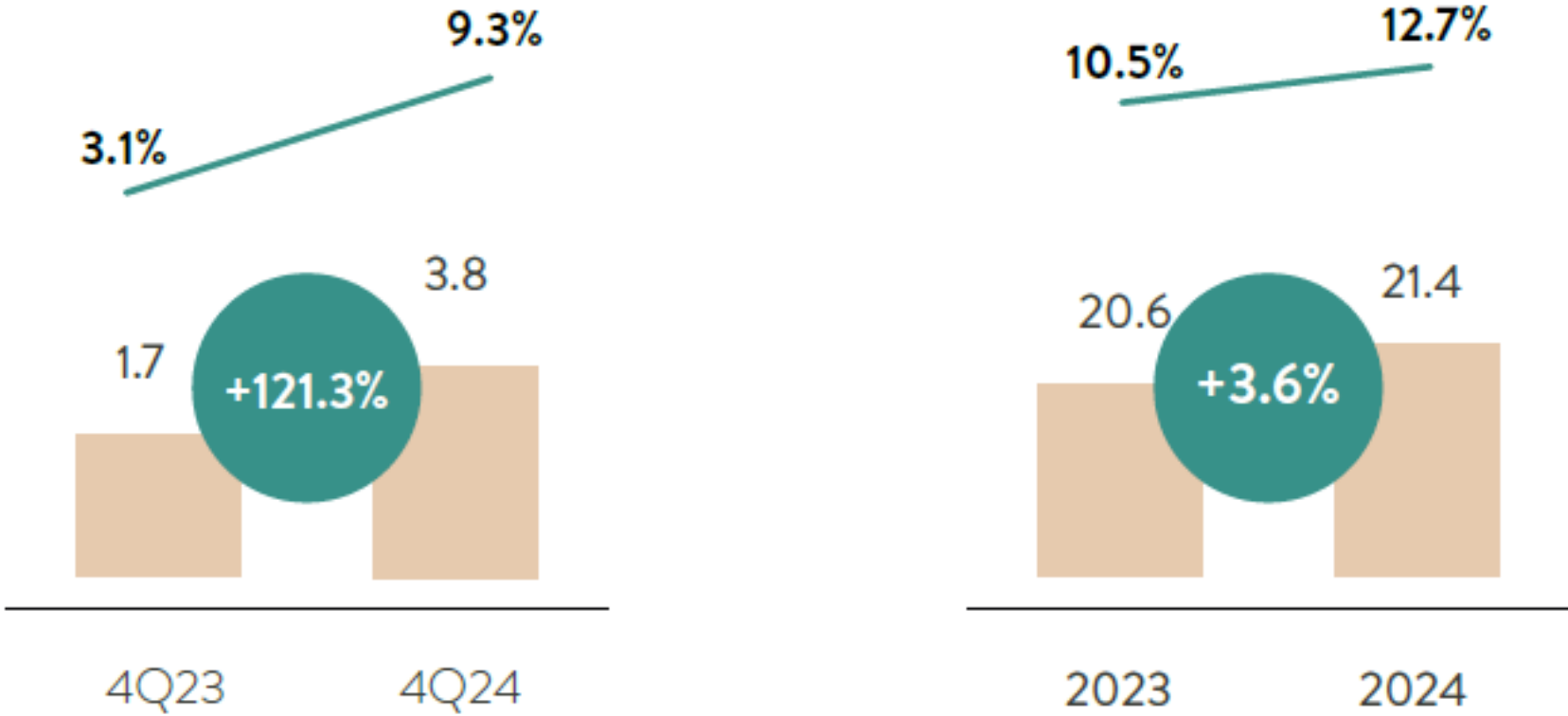
## PC<sub>2</sub>

- MC2 growth (+6.1pp vs 4Q23 and +2.2pp vs 2023) despite GMV decline;
- Higher gross margin (+3.3pp in 4Q24 and +0.3pp in FY24);
- Removal of negative PC2 items from the assortment;
- Lower fulfillment expenses.



### Profit Contribution II (PC2)

(R\$mn e % net sales)

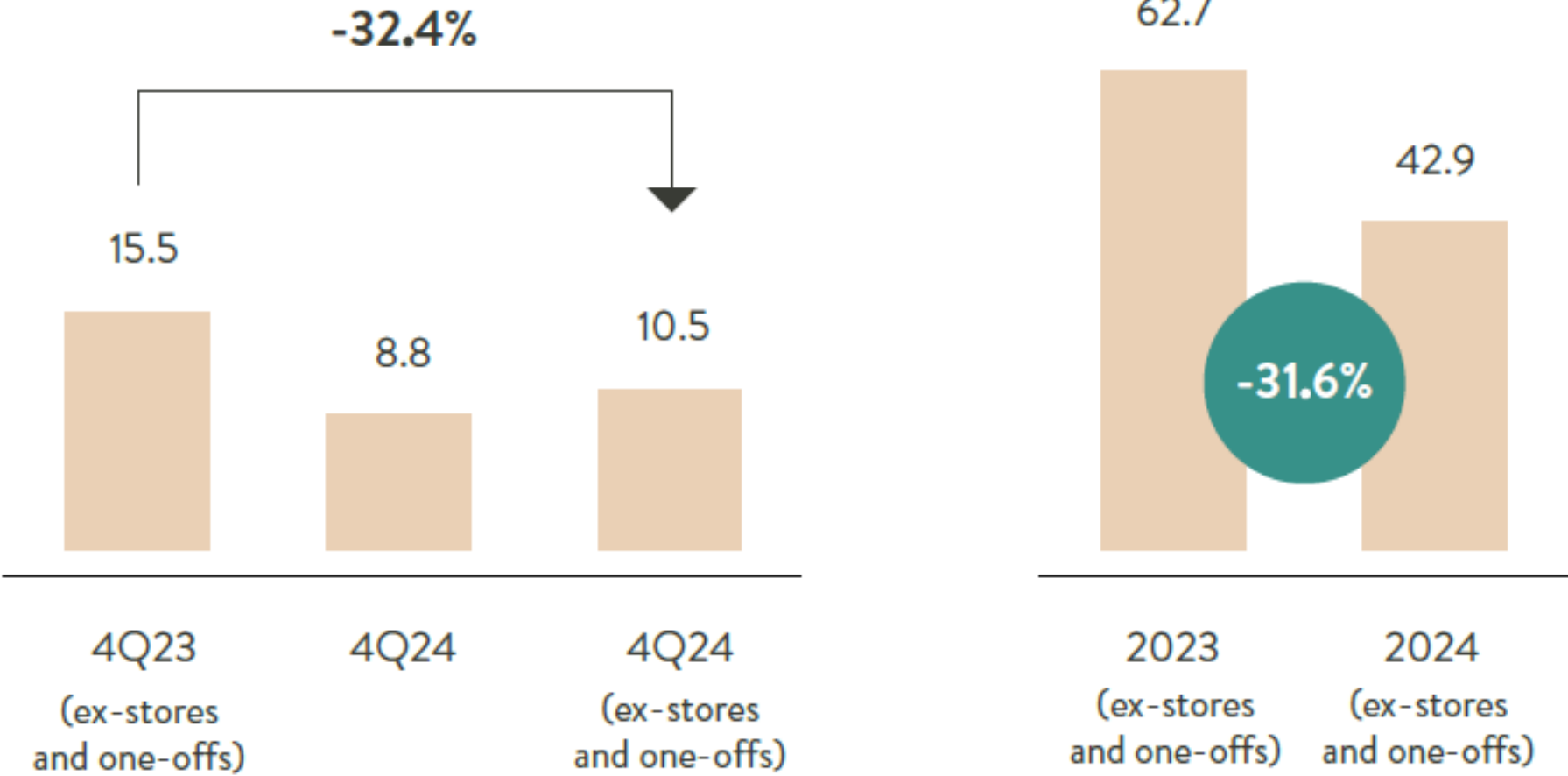


# SG&A

- Total SG&A reduced by 56.2% y/y in 4Q24;
- Positive impact of reversal of contingency provision;
- Reduction of ~R\$20 million in 2024 y/y.



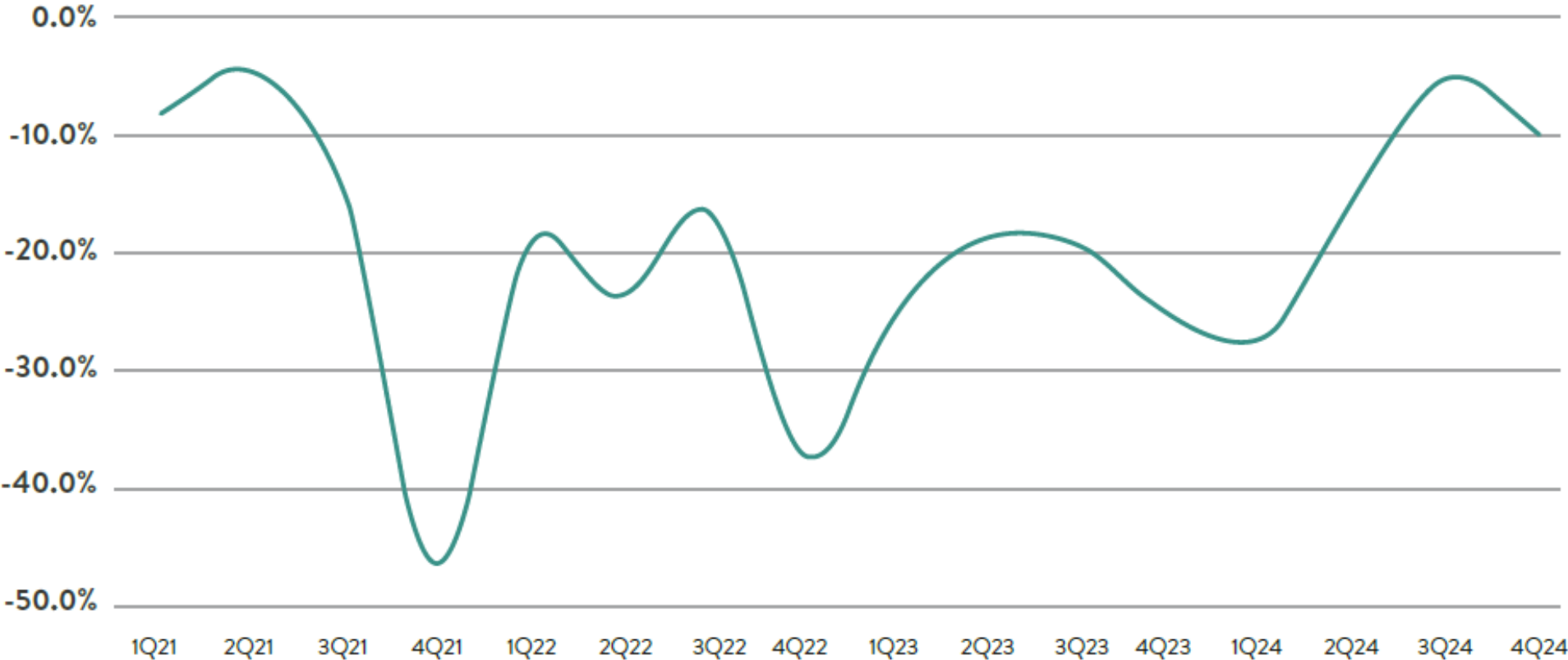
SG&A  
(R\$mn)



## Adjusted EBITDA

- EBITDA returns to 2021 levels, even with GMV 75% lower;
- 10th consecutive quarter of results growth;
- +14.9pp in 4Q24 and +7.9pp in FY24 in Adjusted EBITDA margin;
- Positive impact of:
  - Gross margin growth;
  - PC2 growth; and
  - Efficiency gains.

Adjusted EBITDA Margin



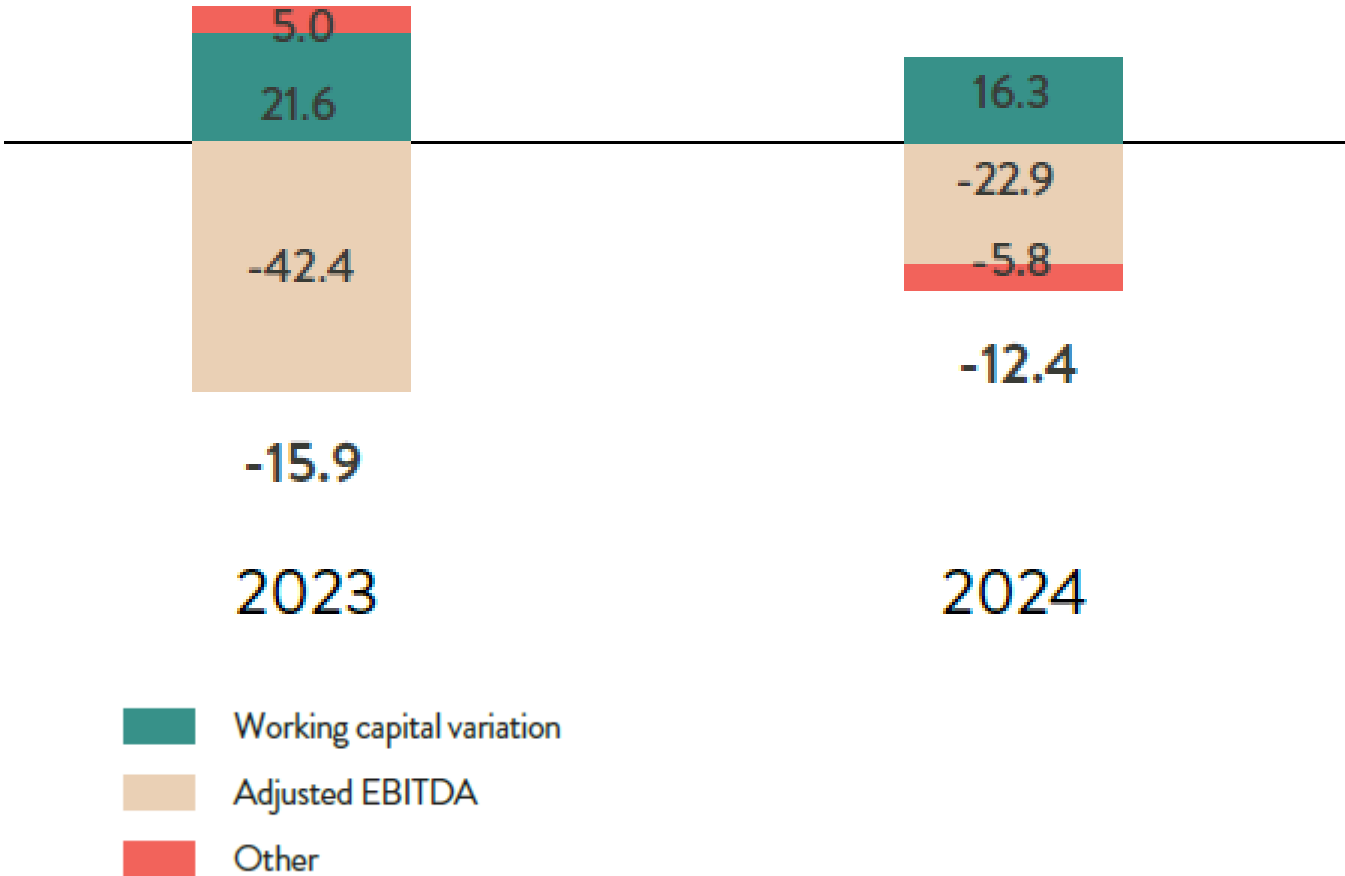


# Reduction in cash consumption in 2024

- 21.8% reduction y/y in cash consumption;
- Better operating results offsetting the lower release of working capital;
- Cash coming from healthier and more recurring factors.



Composition of Cash Variation  
(R\$mn)



# Financials

## Improving results despite lower revenue:

- 10th consecutive quarter with Adjusted EBITDA growth, growing 69% y/y in 4Q24;
  - EBITDA margin at 2021 levels in 4Q24;
  - Despite the impact on GMV, there was an increase in PC2, concomitant with the efficiency gains planned in SG&A;
  - Best nominal result since 2020 in FY24;
- Second consecutive quarter with growth in gross margin;
- Acceleration of expense reduction.

*in thousands*

|                            | <b>4Q23</b> | <b>4Q24</b> | <b>Chg. (%)</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> | <b>Chg. (%)</b> |
|----------------------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|
| <b>NET SALES</b>           | 55.365      | 41.507      | -25,0%          | 196.569     | 167.739     | -14,7%          |
| <b>GROSS MARGIN</b>        | 31,3%       | 34,6%       | 3,3             | 39,7%       | 40,0%       | 0,3             |
| <b>OPERATING EXPENSES</b>  |             |             |                 |             |             |                 |
| <b>FULFILLMENT</b>         | -15.589     | -10.501     | -32,6%          | -57.415     | -45.685     | -20,4%          |
| <i>% NET SALES</i>         | -28,2%      | -25,3%      | 2,9             | -29,2%      | -27,2%      | 2,0             |
| <b>SG&amp;A</b>            | -20.186     | -8.849      | -56,2%          | -82.142     | -50.239     | -38,8%          |
| <i>% NET SALES</i>         | -36,5%      | -21,3%      | 15,1            | -41,8%      | -30,0%      | 11,8            |
| <b>MARKETING</b>           | -2.974      | -4.031      | 35,5%           | -10.625     | -13.101     | 23,3%           |
| <i>% NET SALES</i>         | -5,4%       | -9,7%       | -4,3            | -5,4%       | -7,8%       | -2,4            |
| <b>PC2</b>                 | 1.736       | 3.842       | 121,3%          | 20.636      | 21.381      | 3,6%            |
| <i>%PC2</i>                | 3,1%        | 9,3%        | 6,1             | 10,5%       | 12,7%       | 2,2             |
| <b>ADJUSTED EBITDA</b>     | -13.959     | -4.283      | 69,3%           | -42.447     | -22.891     | 46,1%           |
| <i>EBITDA MARGIN</i>       | -25,2%      | -10,3%      | 14,9            | -21,6%      | -13,6%      | 7,9             |
| <b>RESULT BEFORE TAXES</b> | -17.550     | -1.950      | 88,9%           | -54.753     | -26.200     | 52,1%           |
| <b>NET RESULT</b>          | -16.535     | -1.950      | 88,2%           | -53.738     | -25.560     | 52,4%           |
| <i>NET MARGIN</i>          | -29,9%      | -4,7%       | 25,2            | -27,3%      | -15,2%      | 12,1            |



Q&A





# 4Q24 and 2024 Highlights

- +3.3pp** Gross margin in 4Q24, second consecutive growth. In FY24, +0.3pp y/y.
- 33%** Fulfillment y/y in 4Q24, and -20% y/y in 2024
- +6.1pp** PC2 y/y in 4Q24, and + 2.2pp in FY24
- 32%** SG&A (ex-stores and one-offs) y/y in 4T24 and -32% in FY24
- +15pp** Adjusted EBITDA Margin y/y in 4Q24, and +8pp y/y in FY24
- +25pp** Net Margin y/y in 4Q24, and +12pp y/y in 2024
- 22%** Cash consumption in FY24



**Thank you!**

[ri@westwing.com.br](mailto:ri@westwing.com.br)  
[ri.westwing.com.br](http://ri.westwing.com.br)

