WESTWING

3T26 | São Paulo, 13 de novembro de 2026

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS



NO 3T26, EVOLUÇÃO CONSISTENTE DE RENTABILIDADE E DISCIPLINA NA GESTÃO DE CAIXA

Avanço do **EBITDA (ex-IFRS 16)**, maior relevância do **Private Label** e ganhos estruturais de **eficiência** e de **capital de giro** marcam o trimestre.

+60,6%
EBITDA (ex-IFRS 16)
3T26 a/a

De -R$ 2,9 mi (3T25) para **-R$ 1,1 mi** no 3T26: melhora de **R$ 1,8 milhão**

+9,3 p.p.
Private Label
% do GMV · 3T26 a/a

39,9% do GMV no 3T26, ante 30,6% no 3T25

-54,4 dias
Ciclo de caixa
no 3T26

Melhora de **64,7 dias** frente aos 10,3 dias do 3T25

+1,1 p.p.

Margem bruta no 3T26: **41,3%** (excluindo comissão de dropshipping: +3,9 p.p.)

+2,2 p.p.

Margem de Contribuição II no 9M26: **18,9%**

-10,1%

SG&A recorrente no 3T26: **R$ 13,7 mi** vs. R$ 15,3 mi

+R$ 0,2 mi

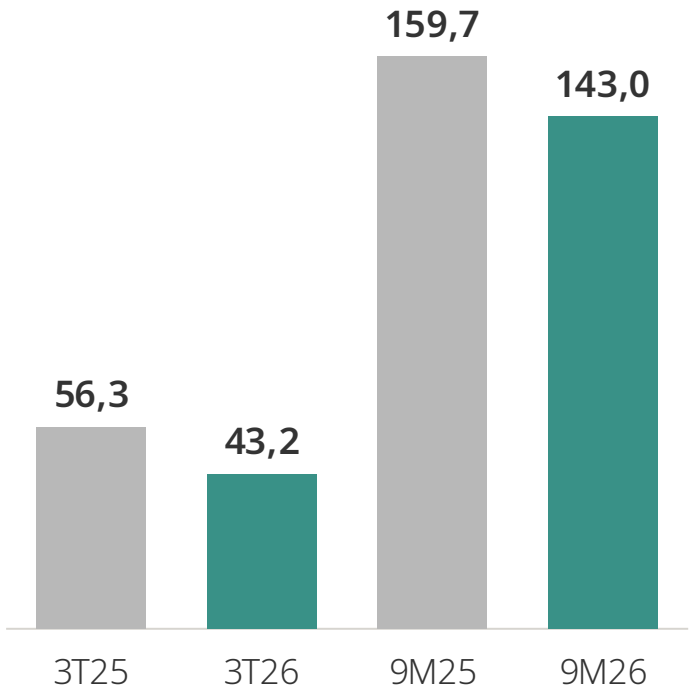
Geração de caixa em 12 meses, **ex-redução de capital**

MAIOR PESO DO ESTOQUE PRÓPRIO AMORTECE O IMPACTO DA MIGRAÇÃO DE PLATAFORMA NA RECEITA LÍQUIDA

GMV de **R$ 43,2 milhões** e receita líquida de **R$ 30,5 milhões** no 3T26, trimestre de migração do e-commerce para a Salesforce.

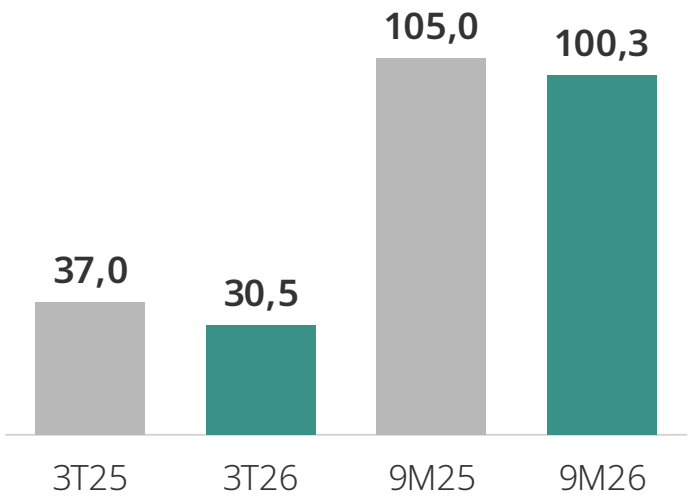
GMV (R$ milhões)

-23,3% no 3T | -10,5% no 9M



Receita Líquida (R$ milhões)

-17,7% no 3T | -4,5% no 9M



LEITURA DO TRIMESTRE

Migração de plataforma

Operação temporária em dois ambientes afetou a conversão e o volume de pedidos

Mais estoque próprio

Receita reconhecida pelo valor integral da venda, ante apenas a comissão no dropshipping

Novos canais

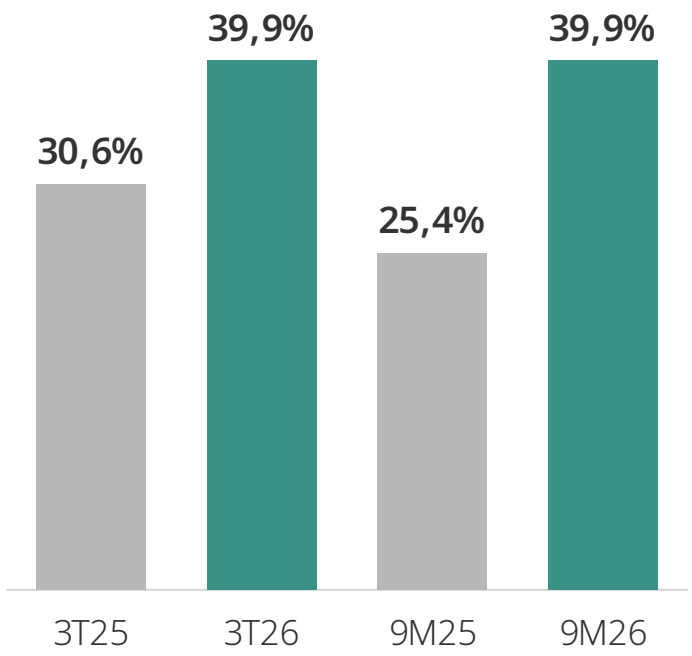
Especificadores e marketplaces reduzem a dependência de mídia paga

PRIVATE LABEL ATINGE 39,9% DO GMV E SUSTENTA O AVANÇO DA MARGEM BRUTA

A **marca própria** reforça um varejo menos promocional e mais orientado ao **desejo e à curadoria**.

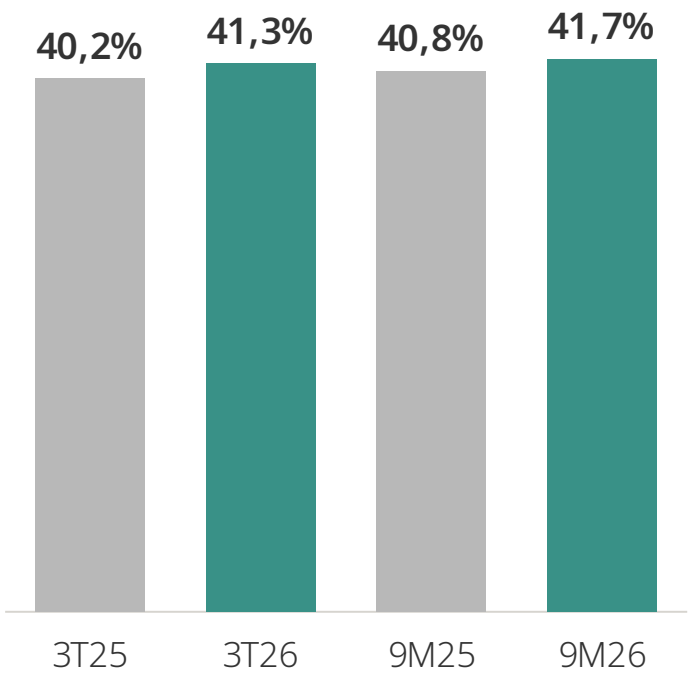
Private Label (% do GMV)

+9,3 p.p. no 3T | +14,5 p.p. no 9M



Margem Bruta (% da RL)

+1,1 p.p. no 3T | +0,9 p.p. no 9M



MARGEM BRUTA EXCLUINDO A RECEITA DE COMISSÃO DE DROPSHIPPING

39,2% — **3T26** +3,9 p.p. a/a

38,2% — **9M26** +2,6 p.p. a/a

DRIVERS DA MARGEM

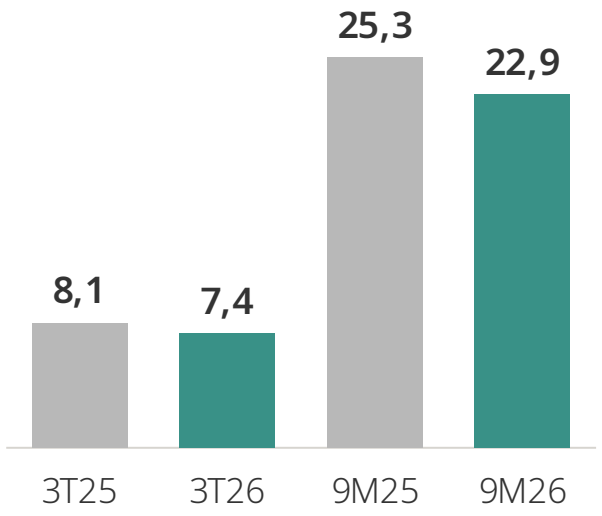
- Ganhos de **pricing**
- Priorização do **Private Label**
- Melhores **negociações comerciais**
- **Mix mais rentável**, com destaque para Cozinha e Mesa Posta

GANHOS ESTRUTURAIS DE EFICIÊNCIA REDUZEM FULFILLMENT (-8,4%) E SG&A RECORRENTE (-10,1%)

Despesas operacionais de **R$ 16,1 milhões** no 3T26 (**-17,2% a/a**); excluindo os efeitos não recorrentes, **R$ 24,3 milhões (-5,8% a/a)**.

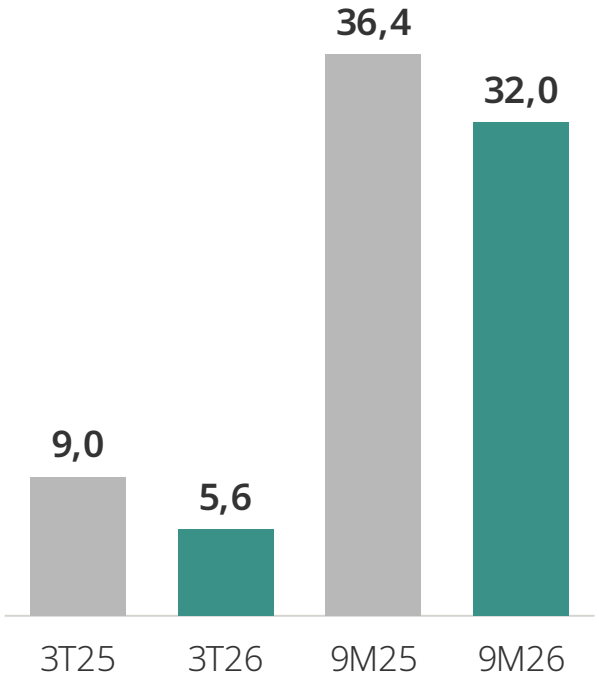
Fulfillment (R$ milhões)

-8,4% no 3T | -9,5% no 9M



SG&A (R$ milhões)

-37,9% no 3T | -12,0% no 9M



Conciliação do SG&A recorrente (R$ mil)

SG&A recorrente: -10,1% a/a no 3T26

	3T25	3T26	Var.
SG&A contábil	**8.977**	**5.577**	**-37,9%**
(+) Crédito de PIS e COFINS	-	5.052	n.a.
(+) Crédito de ICMS (CAT 42)	6.303	-	n.a.
(+) Reversão de provisão (SOP)	-	4.208	n.a.
(-) Duplicidade de sistemas	-	(1.096)	n.a.
Total de efeitos não recorrentes	**6.303**	**8.164**	**+29,5%**
SG&A recorrente	**15.280**	**13.741**	**-10,1%**

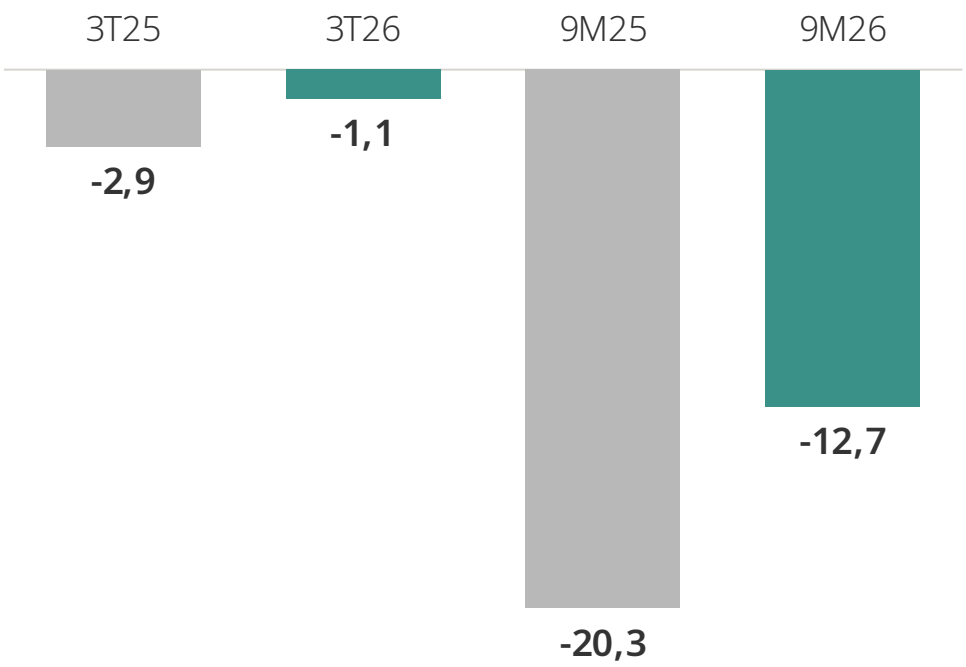
Dos **+R$ 3,4 milhões** do SG&A, **R$ 1,5 milhão** vem de eficiências recorrentes e **R$ 1,9 milhão** do maior efeito não recorrente vs. 3T25.

EBITDA (EX-IFRS 16) AVANÇA R$ 1,8 MILHÃO NO 3T26, EVOLUÇÃO DE 60,6% EM RELAÇÃO AO 3T25

SG&A (+R$ 3,4 mi) e **fulfillment (+R$ 0,7 mi)** mais do que compensaram o menor lucro bruto no período.

EBITDA (ex-IFRS 16) (R$ milhões)

+R$ 1,8 mi no 3T | +R$ 7,5 mi no 9M



Composição do EBITDA (R$ mil)

Margem (ex-IFRS 16): +4,1 p.p. no 3T | +6,6 p.p. no 9M

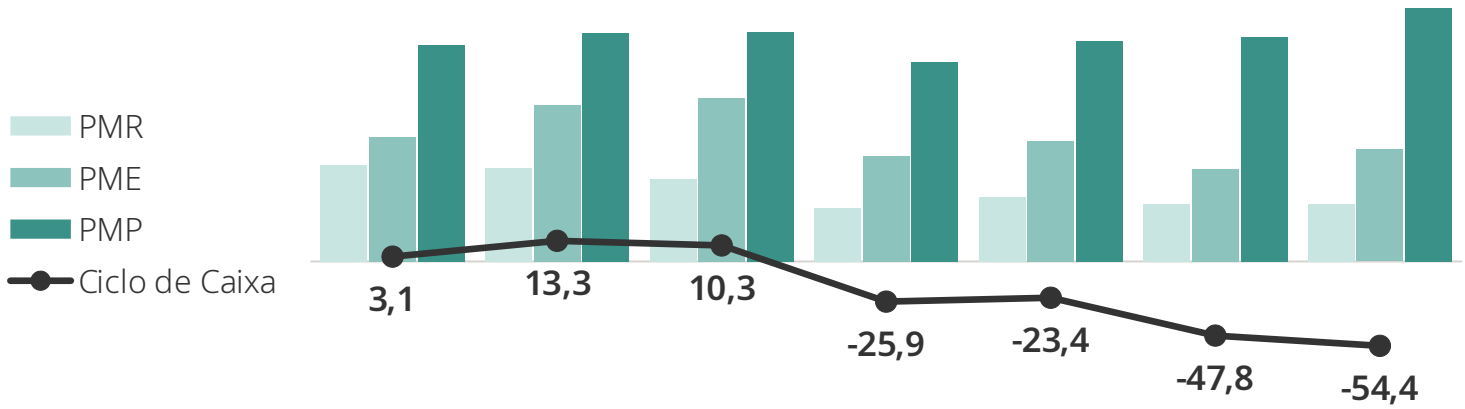
	3T25	3T26	Var.	9M25	9M26	Var.
(Prejuízo) Lucro Líquido	1.878	(2.697)	n.a.	(9.514)	(14.300)	+50,3%
(+/-) IR/CSLL	(761)	502	n.a.	(348)	(595)	n.a.
(+/-) Resultado Financeiro	(5.750)	(1.363)	-76,3%	(13.925)	(9.457)	-32,1%
(+/-) Depreciação e Amortização	3.684	3.751	+1,8%	10.712	15.709	+46,6%
EBITDA	**(949)**	**193**	**n.a.**	**(13.075)**	**(8.643)**	**-33,9%**
(+/-) IFRS 16	(1.960)	(1.339)	-31,7%	(7.196)	(4.107)	-42,9%
EBITDA (ex-IFRS 16)	**(2.909)**	**(1.146)**	**-60,6%**	**(20.271)**	**(12.750)**	**-37,1%**
Margem EBITDA (ex-IFRS 16)	-7,9%	-3,8%	+4,1 p.p.	-19,3%	-12,7%	+6,6 p.p.

GESTÃO DO CAPITAL DE GIRO LEVA O CICLO DE CAIXA A -54,4 DIAS, MELHORA DE 64,7 DIAS EM 12 MESES

Ciclo negativo desde o 4T25: a Companhia recebe e gira seus estoques **antes de pagar fornecedores**, sem consumo adicional de caixa.

Ciclo de caixa (dias)

Redução de 64,7 dias: de 10,3 dias no 3T25 para -54,4 dias no 3T26



(dias)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26	3T26
PMR	62,0	60,0	53,2	34,6	41,6	36,8	37,0
PME	80,3	100,8	105,2	67,9	77,4	59,9	72,2
PMP	139,3	147,5	148,1	128,4	142,4	144,5	163,6
Ciclo de Caixa	**3,1**	**13,3**	**10,3**	**-25,9**	**-23,4**	**-47,8**	**-54,4**

-33,0 dias — **Prazo Médio de Estocagem**

Redução de **33,0 dias** vs. 3T25, de 105,2 para 72,2 dias, sem comprometer o abastecimento

-16,2 dias — **Prazo Médio de Recebimento**

Redução de **16,2 dias** vs. 3T25, de 53,2 para 37,0 dias, refletindo a evolução do mix de meios de pagamento

+15,5 dias — **Prazo Médio de Pagamento**

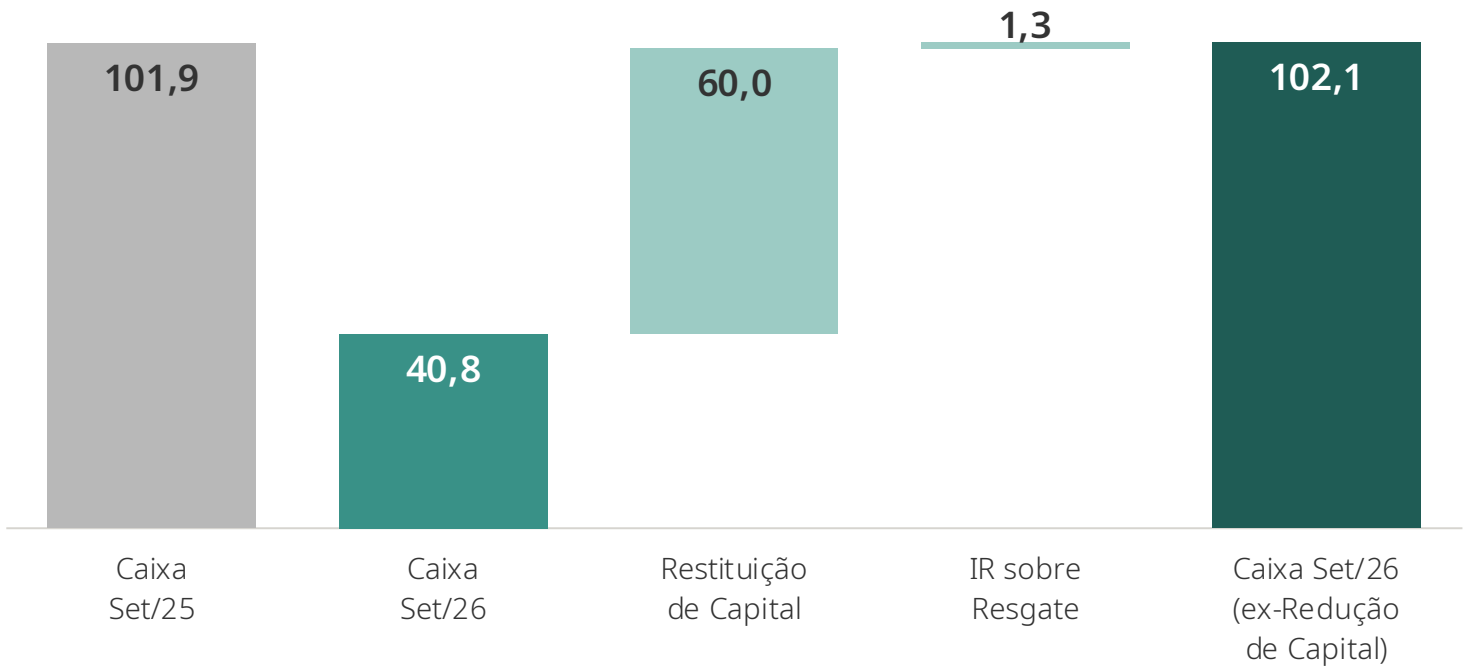
Aumento de **15,5 dias** vs. 3T25, de 148,1 para 163,6 dias, evidenciando a evolução das condições comerciais junto aos fornecedores

GESTÃO DE CAIXA: GERAÇÃO DE R$ 0,2 MILHÃO EM 12 MESES, EX-EFEITOS DA REDUÇÃO DE CAPITAL

Desconsiderando os efeitos da redução de capital, que totalizam R$ 61,3 milhões (R$ 60,0 milhões de restituição aos acionistas e R$ 1,3 milhão de IR sobre o resgate), o saldo de caixa seria de **R$ 102,1 milhões**, mesmo com a perda estimada de R$ 2,0 milhões de receita financeira.

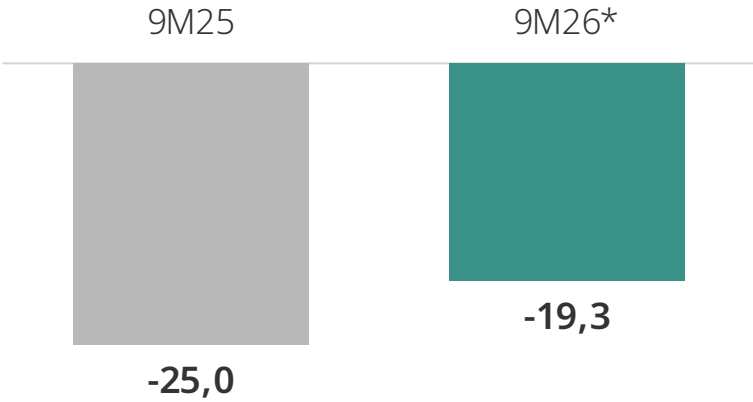
Saldo de caixa e equivalentes (R$ milhões)

Geração de R$ 0,2 milhão em 12 meses, ex-efeitos da redução de capital



Consumo de caixa (R$ milhões)

Melhora de R$ 5,7 milhões a/a (-22,8%)



- **Evolução operacional:** margem bruta, fulfillment e SG&A
- **Capital de giro:** menores estoques e recebíveis

(*) Ex-redução de capital: desconsidera a restituição de capital aos acionistas (R$ 60,0 mi) e o IR sobre o resgate das aplicações financeiras (R$ 1,3 mi).

15 ANOS DA MARCA E REDE DE ESPECIFICADORES 4X MAIOR FORTALECEM O POSICIONAMENTO COMO MARCA DESEJO

Forte visibilidade no trimestre, com presença nos universos de **design, arquitetura, cultura e lifestyle**.

REDE DE ESPECIFICADORES

8.106

profissionais cadastrados em set/26

+301,9% a/a · vs. 2.017 em set/25

- Base **~4x maior** em 12 meses
- **Três embaixadores** da marca junto a arquitetos, designers e formadores de opinião

MÍDIA ESPONTÂNEA

R$ 3,5 mi

valoração estimada em mídia espontânea

106 menções · ~18,9 mi de impactos

- Presença em **Casa Vogue, Page 9, Estadão, Exame, InfoMoney, Claudia e Bazaar Interiors**
- Participação no podcast **O Varejista**

CELEBRAÇÃO E EVENTOS

15 anos

da marca Westwing celebrados no 3T26

15 anos · Primavera

- **Evento de 15 anos** com ativações de marcas parceiras
- **Evento de Primavera** com creators e imprensa

OPERAÇÕES E LOGÍSTICA: PRAZOS MENORES E MAIOR NÍVEL DE SERVIÇO NAS ENTREGAS

Maior concentração das vendas em **estoque próprio**, otimização da malha logística e melhor gestão de transportadoras.

PRAZO MÉDIO DE ENTREGA PROMETIDO

Set/26 vs. set/25

Engloba todo o processo, do recebimento da mercadoria pelo fornecedor até a entrega final ao cliente

14,9 dias

prazo médio total, vs. **15,1 dias** em set/25

-12%

em **Móveis**

-10%

em **Decoração e Iluminação**

PRAZO DE TRANSPORTE (DA TRANSPORTADORA ATÉ A ENTREGA AO CLIENTE) NO 3T26

WESTLOG · LOGÍSTICA PRÓPRIA

100%

das entregas no prazo de **1 dia útil**

Grande São Paulo e Regiões Metropolitanas de Jundiaí e de Campinas

BRASIL · ÂMBITO NACIONAL

94,7% **+2,8 p.p. a/a**

das entregas no prazo (3T25: 91,9%)

Prazo médio de transporte: de 6,5 dias úteis no 3T25 para **5,2 dias úteis** no 3T26

RECONHECIMENTO

RA1000
Reclame AQUI

Selo **RA1000** mantido e **Top 10** do ranking de melhores empresas do Reclame AQUI em E-commerce de Móveis e Decoração

NOVA PLATAFORMA JÁ ENTREGA UMA EXPERIÊNCIA
MAIS RÁPIDA E ESTÁVEL NO SITE E NO APLICATIVO

Primeiros indicadores de desempenho após a migração para a **Salesforce**, em comparação ao período anterior.

SITE

20%
mais rápido no **celular**

29%
mais rápido no **computador**

Versão mobile **aprovada no Core Web Vitals** do Google, o que também favorece a visibilidade nas buscas

APLICATIVO

8x **Login mais rápido**
de 20 s para 2,5 s

10x **Navegação entre telas**
de 15 s para 1,5 s

3,5x **Finalização do pedido**
de 10,62 s para 3 s

Com a descontinuação dos sistemas legados, os custos remanescentes de duplicidade serão **integralmente eliminados no 4T26**, deixando de impactar os resultados **a partir do 1T27**

DESTAQUES 3T26 E 9M26

EBITDA (ex-IFRS 16)

+60,6% a/a (3T26)

e **+37,1% a/a** no 9M26 (margem +6,6 p.p.)

Private Label

39,9% do GMV

+9,3 p.p. a/a no 3T26 e **+14,5 p.p.** no 9M26

Margem bruta

+1,1 p.p. a/a (3T26)

41,3% da RL; excluindo comissão de dropshipping, +3,9 p.p.

Margem de Contribuição II

+7,7% a/a (9M26)

margem de **18,9%** (+2,2 p.p. a/a)

SG&A recorrente

-10,1% a/a (3T26)

para **R$ 13,7 milhões**

Ciclo de caixa

-54,4 dias (3T26)

melhora de **64,7 dias** vs. 3T25

Geração de caixa (últimos 12 meses)

+R$ 0,2 milhão

desconsiderando os efeitos da redução de capital

Consumo de caixa

-R$ 5,7 milhões (-22,8%)

redução do consumo, de R$ 25,0 milhões no 9M25 para R$ 19,3 milhões no 9M26, ex-redução de capital

Q&A



WESTWING

OBRIGADO!

ri@westwing.com.br

ri.westwing.com.br

CONFERÊNCIA DE RESULTADOS 3T26

São Paulo, 13 de novembro de 2026



WESTWING

3Q26 | São Paulo, November 13, 2026

EARNINGS PRESENTATION



IN 3Q26, CONSISTENT IMPROVEMENT IN PROFITABILITY AND DISCIPLINED CASH MANAGEMENT

Improvement in **EBITDA (ex-IFRS 16)**, greater relevance of **Private Label**, and structural gains in **efficiency** and **working capital** marked the quarter.

+60.6%
EBITDA (ex-IFRS 16)
3Q26 y/y

From -R$2.9M (3Q25) to **-R$1.1M** in 3Q26: improvement of **R$1.8 million**

+9.3 p.p.
Private Label
% of GMV · 3Q26 y/y

39.9% of GMV in 3Q26, vs. 30.6% in 3Q25

-54.4 days
Cash conversion cycle in 3Q26

Improvement of **64.7 days** vs. 10.3 days in 3Q25

+1.1 p.p.

Gross margin in 3Q26: **41.3%** (excluding dropshipping commission: +3.9 p.p.)

+2.2 p.p.

Contribution Margin II in 9M26: **18.9%**

-10.1%

Recurring SG&A in 3Q26: **R$13.7M** vs. R$15.3M

+R$0.2M

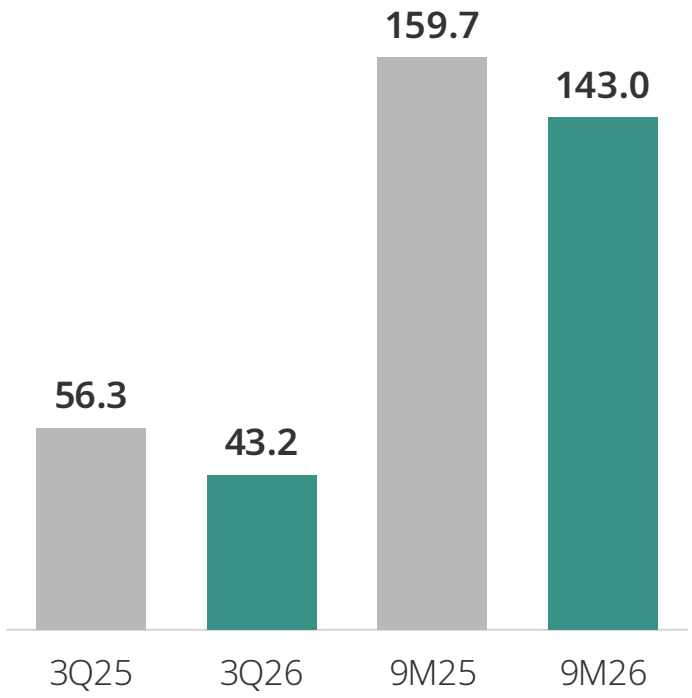
Cash generation over 12 months, **excluding the capital reduction**

HIGHER SHARE OF OWN INVENTORY CUSHIONS THE IMPACT OF THE PLATFORM MIGRATION ON NET REVENUE

GMV of **R$43.2 million** and net revenue of **R$30.5 million** in 3Q26, the quarter of the e-commerce migration to Salesforce.

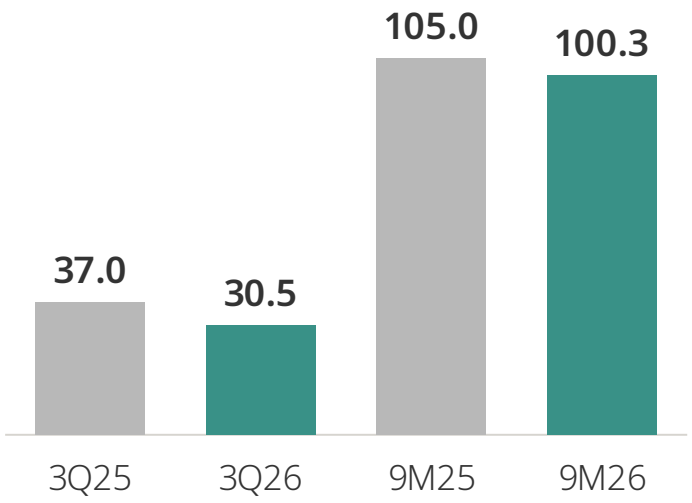
GMV (R$ million)

-23.3% in 3Q | -10.5% in 9M



Net Revenue (R$ million)

-17.7% in 3Q | -4.5% in 9M



QUARTER OVERVIEW

Platform migration

Temporary operation across two environments affected conversion and order volume

More own inventory

Revenue recognized at the full sale value, vs. only the commission in dropshipping

New channels

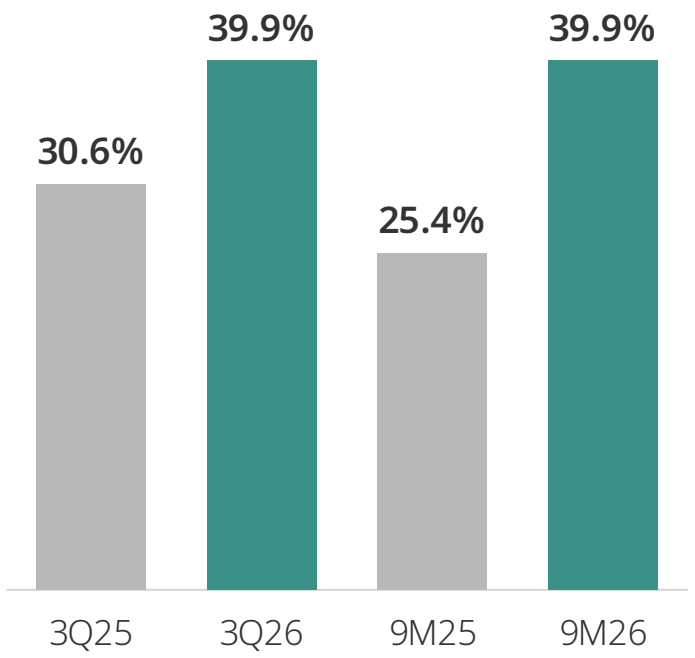
Specifiers and marketplaces reduce dependence on paid media

PRIVATE LABEL REACHES 39.9% OF GMV AND SUPPORTS GROSS MARGIN IMPROVEMENT

Our **own brand** reinforces a less promotional retail model, more oriented toward **desirability and curation**.

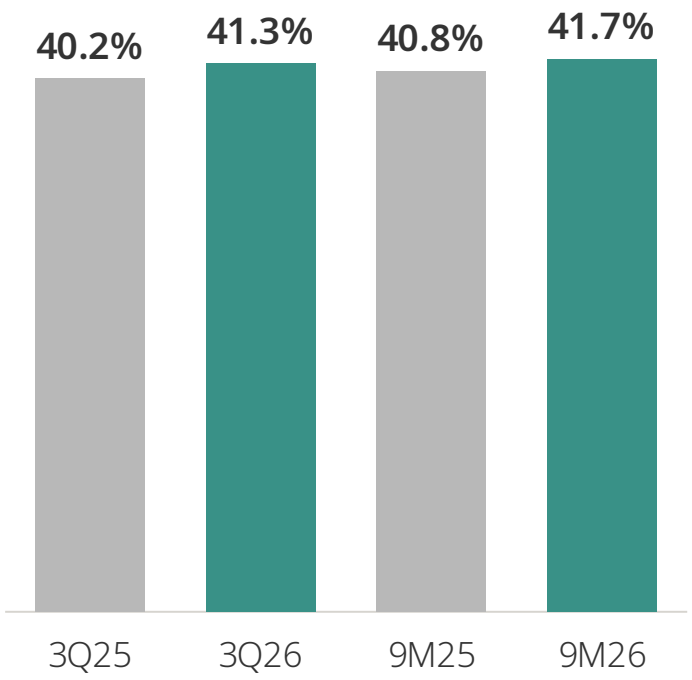
Private Label (% of GMV)

+9.3 p.p. in 3Q | +14.5 p.p. in 9M



Gross Margin (% of NR)

+1.1 p.p. in 3Q | +0.9 p.p. in 9M



GROSS MARGIN EXCLUDING DROPSHIPPING COMMISSION REVENUE

39.2% — **3Q26** +3.9 p.p. y/y

38.2% — **9M26** +2.6 p.p. y/y

MARGIN DRIVERS

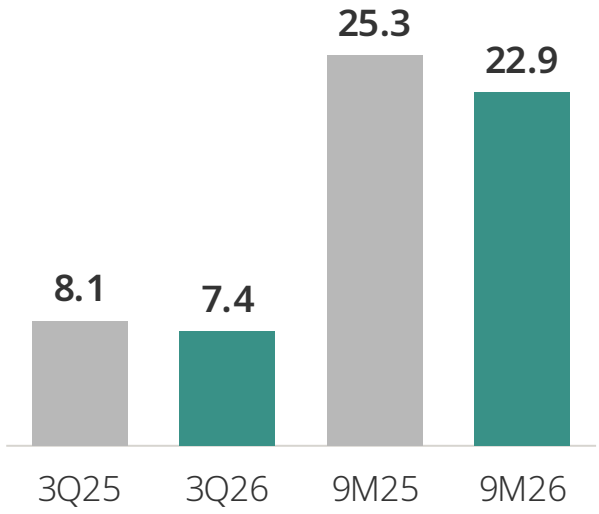
- **Pricing** gains
- Prioritization of **Private Label**
- Better **commercial negotiations**
- **More profitable mix**, led by Kitchen and Tableware

STRUCTURAL EFFICIENCY GAINS REDUCE FULFILLMENT (-8.4%) AND RECURRING SG&A (-10.1%)

Operating expenses of **R$16.1 million** in 3Q26 (**-17.2% y/y**); excluding non-recurring effects, **R$24.3 million (-5.8% y/y)**.

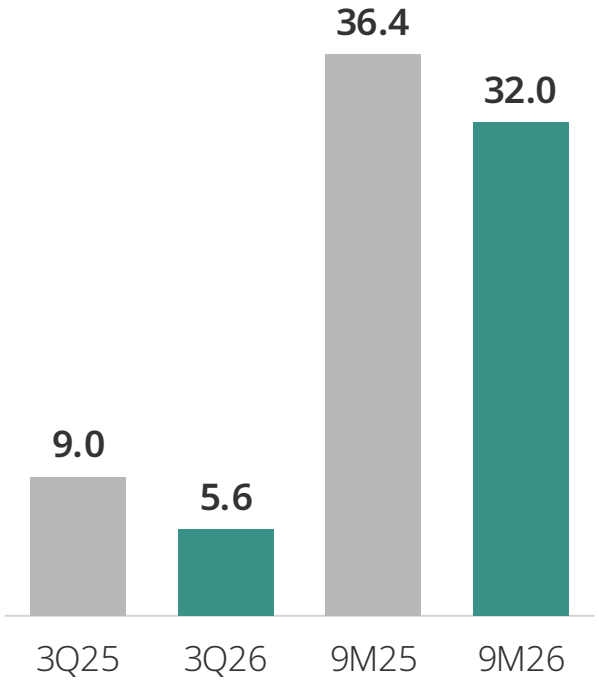
Fulfillment (R$ million)

-8.4% in 3Q | -9.5% in 9M



SG&A (R$ million)

-37.9% in 3Q | -12.0% in 9M



Recurring SG&A Reconciliation (R$ thousand)

Recurring SG&A: -10.1% y/y in 3Q26

	3Q25	3Q26	Chg.
Reported SG&A	**8,977**	**5,577**	**-37.9%**
(+) PIS and COFINS credits	-	5,052	n.a.
(+) ICMS credit (CAT 42)	6,303	-	n.a.
(+) Reversal of provision (SOP)	-	4,208	n.a.
(-) Duplicate systems	-	(1,096)	n.a.
Total non-recurring effects	**6,303**	**8,164**	**+29.5%**
Recurring SG&A	**15,280**	**13,741**	**-10.1%**

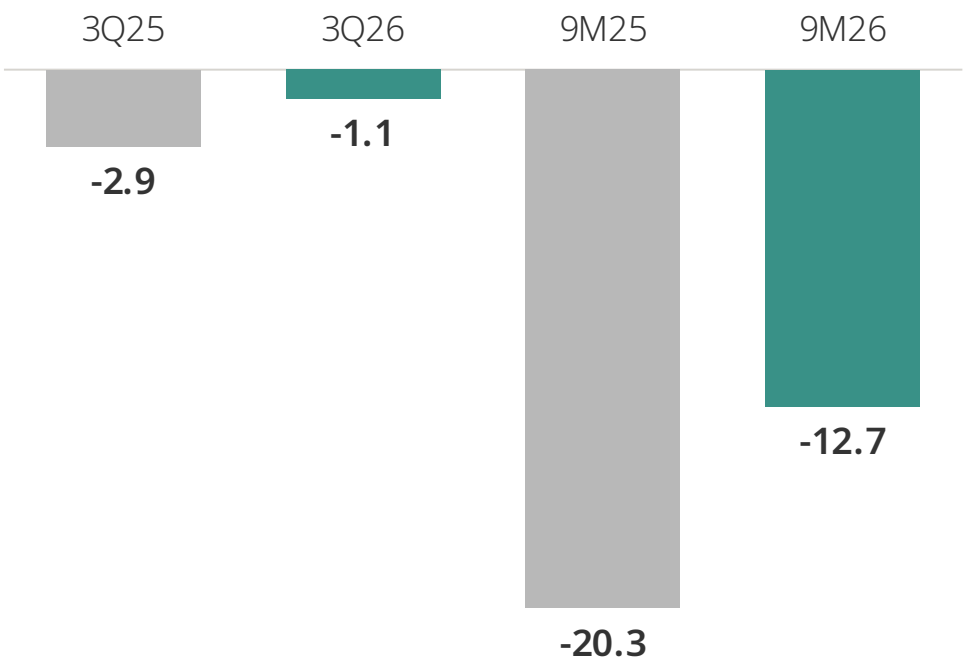
Of the **+R$3.4 million** from SG&A, **R$1.5 million** came from recurring efficiencies and **R$1.9 million** from the higher non-recurring effect vs. 3Q25.

EBITDA (EX-IFRS 16) ADVANCES R$1.8 MILLION IN 3Q26, A 60.6% IMPROVEMENT COMPARED TO 3Q25

SG&A (+R$3.4M) and **fulfillment (+R$0.7M)** more than offset the lower gross profit in the period.

EBITDA (ex-IFRS 16) (R$ million)

+R$1.8M in 3Q | +R$7.5M in 9M



EBITDA Reconciliation (R$ thousand)

Margin (ex-IFRS 16): +4.1 p.p. in 3Q | +6.6 p.p. in 9M

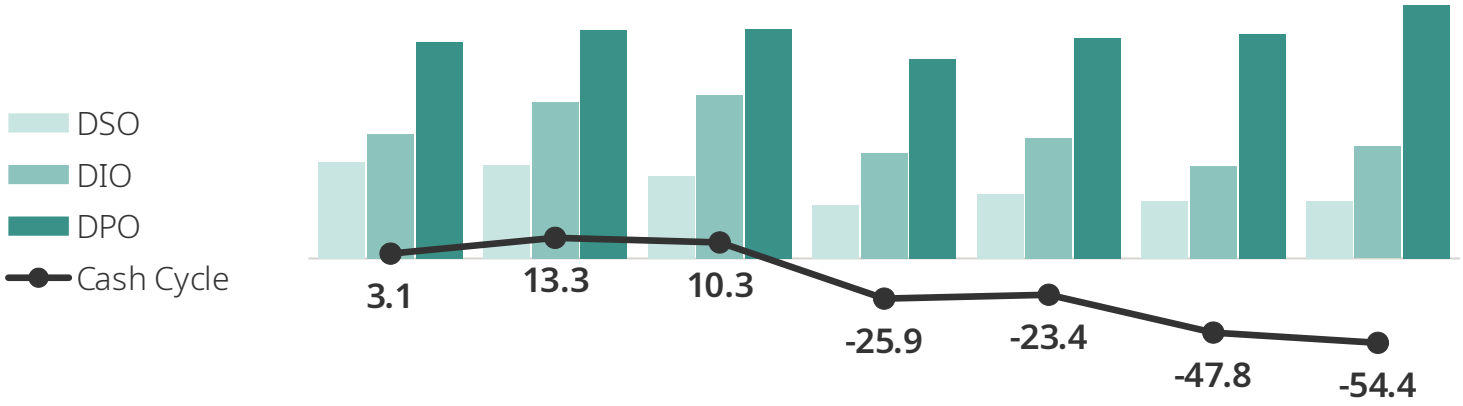
	3Q25	3Q26	Chg.	9M25	9M26	Chg.
Net (Loss) Income	1,878	(2,697)	n.a.	(9,514)	(14,300)	+50.3%
(+/-) Income Taxes (IR/CSLL)	(761)	502	n.a.	(348)	(595)	n.a.
(+/-) Financial Result	(5,750)	(1,363)	-76.3%	(13,925)	(9,457)	-32.1%
(+/-) Depreciation and Amortization	3,684	3,751	+1.8%	10,712	15,709	+46.6%
EBITDA	**(949)**	**193**	**n.a.**	**(13,075)**	**(8,643)**	**-33.9%**
(+/-) IFRS 16	(1,960)	(1,339)	-31.7%	(7,196)	(4,107)	-42.9%
EBITDA (ex-IFRS 16)	**(2,909)**	**(1,146)**	**-60.6%**	**(20,271)**	**(12,750)**	**-37.1%**
EBITDA Margin (ex-IFRS 16)	-7.9%	-3.8%	+4.1 p.p.	-19.3%	-12.7%	+6.6 p.p.

WORKING CAPITAL MANAGEMENT TAKES THE CASH CYCLE TO -54.4 DAYS, A 64.7-DAY IMPROVEMENT IN 12 MONTHS

Negative cycle since 4Q25: the Company collects and turns its inventory **before paying suppliers**, with no additional cash burn.

Cash Conversion Cycle (days)

Reduction of 64.7 days: from 10.3 days in 3Q25 to -54.4 days in 3Q26



(days)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	3Q26
DSO	62.0	60.0	53.2	34.6	41.6	36.8	37.0
DIO	80.3	100.8	105.2	67.9	77.4	59.9	72.2
DPO	139.3	147.5	148.1	128.4	142.4	144.5	163.6
Cash Cycle	**3.1**	**13.3**	**10.3**	**-25.9**	**-23.4**	**-47.8**	**-54.4**

-33.0 days — **Days Inventory Outstanding (DIO)**

Reduction of **33.0 days** vs. 3Q25, from 105.2 to 72.2 days, without compromising supply

-16.2 days — **Days Sales Outstanding (DSO)**

Reduction of **16.2 days** vs. 3Q25, from 53.2 to 37.0 days, reflecting the evolution of the payment method mix

+15.5 days — **Days Payable Outstanding (DPO)**

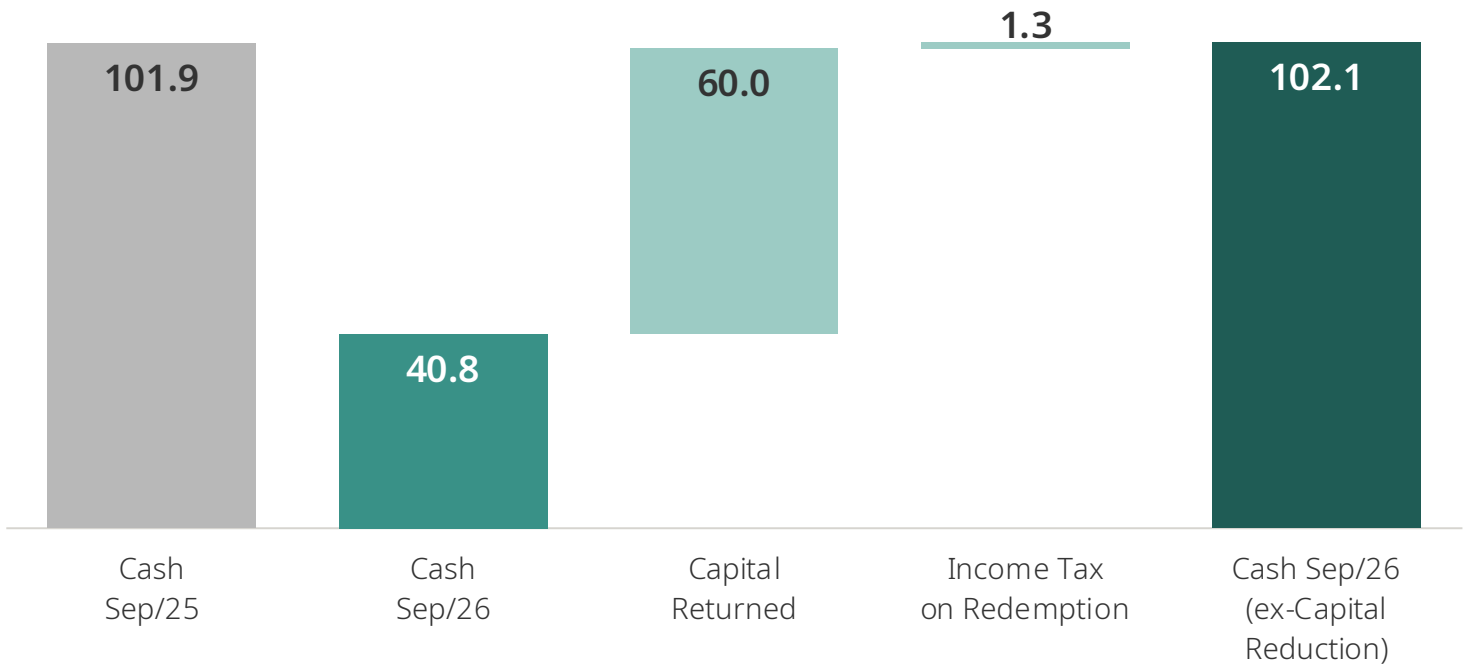
Increase of **15.5 days** vs. 3Q25, from 148.1 to 163.6 days, reflecting the evolution of commercial terms with suppliers

CASH MANAGEMENT: R$0.2 MILLION GENERATED IN 12 MONTHS, EXCLUDING THE EFFECTS OF THE CAPITAL REDUCTION

Excluding the effects of the capital reduction, which totaled R$61.3 million (R$60.0 million returned to shareholders and R$1.3 million in income tax on the redemption), the cash balance would have been **R$102.1 million**, even with the estimated R$2.0 million loss of financial income.

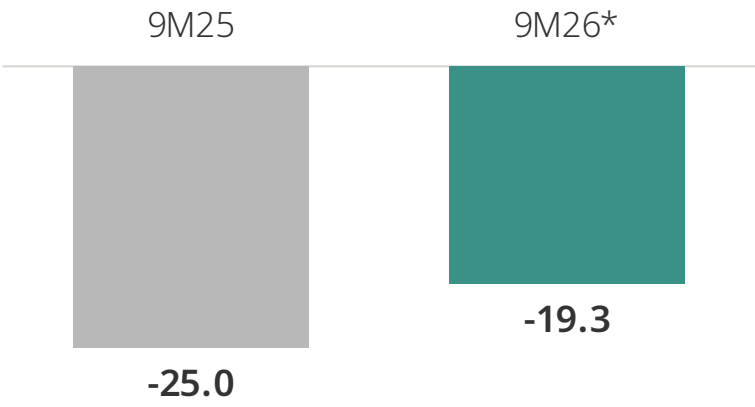
Cash and Cash Equivalents (R$ million)

R$0.2 million generated in 12 months, excluding the effects of the capital reduction



Cash Burn (R$ million)

Improvement of R$5.7 million y/y (-22.8%)



- **Operational improvement:** gross margin, fulfillment, and SG&A
- **Working capital:** lower inventories and receivables

(*) Excluding the capital reduction: excludes the capital returned to shareholders (R$60.0M) and the income tax on the redemption of financial investments (R$1.3M).

BRAND'S 15 YEARS AND A 4X LARGER SPECIFIER NETWORK STRENGTHEN ITS POSITIONING AS AN ASPIRATIONAL BRAND

Strong visibility in the quarter, with presence across **design, architecture, culture, and lifestyle**.

SPECIFIER NETWORK

8,106

registered professionals in Sep/26

+301.9% y/y · vs. 2,017 in Sep/25

- **~4x larger** base in 12 months
- **Three brand ambassadors** engaging architects, designers, and opinion leaders

EARNED MEDIA

R$3.5M

estimated earned media value

106 mentions · ~18.9M impressions

- Featured in **Casa Vogue, Page 9, Estadão, Exame, InfoMoney, Claudia, and Bazaar Interiors**
- Appearance on the **O Varejista** podcast

CELEBRATION AND EVENTS

15 years

of Westwing celebrated in 3Q26

15 years · Spring Event

- **15th anniversary event** with partner brand activations
- **Spring Event** with creators and press

OPERATIONS AND LOGISTICS: SHORTER LEAD TIMES AND HIGHER SERVICE LEVELS IN DELIVERIES

Greater concentration of sales in **own inventory**, optimization of the logistics network, and improved carrier management.

AVERAGE PROMISED DELIVERY TIME

Sep/26 vs. Sep/25

Covers the entire process, from receipt of the goods by the supplier to final delivery to the customer

14.9 days

total average time, vs. **15.1 days** in Sep/25

-12%

in **Furniture**

-10%

in **Décor and Lighting**

TRANSIT TIME (FROM CARRIER TO CUSTOMER DELIVERY) IN 3Q26

WESTLOG · IN-HOUSE LOGISTICS

100%

of deliveries within **1 business day**

Greater São Paulo and the Metropolitan Regions of Jundiaí and Campinas

BRAZIL · NATIONWIDE

94.7%

+2.8 p.p. y/y

of deliveries on time (3Q25: 91.9%)

Average transit time: from 6.5 business days in 3Q25 to **5.2 business days** in 3Q26

RECOGNITION

RA1000
Reclame AQUI

RA1000 seal maintained and **Top 10** in Reclame AQUI's ranking of best companies in Furniture and Décor E-commerce

NEW PLATFORM ALREADY DELIVERS A FASTER AND MORE STABLE EXPERIENCE ON THE WEBSITE AND APP

First performance indicators after the migration to **Salesforce**, compared to the previous period.

WEBSITE

20%

faster on **mobile**

29%

faster on **desktop**

Mobile version **passes Google's Core Web Vitals** assessment, which also supports search visibility

APP

8x **Faster login**
from 20 s to 2.5 s

10x **Faster screen navigation**
from 15 s to 1.5 s

3.5x **Faster checkout**
from 10.62 s to 3 s

With the decommissioning of legacy systems, the remaining duplicate systems costs will be **fully eliminated in 4Q26**, no longer impacting results **from 1Q27 onward**

3Q26 AND 9M26 HIGHLIGHTS

EBITDA (ex-IFRS 16)

+60.6% y/y (3Q26)

and **+37.1% y/y** in 9M26 (margin +6.6 p.p.)

Private Label

39.9% of GMV

+9.3 p.p. y/y in 3Q26 and **+14.5 p.p.** in 9M26

Gross margin

+1.1 p.p. y/y (3Q26)

41.3% of NR; excluding dropshipping commission, +3.9 p.p.

Contribution Margin II

+7.7% y/y (9M26)

margin of **18.9%** (+2.2 p.p. y/y)

Recurring SG&A

-10.1% y/y (3Q26)

to **R$13.7 million**

Cash conversion cycle

-54.4 days (3Q26)

improvement of **64.7 days** vs. 3Q25

Cash generation (last 12 months)

+R$0.2 million

excluding the effects of the capital reduction

Cash burn

-R$5.7 million (-22.8%)

lower cash burn, from R$25.0 million in 9M25 to R$19.3 million in 9M26, ex-capital reduction

Q&A



WESTWING

THANK YOU!

ri@westwing.com.br

ri.westwing.com.br

3Q26 EARNINGS CONFERENCE CALL

São Paulo, November 13, 2026

