



# Apresentação de Resultados

# 1T25





## Disclaimer

Algumas das afirmações aqui contidas se baseiam nas hipóteses e perspectivas atuais da administração da Companhia, **o que pode ocasionar variações materiais entre os resultados, performance e eventos futuros**. Estas perspectivas incluem resultados futuros que podem ser influenciados por resultados históricos e investimentos.

Os resultados reais, desempenho e eventos podem diferir significativamente daqueles expressos ou implicados por essas afirmações, como um resultado de diversos fatores, tais como condições gerais e econômicas no Brasil e outros países; níveis de taxa de juros e de câmbio, renegociações futuras ou pré-pagamento de obrigações ou créditos denominados em moeda estrangeira, mudanças em leis e regulamentos e fatores competitivos gerais em base global, regional ou nacional.



# Destaques Financeiros e Operacionais – 1T25



## Crescimento

39 novas lojas abertas no trimestre, atingindo mais de 1.500 lojas em operação;

- 25 novas lojas no Brasil **1.303 lojas em operação**, superando as 1.292 lojas em 2019;
- 14 novas lojas na Argentina **165 lojas em operação**, superando as 96 lojas em 2019;

Reservas Confirmadas: **+R\$1,0 bi** (+30%) YoY – todas as unidades apresentaram forte crescimento;

- **B2C: +9%** vs. 1T24, ramp-up das lojas abertas em 2024;
- **B2B: +22%** vs. 1T24, mantendo trajetória de crescimento;
- **Argentina: +102%** vs. 1T24, com a forte retomada da economia;



## Rentabilidade

EBITDA<sup>1</sup> de **R\$105MM** (+21% 1T25 vs. 1T24);

- +21% no Brasil YoY e +24% na Argentina YoY;

29% de Margem EBITDA<sup>1</sup>, +1,7p.p. vs. 1T24;

- 28% no Brasil e 31% na Argentina;

Lucro Líquido Ajustado<sup>2</sup> de **R\$24MM** (6X maior que 1T24);



## Estrutura de Capital

Redução da dívida líquida em R\$132MM vs. 1T24,  
redução de 1,9X para 0,9X EBITDA LTM;



Loja Modular - Dirceu  
Teresina - PI

<sup>1</sup> Ebitda Ajustado: reconciliação disponível no website de Relações com Investidores da Companhia, em sua Divulgação de Resultados;

<sup>2</sup> Lucro Líquido Ajustado: ajustes ao prejuízo contábil apurado, reconciliação disponível no website de Relações com Investidores da Companhia, em sua Divulgação de Resultados;



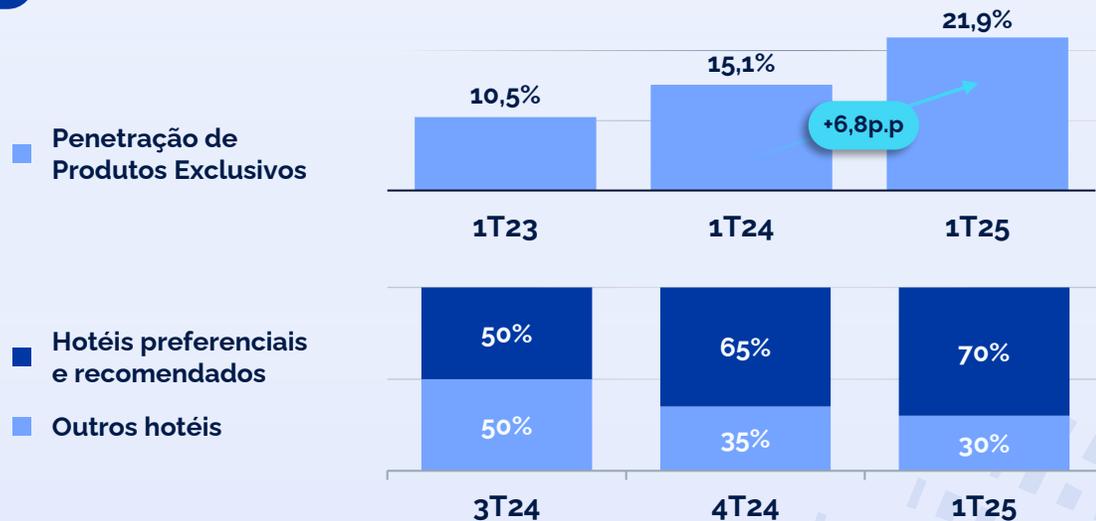
# Destques & Pilares Estratégicos



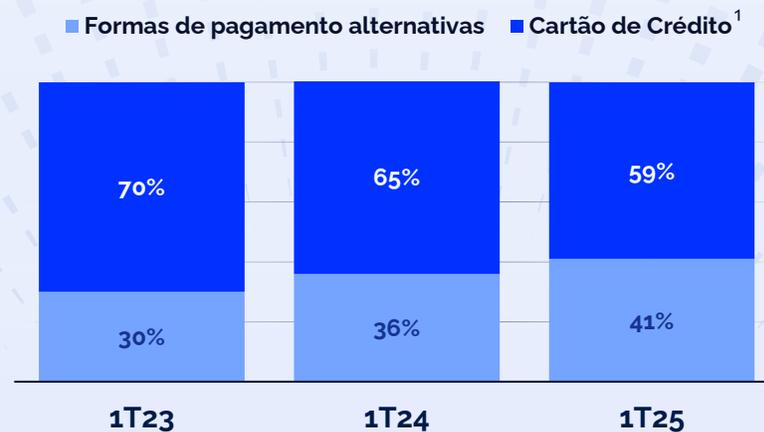


# Pilares Estratégicos

## 1 Produtos Exclusivos

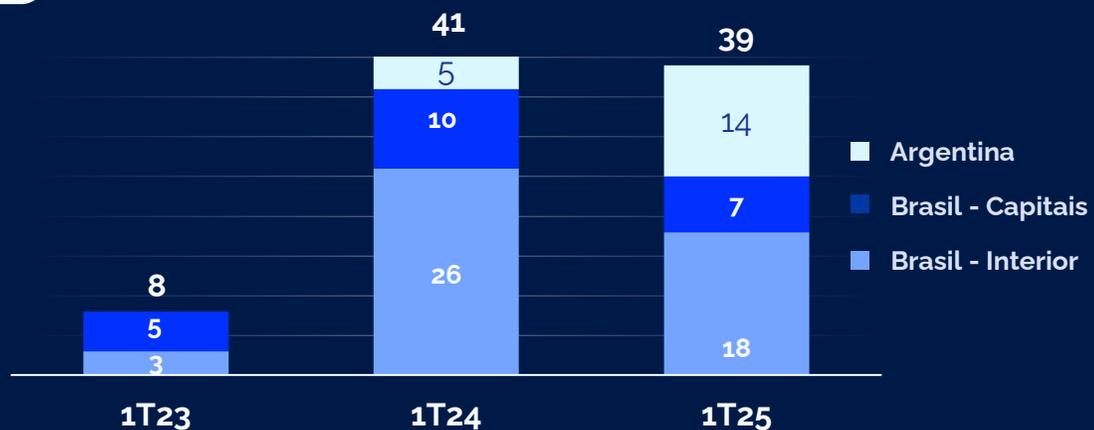


## 2 Formas de pagamento alternativas



<sup>1</sup> Considerando faturamentos direto contra fornecedores, o cartão de crédito representa 46%;

## 3 Aberturas de Lojas – CVC Lazer



## 4 Penetração de vendas Fígital – B2C





# Convenção de Vendas

## Forte alinhamento com Stakeholders

**FUTURO**  
**CVC**  
JUNTOS ONTEM, HOJE E AMANHÃ  
CONVENÇÃO DE VENDAS 2025  
RUMO AOS PRÓXIMOS 50 ANOS



**+2.000** Participantes  
📍 SÃO PAULO - SP

**CONVENÇÃO DE VENDAS 2025**  
REXTUR ADVANCE & VISUAL TURISMO  
TRADIÇÃO EM CONECTAR PESSOAS.



**+250** Participantes  
📍 FOZ DO IGUAÇU - PR

**SUMMIT TREND PORTUGAL**  
**TREND VIAGENS**  
EUROPA É COM AGENTE



**+200** Participantes  
📍 PORTUGAL



# Resultados Financeiros

## 1T25



**Loja de Rua - Timóteo**  
Vale do Aço - MG

### Reservas Confirmadas (R\$ MM)



### Receita líquida<sup>1</sup> (R\$MM) e Take Rate (%)



<sup>1</sup> Receita líquida 1t25: Ajuste de efeitos cambiais, conforme Earnings Release

### Share Produto Exclusivo | CVC Lazer



## Destaques 1t25



Avanços na estratégia *digital* e maturação de novas lojas sustentam o crescimento das vendas.



Desempenho acima do crescimento do mercado aéreo divulgado pela Anac.



Take Rate levemente impactado pelo mix de produtos, **sem redução de mark-up médio.**



Aumento do Share de Produtos exclusivos tem contribuído para a melhoria do capital de giro.

Reservas Confirmadas (R\$ MM)



Receita líquida<sup>1</sup> (R\$MM) e Take Rate (%)



<sup>1</sup> Receita líquida 1T25: Ajuste de efeitos cambiais, conforme Earnings Release

Destaques 1t25



Segmento mantém tendência de crescimento, impulsionado pelo desempenho positivo apresentado pela Rextur Advance, Trend Viagens e Visual Turismo.



Rextur Advance segue na liderança do segmento de consolidação aérea nacional.



Take Rate impactado pelo mix de vendas de produtos aéreo e terrestre.



Sucesso no lançamento do canal de distribuição de inventário da Trend Viagens.



# Argentina

**EBITDA positivo** e forte Lucro Líquido com ganho de **Market Share**



Reservas Confirmadas (R\$ MM)



Receita líquida (R\$MM) e Take Rate (%)



## Destaques 1t25



**Confirmação da retomada da economia, retomando patamares das vendas de 2023.**



Com a retomada, a **margem EBITDA** foi de **31%**, atingindo **R\$25MM** de EBITDA no 1T25.



**14 novas franquias** no 1T25 totalizando **165 lojas ativas**, o que evidencia a confiança do empresário no futuro da economia.



Take Rate do 1T25 impactado pelo **aumento de participação de B2B** nas vendas da Argentina;



## Consolidado

### Receita Líquida e Despesas

Aumento na Receita Líquida e **racionalização de custos e despesas**



#### Receita líquida<sup>1</sup> (R\$MM) e Take Rate (%)



<sup>1</sup> Receita líquida 1t25: Ajuste de efeitos cambiais, conforme Earnings Release

#### Desp. G&A/Receita líquida (R\$ MM) Brasil



#### Desp. Vendas/Reservas Confirmadas (R\$ MM) Brasil



### Destaques 1t25



Aumento do G&A abaixo da inflação, **reduziu a razão sobre a receita líquida em 5,2 p.p. YoY.**

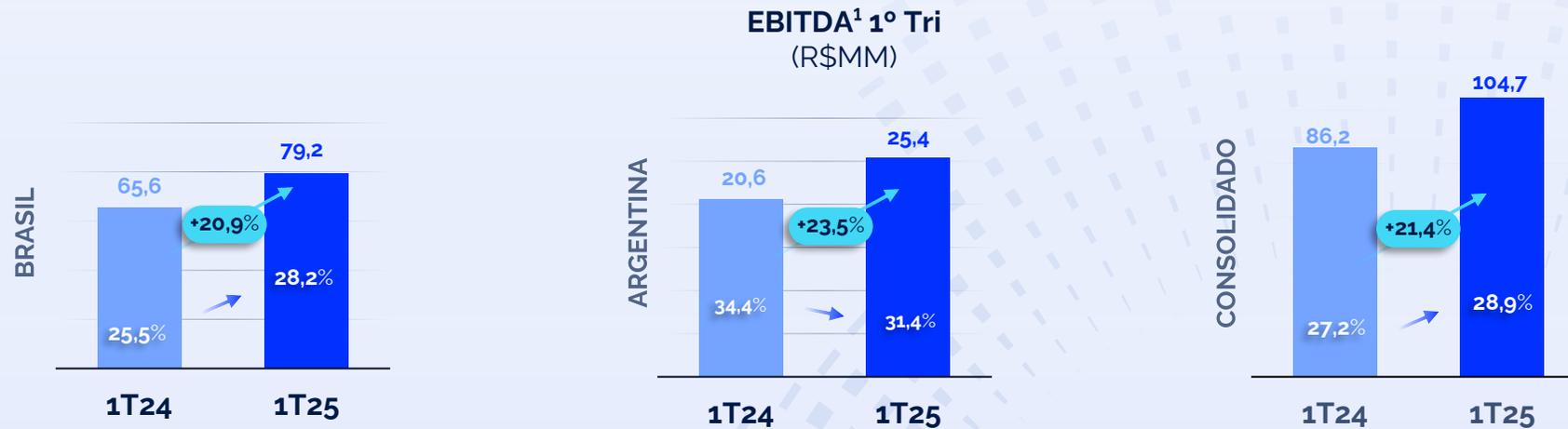


**Redução de 9,4% nas Desp. Venda Brasil (1T25 vs 1T24)** melhorando a razão s/ reservas em **0,5 p.p.**



## Consolidado

### EBITDA<sup>1</sup> e Lucro Líquido Ajustado<sup>2</sup>



### Lucro Líquido Ajustado 1º Tri (R\$MM)



**Crescimento de 21,4%** do EBITDA<sup>1</sup> (YoY), com crescimento de 1,7 p.p de margem.



Lucro Líquido Ajustado<sup>2</sup> atinge **margem líquida de 6,6% no 1T25.**

<sup>1</sup> Ebitda Ajustado conforme Earnings Release;

<sup>2</sup> Lucro Líquido Ajustado ajustes ao prejuízo contábil apurado, reconciliação disponível no website de Relações com Investidores da Companhia, em sua Divulgação de Resultados;



## Estrutura de Capital

Melhoria Operacional e Gestão de Capital de Giro resultam em **evolução significativa na estrutura de capital**

Geração (Consumo) de Caixa Livre R\$MM



O primeiro trimestre **tem sazonalmente um maior consumo de capital de giro potencializado pelo forte crescimento das vendas em 2025**



**Redução da dívida líquida em R\$132MM vs. 1T24, redução de 1,9X para 0,9X EBITDA LTM.**

### Endividamento Geral R\$MM

	1T25	1T24	▲ R\$
<b>Dívida Bruta</b>	(669,2)	(930,5)	261,3
<b>Caixa e Equivalentes</b>	310,9	440,2	(129,3)
<b>Dívida Líquida</b>	(358,3)	(490,3)	132,1
<b>EBITDA<sup>1</sup> LTM</b>	407,8	253,0	154,8
<b>Alavancagem (x EBITDA<sup>1</sup> LTM)</b>	0,9 x	1,9 x	(1,1x)
<b>Recebíveis não Antecipados</b>	370,9	354,5	16,4
<b>Antecipação de Recebíveis</b>	(1.116,0)	(846,4)	(269,6)
<b>Dívida Líquida + Saldos Recebíveis</b>	(1.103,4)	(982,3)	(121,1)



CONVENÇÃO  
DE VENDAS 2025  
REXTUR ADVANCE  
& VISUAL TURISMO  
TRADIÇÃO EM CONECTAR PESSOAS.

CONVENÇÃO  
DE VENDAS 2025  
REXTUR ADVANCE  
& VISUAL TURISMO

# Q&A

