

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

| 2T24



2T24 - Destaques Financeiros e Operacionais

- Redução de **R\$ 345 milhões** no endividamento geral vs 2T23;
- **R\$35 milhões** de Geração de Caixa Operacional, a melhor em 18 trimestres;
- **+16%** nas Reservas Confirmadas – B2C vs 2T23;
- **+21%** na Receita Líquida – Brasil vs 2T23;
- **9,4%** de Take Rate no 2T24, **+1,6 p.p.** vs 2T23;
- **60 lojas** abertas no 2T24, superando marca histórica de inaugurações;
- **R\$ 70 milhões** no EBITDA Ajustado, **+R\$ 87 milhões** vs 2T23.

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ (%)
Reservas Confirmadas	3.546,6	3.824,1	(277,5)	-7,3%	6.720,0	7.860,3	(1.140,4)	-14,5%
Reservas Consumidas	3.253,9	3.603,9	(350,0)	-9,7%	6.579,4	7.592,2	(1.012,8)	-13,3%
Receita Líquida	294,0	269,4	24,7	9,2%	611,4	564,8	46,6	8,2%
Take Rate	9,0%	7,5%	1,6 p.p.	20,9%	9,3%	7,4%	1,9 p.p.	24,9%
EBITDA	58,7	(1,5)	60,3	n/a	141,7	14,1	127,6	906,6%
EBITDA Ajustado	70,3	(16,2)	86,6	n/a	156,5	11,0	145,5	1.319,9%
Margem EBITDA Ajustado	23,9%	-6,0%	30,0 p.p.		25,6%	2,0%	23,7 p.p.	
Lucro (Prejuízo) Líquido	(22,2)	(167,0)	144,8	-86,7%	(56,5)	(294,9)	238,4	-80,8%
Lucro Líquido Caixa	6,8	(156,6)	163,3	n/a	14,1	(255,9)	270,0	n/a

Mercado de Capitais (07/08/24)



CVCB3: R\$ 1,88 por ação
Total de ações: 525.591.097
Valor de mercado: R\$ 1,0 bilhão

Teleconferência de Resultados



08 de agosto de 2024
 10h00 (BRT)/09h00 (EST)
Teleconferência via
Zoom: [clique aqui](#)

Relações com Investidores



<https://www.cvccorp.com.br/ri@cvc.com.br>

As informações operacionais e financeiras a seguir, exceto quando indicado ao contrário, são apresentadas em milhões de reais nominais, elaboradas de acordo com as normas contábeis brasileiras, notadamente a Lei nº 6.404/76 e os pronunciamentos emitidos pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis ("CPC") e aprovados pela comissão de Valores Mobiliários ("CVM") e devem ser lidas em conjunto com as demonstrações financeiras e notas explicativas do período encerrado em 30 de junho de 2024.

Sumário

Mensagem da Administração	4
Reservas Confirmadas e Reservas Consumidas	5
Reservas Confirmadas	5
Rede de Lojas – CVC Lazer (Brasil) e Almundo (Argentina)	6
Produtos Exclusivos – CVC Lazer	7
Reservas Consumidas	7
Receita Líquida e Take Rate	7
Despesas Operacionais	9
EBITDA	10
Resultado Financeiro (Nota Explicativa 21)	11
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre Lucro Líquido Brasil	11
Lucro Líquido e Lucro Líquido Caixa	12
Fluxo de Caixa Gerencial e Investimentos	13
Endividamento Geral	14
Anexo 1: Balanço Patrimonial	15
Anexo 2: Demonstração de Resultados	16
Anexo 3: Fluxo de Caixa - Método Indireto	17
Anexo 4: Representatividade dos meios de pagamento - CVC Lazer	18
Anexo 5: Evolução da rede de lojas	18

Mensagem da Administração

É com satisfação que anunciamos os resultados operacionais e financeiros da CVC Corp, referentes ao 2T24.

Diante da situação enfrentada por diversos municípios do Rio Grande do Sul, além de realizar ações de apoio aos franqueados locais, a CVC participou de um programa de coleta de doações que arrecadou mais de 236 toneladas, a ação que foi uma parceria da **CVC Corp** - responsável dos pontos de coleta de donativos; da **Jamef** – responsável pela coleta dos itens e das companhias aéreas **Latam, Azul e Gol** – responsáveis pela entrega final das doações. Agradecemos aos doadores, franqueados e parceiros pelas contribuições.

Sobre os resultados do 2T24, no B2C, observamos ganho de *market share* na comparação anual e um aumento no nosso ticket médio – enquanto o mercado demonstrou retração no indicador, resultando em um **forte crescimento de 16%** nas Reservas Confirmadas e o *take rate* atingiu 12,9%, um aumento de 1,4 p.p. na comparação anual. Esse desempenho foi impulsionado pelo (i) ramp-up bem-sucedido das lojas recém-inauguradas, (ii) forte crescimento de 10% nas Vendas das Mesmas Lojas (SSS – *Same Store Sales*), (iii) contínua estratégia de impulsionar os produtos exclusivos e (iv) ações de marketing bem-sucedidas. Esses resultados positivos foram alcançados, apesar da perda de vendas no RS, que causou um impacto negativo de cerca de R\$57 milhões em vendas, desconsiderando esse efeito, o crescimento nas vendas teria sido de aproximadamente 21%. Além disso, celebramos a inauguração de 90 novas lojas no Brasil no semestre, maior patamar na história da CVC.

Ainda no B2C, destacamos o aumento da representatividade dos **produtos exclusivos, atingindo 17%** de participação nas vendas domésticas no segmento CVC Lazer. Importante lembrar que, além de ter um forte posicionamento de mercado por sua exclusividade, tais produtos possuem uma dinâmica otimizada de capital de giro, cujos benefícios de caixa serão capturados também aos longos dos próximos trimestres.

No B2B, apesar do impacto significativo do Rio Grande do Sul, que reduziu as vendas em aproximadamente R\$ 24 milhões, as reservas confirmadas recuaram apenas 5% na comparação anual, uma importante redução das quedas apresentadas desde a mudança de posicionamento estratégico dos acordos comerciais com as agências de viagem e do fim da venda aos “milheiros”. Como resultado, temos apresentado crescimentos consistentes na Receita Líquida anual, e neste trimestre, aumentamos o Take Rate em 1,4 p.p. com o **crescimento da Receita Líquida em 25%** na comparação anual. É importante destacar que **no mês de junho, o primeiro mês com a comparação limpa sem o efeito dos milheiros, tivemos um incremento de 2,6% nas Reservas Confirmadas**, evidenciando a mudança de tendência no B2B para crescimento ano contra ano.

No Brasil, como consequência dos fatos apresentados, o resultado consolidado das operações B2C e B2B apresentou um Take Rate de 9,4%, avançando 1,5 p.p. vs o 2T23, gerando um **forte crescimento de 21% na receita líquida** e um EBITDA positivo em R\$61MM, reversão de um EBITDA negativo de R\$31MM no 2T23. Essa melhoria **representa um crescimento de R\$92MM no EBITDA Brasil**.

Na Argentina, percebemos uma melhora significativa no ambiente de negócios nos últimos meses, embora as vendas ainda estejam impactadas pelos ajustes macroeconômicos e a queda no poder de compra da população. Apesar disso, o negócio permanece saudável, gerando EBITDA positivo e forte geração de caixa/lucro líquido. Nos últimos meses, tivemos um ganho relevante de *market share*, o que nos dá confiança em bons resultados futuros, especialmente com a recuperação econômica. Importante destacar que apesar do cenário macroeconômico desafiador, inauguramos seis novas franquias nesse trimestre e temos outras tantas em negociação avançada, o que evidencia a confiança do empresário no futuro da economia.

Após muitos trimestres de consumo de caixa, enfim, apresentamos uma geração de caixa de R\$35MM no 2T24, fruto da melhoria de rentabilidade operacional (EBITDA), disciplina na aprovação de investimentos, ajustes nos meios de pagamentos, e gestão próxima do capital de giro. Dessa forma, o endividamento geral da companhia apresentou uma redução de R\$345MM em relação ao 2T23.

Reservas Confirmadas e Reservas Consumidas

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ (%)
Reservas Confirmadas	3.546,6	3.824,1	(277,5)	-7,3%	6.720,0	7.860,3	(1.140,4)	-14,5%
Brasil	2.873,4	2.739,7	133,7	4,9%	5.516,3	5.702,8	(186,5)	-3,3%
B2C	1.477,7	1.273,6	204,1	16,0%	2.859,0	2.672,2	186,8	7,0%
B2B	1.395,7	1.466,1	(70,4)	-4,8%	2.657,3	3.030,6	(373,3)	-12,3%
Argentina	673,1	1.084,4	(411,2)	-37,9%	1.203,7	2.157,6	(953,8)	-44,2%
Reservas Consumidas	3.253,9	3.603,9	(350,0)	-9,7%	6.579,4	7.592,2	(1.012,8)	-13,3%
Brasil	2.579,0	2.537,4	41,6	1,6%	5.210,3	5.385,1	(174,8)	-3,2%
B2C	1.159,6	1.099,7	59,9	5,4%	2.492,2	2.427,3	64,9	2,7%
B2B	1.419,4	1.437,7	(18,2)	-1,3%	2.718,1	2.957,8	(239,7)	-8,1%
Argentina	674,8	1.066,5	(391,6)	-36,7%	1.369,1	2.207,1	(838,0)	-38,0%

Reservas Confirmadas

R\$ milhões	2T24	2T23 ¹	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23 ¹	Δ (R\$)	Δ (%)
Brasil (sem RS)	2.873,4	2.659,7	213,7	8,0%	5.516,3	5.622,8	(106,5)	-1,9%
B2C (sem RS)	1.477,7	1.217,6	260,1	21,4%	2.858,7	2.616,2	242,5	9,3%
B2B (sem RS)	1.395,7	1.442,1	(46,4)	-3,2%	2.657,6	3.006,6	(349,0)	-11,6%

¹Desconsiderando vendas do Rio Grande do Sul de maio e junho

As Reservas Confirmadas no B2C registraram um crescimento de 16,0% na comparação anual, observamos uma retração no ticket médio do mercado aéreo vs 2T23 (*conforme dados da ANAC*) da ordem de 3%, por outro lado, o ticket médio do B2C apresentou um avanço na mesma base de comparação e, também com base nos dados da ANAC, observamos um ganho de *market share* na comparação anual.

Também, apesar da perda de vendas com os eventos climáticos no Rio Grande do Sul, que reduziu as vendas em aproximadamente R\$ 57 milhões, desconsiderando esse impacto, o aumento nas Reservas Confirmadas seria de 21,4%, impulsionado principalmente pela: **(i)** continuidade do nosso plano de expansão, inaugurando um total de 90 novas lojas no 1º Semestre de 2024, **(ii)** crescente recuperação do canal de lojas físicas com o crescimento nas Vendas nas Mesmas Lojas (SSS – *Same Store Sales*) de 10% vs 2T23, indicador que mede o desempenho da base de lojas maduras da CVC; **(iii)** produtos mais competitivos, principalmente os exclusivos com embarque mais alongado e; **(iv)** melhores condições e opções de pagamento. No semestre, as Reservas Confirmadas do B2C apresentaram incremento de 7,0% na comparação anual.

No B2B, apesar do impacto significativo da situação no Rio Grande do Sul, que reduziu as vendas em aproximadamente R\$ 24 milhões, as Reservas Confirmadas recuaram apenas 4,8% no 2T24 vs 2T23, uma importante atenuação das quedas que vinham sendo apresentadas até então (gráfico abaixo), às quais advinham de dois fatores principais: **(i)** a interrupção das vendas de passagens para milheiros (por conta do risco de crédito) em maio de 2023, movimentação que afetou diretamente a Rextur Advance; e **(ii)** mudança de posicionamento estratégico, visando aprimorar o equilíbrio entre volume e rentabilidade dos acordos comerciais com as agências de viagem, a comparação anual passará a ter mesmos parâmetros estratégicos no próximo trimestre. **No mês de junho, já observamos um incremento de 2,6% nas Reservas Confirmadas** (considerando



que sem o impacto do Rio Grande do Sul, o aumento nas vendas teria sido de 6,9% e, no trimestre, uma queda de 3,2%).

Nas Reservas Confirmadas da **Argentina**, tivemos redução de 37,9% na comparação anual, apresentando uma evolução de 27% sobre o resultado apresentando no 1T24. Esta queda se deve a dois fatores principais: i) redução do *gross-up* de impostos sobre vendas internacionais, alinhado ao crescimento da venda em dólares, onde não há incidência de tais impostos; ii) queda nas vendas de Almundo inferiores às quedas de mercado, dado que observamos um crescimento de *market-share* nos últimos meses. No acumulado do ano, as Reservas Confirmadas da Argentina caíram 44,2% na comparação anual.

Rede de Lojas – CVC Lazer (Brasil) e Almundo (Argentina)

O 2T24 foi encerrado com um total de **1.132 lojas da CVC Lazer**. Deste conjunto, 54 foram recém-inauguradas durante o período, em linha com o plano de aberturas para o ano de 2024. Assim, atingimos **90 inaugurações no semestre, a maior quantidade já atingida desde o início da história da CVC Lazer!**

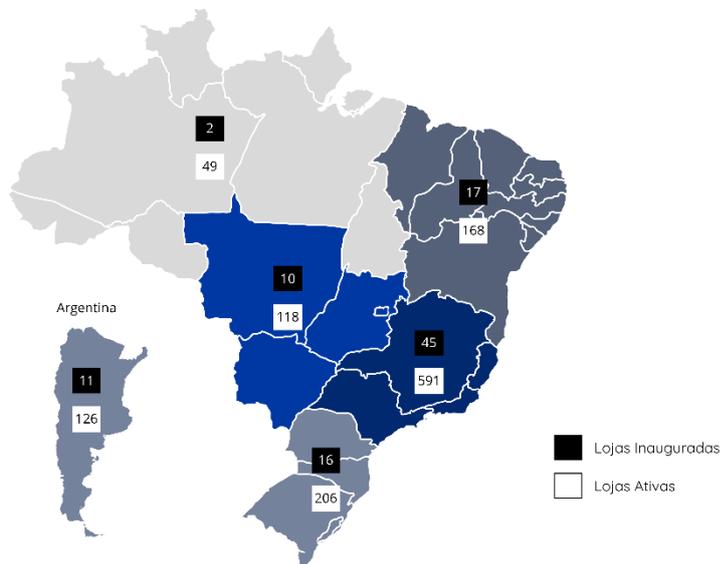
Seguindo com a nossa estratégia de expansão da capilaridade para fora dos grandes centros urbanos, 38 destas aberturas aconteceram fora de capitais, cobrindo diversas regiões, das quais uma parcela de aberturas ocorreu no formato de Quiosque e Modular que são mais baratos, rápidos de abrir e com payback reduzido. Um importante ponto de validação dessa estratégia é que mais da metade das inaugurações vieram por parte de empreendedores que já possuíam franquias da CVC Lazer, **o que evidencia a confiança no modelo de negócios**, bem como aumenta a força de venda habituada com o segmento. Além disso, cerca de 80% das aberturas se deram em municípios em que a CVC Lazer já obteve êxito na performance de vendas e, portanto, existe uma familiaridade com a demanda, em termos de performance de vendas, essas filiais estão atingindo nossa expectativa, sendo que uma parcela importante está acima do planejamento.

Neste trimestre tivemos o encerramento de 6 lojas, quantidade alinhada com o histórico da CVC Lazer. Dessa forma, acumulamos fechamento de 12 lojas no ano, sendo que 5 das lojas inauguradas são nas mesmas regiões, mas em pontos de venda mais bem posicionados.

Também no 2T24, comemoramos a **abertura de 6 novas franquias na Argentina**, acumulando 11 novas aberturas no ano e atingindo o total de 125 franquias pelo país. Essas aberturas evidenciam a confiança do empresário na solidez do futuro da economia do país. Também, estas lojas trarão de volta uma importante capilaridade em regiões como La Pampa, em que a Almundo tinha representatividade no período pré-pandêmico.

CVC Lazer	2T24	1S24
Lojas no início do período	1.084	1.054
Abertura de lojas	54	90
Encerramento de lojas	(6)	(12)
Lojas no final do período	1.132	1.132

Novas lojas	2T24	1T24	% 2T24	% 1T24	1S24	% 1S24
Interior	38	23	70%	64%	61	68%
Capital	16	13	30%	36%	29	32%
Total	54	36			90	



Produtos Exclusivos – CVC Lazer

No segundo trimestre de 2024, observamos um aumento significativo na participação da venda de produtos exclusivos, alcançando uma participação no 2T24 no segmento **CVC Lazer de 16,9% vs 11,3% no mesmo período de 2023, um aumento de 5,6 p.p.**

O crescimento foi impulsionado pela: **(i)** ampliação da oferta de assentos exclusivos no produto aéreo, resultado de negociações estratégicas, **(ii)** fortalecimento das parcerias com hotéis e receptivos, **(iii)** foco na competitividade em relação aos produtos disponíveis no mercado, **(iv)** direcionamento inteligente dos produtos exclusivos dentro do motor de vendas nas lojas, e **(v)** venda de produtos exclusivos no site CVC.

Reservas Consumidas

R\$ milhões	2T24	2T23 ¹	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23 ¹	Δ (R\$)	Δ (%)
Brasil (Sem RS)	2.579,0	2.403,4	175,6	7,3%	5.210,3	5.323,1	(112,8)	-2,1%
B2C (Sem RS)	1.159,6	1.061,7	97,9	9,2%	2.492,2	2.389,3	102,9	4,3%
B2B (Sem RS)	1.419,4	1.413,7	5,8	0,4%	2.718,1	2.933,8	(215,7)	-7,4%

¹Desconsiderando vendas do Rio Grande do Sul de maio e junho

O **B2C** registrou um crescimento de **5,4%** nas reservas consumidas durante o segundo trimestre de 2024, apesar dos impactos do fechamento do aeroporto de Porto Alegre, o que reduziu o embarque em R\$ 38 milhões, desconsiderando tal impacto, o aumento seria de 9,2%, em linha com o crescimento anual de Reservas Confirmadas no 1T24. No acumulado do ano, as Reservas Consumidas apresentaram um crescimento de 2,7% na comparação anual.

No **B2B**, apesar do impacto do Rio Grande do Sul, que reduziu o embarque em R\$24 milhões e dos contratos descontinuados, que somaram R\$72 milhões no 2T23, reduzimos o embarque em apenas 1,3% na mesma comparação. Desconsiderando o efeito do Rio Grande do Sul, teríamos registrado um aumento no embarque de 0,4% vs. 2T23 neste indicador, atribuímos esse crescimento aos produtos terrestres e marítimos, como hotelaria, aluguel de carros e cruzeiros.

Na operação **Argentina**, a redução de 36,7% no trimestre deve-se aos mesmos fatores mencionados na seção das Reservas Confirmadas, uma vez que o prazo entre a venda e o embarque é muito mais curto.

Receita Líquida e Take Rate

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ%	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ%
Receita Líquida	294,0	269,4	24,7	9,2%	611,4	564,8	46,6	8,2%
Brasil	242,7	200,6	42,1	21,0%	500,1	421,9	78,2	18,5%
B2C	149,5	126,0	23,5	18,6%	323,0	277,1	45,9	16,6%
B2B	93,1	74,5	18,6	25,0%	177,1	144,8	32,4	22,4%
Argentina	51,4	68,8	(17,4)	-25,3%	111,3	143,0	(31,7)	-22,2%
Take Rate	9,0%	7,5%	1,6 p.p.	20,9%	9,3%	7,4%	1,9 p.p.	24,9%
Brasil	9,4%	7,9%	1,5 p.p.	19,0%	9,6%	7,8%	1,8 p.p.	22,5%
B2C	12,9%	11,5%	1,4 p.p.	12,5%	13,0%	11,4%	1,5 p.p.	13,5%
B2B	6,6%	5,2%	1,4 p.p.	26,6%	6,5%	4,9%	1,6 p.p.	33,1%
Argentina	7,6%	6,4%	1,2 p.p.	18,0%	8,1%	6,5%	1,7 p.p.	25,5%

Colhendo frutos do foco na rentabilidade, a Receita Líquida da CVC Corp somou R\$ 294,0 milhões no 2T24, um aumento de 9,2% frente a 2T23, **reflexo das operações do Brasil (B2C e B2B) que aumentou 21,0%**.

Importante mencionar que entre maio e junho de 2023, tivemos uma Receita Líquida de aproximadamente R\$ 8,0 milhões em função dos negócios em Porto Alegre e que, por conta das calamidades, não se repetiu. Considerando tal efeito, a Receita Líquida teria aumentado cerca de 12,5%.

O **Take Rate consolidado do 2T24 alcançou 9,0%, um aumento de 1,6 p.p (+9,2% em Receita Líquida) vs 2T23**, resultado da melhoria do indicador em todas as unidades de negócio pelo terceiro trimestre consecutivo, demonstrando a efetividade das ações tomadas pela empresa. No primeiro semestre de 2024 vs. 1S23, o *Take Rate Consolidado* aumentou 1,9 p.p. e a Receita Líquida em 8,2%.

No **B2C, o aumento de 18,6% na Receita Líquida** e de **1,4 p.p.** no Take Rate deve-se:

- (i) à melhor gestão dos produtos exclusivos;
- (ii) à precificação (foco na rentabilidade);
- (iii) melhores condições / negociações com parceiros estratégicos.

No primeiro semestre de 2024, o B2C apresentou aumento de 16,6% vs. 1S23, com avanço de 1,5 p.p. no Take Rate.

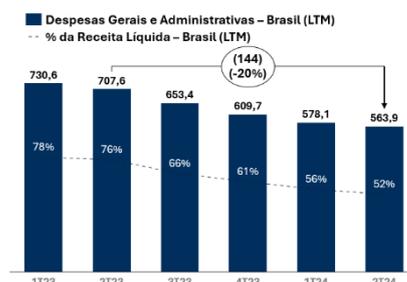
No **B2B, reduzimos nosso volume de vendas priorizando a rentabilidade da operação onde aumentamos o take rate em 1,4 p.p. em função da mudança de posicionamento estratégico** já mencionada, visando aprimorar o equilíbrio entre volume e rentabilidade dos acordos comerciais com as agências de viagem e pela interrupção das vendas de passagens para milheiros (por conta do risco de crédito). No 1S24, a Receita Líquida do segmento apresentou um incremento de 22,4% e o Take Rate aumentou 1,6 p.p., ambos na comparação anual,

Nas operações da **Argentina**, o Take Rate apresentou um incremento de 1,2 p.p. na comparação anual, que fez com que a Receita Líquida apresentasse uma queda de 25,3%, inferior à queda nas Reservas Consumidas que caíram 36,7%. No acumulado do ano, a Receita Líquida se retraiu em 22,2%, em contrapartida, o Take Rate evoluiu 1,7 p.p., nas respectivas comparações anuais.

Despesas Operacionais

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ (%)
Despesas Gerais e Administrativas - Brasil	(142,4)	(156,6)	14,3	-9,1%	(283,4)	(329,3)	45,9	-13,9%
Despesas Gerais e Administrativas - Argentina	(47,6)	(32,7)	(15,0)	45,9%	(78,5)	(76,6)	(1,9)	2,5%
Despesas de Vendas	(49,6)	(88,2)	38,6	-43,8%	(114,1)	(149,7)	35,5	-23,7%
Outras Receitas/Despesas Operacionais	4,3	6,7	(2,3)	-35,0%	6,4	5,1	1,3	25,5%
(=) Desp. Operacionais	(235,3)	(270,8)	35,5	-13,1%	(469,7)	(550,5)	80,8	-14,7%
(-) Itens não recorrentes	11,6	(14,8)			14,8	(3,3)		
(=) Desp. Operacionais Recorrentes	(223,7)	(285,6)	61,9	-21,7%	(454,8)	(553,8)	99,0	-17,9%

As **Despesas Gerais e Administrativas do Brasil apresentaram redução de R\$14,3 milhões ou -9,1%** na comparação no 2T24 vs 2T23, fruto das ações de redução de custos tomadas nos últimos trimestres. A razão das Despesas G&A sobre a Receita Líquida acumuladas nos últimos 12 meses melhoraram em 26 p.p. desde o 1T23, como demonstrado ao lado.



A Despesas Gerais e Administrativas na Argentina apresentaram um aumento de R\$15,0 milhões ou 45,9% na comparação anual, por conta da desvalorização do Dólar frente ao Peso Argentino, posteriormente impactada pela conversão para Reais. No 1S24, as Despesas Gerais e Administrativas da Argentina apresentaram incremento de 2,5% na comparação anual.

Outras Receitas/Despesas Operacionais registraram valor positivo de R\$ 4,3 milhões ante R\$ 6,7 milhões no 2T23, por conta de um menor volume de baixa contábil de débitos operacionais expirados.

Os itens não recorrentes totalizaram R\$ 11,6 milhões, sendo aproximadamente R\$ 7 milhões em consultorias de estratégia e de revisões operacionais pontuais na Argentina realizadas no 4T23.

Despesas de Vendas

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ (%)
Despesas de Vendas	(49,6)	(88,2)	38,6	-43,8%	(114,1)	(149,7)	35,5	-23,7%
Brasil	(45,4)	(70,2)	24,8	-35,4%	(103,5)	(116,9)	13,4	-11,4%
<i>como % das Reservas Confirmadas</i>	-1,6%	<i>-2,6%</i>	<i>1,0 p.p.</i>		-1,9%	<i>-2,1%</i>	<i>0,2 p.p.</i>	
Provisão para perda – PCLD	(4,8)	(18,8)	14,1	-74,6%	(9,4)	(20,9)	11,5	-55,1%
Marketing	(22,5)	(27,7)	5,2	-18,8%	(56,3)	(51,2)	(5,1)	10,0%
Custo do Cartão de Crédito	(18,1)	(23,6)	5,6	-23,5%	(37,8)	(44,8)	7,0	-15,5%
Argentina	(4,2)	(17,9)	13,7	-76,6%	(10,6)	(32,8)	22,2	-67,7%
<i>como % das Reservas Confirmadas</i>	-0,6%	<i>-1,7%</i>	<i>1,0 p.p.</i>		-0,9%	<i>-1,5%</i>	<i>0,6 p.p.</i>	

PCLD (Provisão para Crédito de Liquidação Duvidosa), redução de R\$14,1 milhões na comparação anual devido a uma provisão não recorrente de aproximadamente R\$10 milhões relacionada aos clientes do mercado de milhagem do B2B. Além disso, vemos uma melhoria nos títulos vencidos proveniente da evolução dos processos e controles de cobrança da Companhia.

As **despesas com marketing** reduziram R\$5,2 milhões na comparação anual, por conta das despesas com a convenção de vendas da CVC Lazer que aconteceu em junho de 2023 e, em 2024 ocorreu em março.

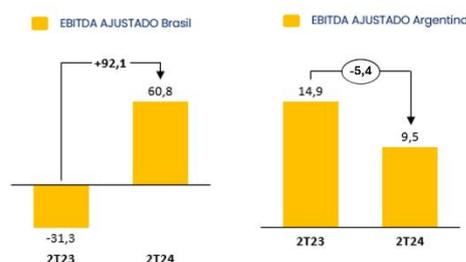
Custos com Cartão de Crédito, redução de R\$5,6 milhões, a redução advém da menor utilização do cartão de crédito como meio de pagamento e, da redução na taxa de cartão de crédito em função da entrada de uma nova adquirente no 4T23.

Na operação da **Argentina**, as despesas com vendas reduziram 76,6%, por conta: (i) redução de 70% nas despesas com cartão de crédito, oriundo da menor utilização do cartão como meio de pagamento, (ii) 33% de redução nas despesas com marketing, queda relacionada com a redução das vendas e controle de custos.

EBITDA

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ (%)
EBITDA	58,7	(1,5)	60,3	n/a	141,7	14,1	127,6	n/a
(+) Equivalência Patrimonial	0,0	0,1	(0,1)	-99,3%	0,0	0,3	(0,3)	-99,2%
(-) Itens não Recorrentes	11,6	(14,8)			14,8	(3,3)		
EBITDA Ajustado	70,3	(16,2)	86,6	n/a	156,5	11,0	145,5	1.319,9%

No 2T24, A CVC Corp registrou **EBITDA Ajustado de R\$ 70,3 milhões com uma margem ajustada de 23,9%**, apresentando crescimento de R\$ 86,6 milhões vs 2T23. Destacamos o desempenho da operação no **Brasil** que registrou um crescimento de **R\$ 92,1 milhões**, evidenciando a eficiência operacional e a melhoria da rentabilidade com o objetivo de maximizar a geração de valor sobre o capital investido.



No acumulado do ano o **EBITDA Ajustado atingiu R\$156,5 milhões, com a margem de 25,6%**, comparado com R\$11,0 milhões no mesmo período do ano anterior, ou seja, um incremento de R\$145,5 milhões.

Resultado Financeiro (Nota Explicativa 21)

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ (%)
Resultado Financeiro	(16,6)	(116,5)	99,9	-85,7%	(84,2)	(213,2)	129,1	-60,5%
Despesas Financeiras	(62,3)	(116,2)	54,0	-46,4%	(143,1)	(221,4)	78,4	-35,4%
Encargos Financeiros	(34,8)	(43,4)	8,5	-19,7%	(73,1)	(93,2)	20,1	-21,6%
Juros sobre Antecipação de Recebíveis	(16,5)	(35,1)	18,6	-52,9%	(39,6)	(76,4)	36,8	-48,2%
Juros Passivos IFRS 16	(1,2)	(1,0)	(0,2)	21,2%	(2,7)	(2,2)	(0,5)	22,3%
Outras Despesas Financeiras	(9,7)	(36,8)	27,1	-73,7%	(27,7)	(49,6)	21,9	-44,1%
Receitas Financeiras	27,4	11,6	15,8	136,7%	47,0	31,8	15,2	47,7%
Rendimento de Aplicações Financeiras	2,0	3,6	(1,6)	-45,4%	12,6	20,4	(7,8)	-38,2%
Juros Ativos	2,0	5,5	(3,6)	-64,2%	3,7	7,2	(3,5)	-49,2%
Atualização de Depósito Judicial	1,4	1,7	(0,3)	-16,0%	2,0	3,8	(1,8)	-48,1%
Outras Receitas Financeiras	22,0	0,7	21,3	n/a	28,8	0,4	28,3	n/a
Varição Cambial	18,2	(11,9)	30,1	n/a	11,9	(23,6)	35,6	n/a

O Resultado Financeiro totalizou uma despesa de R\$ 16,6 milhões no 2T24, a redução em comparação ao 2T23, deve-se a:

- (i) **Encargos Financeiros** - redução de R\$8,5 milhões – efeito da renegociação das debêntures em abril de 2023;
- (ii) **Juros de Antecipação de Recebíveis** - redução de R\$18,6 milhões – diante da menor necessidade de capital de giro, como explicado mais adiante, na seção do Fluxo de Caixa Gerencial e Endividamento;
- (iii) **Outras Despesas Financeiras** – variação decorrente do pagamento de prêmio de R\$26,8 milhões no *reperfilamento* do endividamento em abril de 2023;
- (iv) **Outras Receitas Financeiras** – Melhoria de R\$22,0 milhões advinda, principalmente, do maior volume de venda em dólar na Argentina – com consequente ganho cambial na conversão;
- (v) **Ganho com Varição Cambial** – R\$18,2 milhões, decorrente da marcação a mercado de contratos derivativos para compensar oscilações cambiais (*Hedge*).

Imposto de Renda e Contribuição Social sobre Lucro Líquido Brasil

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ (%)
Prejuízo antes de IR e CS - Brasil	(22,2)	(164,6)	142,4	-86,5%	(68,0)	(303,5)	235,5	-77,6%
(+) IR e CS	(6,5)	8,2	(14,7)	n/a	(7,3)	14,1	(21,4)	n/a
Alíquota efetiva	29,4%	-5,0%	34,3 p.p		10,7%	-4,7%	15,4 p.p	

Nas subsidiárias brasileiras, mesmo com o reconhecimento de prejuízos contábeis, apurou-se uma despesa de IR diferido devido a reversões de provisões para demandas judiciais e administrativas. Excluindo esse efeito, a alíquota ficaria perto de zero, resultado compatível com os benefícios.

Por fim, destacamos a promulgação do novo formato do Programa de Recuperação do Setor de Eventos (PERSE), o qual beneficia o planejamento tributário das operações brasileiras, o PERSE foi um programa criado para compensar setores da economia prejudicados pela pandemia, reduzindo a zero as alíquotas de IRPJ, CSLL, PIS e COFINS até 2027. No entanto, em dezembro de 2023, foi publicada a Medida Provisória (MP) nº 1.202/2023, que

suprimiu gradualmente os benefícios do PERSE. Além disso, foi apresentado o PL 1026/2024, que redesenhou o PERSE, reduzindo os CNAEs beneficiados de 44 para 12, excluindo agências de viagem e operadoras turísticas, entre outros segmentos. Diante desse cenário prejudicial para as agências e o setor de turismo, a CVC atuou ativamente com estudos e reuniões no Congresso Nacional, demonstrando os impactos negativos que o encerramento antecipado traria para as empresas em plena recuperação, como insegurança jurídica e financeira, perda de empregos e encarecimento dos produtos turísticos. Após esse trabalho em conjunto com as associações do setor de turismo, o pedido foi acatado e as agências/operadoras foram incluídas no texto final sancionado pelo Presidente da República em 22/05/2024. A CVC Corp (todas as empresas do grupo no Brasil) foi contemplada no programa.

Destaca-se que para 2024, o benefício de PIS/COFINS/IRPJ/CSLL permanece inalterado, ou seja, não haverá recolhimento desses tributos nas receitas operacionais. Já para 2025 e 2026, foi criada uma regra para as empresas do lucro real, como é o caso da CVC Corp, onde a empresa poderá optar por: (i) isenção de PIS e COFINS ou (ii) compensação dos prejuízos.

Lucro Líquido e Lucro Líquido Caixa

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ (%)
EBITDA	58,7	(1,5)	60,3	n/a	141,7	14,1	127,6	n/a
(+) Depreciação e amortização	(58,6)	(53,7)	(4,8)	8,9%	(108,4)	(105,7)	(2,7)	2,5%
Software	(36,9)	(37,5)	0,6	-1,6%	(68,3)	(67,6)	(0,6)	0,9%
Aquisição de Controladas	(10,6)	(10,3)	(0,3)	3,3%	(21,3)	(23,9)	2,6	-11,0%
Depreciação e IFRS16	(11,1)	(6,0)	(5,1)	84,9%	(18,8)	(14,2)	(4,7)	32,9%
(+) Resultado Financeiro	(16,6)	(116,5)	99,9	-85,7%	(84,2)	(213,2)	129,1	-60,5%
Prejuízo antes de IR e CS	(16,4)	(171,8)	155,4	-90,4%	(50,8)	(304,9)	254,1	-83,3%
(+) IR e CS	(5,7)	4,8	(10,6)	n/a	(5,7)	10,0	(15,7)	n/a
Lucro/Prejuízo Líquido	(22,2)	(167,0)	144,8	-86,7%	(56,5)	(294,9)	238,4	-80,8%
Lucro Líquido Caixa	6,8	(156,6)	163,4	n/a	14,1	(255,9)	270,0	-105,5%

As **Depreciações e Amortizações** da Companhia no 2T24 somaram R\$ 58,6 milhões, um aumento de R\$4,8 milhões na comparação anual, reflexo de um aumento nas amortizações do IFRS16 (Arrendamento Mercantil) relacionado a incrementos nos contratos de tecnologia.

O **Lucro Líquido Caixa no 2T24**, reflete o Lucro Líquido reportado pela Companhia, ajustado por depreciação/amortização, Capex e itens não recorrentes, foi **positivo em R\$ 6,8 milhões, crescimento de R\$ 163,4 milhões vs 2T23**.

Fluxo de Caixa Gerencial e Investimentos

Historicamente, a Companhia se utiliza da antecipação de recebíveis de cartão de crédito como meio de equilibrar suas necessidades de capital, como efeito contábil destas transações, temos: **(i)** o reconhecimento do seu custo no resultado financeiro, **(ii)** a baixa do contas a receber contra o caixa e **(iii)** amortização de títulos antecipados anteriormente. Ressaltamos que tal operação envolve exclusivamente antecipação de contas a receber de clientes realizadas com cartão de crédito, no fluxo abaixo reclassificamos tais efeitos para o Caixa Proveniente das Atividades de Financiamentos.

R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	Δ (%)	1S24	1S23	Δ (R\$)	Δ (%)
Prejuízo antes do IR e da CS	(16,4)	(171,8)	155,4	-90,4%	(50,8)	(304,9)	254,1	-83,3%
Lançamentos sem efeito de caixa	97,8	179,1	(81,3)	-45,4%	212,5	329,3	(116,8)	-35,5%
Necessidades de Capital de Giro	(5,4)	(71,2)	65,8	-92,4%	(130,8)	(327,5)	196,7	-60,1%
Investimentos	(41,2)	(28,6)	(12,6)	44,2%	(52,6)	(63,4)	10,8	-17,0%
Geração (consumo) de caixa operacional	34,7	(92,5)	127,3	n/a	(21,8)	(366,5)	344,7	-94,1%
Caixa aplicado nas atividades de financiamento	(239,6)	316,5	(556,2)	n/a	(227,1)	332,2	(559,2)	n/a
Variação Cambial Caixa e Equivalentes	8,9	(4,1)	13,0	n/a	10,2	(7,1)	17,3	n/a
Variação líquida de caixa	(196,0)	219,9	(415,9)	n/a	(238,7)	(41,4)	(197,3)	n/a
Caixa e equivalentes no início do período	440,2	426,2			482,8	687,5		
Caixa e equivalentes no final do período	244,2	646,1			244,2	646,1		

A melhoria de R\$ 127,3 milhões no Fluxo de Caixa Operacional decorre de:

- (i) **Prejuízo antes do IRC/LL – melhoria de R\$ 155,4 milhões**, em função do aumento da Receita Líquida e da redução das despesas, conforme detalhado nas respectivas seções;
- (ii) **Necessidades de Capital de Giro – melhoria de R\$ 65,8 milhões** – pautado principalmente pela melhoria da dinâmica de Capital de Giro no Brasil, reflexo do aumento da participação dos produtos exclusivos, sua comercialização com maior antecedência do embarque.

O aumento de R\$556,2 milhões no consumo de Caixa nas Atividades de Financiamento decorre (entre outras):

- (i) do aumento de capital realizado no 2T23 que reforçou o caixa em R\$521,8 milhões.
- (ii) da amortização de R\$188 milhões de endividamento/juros no 2T23;
- (iii) da amortização de R\$167 milhões de debêntures/dívida de M&A em maio de 2024 e;
- (iv) da amortização no 2T24 de R\$67,8 milhões dos recebíveis antecipados.

Adicionalmente, entre o 2T23 e o 2T24, a companhia realizou uma **Tender Offer em setembro de 2023 no montante de R\$75 milhões** para as debêntures existentes até então, com o intuito de otimizar sua estrutura de capital, as debêntures adquiridas na oferta foram canceladas no mesmo mês.

No 2T24, a CVC Corp realizou R\$41,2 milhões em investimentos (CAPEX), o que representa um incremento de R\$12,6 milhões na comparação anual. Importante mencionar que R\$17 milhões desse aumento está relacionado a reclassificação entre Ativo de Despesas Antecipadas e Ativo Intangível (R\$14 milhões) e Licenças de Software (R\$3 milhões), ambos os valores **não se repetirão nos próximos trimestres**. No acumulado do ano, os investimentos realizados somam R\$52,6 milhões, **uma redução de R\$10,7 milhões na comparação anual**. Os investimentos são voltados para evolução e implementação de novas tecnologias empregadas nas operações e nas áreas de suporte, bem como para mitigação de riscos e atendimento de regulamentações setoriais.

Endividamento Geral

Tendo em vista a prática de antecipação de recebíveis de cartão de crédito mencionada acima, passamos a apresentar o endividamento da CVC Corp englobando os saldos antecipados de recebíveis e os saldos não antecipados, conforme demonstrado abaixo.

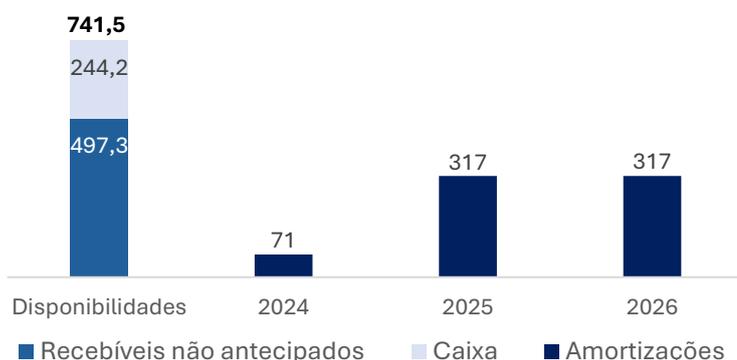
R\$ milhões	2T24	2T23	Δ (R\$)	1T24	Δ (R\$)
Debêntures	(705,3)	(790,9)	85,6	(823,0)	117,7
Curto Prazo	(74,9)	(27,0)	(48,0)	(194,6)	119,7
Longo Prazo	(630,4)	(764,0)	133,6	(628,4)	(2,0)
Contas a pagar de aquisição de controlada	(93,8)	(101,0)	7,1	(107,5)	13,6
Curto Prazo	(5,4)	(20,6)	15,3	(21,1)	15,8
Longo Prazo	(88,4)	(80,3)	(8,1)	(86,3)	(2,1)
Dívida Bruta	(799,2)	(891,9)	92,7	(930,5)	131,3
Caixa e Equivalentes	244,2	646,1	(402,0)	440,2	(196,0)
Dívida Líquida	(555,0)	(245,7)	(309,3)	(490,3)	(64,7)
Antecipação de recebíveis	(778,6)	(1.051,8)	273,2	(846,4)	67,8
Recebíveis não antecipados ¹	497,3	116,4	380,9	354,5	142,8
Dívida Líquida + recebíveis	(836,3)	(1.181,2)	344,8	(982,3)	145,9

¹ inclui reserva financeira de adquirentes e não inclui saldo de boletos não antecipados;

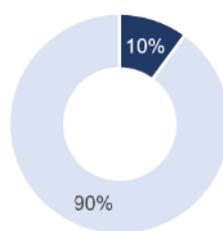
Ao final de 30 de junho de 2024, a dívida líquida considerando saldos de recebíveis era de R\$ 836,3 milhões, apresentou uma redução de R\$344,8 milhões na comparação com o 2T23 e, na comparação com o 1T24, vemos uma redução de R\$145,9 milhões, decorrente da (i) gestão eficiente do capital de giro – como já comentado e (ii) da menor necessidade de antecipação de recebíveis com a evolução dos resultados operacionais.

Adicionalmente, a Companhia possui R\$203 milhões de saldo de boletos **não antecipados** (financiamento próprio), não considerado no quadro acima.

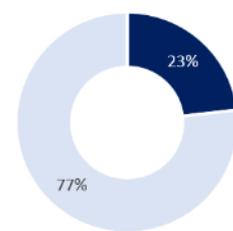
Disponibilidades CVC Corp | Amortizações de principal das Debêntures (R\$ milhões)



Perfil da Dívida - 2T24



Perfil da Dívida - 1T24



ANEXOS

Anexo 1: Balanço Patrimonial

R\$ milhões	30/06/2024	31/12/2023
Ativo Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	244,2	482,8
Aplicações financeiras	87,0	130,5
Instrumentos financeiros derivativos	22,1	0,0
Contas a receber de clientes	1.079,5	842,6
Adiantamentos a fornecedores	565,8	712,1
Despesas antecipadas	57,2	44,3
Impostos a recuperar	37,2	36,9
Outras contas a receber	114,7	52,1

R\$ milhões	30/06/2024	31/12/2023
Passivo Circulante		
Debêntures	74,9	161,5
Instrumentos financeiros derivativos	0,0	3,2
Fornecedores	630,1	867,9
Contratos a embarcar antecipados	1.469,2	1.236,9
Salários e encargos sociais	79,7	72,5
Impostos de Renda e Contribuição Social correntes	4,8	5,0
Impostos e contribuições a pagar	30,5	33,9
Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	5,4	22,1
Passivo de arrendamento	17,3	25,1
Outras contas a pagar	60,9	50,1

Total do Ativo Circulante 2.207,7 2.301,4

Total do Passivo Circulante 2.372,9 2.478,3

Ativo Não Circulante		
Despesas pagas antecipadamente	11,1	8,9
Impostos a recuperar	4,7	3,7
Impostos diferidos	543,1	546,1
Depósito judicial	155,5	162,4
Outras contas a receber	1,1	1,2
Investimentos	4,2	4,2
Ativo imobilizado	27,9	29,0
Ativo intangível	889,0	911,2
Ativos de Direito de Uso	52,6	62,8

Passivo Não Circulante		
Debêntures	630,4	628,5
Impostos de Renda e Contribuição Social a Pagar	4,5	8,9
Provisão demandas jud. e adm. e passivo contingente	160,1	170,9
Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	88,4	85,0
Passivos de Arrendamento	33,7	43,4
Contratos a embarcar antecipados	5,3	2,2
Outras contas a pagar	37,4	5,7

Total do ativo não circulante 1.689,2 1.729,5

Total do passivo não circulante 959,9 944,7

Total do Passivo 3.332,7 3.422,9

Patrimônio Líquido		
Capital social	1.755,3	1.755,3
Reservas de capital	1.232,2	1.224,6
Ágio em Transição de Capital	(183,8)	(183,8)
Reservas de lucros	0,0	0,0
Outros resultados abrangentes	61,9	56,8
Ações em Tesouraria	(0,1)	(0,1)
Prejuízos acumulados	(2.301,3)	(2.244,7)

Total do Patrimônio Líquido 564,1 608,0

Total do Ativo 3.896,9 4.030,9

Total do Passivo e Patrimônio Líquido 3.896,9 4.030,9

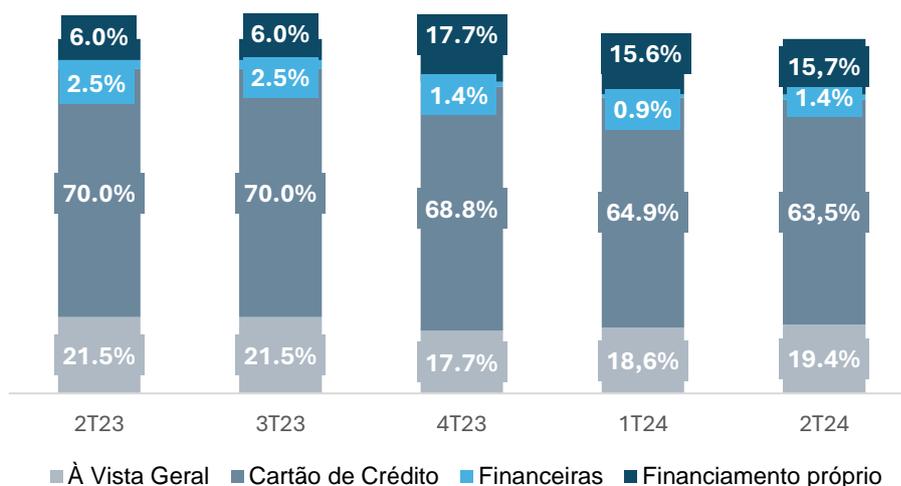
Anexo 2: Demonstração de Resultados

Demonstração do Resultado do Exercício	CONSOLIDADO			
	2T24	2T23	1S24	1S23
R\$ milhões				
Receita líquida (Lucro Bruto)	294,0	269,4	611,4	564,8
Receitas (despesas) operacionais	-	-	-	-
Despesas de vendas	(44,8)	(67,9)	(104,8)	(126,6)
Perda por redução ao valor recuperável das contas a receber	(4,8)	(20,3)	(9,4)	(23,0)
Despesas gerais e administrativas	(190,0)	(189,3)	(362,0)	(405,9)
Equivalência Patrimonial	(0,0)	(0,1)	(0,0)	(0,3)
Outras receitas operacionais	16,3	48,1	51,6	93,1
Outras despesas operacionais	(11,9)	(41,5)	(43,5)	(87,9)
EBITDA	58,7	(1,5)	141,7	14,1
Depreciação e amortização	(58,6)	(53,7)	(108,4)	(105,7)
EBIT	0,2	(55,4)	33,3	(91,9)
Resultado Financeiro	(16,6)	(116,5)	(84,2)	(213,2)
Lucro/Prejuízo antes do imposto de renda e contribuição social	(16,4)	(171,9)	(50,8)	(305,2)
Imposto de renda e CS	(5,7)	4,8	(5,7)	10,0
Corrente	(0,1)	(2,3)	(0,1)	(2,3)
Diferido	(5,7)	4,8	(5,6)	10,0
Lucro/Prejuízo líquido do exercício	(22,2)	(167,0)	(56,5)	(295,2)

Anexo 3: Fluxo de Caixa - Método Indireto

Demonstração do fluxo de caixa	2T24	2T23	1S24	1S23
<i>Em R\$ milhões</i>				
Resultado do período	(16,4)	(171,9)	(50,8)	(304,9)
Depreciação e amortização	58,6	53,7	108,4	105,7
Perda estimada para ajustes ao seu valor recuperável	4,8	20,3	9,4	23,0
Juros e variações monetárias e cambiais	32,2	100,3	91,0	189,6
Equivalência patrimonial	0,0	0,1	0,0	0,3
Provisão para demandas judiciais e administrativas	(1,0)	15,6	(4,0)	19,8
Outras provisões	4,4	(12,6)	8,4	(12,7)
Baixa de imobilizado, intangível e contratos de aluguéis – IFRS 16	(1,1)	1,6	(0,6)	3,6
Ajustes para reconciliar o resultado do exercício com o caixa das atividades operacionais:	81,4	7,3	161,7	24,4
Contas a receber de clientes	(245,3)	(115,5)	(281,1)	(229,3)
Adiantamentos a fornecedores	(71,5)	(134,6)	161,5	(131,1)
Fornecedores	(37,8)	88,2	(261,3)	19,0
Liquidação de instrumentos derivativos	0,4	(4,4)	0,4	(5,3)
Contas a pagar - partes relacionadas	0,0	-	0,0	-
Contratos a embarcar antecipados	241,0	148,8	224,0	164,5
Variação em tributos a recuperar/ recolher	(8,3)	1,0	(8,4)	(4,5)
Salários e encargos sociais	2,8	(27,6)	5,5	(18,2)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(0,1)	(0,4)	(0,3)	(0,7)
Provisão para demandas judiciais e administrativas	(9,3)	(6,0)	(16,5)	(14,6)
Variação em outros ativos	54,3	(17,2)	(19,9)	(56,7)
Variação em outros passivos	0,5	(3,9)	30,5	(11,3)
Caixa líquido nas atividades Operacionais	8,1	(64,4)	(4,0)	(263,7)
Ativo imobilizado	(2,1)	(1,4)	(2,5)	(1,9)
Ativo intangível	(39,1)	(27,2)	(50,1)	(61,5)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimentos	(41,2)	(28,6)	(52,6)	(63,4)
Liquidação de empréstimos / debêntures	-	(124,4)	-	(124,4)
Aumento de capital no exercício de ações	-	521,8	-	521,8
Juros pagos	(152,8)	(63,7)	(155,6)	(78,3)
Aquisição de controladas	(14,1)	(14,8)	(15,2)	(14,8)
Pagamento de aluguéis - IFRS 16	(4,9)	(2,0)	(21,5)	(11,4)
Caixa líquido gerado nas atividades de financiamento	(171,8)	317,0	(192,2)	292,8
Variação Cambial Caixa e Equivalentes	8,9	(4,1)	10,2	(7,1)
(Redução) aumento de caixa e equivalentes de caixa líquidos	(196,0)	219,9	(238,7)	(41,4)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	440,2	426,2	482,8	687,5
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	244,2	646,1	244,2	646,1

Anexo 4: Representatividade dos meios de pagamento - CVC Lazer



Anexo 5: Evolução da rede de lojas

Lojas	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24
Brasil	1.092	1.088	1.105	1.137	1.185
CVC	1.040	1.038	1.054	1.084	1.132
Próprias	5	5	5	4	4
Franquias	1.035	1.033	1.049	1.080	1.128
Experimento	52	50	51	53	53
Próprias	2	2	2	2	2
Franquias	50	48	49	51	51
Argentina	116	121	122	123	125
Almundo	116	121	122	123	125
Próprias	5	5	2	2	1
Franquias	111	116	120	121	124
Total CVC Corp	1.208	1.209	1.227	1.260	1.310

B2B: Unidade de negócio que apresenta uma solução completa para os agentes de viagens e seus respectivos clientes corporativos. Composta pelas marcas: Esferatur, Trend, Visual Turismo, Rextur Advance e VHC. Descrição das marcas vide CVC Brasil.

B2C: Unidade de negócio focada no cliente final. Composta pelas marcas: CVC, Experimento, Submarino. Descrição das marcas vide CVC Brasil.

Bibam: Marcas Biblos e Avantrip.

Contratos a embarcar: Desde o início da pandemia, a Companhia vem oferecendo a remarcação das reservas e dos serviços que foram adiados ou a concessão de crédito para uso ou abatimento na compra futura de outras reservas ou serviços de turismo, segundo a conveniência do próprio consumidor (o valor contabilizado é líquido de penalidades ou multas por cancelamento). Conforme Nota Explicativa 18 da Demonstração Financeira da Companhia.

CVC Argentina: Maior agência de viagens da Argentina, composta pelas marcas Almundo (agência de viagens e serviços complementares), Biblos (agência focada em viagens de luxo e personalizadas) e Ola (operadora de produtos e serviços de viagem).

CVC Brasil: Composto pelas marcas CVC (agência de viagens e serviços complementares, *Top of Mind* no Brasil pelo 13º ano consecutivo), Experimento (agência de intercâmbio estudantil e serviços complementares, Submarino Viagens (portal de venda online de passagens aéreas, hospedagens, pacotes turísticos, aluguel de carros e seguro viagem), Esferatur (consolidadora aérea e hotéis, oferece também locação de carros), Trend Viagens (consolidadora de hotéis no Brasil e exterior, pacotes turísticos, locação de carros, entre outros), Visual Turismo (especializada em viagens personalizadas, seja para viagens de lazer, lua de mel, ecoturismo, peregrino-religiosos, cruzeiros ou incentivo), RexturAdvance (consolidadora aérea de voos nacionais e internacionais) e VHC (marca de locação e administração de residências).

CVC Corp: Uma das maiores agências de turismo da América Latina, com operações no Brasil e Argentina, composta pelas marcas da CVC Brasil e CVC Argentina, descritas acima.

Despesa Financeira: Despesas financeiras relacionadas principalmente aos empréstimos bancários e taxas sobre serviços financeiros, incluindo as despesas de juros referente às antecipações de cartão de crédito

EBITDA (*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*): É uma medida não contábil elaborada pela Companhia em consonância com a Instrução da CVM nº 527, de 4 de outubro de 2012 ("Instrução CVM 527"), conciliada com suas demonstrações financeiras e consiste no lucro líquido antes do resultado financeiro líquido, excluindo as depreciações e amortizações.

EBITDA Ajustado: Conforme demonstrado neste documento, toma como base o EBITDA, excluído os efeitos não recorrentes do período, acrescido das despesas incorridas com emissões de boleto (reconhecidas contabilmente na rubrica Despesas Financeiras) e excluído o resultado da equivalência patrimonial. Também pode ser calculado a partir do Lucro Líquido, acrescido do Resultado financeiro líquido, o Imposto de renda e contribuição social e as Despesas com depreciação, amortização e excluindo o resultado da equivalência patrimonial, líquidos dos valores referentes ao *fee* do boleto – Financeiras e despesas não recorrentes. O EBITDA ajustado não é uma medida contábil utilizada nas práticas contábeis adotadas no Brasil ou pelo IFRS, e não deve ser considerado como uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou como uma alternativa ao fluxo de caixa na condição de indicador de liquidez. Nossa definição de EBITDA ajustado pode não ser comparável ao EBITDA ajustado conforme definido por outras empresas.

Não recorrentes: Os efeitos não recorrentes registrados incluem, fundamentalmente (i) Impactos referente ao COVID-19 (impactos ocasionados pelo cenário de pandemia, que inclui comissões de lojas não recuperadas por reembolso, multas, baixas de receitas não realizadas e outros gastos não relacionados a reservas); (ii) *impairment* de intangíveis; (iii) passivos contingentes; entre outros.

Receita Líquida: É o resultado das receitas de intermediação menos o custo dos serviços prestados e impostos sobre venda, e usualmente denominadas dessa forma no setor. Nas Demonstrações Financeiras, essa métrica é reportada como Lucro Bruto.

Reservas confirmadas Brasil e Argentina: Resultado de novas vendas e reagendamentos, líquidos de cancelamentos no período.

Reservas consumidas: Reservas que dão base à Receita Líquida, incluindo o online, segundo critérios de reconhecimento de receita de cada marca, a saber: CVC no Check-in; Experimento no Check-in; Submarino Viagens aéreo na venda e terrestre + voos/produtos exclusivos (popularmente conhecido como fretamento) no Check-in; RexturAdvance aéreo na venda e terrestre no Check-in; Esferatur na venda; Trend no Check-in; Visual no Check-in e VHC nos checkouts realizados.

Reservas Consumidas Argentina: Reservas que dão base à Receita Líquida, incluindo o online, segundo critérios de reconhecimento de receita de cada marca, a saber: Biblos, Ola e Almundo no Check-in.

Take rate: Importante métrica utilizada no setor, resulta da divisão da receita líquida pelas Reservas Consumidas.