

WESTWING

1T26

RELEASE
DE RESULTADOS



1T26

DESTAQUES

São Paulo, 14 de maio de 2026.

A Westwing Varejista S.A. (B3: WEST3) anuncia seus resultados do 1º trimestre de 2026 (1T26).

- Receita líquida apresentou crescimento de **7,3% a/a** no 1T26, com ticket médio avançando **15,6% a/a** e consolidando a retomada estrutural do negócio;
- Segundo trimestre consecutivo de crescimento de **GMV (+1,6% a/a)**;
- Private Label com crescimento de **60,7% a/a**, atingindo participação recorde de **40,4% do GMV**;
- Evolução de **60,6% a/a** do EBITDA Ajustado, atingindo -R\$ 3,2 milhões no 1T26;
- Margem de Contribuição II avançou **46,9% a/a (+5,1 p.p.)**, atingindo 19,0% no trimestre;
- Despesas de Fulfillment com redução de **11,4% a/a**, com ganho de **4,7 p.p.** como percentual da receita;
- Resultado Líquido com melhora de **R\$ 7,8 milhões a/a (+90,3%)**, atingindo -R\$ 0,8 milhão;
- Aprovação de **redução de capital em R\$ 60,0 milhões**, sem cancelamento de ações, em linha com a estratégia de otimização da estrutura de capital da Companhia, com restituição aos acionistas prevista para 1º de julho de 2026.

CONFERÊNCIA DE RESULTADOS DO 1T26

15 de maio de 2026, às 14h

[Para acessar, clique aqui.](#)



1T26

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O 1T26 reforçou a continuidade da trajetória de recuperação iniciada em 2025, com crescimento do GMV pelo segundo trimestre consecutivo, avanço expressivo da rentabilidade e redução do prejuízo líquido, refletindo a consolidação das decisões estratégicas implementadas. O crescimento observado no trimestre ocorreu simultaneamente ao avanço da rentabilidade, refletindo a evolução do mix de receita e a maior participação de produtos proprietários no portfólio.

A Companhia está estruturada sobre quatro pilares estratégicos claros: **(I) crescimento de GMV**; **(II) expansão de EBITDA**; **(III) ganho consistente de eficiência operacional**; e **(IV) geração estrutural de caixa**, suportados por três frentes integradas:

- **Expansão do Private Label (Westwing Collection)**, fortalecendo marca, ampliando margem e aumentando o controle sobre o mix;
- **Elevação do padrão de qualidade**, com foco em design acessível e maior valor agregado, impulsionando ticket médio, LTV e eficiência de aquisição;
- **Evolução da experiência do cliente**, com melhorias contínuas de UX, personalização da jornada e redução de prazos de entrega, elevando conversão, retenção e recorrência.

CRESCIMENTO DE GMV

O GMV cresceu 1,6% a/a no 1T26, marcando o segundo trimestre consecutivo de crescimento desde 2022 e consolidando a retomada estrutural do negócio.

O desempenho foi impulsionado por:

- Crescimento de **60,7% no GMV de produtos Westwing Collection** (Private Label), com participação de 40,4% do GMV;
- Crescimento relevante da categoria de móveis;
- Aumento de **15,6% no ticket médio no 1T26**, reflexo de mix mais premium e foco em valor agregado;
- Crescimento de **44,0% no GMV de lojas físicas**;
- Continuidade da estratégia de especificadores e expansão em marketplaces.

EXPANSÃO DE EBITDA

A evolução de mix de vendas e os ganhos de eficiência operacional resultaram em avanço consistente de rentabilidade no trimestre. A Margem de Contribuição II cresceu 46,9% a/a no 1T26, atingindo margem de 19,0% (+5,1 p.p. vs. 1T25). O EBITDA Ajustado apresentou melhora de 60,6% em relação ao 1T25, encerrando o trimestre em -R\$ 3,2 milhões.

A evolução observada no período reflete:

- Maior participação de **produtos Private Label no mix de vendas**;
- Implementação de ferramentas de pricing voltadas à **otimização entre margem e volume**;
- Melhora da **qualidade da receita e do mix de produtos**; e
- Captura de ganhos **estruturais de produtividade, eficiência operacional e disciplina de custos**.

EFICIÊNCIA OPERACIONAL

A Companhia manteve trajetória consistente de ganhos de eficiência operacional no trimestre. As despesas recorrentes de SG&A recuaram 4,0% em relação ao 1T25, mesmo em um contexto de crescimento de receita e intensificação dos investimentos comerciais.

No período, a Companhia iniciou a migração para a plataforma Salesforce, iniciativa estratégica voltada ao fortalecimento da experiência do cliente, ao aumento da produtividade comercial e à evolução da capacidade analítica e operacional, com expectativa de captura gradual de ganhos de eficiência e escalabilidade ao longo dos próximos trimestres.

Adicionalmente, as despesas de fulfillment apresentaram redução de 11,4%, refletindo avanços em eficiência operacional, otimização logística e maior diluição das despesas sobre a receita. Como consequência, a Companhia registrou melhora de 90,3% no resultado líquido em comparação ao 1T25, evidenciando a evolução da rentabilidade e a maior eficiência do modelo operacional.





EVOLUÇÃO ESTRUTURAL DE CAIXA

A evolução operacional e os ganhos de eficiência contribuíram para a redução do consumo de caixa da Companhia em relação ao 1T25, refletindo maior disciplina financeira e uma estrutura operacional mais eficiente para sustentar o crescimento. A variação de caixa no trimestre totalizou consumo de R\$ 11,7 milhões, **representando melhora de 28,7%** em relação ao 1T25, impulsionada principalmente pela evolução do EBITDA Ajustado e pela maior eficiência operacional observada no período.

O consumo de caixa no primeiro trimestre permanece alinhado à sazonalidade histórica do negócio, marcada por maior necessidade de capital de giro, especialmente em função da dinâmica de fornecedores, estoques e recebíveis no período. Ainda assim, a Companhia apresentou evolução relevante frente ao mesmo trimestre do ano anterior, reforçando os avanços na gestão operacional, financeira e de capital de giro.

Os avanços observados no período refletem:

- Expansão consistente de rentabilidade;
- Redução estrutural da base de despesas;
- Maior eficiência operacional e logística;
- Redução expressiva da cobertura de estoques; e
- Aumento da participação do PIX nos meios de pagamento.

Nesse contexto, após a forte geração de caixa de **R\$ 19,4 milhões no 4T25** e a evolução substancial dos resultados operacionais e financeiros da Companhia, foi aprovada, em abril de 2026, uma redução de capital no montante de R\$ 60,0 milhões. A decisão está alinhada à estratégia de otimização da estrutura de capital e à avaliação de que a atual posição de capital excede as necessidades operacionais e de investimento da Companhia no atual estágio de maturidade e eficiência do negócio.

A iniciativa preserva a flexibilidade financeira necessária para a execução da estratégia de crescimento e rentabilidade, ao mesmo tempo em que reforça o compromisso da Companhia com uma gestão eficiente de capital e geração de valor aos acionistas.



1T26

DESTAQUES OPERACIONAIS

GMV

O **GMV** cresceu **1,6% a/a no 1T26**, totalizando R\$ 52,0 milhões, frente a R\$ 51,2 milhões no 1T25, marcando o segundo trimestre consecutivo de crescimento desde 2022. O desempenho foi impulsionado principalmente pelo **forte avanço dos produtos Private Label**, cuja participação **atingiu 40,4% do GMV**, representando expansão de 14,9 p.p. em relação ao 1T25.

Adicionalmente, o **ticket médio apresentou crescimento de 15,6%** no período, refletindo a estratégia da Companhia de evolução do mix em direção a categorias e produtos de maior valor agregado.

PRIVATE LABEL

Os produtos Private Label seguiram como principal destaque do 1T26, crescendo **60,7% a/a no período e atingindo participação de 40,4% do GMV** (+14,9 p.p. vs. 1T25). Esse resultado reforça o **fortalecimento da Westwing Collection** como principal pilar estratégico de diferenciação da Companhia, combinando maior controle de sortimento, margens mais atrativas e menor exposição à competição de preços.

O desempenho no trimestre foi impulsionado pela revisão e otimização do portfólio, expansão da base de fornecedores e desenvolvimento de coleções colaborativas estratégicas, além da expansão das frentes de especificadores e marketplaces. A Companhia também manteve a ampliação da oferta de produtos exclusivos nas categorias de Móveis e Decoração, que registraram os maiores ganhos de participação no mix de Private Label.



MARKETING

A estratégia de marketing segue orientada ao fortalecimento da marca e à atuação no topo de funil, priorizando a aquisição de first-time buyers e a construção de um crescimento consistente e sustentável do GMV, impulsionado pela expansão da base de clientes e pela evolução da recorrência de compra.

Em conteúdo e branding, a Westwing participou da primeira edição da Bienal de Arquitetura do Brasil (BAB), com uma intervenção desenvolvida em parceria com Marcelo Rosenbaum, reunindo mais de 100 produtos distribuídos em 21 ambientes da exposição. A participação no evento fortaleceu e acelerou a estratégia do canal de especificadores, que apresentou crescimento de 6x a/a, além de ampliar o awareness da marca e aprofundar o relacionamento com profissionais e escritórios relevantes do setor.

OPERAÇÕES E LOGÍSTICA

A Companhia manteve elevado padrão de nível de serviço no 1T26:

ÓTIMO NÍVEL DE SERVIÇO

Manutenção dos 3 selos RA1000 no Reclame AQUI.

MENOR PRAZO DE ENTREGA

Além de São Paulo, no 1T26 a Companhia iniciou a operação de entrega no mesmo dia em Campinas, com expansão gradual da malha nos próximos trimestres.

ENTREGAS NO PRAZO

96,9% de pedidos entregues no prazo, avanço de 0,2 p.p. vs. 1T25.





1T26

DESTAQUES FINANCEIROS

RECEITA LÍQUIDA

A Receita Líquida **creceu 7,3% a/a no 1T26**, atingindo R\$ 35,8 milhões (vs. R\$ 33,4 milhões no 1T25), sendo o segundo trimestre consecutivo de crescimento de receita. Essa performance reflete a combinação de maior GMV com mix mais rico, impulsionado pelo Private Label e pelo aumento do ticket médio.

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

A Companhia registrou **Lucro Bruto de R\$ 14,7 milhões no 1T26 (+8,4% a/a)**, com a **Margem Bruta evoluindo para 41,1%**. Este desempenho foi sustentado por dois pilares centrais: ganhos de eficiência operacional em custos e o crescimento do portfólio de Private Label, cujo perfil de margem mais elevado contribuiu para o ganho de rentabilidade no trimestre.

DESPESAS OPERACIONAIS

As despesas operacionais totais somaram R\$ 20,8 milhões no 1T26, redução de 17,9% em relação ao 1T25 (R\$ 25,4 milhões), refletindo os ganhos estruturais de eficiência capturados ao longo de 2025, com destaque para a otimização da estrutura operacional e de fulfillment.

O trimestre também foi impactado positivamente pelo reconhecimento de efeitos não recorrentes líquidos de R\$ 5,6 milhões, relacionados principalmente ao reconhecimento de créditos tributários de CAT 42, parcialmente compensados por despesas associadas à implementação do Salesforce e por outras despesas não recorrentes. Desconsiderando tais efeitos, a Companhia manteve disciplina na gestão de despesas, mesmo em um cenário de crescimento da receita e intensificação dos investimentos comerciais.

- **Fulfillment:** as despesas de fulfillment tiveram redução de 11,4% a/a no 1T26, atingindo R\$ 7,9 milhões (vs. R\$ 9,0 milhões no 1T25), representando 22,2% da receita líquida (vs. 26,9% no 1T25, ganho de 4,7 p.p.). As melhorias decorrem do aumento da sublocação do centro de distribuição, da otimização do modelo logístico e da redução de custos fixos capturada ao longo de 2025.
- **SG&A:** as despesas com SG&A totalizaram R\$ 9,2 milhões no 1T26, redução de 40,1% em relação ao 1T25, refletindo principalmente o reconhecimento de efeitos não recorrentes líquidos positivos de R\$ 5,6 milhões no período, relacionados principalmente ao reconhecimento de créditos tributários de CAT 42, no montante de R\$ 8,0 milhões, parcialmente compensados por despesas associadas à implementação do Salesforce, de R\$ 1,0 milhão, e por outras despesas não recorrentes, de R\$ 1,4 milhão. Desconsiderando tais efeitos, o SG&A recorrente somou R\$ 14,8 milhões, apresentando redução de 4,0% em relação ao 1T25, mesmo diante do crescimento da receita no trimestre, evidenciando maior disciplina na gestão de despesas e melhor diluição das despesas operacionais sobre a receita.

Composição do SG&A (R\$ Milhares)	1T26	1T25	Var. (%)
SG&A Recorrente	(14.775)	(15.394)	-4,0%
(+) Efeitos Não Recorrentes	5.609	92	n/a
SG&A Contábil	(9.166)	(15.302)	-40,1%

- **Marketing:** os investimentos em marketing representaram 10,2% da receita líquida, atingindo R\$ 3,7 milhões (+44,0% a/a). O aumento reflete o redirecionamento estratégico dos investimentos para captura de novos clientes e fortalecimento da presença de marca, especialmente em canais que ampliam a exposição da Westwing Collection. A evolução da eficiência dessas iniciativas é evidenciada pela expansão de 2,6 p.p. da Margem de Contribuição II pós-marketing no período, demonstrando maior retorno e assertividade na alocação dos investimentos, em linha com a estratégia comercial da Companhia.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO II

A Margem de Contribuição II **creceu 46,9% a/a no 1T26**, atingindo R\$ 6,8 milhões e margem de 19,0% (+5,1 p.p. vs. 1T25). Esse resultado foi impulsionado pela combinação de crescimento de receita, maior participação de Private Label, e ganhos de eficiência nas despesas de fulfillment.





EBITDA AJUSTADO

O EBITDA Ajustado apresentou **evolução positiva de 60,6% em relação ao 1T25**, com avanço de 15,5 p.p. na margem EBITDA Ajustado, que passou de -24,5% para -9,0%, refletindo o crescimento do GMV e a contínua captura de ganhos de eficiência operacional.

Composição do EBITDA Ajustado (R\$ Milhares)	1T26	1T25	Var. (%) / p.p
Resultado Líquido do Exercício	(842)	(8.656)	-90,3%
<i>(+/-) IR/CSLL</i>	(809)	390	-307,4%
<i>(+/-) Resultado Financeiro</i>	(4.469)	(3.537)	26,4%
<i>(+/-) Depreciação e Amortização</i>	2.903	3.608	-19,5%
EBITDA	(3.217)	(8.195)	-60,7%
<i>(+) Plano de Compra de Ações</i>	-	20	n/a
EBITDA Ajustado	(3.217)	(8.175)	-60,6%
Margem EBITDA Ajustado	-9,0%	-24,5%	+15,5 p.p.

RESULTADO LÍQUIDO

A Companhia reportou Resultado Líquido de -R\$ 0,8 milhão no 1T26, representando melhora de R\$ 7,8 milhões em relação ao 1T25 (-R\$ 8,7 milhões). O desempenho do trimestre refletiu a evolução do GMV, os ganhos de eficiência operacional e o reconhecimento de ativo fiscal diferido no montante de R\$ 0,8 milhão.

Desconsiderando esse efeito não caixa, o Resultado Líquido ainda apresentou evolução significativa em relação ao mesmo período do ano anterior. A Margem Líquida foi de -2,4% no trimestre, avanço de 23,5 p.p. em comparação ao 1T25 (-25,9%).

FLUXO DE CAIXA

No 1T26, a variação de caixa foi de -R\$ 11,7 milhões, representando **melhora de R\$ 4,7 milhões em relação ao 1T25 (-R\$ 16,4 milhões)**. O consumo de caixa no trimestre refletiu, principalmente, a sazonalidade do capital de giro característica do primeiro trimestre.

Os rendimentos de aplicações financeiras foram de R\$ 3,6 milhões no trimestre, mantendo a rentabilidade relevante do caixa disponível.

Fluxo de Caixa (R\$ Milhares)	1T26	1T25
• Variação de Caixa	(11.719)	(16.439)
• Variação de Capital de Giro	(14.856)	(7.349)
Δ Recebíveis	(2.853)	(368)
Δ Estoque	(3.827)	708
Δ Fornecedores	(8.176)	(7.689)
• EBITDA Ajustado	(3.217)	(8.195)
• Rendimento Das Aplicações	3.627	3.520
• Outros	2.727	(4.415)

REDUÇÃO DE CAPITAL

Em linha com a estratégia de otimização da estrutura de capital, a Westwing aprovou, em Assembleia Geral Extraordinária realizada em 17 de abril de 2026, a redução do capital social no montante de R\$ 60.000.000,00, mediante restituição de recursos aos acionistas, sem cancelamento de ações.

Com a operação, o capital social da Companhia passará de R\$ 471.374.907,65 para R\$ 411.374.907,65, dividido em 11.109.348 ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal.



A decisão reflete a avaliação de que o nível atual de capital se encontra acima das necessidades operacionais e de investimento da Companhia, considerando a evolução recente do negócio, marcada por maior disciplina na gestão de custos e ganhos consistentes de eficiência operacional.

A efetivação da operação permanece sujeita ao prazo legal para oposição de credores. Não havendo manifestações contrárias, a Companhia dará seguimento ao cronograma de restituição, com pagamento previsto para 1º de julho de 2026.

A administração entende que a redução de capital contribui para um melhor alinhamento entre a estrutura de capital e o atual estágio operacional da Companhia, ao mesmo tempo em que reforça o compromisso com uma alocação eficiente de recursos e a geração de valor aos acionistas.

ANEXO I - DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS - 1T26

Destques Financeiros e Operacionais (R\$ Milhares)	1T26	1T25	Var. (%) / p.p.
GMV	52.026	51.221	1,6%
Compradores Ativos (mil)	152,9	183,5	-16,7%
Receita Líquida	35.795	33.369	7,3%
Lucro Bruto	14.728	13.584	8,4%
<i>Margem Bruta</i>	41,1%	40,7%	0,4 p.p.
Despesas Operacionais	(20.848)	(25.387)	-17,9%
Fulfillment	(7.938)	(8.962)	-11,4%
<i>% da Receita Líquida</i>	-22,2%	-26,9%	4,7 p.p.
Margem de Contribuição II	6.790	4.622	46,9%
<i>Margem de Contribuição II (%)</i>	19,0%	13,9%	5,1 p.p.
SG&A	(9.166)	(15.302)	-40,1%
<i>% da Receita Líquida</i>	-25,6%	-45,9%	20,3 p.p.
Marketing	(3.656)	(2.538)	44,0%
<i>% da Receita Líquida</i>	-10,2%	-7,6%	-2,6 p.p.
EBITDA Ajustado	(3.217)	(8.175)	-60,6%
<i>Margem EBITDA Ajustado</i>	-9,0%	-24,5%	15,5 p.p.
Resultado Líquido do Exercício	(842)	(8.656)	-90,3%
<i>Margem Líquida</i>	-2,4%	-25,9%	23,5 p.p.

ANEXO II - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO - 1T26

Demonstração do Resultado do Exercício (R\$ Milhares)	1T26	1T25	Var. (%)
Receita Líquida	35.795	33.369	7,3%
Custo dos Produtos Vendidos e Serviços Prestados	(21.067)	(19.785)	6,5%
Lucro Bruto	14.728	13.584	8,4%
(Despesas) Receitas Operacionais	(20.848)	(25.387)	-17,9%
<i>Despesas com Vendas</i>	(11.210)	(10.283)	9,0%
<i>Despesas Gerais e Administrativas</i>	(16.235)	(15.196)	6,8%
<i>Outras Receitas Operacionais, Líquidas</i>	6.597	92	n/a
Resultado Operacional Antes do Resultado Financeiro	(6.120)	(11.803)	-48,1%
Resultado Financeiro	4.469	3.537	26,4%
<i>Receitas Financeiras</i>	5.228	4.275	22,3%
<i>Despesas Financeiras</i>	(759)	(738)	2,8%
Resultado Antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social	(1.651)	(8.266)	-80,0%
Imposto de Renda e Contribuição Social	809	(390)	-307,4%
Resultado Líquido do Exercício	(842)	(8.656)	-90,3%

ANEXO III – BALANÇO PATRIMONIAL

– ATIVO – 1T26

Ativo (R\$ Milhares)	31/03/2026	31/12/2025
Ativo Circulante		
<i>Caixa e Equivalentes de Caixa</i>	109.629	121.348
<i>Contas a Receber</i>	23.962	26.815
<i>Estoques</i>	18.117	21.944
<i>Impostos a Recuperar</i>	16.265	12.947
<i>Outros Ativos Circulantes</i>	3.192	1.320
Total do Ativo Circulante	171.165	184.374
Ativo Não Circulante		
<i>Depósitos Judiciais</i>	35.581	33.866
<i>Impostos a Recuperar</i>	2.655	2.242
<i>Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos</i>	56.758	55.949
<i>Direito de Uso - Arrendamento Mercantil</i>	8.265	9.844
<i>Imobilizado</i>	8.197	8.725
<i>Intangível</i>	11.416	12.039
Total do Ativo Não Circulante	122.872	122.665
Total do Ativo	294.037	307.039

ANEXO III – BALANÇO PATRIMONIAL – PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO – 1T26

Passivo (R\$ Milhares)	31/03/2026	31/12/2025
Passivo Circulante		
<i>Fornecedores – Convênio</i>	3.150	2.929
<i>Fornecedores</i>	30.194	38.591
<i>Obrigações Trabalhistas</i>	5.802	5.549
<i>Passivo de Arrendamento</i>	4.171	4.165
<i>Receita Diferida</i>	11.892	14.756
<i>Obrigações Tributárias</i>	1.767	1.827
<i>Outros Passivos Circulantes</i>	171	71
Total do Passivo Circulante	57.147	67.888
Passivo Não Circulante		
<i>Passivo de Arrendamento</i>	5.434	6.494
<i>Provisão para Riscos Fiscais, Cíveis e Trabalhistas</i>	6.867	7.229
<i>Obrigações Tributárias</i>	5.091	5.091
Total do Passivo Não Circulante	17.392	18.814
Patrimônio Líquido		
<i>Capital Social</i>	471.375	471.375
<i>Custos de Transação - Emissão de Ações</i>	(19.835)	(19.835)
<i>Reserva de Capital</i>	9.604	9.601
<i>Prejuízos Acumulados</i>	(241.646)	(240.804)
Total do Patrimônio Líquido	219.498	220.337
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	294.037	307.039

ANEXO IV – DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA – 1T26

Demonstração de Fluxo de Caixa (R\$ Milhares)	31/03/2026	31/03/2025
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Prejuízo antes do imposto de renda e contribuição social	(1.651)	(8.266)
Ajuste para conciliar o resultado ao caixa		
<i>Depreciação e amortização</i>	2.903	3.608
<i>Provisão (reversão) para realização de estoques</i>	288	(120)
<i>Provisão (reversão) para devoluções de vendas</i>	289	(391)
<i>Provisão (reversão) para demandas judiciais</i>	(589)	(25)
<i>Juros sobre contratos de arrendamentos</i>	330	186
<i>Atualização monetária</i>	(863)	(477)
<i>Plano de remuneração baseado em ações</i>	3	21
<i>Provisão para dissídio (aumento coletivo)</i>	(204)	-
<i>Baixa de intangível</i>	278	-
Variação nos ativos e passivos		
<i>Contas a receber de clientes</i>	2.564	759
<i>Estoques</i>	3.540	(588)
<i>Impostos a recuperar</i>	(3.730)	(1.307)
<i>Outros ativos</i>	(1.873)	(80)
<i>Depósitos judiciais</i>	(626)	(31)
<i>Fornecedores</i>	(8.176)	(7.689)
<i>Obrigações trabalhistas</i>	457	937
<i>Obrigações tributárias</i>	(60)	(94)
<i>Receita diferida</i>	(2.864)	129
<i>Outras contas a pagar</i>	100	(1)
Fluxo de caixa aplicado nas atividades operacionais	(9.884)	(13.429)
<i>Pagamento de juros sobre arrendamentos</i>	(330)	-

Demonstração de Fluxo de Caixa
(R\$ Milhares)

31/03/2026

31/03/2025

Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	(10.214)	(13.429)
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
<i>Adições ao imobilizado</i>	(14)	-
<i>Adições ao intangível</i>	(437)	(543)
Fluxo de caixa aplicado nas atividades de investimento	(451)	(543)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
<i>Pagamentos de passivo de arrendamento</i>	(1.054)	(2.467)
Fluxo de caixa aplicado nas atividades de financiamento	(1.054)	(2.467)
Variação do caixa e equivalentes de caixa	(11.719)	(16.439)
Demonstração da variação do caixa e equivalentes de caixa		
<i>No início do período</i>	121.348	126.936
<i>No final do período</i>	109.629	110.497
Variação do caixa e equivalentes de caixa	(11.719)	(16.439)

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.

FULFILLMENT

Despesas fixas e variáveis com meios de pagamentos, embalagens, fretes e com centro de distribuição (pessoal e operacionais).

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.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO II

Indicador gerencial não contábil utilizado pela Companhia para mensurar a rentabilidade operacional após os custos diretamente relacionados às operações e à logística. A Margem de Contribuição II é calculada pelo Lucro Bruto menos as Despesas de Fulfillment, contemplando despesas com armazenagem, separação, embalagem, frete e demais custos logísticos relacionados à entrega dos pedidos. O indicador é utilizado para avaliar a eficiência operacional e a capacidade de geração de resultado das operações antes das despesas gerais e administrativas, comerciais e demais despesas operacionais.

OBRIGADO



WESTWING