

WESTWING

4T25

RELEASE  
DE RESULTADOS



# NO 4T25, SINAIS CLAROS DE **INFLEXÃO OPERACIONAL**

## Ajustes na estrutura do modelo de negócios durante 2025:

Priorização de eficiência, diferenciação e disciplina financeira, com simplificação operacional e foco nos produtos core de casa&décor.

GMV  
**+4%**

Primeiro crescimento  
de GMV desde 2022

EBITDA  
**+25%**

Evolução de EBITDA  
Ajustado

CAIXA  
**+19,4MN**

Geração significativa de caixa

# PRIMEIRO CRESCIMENTO DE GMV DESDE 2022, **+4% A/A NO 4T25**

**+64%**  
aa

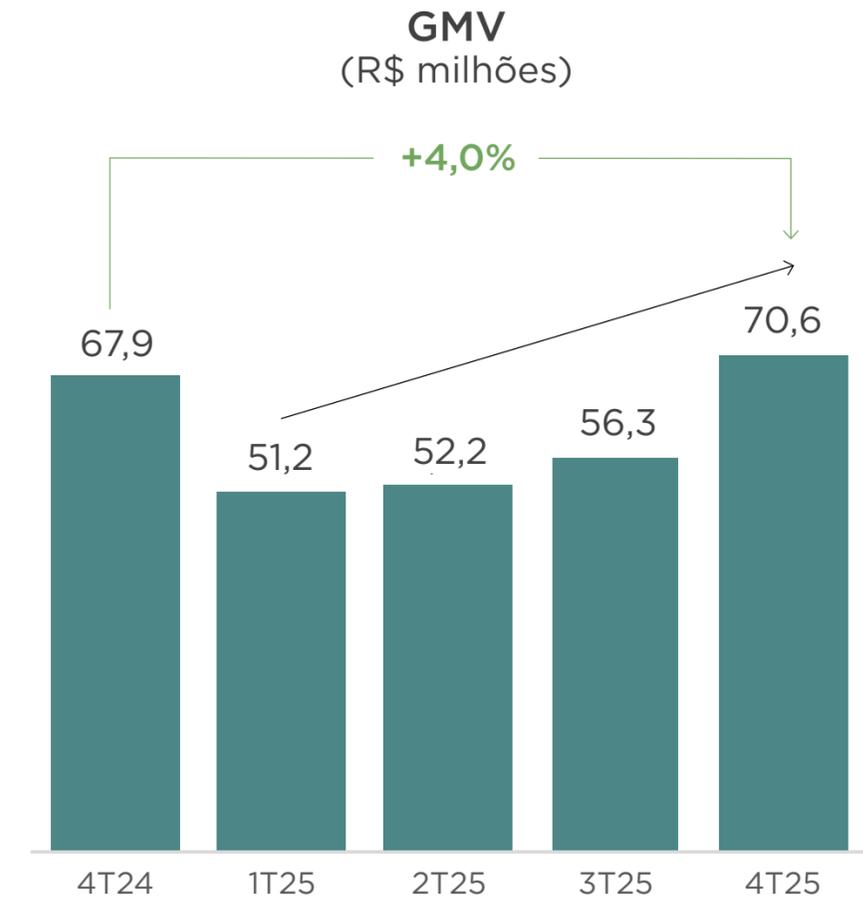
Crescimento de  
Private Label

**+36%**  
aa

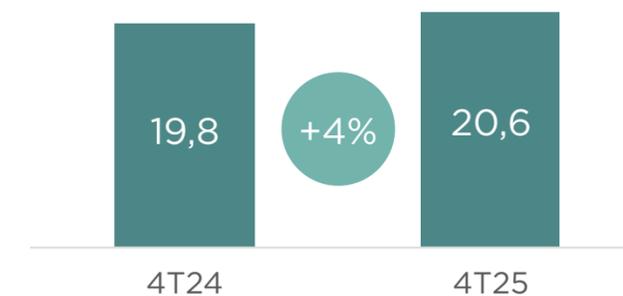
Ticket médio  
impulsionado

**+4%**  
aa

Número de first time buyers cresce  
invertendo a tendência de queda;



## FIRST TIME BUYERS



# MARKETING

## BRANDING:

- Parceria com **Casa de Francisca** – arquitetura, design autoral, curadoria.

## WESTWING VISITA:

- **Maior canal de casa&décor** no Youtube em número de inscritos;
- 2 novos episódios no 4T25;
- **1,2 milhão** de visualizações.



# CRESCIMENTO DE EBITDA (+25% AA) NO 4T25 REFLETINDO EVOLUÇÃO DA OPERAÇÃO

**-10,1%**  
aa

## FULFILLMENT

- Fechamento de hubs logísticos;
- Sublocação do centro de distribuição.

**-0,5pp**  
aa

## MARKETING

- Investimentos mais assertivos e alinhados à estratégia
- Manutenção do investimento nominal

(sobre receita líquida)

**+12,2%**  
aa

## MC2

- Melhoria de sortimento e precificação
- Margem MC2 avança +1,2pp aa no 4T25 (+4,2pp no FY25)

**-22,2%**  
aa

## SG&A (EX-LOJAS & ONE-OFFS)

- SG&A +11,4% aa: efeito de reversão de provisão de contingências prescritas no 4T24;
- Reestruturação organizacional

# 4T25 GERA R\$ **19,4 MILHÕES** DE CAIXA

## Melhoria de resultado operacional abre espaço para maiores investimentos em estoques

- Forte redução no contas a receber, priorizando liquidez;
- Redução na linha de estoques, com otimização e acuracidade de compras;
- Aumento de prazo com fornecedores.

	2024	2025	9M24	9M25	4T24	4T25
<b>Varição de Caixa</b>	<b>-12.412</b>	<b>-5.588</b>	<b>-13.807</b>	<b>-24.993</b>	<b>1.395</b>	<b>19.405</b>
<b>Varição de capital de giro</b>	16.295	4.324	6.760	-11.453	9.535	15.777
<i>Recebíveis</i>	11.412	6.101	8.424	-645	2.988	6.746
<i>Estoque</i>	5.924	-4.989	4.545	-8.916	1.379	3.927
<i>Fornecedores</i>	-1.041	3.212	-6.209	-1.892	5.168	5.104
<b>EBITDA Ajustado</b>	-23.039	-15.339	-18.723	-12.124	-4.316	-3.215
<b>Rendimento aplicações</b>	13.632	14.662	10.318	11.032	3.391	3.630
<b>Outros</b>	-19.300	-9.235	-12.162	-12.448	-7.215	3.213

# 14º TRIMESTRE CONSECUTIVO COM EVOLUÇÃO DE EBITDA AJUSTADO

**+16,7MN**  
aa

Melhora de lucro  
líquido em 2025

em milhares	4T24	4T25	Var. (%)	2024	2025	Var. (%)
<b>Receita Líquida</b>	44.254	45.938	3,8%	167.739	150.962	-10,0%
<b>Margem Bruta</b>	38,6%	36,7%	-2,0	40,0%	39,5%	-0,5
<b>Despesas Operacionais</b>	-22.432	-23.224	3,5%	-106.976	-89.839	-16,0%
<b>Fulfillment</b>	-10.501	-9.440	-10,1%	-45.685	-34.010	-25,6%
<i>% Receita</i>	-23,7%	-20,6%	3,2	-27,2%	-22,5%	4,7
<b>SG&amp;A</b>	-8.849	-9.858	11,4%	-50.239	-46.006	-8,4%
<i>% Receita</i>	-20,0%	-21,5%	-1,5	-30,0%	-30,5%	-0,5
<b>Marketing</b>	-4.031	-3.957	-1,8%	-13.101	-11.522	-12,1%
<i>% Receita</i>	-9,1%	-8,6%	0,5	-7,8%	-7,6%	0,2
<b>MC2</b>	6.589	7.396	12,2%	21.381	25.655	20,0%
<i>% MC2</i>	14,9%	-16,1%	1,2	12,7%	17,0%	4,2
<b>EBITDA Ajustado</b>	-4.316	-3.215	25,5%	-23.039	-15.339	33,4%
<i>Margem EBITDA Ajustado</i>	-9,8%	-7,0%	2,8	-13,7%	-10,2%	3,6
<b>Resultado antes do IR/CSLL</b>	-1.950	-471	75,8%	-26.200	-10.333	60,6%
<b>Resultado Líquido</b>	-1.951	-399	79,5%	-25.560	-9.913	61,2%
<i>Margem Líquida</i>	-4,4%	-0,9%	3,5	-15,2%	-6,6%	8,7

# DESTAQUES 4T25 E 2025

**R\$19.4MN** Geração de caixa no 4T25

**+4%** Crescimento de GMV aa no 4T25

**14º** Trimestre consecutivo de crescimento de EBITDA

**+64%** GMV de Private Label vs 4T24 (+27% aa no FY25)

**-10%** Fulfillment aa no 4T25 (-26% aa em 2025)

**+1,2pp** MC2 no 4T25 vs 4T24 (+4,2pp aa em 2025)

**-22%** SG&A (ex-lojas e one-offs) aa no 4T25 (-17% aa no FY25)



# Q&A



WESTWING  
OBRIGADO!

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

ri.westwing.com.br



WESTWING

4Q25

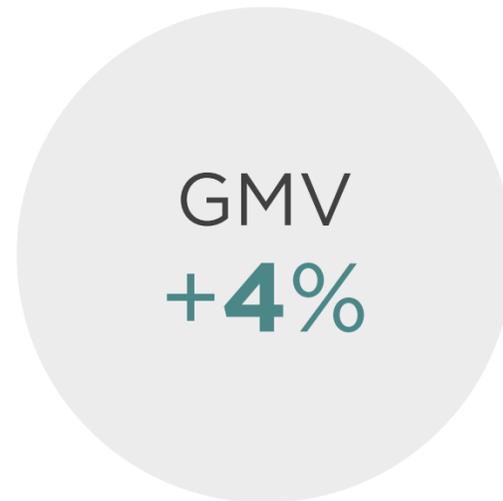
EARNINGS  
RELEASE



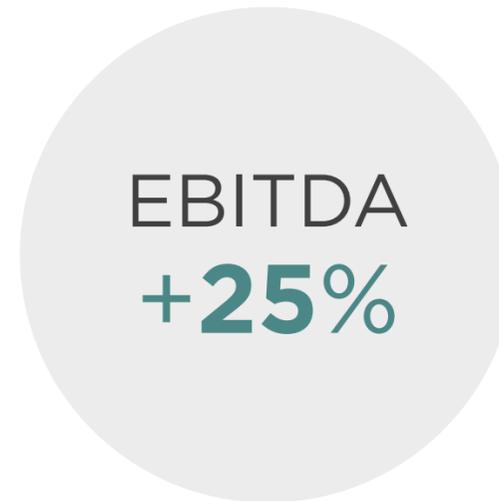
# CLEAR SIGNS OF **OPERATIONAL INFLECTION IN 4Q25**

## Adjustments to the business model structure throughout 2025:

Prioritization of efficiency, differentiation and financial discipline, with operational simplification and focus on core home&decor products.



First GMV growth since 2022



Adjusted EBITDA improvement



Significant cash generation

# FIRST GMV GROWTH SINCE 2022: **+4% Y/Y IN 4Q25**

**+64%**  
y/y

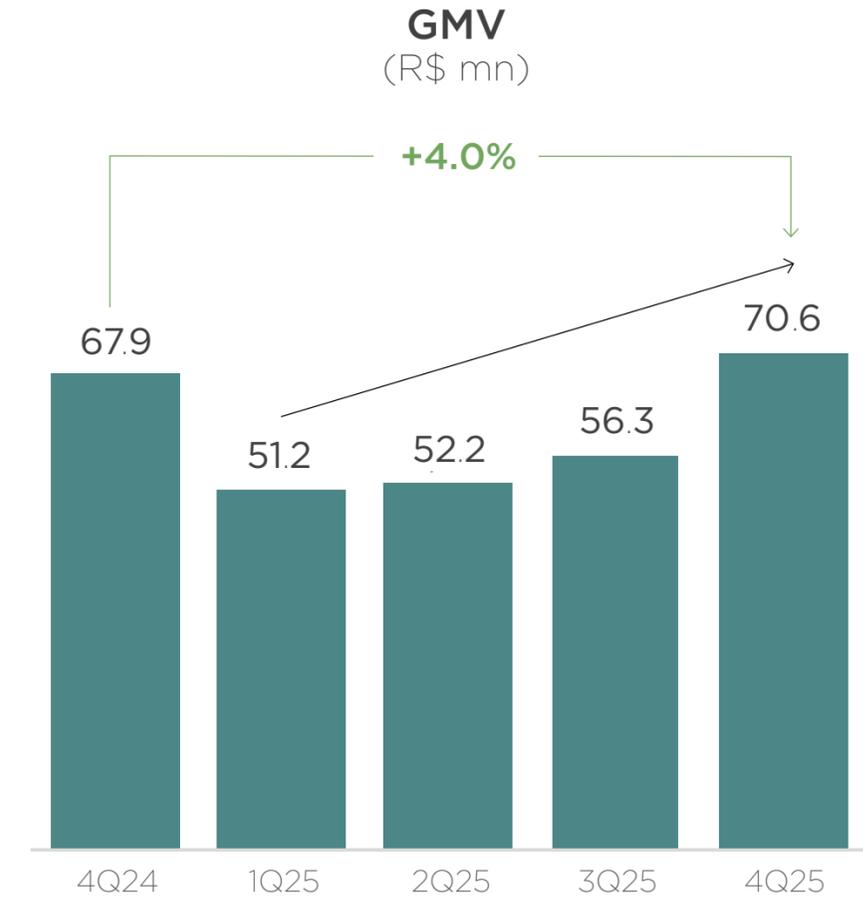
Growth driven by  
Private Label

**+36%**  
y/y

Average ticket  
expansion

**+4%**  
aa

Number of first-time buyers increased,  
reversing the declining trend



## FIRST TIME BUYERS



# MARKETING

## BRANDING:

- Partnership with Casa de Francisca — architecture, authorial design and curated experience

## WESTWING VISITA:

- **Largest home&decor channel** on YouTube in terms of subscribers
- 2 new episodes released in 4Q25
- **1.2 million views**



# EBITDA GROWTH (+25% Y/Y) IN 4Q25 REFLECTS OPERATIONAL IMPROVEMENTS

**-10.1%**  
y/y

## FULFILLMENT

- Closure of logistics hubs
- Subleasing of the distribution center

**+12.2%**  
y/y

## PC2

- Improvements in assortment and pricing
- PC2 margin increased +1.2pp y/y in 4Q25 (+4.2pp in FY25)

**-0.5pp**  
y/y

## MARKETING

- More assertive investments aligned with strategy
- Stable nominal investment level

**-22.2%**  
y/y

## SG&A (EX-STORES & ONE-OFFS)

- SG&A +11.4% y/y due to reversal of contingency provisions in 4Q24
- Organizational restructuring

(% net sales)

# 4Q25 GENERATED **R\$19.4 MILLION** IN CASH

## Improved operating performance created room for higher inventory investments

- Strong reduction in accounts receivable, prioritizing liquidity
- Reduction in inventory levels through improved purchasing accuracy and optimization
- Extension of supplier payment terms

	2024	2025	9M24	9M25	4Q24	4Q25
<b>Cash Variation</b>	<b>-12,412</b>	<b>-5,588</b>	<b>-13,807</b>	<b>-24,993</b>	<b>1,395</b>	<b>19,405</b>
<b>Working Capital Variation</b>	16,295	4,324	6,760	-11,453	9,535	15,777
<i>Receivables</i>	11,412	6,101	8,424	-645	2,988	6,746
<i>Inventories</i>	5,924	-4,989	4,545	-8,916	1,379	3,927
<i>Supplier</i>	-1,041	3,212	-6,209	-1,892	5,168	5,104
<b>Adjusted EBITDA</b>	-23,039	-15,339	-18,723	-12,124	-4,316	-3,215
<b>Financial income</b>	13,632	14,662	10,318	11,032	3,391	3,630
<b>Others</b>	-19,300	-9,235	-12,162	-12,448	-7,215	3,213

# 14<sup>TH</sup> CONSECUTIVE QUARTER OF **ADJUSTED EBITDA IMPROVEMENT**

**+16.7MN**  
y/y

Net Income  
improvement in 2025

in thousands	4Q24	4Q25	Chg. (%)	2024	2025	Chg. (%)
<b>Net Revenue</b>	44,254	45,938	3.8%	167,739	150,962	-10.0%
<b>Gross Margin</b>	38.6%	36.7%	-2.0	40.0%	39.5%	-0.5
<b>Operating Expenses</b>	-22,432	-23,224	3.5%	-106,976	-89,839	-16.0%
<b>Fulfillment</b>	-10,501	-9,440	-10.1%	-45,685	-34,010	-25.6%
<i>% Net Sales</i>	-23.7%	-20.6%	3.2	-27.2%	-22.5%	4.7
<b>SG&amp;A</b>	-8,849	-9,858	11.4%	-50,239	-46,006	-8.4%
<i>% Net Sales</i>	-20.0%	-21.5%	-1.5	-30.0%	-30.5%	0.5
<b>Marketing</b>	-4,031	-3,957	-1.8%	-13,101	-11,522	-12.1%
<i>% Net Sales</i>	-9.1%	-8.6%	0.5	-7.8%	-7.6%	0.2
<b>PC2</b>	6,589	7,396	12.2%	21,381	21,381	20.0%
<i>% PC2</i>	14.9%	16.1%	1.2	12.7%	17.0%	4.2
<b>Adjusted EBITDA</b>	-4,316	-3,215	25.5%	-23,039	-15,339	33.4%
<i>Adjusted EBITDA Margin</i>	-9.8%	-7.0%	2.8	-13.7%	-10.2%	3.6
<b>Result before taxes</b>	-1,950	-471	75.8%	-26,200	-10,333	60.6%
<b>Net Income</b>	-1,951	-399	79.5%	-25,560	-9,913	61.2%
<i>Net Margin</i>	-4.4%	-0.9%	3.5	-15.2%	-6.6%	8.7

# 4Q25 AND 2025 HIGHLIGHTS

**R\$19.4MN** Cash generation in 4Q25

**+4%** GMV growth y/y in 4Q25

**14<sup>o</sup>** Consecutive quarter of EBITDA growth

**+64%** GMV de Private Label vs 4T24 (+27% aa no FY25)

**-10%** Fulfillment y/y in 4Q25 (-26% y/y in 2025)

**+1,2pp** +1.2pp PC2 in 4Q25 vs 4Q24 (+4.2pp y/y in 2025)

**-22%** SG&A (ex-stores & one-offs) y/y in 4Q25 (-17% y/y in FY25)



# Q&A



WESTWING  
THANK YOU!

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

ri.westwing.com.br

