

**Santo André, 8 de novembro de 2022: CVC Brasil Operadora e Agência de Viagens S.A. (B3: CVCB3)** informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do terceiro trimestre de 2022 (3T22) e dos nove meses de 2022 (9M22). 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 o formulário de informações contábeis intermediárias e notas explicativas para o período encerrado em 30 de setembro de 2022.

## 3T22: Receita Líquida registra R\$ 338 milhões (+ 46,6 vs 3T21), com maior EBITDA Ajustado desde 2019, R\$ 72 milhões

### Inovação e Transformação Digital

- Lançada e implantada a nova plataforma para relacionamento com clientes, que abarca todos os canais B2C: apps, e-commerce e lojas
- Lançamento do Programa de Fidelidade - Clube CVC
- Implementação da Central de Financiamentos, que disponibiliza parcelamentos em até 24 vezes por meio de parceiros financeiros

### Reservas Consumidas avançam 54% no B2C, 20% no B2B e 228% na Argentina, ante 3T21;

- Brasil: novo aumento de *share* de destinos internacionais (Reservas Consumidas + 139% vs 3T21); estes representaram 43% das reservas consumidas no período;
- Argentina: crescimento acelerado conjugado com sustentação do *take rate* - Reservas Confirmadas e Consumidas com crescimento superior a 200% ante 3T21, com predominância de viagens internacionais, que representou 89% das reservas.

### EBITDA apresentou nova recuperação por crescimento da Receita e registrou R\$ 51 milhões no 3T22, também favorecido por controle de despesas.

R\$ milhões	3T22	2T22	Δ	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
Reservas Confirmadas	3.930,5	3.750,2	4,8%	2.918,4	34,7%	10.487,0	5.922,9	77,1%
Reservas Consumidas	4.195,5	3.533,0	18,8%	2.597,9	61,5%	10.735,1	5.371,7	99,8%
Receita Líquida	337,6	269,7	25,2%	230,4	46,6%	900,2	511,8	75,9%
Take Rate	8,0%	7,6%	0,4 p.p.	8,9%	-0,9 p.p.	8,4%	9,5%	-1,1 p.p.
EBITDA	50,9	(0,6)	n.a.	(19,5)	n.a.	83,5	(199,6)	n.a.
EBITDA Ajustado	71,5	(15,5)	n.a.	(33,3)	n.a.	68,5	(227,5)	n.a.
Prejuízo Líquido	(75,0)	(94,8)	-20,8%	(83,8)	-10,5%	(336,7)	(340,9)	-1,2%

#### Mercado de Capitais (30/set)



**CVCB3:** R\$ 6,35 por ação  
**Total de ações:** 277.247.309  
**Valor de mercado:** R\$ 1,7 bilhão  
**Vol. fin. méd. diário 3T22:** R\$ 138 milhões

#### Teleconferência de resultados



**9 de novembro de 2022**  
 14hs (BRT) / 12hs (EST)  
 Tel. +55 11 4290-1621 /  
 +55 11 3181-8565  
**Link para a webcast**

#### Relações com Investidores



<https://ri.cvc.com.br/>  
[ri@cvc.com.br](mailto:ri@cvc.com.br)

**CVCB**  
 B3 LISTED NM

**IBOVESPA B3**

**IBRX50 B3**

**IGC-NM B3**

**ITAG B3**

## Mensagem da Administração

Este trimestre foi pontuado por importantes avanços na digitalização da nossa plataforma, que estão transformando a Companhia na primeira *Turistech* brasileira, permitindo buscar novos patamares de eficiência e possibilitando usufruir de maior alavancagem operacional.

Com o objetivo de possibilitar uma melhor experiência ao usuário, através do uso de tecnologia e inovação, permitindo o uso da omnicanalidade, lançamos a nova plataforma para relacionamento com clientes - o Atlas, maior projeto de digitalização da CVC Corp para o B2C, que coloca a marca CVC em outro patamar de tecnologia. Essa plataforma é capaz de crescer conhecimento sobre o cliente no processo de venda (dadas as evoluções dos modelos preditivos da companhia), e aporta produtividade às lojas, possibilitando maior conversão e recorrência de compra, além de potencializar o *cross sell* e *upsell*. O Atlas foi desenvolvido pela CVC Corp e foi o maior projeto da Companhia em volume de investimentos nos últimos anos. A nova plataforma viabiliza a omnicanalidade, já que concentra todos os canais (website, aplicativo e a rede de lojas) que atendem os clientes e permite uma experiência sem fricção na navegação entre canais digitais ou físicos.

Lançamos o Programa de Fidelidade Clube CVC, 100% destinado a viagens, englobando todo o *mix* de produtos do portfólio CVC, que funcionará tanto nos canais digitais, quanto nas mais de 1.100 lojas físicas da marca. O Programa de Fidelidade permite acúmulo de pontos e contribuirá para maior fidelização, recorrência. Acreditamos que o Clube CVC seja fonte de vantagem competitiva, visto que é um programa "multibandeira" e que dá mais flexibilidade para nossos clientes, em razão da quantidade de companhias aéreas e hotéis parceiros.

Com o objetivo de ampliar as alternativas de pagamento para nossos clientes, disponibilizamos a Central de Financiamentos (ou Marketplace de Crédito). A nova plataforma oferece diferentes planos de pagamento em parceria com diversas instituições financeiras, e permite parcelamento em até 24 vezes. Além de dar mais opções para o cliente, a plataforma também traz mais segurança e transparência na contratação, além de eliminar o uso do capital de giro da Companhia nos parcelamentos.

No âmbito de ações com o mercado, lançamos no trimestre a parceria com o Banco Itaú no Viaje Sempre Itaú, que cria mais uma possibilidade de programa de viagens por assinatura, e dá mais flexibilidade e acessibilidade aos clientes do banco para planejamento de suas viagens.

No nosso negócio B2B, em setembro, anunciamos a intenção de compra da Öner Travel, uma *startup* exclusiva para servir empreendedores numa plataforma digital, na qual acreditamos ser mais uma avenida de crescimento para esta Unidade de negócio.

Todo esse conjunto de entregas, somado à presença da CVC no Brasil, é refletido também em reconhecimento. Pelo 12º ano consecutivo, a marca ganhou o prêmio Top of Mind na categoria "Agência de Turismo" e estreou com destaque na nova categoria "Aplicativo de Turismo". Temos muito orgulho de ser a marca número um quando se fala em turismo no Brasil e acreditamos que todos os esforços direcionados à tecnologia fortalecerão o relacionamento com nossos viajantes.

Para suportar esses e os demais avanços digitais, investimos mais de R\$ 300 milhões em tecnologia desde 2020, sendo R\$ 166 milhões entre janeiro e setembro sendo que, mantido o ritmo, 2022 deverá se tornar o ano de maior investimento da Companhia. Estamos satisfeitos com o progresso da nossa estratégia com maior enfoque digital, definida no início de 2020 e que conta com apoio incondicional da Alta Administração.

Nossos resultados seguem registrando os efeitos da recuperação do setor, com crescimento de dois dígitos no Brasil e Argentina nas Reservas Consumidas, impulsionado em especial pela maior quantidade de embarques durante o mês de julho, dado o período de férias escolares. As Reservas Confirmadas também demonstraram um desempenho positivo durante o trimestre, e tiveram crescimento de aproximadamente 35% quando comparadas ao mesmo trimestre do ano anterior.

Permanecemos, nesse momento, focados na gestão da nossa estrutura de capital, avaliando soluções que nos permitam continuar crescendo de maneira sustentável e rentável, e comprometidos com a adoção de altos padrões de Governança e Sustentabilidade, administrando a Companhia de forma diligente.

## Resultado CVC Corp

Por decorrência dos efeitos da pandemia da COVID-19 nos resultados da companhia a partir do 2T20, a Administração acredita que, por vezes, comparações com o 3T21 podem não auxiliar no entendimento do desempenho da companhia e, dessa forma, certos comentários desse relatório tomam como referência o 2T22, como forma de medir a evolução sequencial, ou 2019, como referência de um ano sem grandes eventualidades. Quando utilizada a referência de 2019, a informação é apresentada *pro forma*, pois ajusta os valores reportados com as aquisições realizadas ao longo daquele ano, permitindo maior comparabilidade.

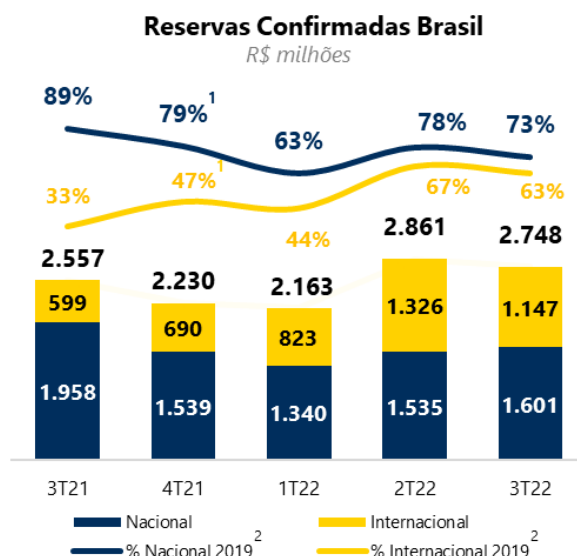
## Reservas Confirmadas e Reservas Consumidas

R\$ milhões	3T22	2T22	Δ	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
Reservas Confirmadas	<b>3.930,5</b>	3.750,2	4,8%	2.918,4	34,7%	<b>10.487,0</b>	5.922,9	77,1%
Brasil	<b>2.748,1</b>	2.860,8	-3,9%	2.557,5	7,5%	<b>7.771,7</b>	5.225,9	48,7%
B2C	<b>1.222,8</b>	1.243,0	-1,6%	1.249,9	-2,2%	<b>3.392,6</b>	2.730,8	24,2%
B2B	<b>1.525,2</b>	1.617,8	-5,7%	1.307,6	16,6%	<b>4.379,2</b>	2.495,1	75,5%
Argentina	<b>1.182,4</b>	889,4	33,0%	360,9	n.a.	<b>2.715,3</b>	697,0	n.a.
Reservas Consumidas	<b>4.195,5</b>	3.533,0	18,8%	2.597,9	61,5%	<b>10.735,1</b>	5.371,7	99,8%
Brasil	<b>3.013,0</b>	2.643,6	14,0%	2.237,0	34,7%	<b>8.019,8</b>	4.674,8	71,6%
B2C	<b>1.472,3</b>	1.052,8	39,9%	956,9	53,9%	<b>3.673,2</b>	2.170,3	69,2%
B2B	<b>1.540,8</b>	1.590,8	-3,1%	1.280,1	20,4%	<b>4.346,6</b>	2.504,5	73,6%
Argentina	<b>1.182,4</b>	889,4	33,0%	360,9	n.a.	<b>2.715,3</b>	697,0	n.a.
Passageiros (em milhares)								
Brasil	<b>1.771</b>	1.693	4,6%	2.454	-27,8%	<b>5.337</b>	5.568	-4,1%
Ticket Médio (em R\$)								
Brasil	<b>1.701</b>	1.562	8,9%	912	86,6%	<b>1.503</b>	840	79,0%

As **Reservas Confirmadas** apresentaram no 3T22 aumento de 34,7% em comparação ao 3T21 e 4,8% frente ao 2T22. O aumento entre os períodos homólogos é dado pela retomada por viagens, principalmente para destinos internacionais, dado o aumento gradual da malha aérea, bem como de eventos e viagens corporativas.

Destaca-se também o desempenho relacionado à temporada de cruzeiros 22/23, com aumento de 123% frente ao 2T22 e de 177% quando comparado com o mesmo trimestre de 2021. Dadas as Reservas já registradas pela Companhia até o momento, está já se tornou a melhor temporada de Cruzeiros da história da CVC Corp em termos de vendas.

A recuperação das Reservas Confirmadas na CVC Corp para destinos internacionais, novamente foi destaque nesse trimestre: aumento de 176% frente ao 3T21, representando 56% das reservas confirmadas no período (vs 27% no 3T21).



<sup>1</sup> Não considera o mês de outubro em virtude do ataque cibernético.

<sup>2</sup> *Pro forma*, ajustado por aquisições realizadas em 2019.

As Reservas Confirmadas no Brasil e Argentina tiveram representatividade no 3T22 vs 3T21, conforme gráficos abaixo:

## Brasil



## Argentina



As **Reservas Consumidas** avançaram 61,5% no 3T22 ante 3T21 e 18,8% frente ao 2T22, pelos motivos mencionados acima e também pelas férias escolares no Brasil e na Argentina em julho, contribuindo para maior quantidade de embarques no Brasil, (B2C +39,9% vs 2T22; +53,9% vs 3T21) e Argentina (+33,0% vs 2T22; +227,6% vs 3T21). No B2B as Reservas Consumidas foram ligeiramente inferiores ao 2T22 (-3,1%) por redução de participação nas vendas de produto aéreo, que registrou forte volume de vendas no 2T22, em especial nos destinos internacionais, no entanto, frente ao 3T21, registrou aumento de 20,4%, dado a retomada de viagens e eventos corporativos.

Houve aumento do ticket médio no período, porém em menor proporção de períodos anteriores (+8,9% em relação ao 2T22).

A Companhia segue empenhada no auxílio à utilização dos créditos de viagens, por parte de clientes, que ao final do trimestre totalizavam saldo de R\$ 494,3 milhões, redução de R\$ 56,2 milhões (ou 10,2%) frente ao fechamento do 2T22. A Companhia acredita que com a abertura de fronteiras de países com potencial turístico, somado à flexibilização de testes de COVID-19, continue impulsionando a utilização de saldo de créditos para remarcação de viagens.

Cabe lembrar que a Lei 14.390/22<sup>3</sup>, publicada em 04 de julho de 2022, estendeu até 31 de dezembro de 2023 prazos de remarcação e de utilização de créditos disponibilizados para hotéis e outros serviços terrestres.

<sup>3</sup> Texto completo disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2022/lei/L14390.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/lei/L14390.htm)

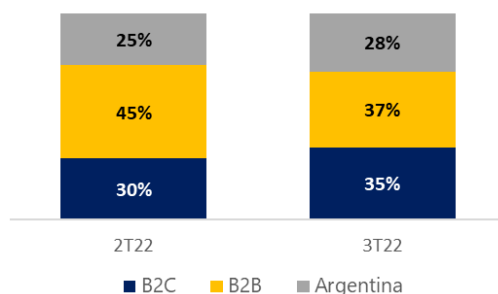
## Receita Líquida

R\$ milhões	3T22	2T22	Δ	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
Receita Líquida	<b>337,6</b>	269,7	25,2%	230,4	46,6%	<b>900,2</b>	511,8	75,9%
Brasil	<b>252,6</b>	211,3	19,5%	204,7	23,4%	<b>704,6</b>	444,6	58,5%
B2C	<b>163,3</b>	135,4	20,6%	126,7	28,8%	<b>470,6</b>	267,6	75,9%
B2B	<b>89,3</b>	75,9	17,7%	78,0	14,5%	<b>234,0</b>	177,0	32,2%
Argentina	<b>85,1</b>	58,5	45,5%	25,6	n.a.	<b>195,6</b>	67,2	191,0%
Take Rate	<b>8,0%</b>	7,6%	0,4 p.p.	8,9%	-0,9 p.p.	<b>8,4%</b>	9,5%	-1,1 p.p.
Brasil	<b>8,4%</b>	8,0%	0,4 p.p.	9,2%	-0,8 p.p.	<b>8,8%</b>	9,5%	-0,7 p.p.
B2C	<b>11,1%</b>	12,9%	-1,8 p.p.	13,2%	-2,1 p.p.	<b>12,8%</b>	12,3%	0,5 p.p.
B2B	<b>5,8%</b>	4,8%	1,0 p.p.	6,1%	-0,3 p.p.	<b>5,4%</b>	7,1%	-1,7 p.p.
Argentina	<b>7,2%</b>	6,6%	0,6 p.p.	7,1%	0,1 p.p.	<b>7,2%</b>	9,6%	-2,4 p.p.

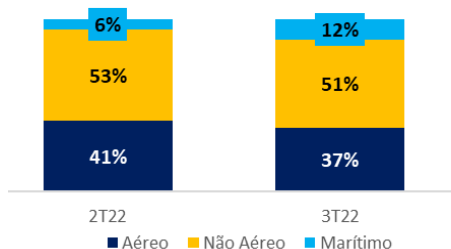
A **Receita Líquida** avançou 25,2% no 3T22 em relação ao trimestre anterior, pelo crescimento de 18,8% das Reservas Consumidas, conforme comentado anteriormente.

O **Take Rate** alcançou 8,0% no 3T22, 0,4 p.p. superior ao reportado no trimestre imediatamente anterior, por maior representatividade do B2C (favorecida pelas férias escolares de julho), com uma maior representatividade do produto marítimo, que possui menor *take rate* nominal, porém não requer uso de capital de giro da CVC no parcelamento. No B2B observamos retorno a margens usuais, após ajustes em Fornecedores no trimestre passado, além de melhor *pricing* na Argentina.

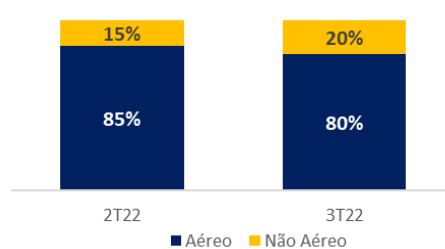
Reservas Consumidas por Unidade de Negócio (%)



Reservas Consumidas - Produto B2C (%)



Reservas Consumidas - Produto B2B (%)



O **Take Rate** da Argentina atingiu 7,2% no 3T22, 0,6 p.p. superior ao reportado no 2T22, dado ao melhor *mix* na Almundo e melhores margens na Ola. A participação das Reservas Consumidas da Argentina no negócio da CVC Corp vem ganhando mais representatividade e atingiu 28% no 3T22, +13 p.p. em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, o que demonstra resiliência das operações no país, em especial nas Reservas Consumidas para destinos internacionais, que representaram 89% das reservas no país no 3T22.

Em 22 de setembro foi publicado no Diário Oficial da União, a Medida Provisória 1138/22<sup>4</sup>, que estabelece redução na alíquota do Imposto sobre a Renda Retido na Fonte (IRRF) dos atuais 25% para 6% para período compreendido entre 1º de janeiro de 2023 e 31 de dezembro de 2024. Para anos posteriores, a alíquota será incrementada em 1% ao ano até 2027. Esta redução tem como objetivo estimular o turismo, um dos setores mais afetados pela pandemia de Covid-19, sendo a CVC Corp beneficiária desta medida.

<sup>4</sup> <https://in.gov.br/en/web/dou/-/medida-provisoria-n-1.138-de-21-de-setembro-de-2022-431169410>

## Despesas

R\$ milhões	3T22	2T22	Δ	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
Despesas Gerais e Administrativas	(223,4)	(217,5)	2,7%	(186,9)	19,5%	(659,1)	(546,2)	20,7%
Despesas de Vendas	(59,2)	(64,9)	-8,8%	(38,0)	56,0%	(181,2)	(94,9)	90,8%
Outras Receitas/Despesas Operacionais	(4,1)	12,1	n.a.	(25,0)	-83,5%	23,6	(70,3)	n.a.
<b>Subtotal Despesas Operacionais</b>	<b>(286,7)</b>	<b>(270,4)</b>	<b>6,0%</b>	<b>(249,8)</b>	<b>14,8%</b>	<b>(816,7)</b>	<b>(711,4)</b>	<b>14,8%</b>
(-) Itens não recorrentes	(24,5)	11,0	n.a.	6,4	n.a.	(1,1)	7,3	n.a.
<b>Subtotal Despesas Operacionais Recorrentes</b>	<b>(262,2)</b>	<b>(281,3)</b>	<b>-6,8%</b>	<b>(256,2)</b>	<b>2,3%</b>	<b>(815,5)</b>	<b>(718,7)</b>	<b>13,5%</b>
(+) Taxa de Serviços - Fee Boleto	(3,9)	(3,9)	n.a.	(7,4)	-46,9%	(16,1)	(20,7)	-21,9%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>71,5</b>	<b>(15,5)</b>	<b>n.a.</b>	<b>(33,3)</b>	<b>n.a.</b>	<b>68,5</b>	<b>(227,5)</b>	<b>n.a.</b>

As **Despesas Gerais e Administrativas** aumentaram 19,5% quando comparadas às do 3T21 pelo (i) fortalecimento, no transcurso do último ano, principalmente das áreas de Operações (atendimento a clientes) e Tecnologia da Informação, (ii) efeitos de acordos sindicais (reajuste de 10% a partir de novembro de 2021 no Brasil e de cerca de 65% na Argentina nos últimos 12 meses), e (iii) normalização da jornada de trabalho, a qual havia sido reduzida no 3T21. Ao serem comparadas com o 2T22, as Despesas Gerais e Administrativas avançaram 2,7%, enquanto a Receita Líquida progrediu 25,2%, propiciando diluição de despesas fixas e, dessa forma, contribuindo novamente para maior alavancagem operacional.

As **Outras Receitas/Despesas Operacionais** registraram valor negativo de R\$ 4,1 milhões, dado a provisão para contingências e despesas com reembolsos. A redução no volume de despesas decorrentes de pedidos de reembolso (compostas majoritariamente por comissões e taxas não recuperáveis) explica a melhoria ante o 3T21.

**Despesas não recorrentes** do período totalizaram R\$ 24,5 milhões, compostas basicamente pela variação em provisões relacionadas a M&As realizados, no montante de R\$ 10,8 milhões e em despesas com pessoal, no montante de R\$ 10,6 milhões, decorrentes de indenizações incorridas na implementação de plano de reestruturação iniciado em setembro e retenção de executivos-chave.

R\$ milhões	3T22	2T22	Δ	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Despesas de Vendas</b>	<b>(59,2)</b>	<b>(64,9)</b>	<b>-8,8%</b>	<b>(38,0)</b>	<b>56,0%</b>	<b>(181,2)</b>	<b>(94,9)</b>	<b>90,8%</b>
Brasil	(46,5)	(52,3)	-11,1%	(26,5)	75,5%	(140,1)	(59,5)	135,5%
como % das Reservas Consumidas	1,5%	2,0%	-0,5 p.p.	1,2%	0,3 p.p.	1,7%	1,3%	0,4 p.p.
Provisão para perda - PCLD	(14,1)	(2,8)	n.a.	2,5	n.a.	(27,3)	11,0	n.a.
Marketing	(9,9)	(32,9)	-70,0%	(15,4)	-36,0%	(57,3)	(37,7)	51,9%
Custo do Cartão de Crédito	(22,5)	(16,6)	36,1%	(13,6)	65,8%	(55,5)	(32,8)	69,3%
Argentina	(12,8)	(12,7)	0,9%	(11,5)	11,1%	(41,1)	(35,4)	15,9%
como % das Reservas Consumidas	1,1%	1,4%	-0,3 p.p.	3,2%	-2,1 p.p.	1,5%	5,1%	-3,6 p.p.

No 3T22, as **Despesas de Vendas** cresceram 56,0% em comparação ao 3T21, oscilação atribuída ao aumento do volume de embarques. Houve, no entanto, redução de 8,8% frente ao 2T22 essencialmente pela redução com despesas com marketing, uma vez que naquele período foram relevantes para celebração do aniversário de 50 anos da marca CVC e *Hot Sale* na Argentina.

No trimestre, o aumento na linha de Provisões para Perdas com clientes, está relacionada, principalmente, ao aumento da carteira de crédito do B2B, que demanda um maior saldo de provisões, e corrobora o crescimento da unidade de negócio. Vale destacar que no 3T21, a rubrica PCLD apresentou um valor positivo, em virtude de reversões de provisão, devido à recuperação de créditos em atraso nas unidades de negócio.

Na Argentina, a variação na despesa com venda e reservas confirmadas é reflexo do *mix* de unidades de negócio, com maior participação do B2B e, também, por mudanças significativas nas formas de pagamento para viagens internacionais no B2C, consequência às restrições de financiamento impostas pelo governo.

## EBITDA

R\$ milhões	3T22	2T22	Δ	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>71,5</b>	<b>(15,5)</b>	<b>n.a.</b>	<b>(33,3)</b>	<b>n.a.</b>	<b>68,5</b>	<b>(227,5)</b>	<b>n.a.</b>
(+) Itens Não Recorrentes	<b>(24,5)</b>	11,0	n.a.	6,4	n.a.	<b>(1,1)</b>	7,3	n.a.
(-) Taxa de Serviços - Fee Boleto	<b>(3,9)</b>	(3,9)	n.a.	(7,4)	-46,9%	<b>(16,1)</b>	(20,7)	-21,9%
<b>EBITDA</b>	<b>50,9</b>	<b>(0,6)</b>	<b>n.a.</b>	<b>(19,5)</b>	<b>n.a.</b>	<b>83,5</b>	<b>(199,6)</b>	<b>n.a.</b>
(+) Depreciação e amortização	<b>(52,0)</b>	(48,7)	6,8%	(47,2)	10,1%	<b>(149,8)</b>	(147,9)	1,3%
(+) Equivalência Patrimonial	<b>(0,2)</b>	(0,2)	n.a.	-	n.a.	<b>(0,6)</b>	-	n.a.
(+) Resultado Financeiro	<b>(69,2)</b>	(39,9)	73,2%	(13,9)	n.a.	<b>(197,9)</b>	(59,5)	n.a.
<b>Prejuízo antes de IR e CS</b>	<b>(70,5)</b>	<b>(89,5)</b>	<b>-21,2%</b>	<b>(80,6)</b>	<b>-12,5%</b>	<b>(264,7)</b>	<b>(407,1)</b>	<b>-35,0%</b>
(+) IR e CS	<b>(4,5)</b>	(5,3)	-15,2%	(3,2)	40,5%	<b>(72,0)</b>	66,2	n.a.
<b>Prejuízo Líquido</b>	<b>(75,0)</b>	<b>(94,8)</b>	<b>-20,8%</b>	<b>(83,8)</b>	<b>-10,5%</b>	<b>(336,7)</b>	<b>(340,9)</b>	<b>-1,2%</b>

No 3T22, A CVC Corp registrou **EBITDA** de R\$ 50,9 milhões, enquanto o **EBITDA Ajustado**, o qual acresce as despesas com boletos (reportadas nas Demonstrações Financeiras na rubrica 'Despesas Financeiras') e excetua os itens não recorrentes, alcançou R\$ 71,5 milhões. EBITDA apresentou um aumento de R\$ 70,4 milhões quando comparado a 3T21, influenciado principalmente por maior Receita (crescimento de R\$ 107,2 milhões vs 3T21) e estabilização das Despesas Operacionais Recorrentes em relação ao período anterior.

## Resultado Financeiro

R\$ milhões	3T22	2T22	Δ	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Despesas Financeiras</b>	<b>(97,0)</b>	<b>(69,2)</b>	<b>40,2%</b>	<b>(47,6)</b>	<b>103,7%</b>	<b>(258,0)</b>	<b>(124,6)</b>	<b>107,1%</b>
Encargos Financeiros	<b>(50,1)</b>	(49,0)	2,3%	(31,8)	57,2%	<b>(144,2)</b>	(80,2)	79,8%
Juros - antecipação de recebíveis	<b>(17,8)</b>	(4,4)	n.a.	-	n.a.	<b>(45,7)</b>	-	n.a.
Taxa de Serviços - Fee Boleto	<b>(3,9)</b>	(3,9)	0,3%	(7,4)	-46,9%	<b>(16,1)</b>	(20,7)	-21,9%
Outras despesas financeiras	<b>(25,2)</b>	(12,0)	110,7%	(8,4)	n.a.	<b>(52,0)</b>	(23,7)	119,1%
<b>Receitas Financeiras</b>	<b>26,0</b>	<b>22,7</b>	<b>14,7%</b>	<b>22,5</b>	<b>15,6%</b>	<b>70,0</b>	<b>45,2</b>	<b>54,8%</b>
Rend. de aplicações financeiras	<b>16,0</b>	14,8	7,4%	14,5	10,0%	<b>46,1</b>	27,4	68,2%
Outras receitas financeiras	<b>10,1</b>	7,8	28,6%	8,0	25,6%	<b>23,9</b>	17,8	34,2%
<b>Variação Cambial (hedge)</b>	<b>1,8</b>	<b>6,6</b>	<b>-72,3%</b>	<b>11,2</b>	<b>-83,6%</b>	<b>(9,9)</b>	<b>19,8</b>	<b>n.a.</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(69,2)</b>	<b>(39,9)</b>	<b>73,2%</b>	<b>(13,9)</b>	<b>n.a.</b>	<b>(197,9)</b>	<b>(59,5)</b>	<b>n.a.</b>

**Resultado Financeiro** totalizou despesa líquida de R\$ 69,2 milhões no 3T22. O aumento em comparação ao 3T21 deve-se, principalmente, aos efeitos do aumento da taxa básica de juros sobre a dívida líquida. O montante de antecipações de recebíveis realizadas no 3T22 foi de R\$ 647,9 milhões, em virtude da maior necessidade de caixa do período, dado a sazonalidade usual do negócio.

A variação cambial, no período registrou R\$ 1,8 milhão (que incluem marcação a mercado de derivativos de proteção - hedge) ante R\$ 11,2 milhões no 3T21, em função do resultado da variação da marcação a mercado de derivativos, da variação cambial sobre saldo de bancos e pagamentos internacionais.

No acumulado do ano, a variação do Resultado Financeiro está atrelada (i) ao aumento da Selic média do período que incide sobre a dívida líquida, a qual saiu de 3,41% a.a. no 9M21 para 12,06% a.a. no 9M22, (ii) às antecipações de recebíveis no 9M22 no valor líquido de R\$ 1.553,3 milhões, com juros de R\$ 45,7 milhões refletidos na rubrica, e também (iii) ao aumento em Outras Despesas Financeiras de R\$ 28,3 milhões em comparação ao 9M21.

Em decorrência da Lei do PERSE, as alíquotas de IR/CSLL passaram a ser zero para as operações no Brasil. Entretanto, no trimestre, o montante de R\$ 4,5 milhões negativo apresentando nesta linha, refere-se majoritariamente às operações no exterior e tributos diferidos cuja realização ocorrerá após o período de vigência da lei. No acumulado do ano, houve reversão de créditos tributários diferidos, que geraram impacto contábil negativo de R\$ 71,2 milhões, decorrentes da revisão destes créditos sobre diferenças temporárias



(como "Provisão para bônus, PLR e pagamento baseado em ações" e "Provisão para perda por redução ao valor recuperável de contas a receber") registrando-os de acordo com sua alíquota de realização (que passou a ser zero, pela lei supracitada), esta reversão impactou quase que exclusivamente os números do 1T22, além dos efeitos mencionados acima. Vale mencionar que desde o 3T21 a Companhia não constituiu mais créditos tributários diferidos.

No 3T22 foi registrado **Prejuízo Líquido** de R\$ 75,0 milhões, 10,5% inferior aos R\$ 83,8 milhões apurados no 3T21, fruto da melhora do Resultado Operacional.

## Investimentos (Capex) e Transformação Digital

R\$ milhões

3T22	2T22	Δ	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
61,8	44,2	39,8%	26,8	130,4%	166,2	73,1	127,3%

Os Investimentos realizados pela CVC Corp no 3T22 totalizaram R\$ 61,8 milhões e foram direcionados, majoritariamente para, finalização dos projetos estratégicos focados na transformação digital e também destinados à Tecnologia e Segurança da Informação.

O Plano de Investimento aprovado no início de 2021 está sendo materializado e os projetos concluídos e em fase de implantação no período são:

(i) Atlas, maior projeto desta etapa da transformação digital, é a nova plataforma para relacionamento com o cliente da CVC e, já está ativa em todas as lojas do Brasil. A nova plataforma se aplica a todos os canais que atendem os clientes da marca. O Atlas foi desenvolvido pelo time interno de Tecnologia, utilizando tecnologias avançadas, a fim de levar a CVC de forma definitiva para o mundo digital. Para a implementação desta plataforma, houve troca de sistemas de diversas frentes: *pricing*, pagamento, vendas, inventário de produtos, gerenciamento de canais, entre outros. O sistema também potencializa o *cross sell* e *upsell* de produtos, pois embarca no Atlas, de forma bastante fluida, as oportunidades de venda, de forma personalizada, dadas às evoluções dos modelos preditivos da CVC. O Atlas é pilar importante no objetivo da CVC de deixar de ter uma relação apenas transacional com o cliente e estar com ele na jornada completa.

(ii) Clube CVC, o Programa de Fidelidade da CVC, lançado em outubro, que tem como objetivo permitir que os clientes acumulem pontos e possam resgatá-los posteriormente em viagens. O programa está em fase piloto, com início no site e no aplicativo da CVC, e deve chegar até as mais de 1.100 lojas físicas da marca a partir do primeiro trimestre de 2023. O Clube CVC permite que os clientes resgatem seus pontos em qualquer companhia aérea ou rede hoteleira, sem precisar se cadastrar em apenas uma, um programa "multibandeira" que dá mais flexibilidade e conforto aos clientes.

(iii) Marketplace de crédito, que funciona como uma central de financiamentos, que permite que os clientes tenham diversas opções para financiar suas viagens, podendo parcelar em até 24 vezes junto às instituições financeiras parceiras da CVC. Com a central de financiamentos, a CVC preserva seu capital de giro e aumenta sua competitividade.

(iv) Nova versão do Aplicativo CVC possibilita uma melhor fluidez da navegação e possui novas funções como check-in de hotel via app e um marketplace de parceiros. Também possui o programa de fidelidade "logado" no perfil do usuário, além de estar conectado com toda a rede de lojas e com o site da marca, garantindo maior conhecimento sobre o cliente e conectividade entre os canais;

(v) Ainda em implementação, a integração de sistemas operacionais e *back-office* no B2B, trazendo mais produtividade para as agências, tornando-se um grande *one-stop-shop*, aprimorando a oferta de serviços a agentes de viagem, promovendo também melhorias operacionais e de *back-office*;

(vi) Projetos de ganho de eficiência: a transformação digital acontece também para os times internos da CVC. Como forma de trazer mais eficiência, transparência e integração para os nossos sistemas, implementamos melhorias que somadas permitem obter ganhos de eficiência, dentre elas: conciliação de pagamentos automática; automação no contas a pagar, contemplando mais de 28 mil faturas mensais; e melhorias no fluxo de reembolso junto as aéreas.

E a CVC Corp segue em um contínuo trabalho de aperfeiçoamento da gestão de informações por meio de datalake e CRM.

## Fluxo de caixa

R\$ milhões

	3T22	2T22	3T21	9M22	9M21
Prejuízo antes do Imposto de Renda e Contribuição Social	(70,5)	(89,5)	(80,6)	(264,7)	(407,1)
Ajustes itens não caixa	179,0	77,7	57,8	382,4	191,5
Varição no Capital de Giro	(90,2)	(427,2)	(110,3)	(452,4)	(120,1)
Caixa líquido nas atividades Operacionais	18,3	(439,0)	(133,1)	(334,7)	(335,7)
Caixa líquido das atividades de invest. - Capex	(61,8)	(44,2)	(26,8)	(166,2)	(73,1)
Empréstimos e Debêntures	-	(100,0)	(197,5)	(100,0)	(547,7)
Aumento de capital	-	378,0	448,6	378,0	808,6
Juros pagos	(15,7)	(71,2)	(23,2)	(102,9)	(50,6)
Aquisição de controladas	(18,3)	(25,1)	(0,1)	(43,4)	(38,7)
Outros	(2,2)	(27,1)	(2,3)	(13,6)	(18,2)
Caixa líquido nas atividades de financiamento	(36,2)	179,7	225,5	118,1	153,4
Varição Cambial Caixa e Equivalentes de caixa	2,5	3,6	14,0	(10,7)	8,1
<b>Fluxo de Caixa no período</b>	<b>(77,2)</b>	<b>(299,8)</b>	<b>79,6</b>	<b>(393,5)</b>	<b>(247,3)</b>
Caixa no início do período	479,5	779,4	583,9	795,8	910,8
<b>Caixa no final do período</b>	<b>402,4</b>	<b>479,5</b>	<b>663,5</b>	<b>402,4</b>	<b>663,5</b>

O 3T22 iniciou com um caixa mais robusto, em função do aumento de capital concluído no final do 2T22, que resultou em ingresso líquido de R\$ 378,0 milhões no caixa da companhia, para apoiar o crescimento das operações. No período, as atividades operacionais geraram R\$ 18,3 milhões, e estão impactadas pela antecipação de recebíveis líquidas que a companhia vem realizando. Em 30 de setembro, o valor de recebíveis em aberto antecipados somava R\$ 566,1 milhões (R\$ 241,6 em 30 de junho). O **Caixa** ao final do período somava R\$ 402,4 milhões, valor superior ao caixa mínimo (R\$ 250,0 milhões) definido em sua política de gestão de caixa.

## Endividamento

Ao final do 3T22, as debêntures de emissão da Companhia somavam R\$ 924,5 milhões (R\$ 890,6 milhões ao final de 30 de junho de 2022 e R\$ 990,1 milhões em 31 de dezembro de 2021), sem alterações em seu perfil ante trimestres anteriores.

## Anexos

### Anexo 1: Balanço Patrimonial

*R\$ milhões*

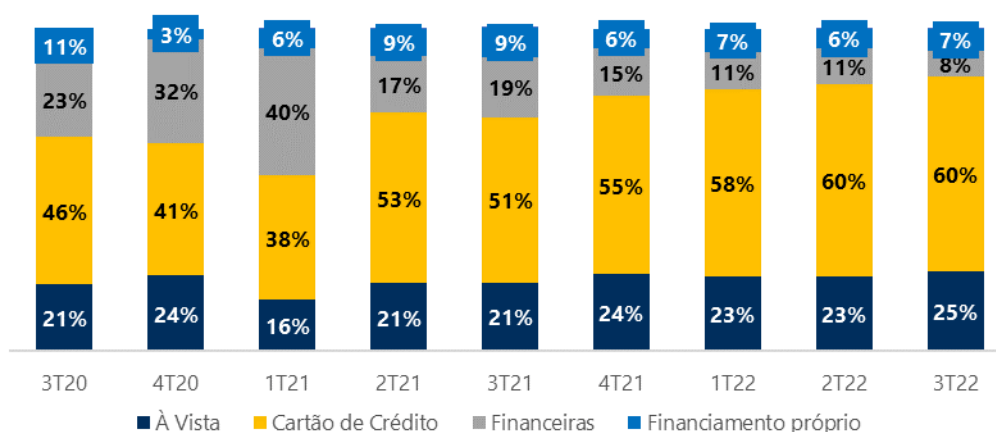
<b>Ativo</b>	<b>30/09/2022</b>	<b>30/06/2022</b>	<b>31/12/2021</b>	<b>Passivo</b>	<b>30/09/2022</b>	<b>30/06/2022</b>	<b>31/12/2021</b>
<b>Ativo Circulante</b>				<b>Passivo Circulante</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	402,4	479,5	795,8	Debentures	721,6	687,7	218,6
Aplicações Financeiras	234,3	195,8	190,8	Instrumentos Financeiros derivativos	2,8	2,8	1,8
Instrumentos financeiros derivativos	1,0	2,8	-	Fornecedores	655,4	616,2	671,4
Contas a receber de clientes	983,9	1.156,1	1.092,9	Contratos a embarcar antecipados	1.757,3	2.041,8	2.112,4
Adiantamentos a fornecedores	678,2	757,9	714,2	Salários e encargos sociais	156,9	138,5	138,3
Despesas antecipadas	40,0	44,8	37,5	Impostos de Renda e Contribuição Social correntes	6,0	5,5	5,2
Impostos a Recuperar	103,2	92,1	108,0	Impostos e contribuições a pagar	78,3	58,2	65,8
Outras contas a receber	91,1	113,8	43,8	Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	21,6	19,4	31,5
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>2.534,0</b>	<b>2.842,9</b>	<b>2.982,9</b>	Passivo de arrendamento	15,8	16,1	12,8
				Outras contas a pagar	54,4	67,7	101,8
				<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>3.470,0</b>	<b>3.653,9</b>	<b>3.359,7</b>
							-
<b>Ativo Não Circulante</b>				<b>Passivo Não Circulante</b>			
Despesas pagas antecipadamente	19,6	21,4	25,8	Debêntures	203,0	203,0	771,4
Impostos a recuperar	4,6	4,4	-	Impostos de Renda e Contribuição Social a pagar	39,5	40,7	43,2
Impostos diferidos	584,7	587,0	654,7	Provisão demandas jud. e adm. e passivo contingente	206,0	210,6	243,7
Depósito Judicial	131,7	108,7	99,7	Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	87,9	87,2	97,1
Outras contas a receber	16,0	8,9	12,7	Passivos de Arrendamento	38,8	40,4	27,7
Investimentos	4,8	5,1	-	Contratos a embarcar antecipados	24,5	26,2	25,5
Ativo imobilizado	37,1	36,9	38,2	Outras contas a pagar	11,9	11,5	13,6
Ativo intangível	1.113,5	1.093,7	1.108,1	<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>611,5</b>	<b>619,5</b>	<b>1.222,2</b>
Ativos de Direito de Uso	51,7	55,8	34,9				
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>1.963,6</b>	<b>1.921,9</b>	<b>1.974,2</b>	<b>Patrimônio Líquido</b>			
				Capital social	1.414,0	1.414,0	1.371,7
				Reservas de capital	813,4	815,9	478,7
				Ágio em Transição de Capital	(183,8)	(183,8)	(183,8)
				Reservas de lucros	-	-	-
				Outros Resultados abrangentes	63,7	61,5	63,3
				Ações em Tesouraria	(0,1)	(0,1)	(0,1)
				Prejuízos acumulados	(1.691,1)	(1.616,1)	(1.354,4)
				<b>Total do Patrimônio líquido</b>	<b>416,1</b>	<b>491,4</b>	<b>375,3</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>4.497,6</b>	<b>4.764,8</b>	<b>4.957,2</b>	<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>4.497,6</b>	<b>4.764,8</b>	<b>4.957,2</b>

**Anexo 2: Demonstração de Resultados**

R\$ milhões	Consolidado			Brasil			Argentina			Consolidado		Brasil		Argentina	
	3T22	2T22	3T21	3T22	2T22	3T21	3T22	2T22	3T21	9M22	9M21	9M22	9M21	9M22	9M21
<b>Receita Líquida</b>	<b>337,6</b>	<b>269,7</b>	<b>230,4</b>	<b>252,6</b>	<b>211,3</b>	<b>204,7</b>	<b>85,1</b>	<b>58,5</b>	<b>25,6</b>	<b>900,2</b>	<b>511,8</b>	<b>704,6</b>	<b>444,6</b>	<b>195,6</b>	<b>67,2</b>
<i>Receitas (despesas) operacionais</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Despesas de vendas	(45,3)	(64,3)	(40,0)	(32,4)	(49,5)	(29,0)	(12,9)	(14,8)	(11,0)	(153,5)	(105,3)	(112,8)	(70,5)	(40,7)	(34,8)
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	(14,0)	(0,7)	2,0	(14,1)	(2,8)	2,5	0,1	2,1	(0,5)	(27,7)	10,4	(27,3)	11,0	(0,4)	(0,6)
Total das Despesas gerais e administrativas	(275,4)	(266,2)	(234,1)	(226,0)	(213,8)	(190,7)	(49,4)	(52,5)	(43,4)	(808,9)	(694,1)	(651,0)	(566,4)	(157,9)	(127,7)
Despesas gerais e administrativas	(223,4)	(217,5)	(186,9)	(189,5)	(179,7)	(162,6)	(33,9)	(37,9)	(24,3)	(659,1)	(546,2)	(546,4)	(476,8)	(112,7)	(69,4)
Depreciação e amortização	(52,0)	(48,7)	(47,2)	(36,5)	(34,1)	(28,1)	(15,5)	(14,6)	(19,1)	(149,8)	(147,9)	(104,6)	(89,6)	(45,2)	(58,3)
Equivalência Patrimonial	(0,2)	(0,2)	-	(0,2)	(0,2)	-	-	-	-	(0,6)	-	(0,6)	-	-	-
Outras receitas operacionais	49,0	45,7	19,6	40,9	37,8	18,7	8,1	7,9	0,9	131,4	56,4	110,6	51,2	20,9	5,1
Outras despesas operacionais	(53,2)	(33,6)	(44,6)	(50,7)	(32,2)	(44,4)	(2,4)	(1,4)	(0,2)	(107,8)	(126,7)	(103,3)	(125,9)	(4,5)	(0,8)
<b>Prejuízo antes do resultado financeiro</b>	<b>(1,4)</b>	<b>(49,5)</b>	<b>(66,7)</b>	<b>(30,0)</b>	<b>(49,4)</b>	<b>(38,1)</b>	<b>28,6</b>	<b>(0,2)</b>	<b>(28,6)</b>	<b>(66,8)</b>	<b>(347,5)</b>	<b>(79,8)</b>	<b>(256,0)</b>	<b>12,9</b>	<b>(91,5)</b>
Resultado financeiro	(69,2)	(39,9)	(13,9)	(59,0)	(37,3)	(20,8)	(10,2)	(2,7)	6,9	(197,9)	(59,5)	(181,7)	(70,5)	(16,2)	11,0
<b>Prejuízo antes do imposto de renda e contribuição social</b>	<b>(70,5)</b>	<b>(89,5)</b>	<b>(80,6)</b>	<b>(89,0)</b>	<b>(86,7)</b>	<b>(58,9)</b>	<b>18,4</b>	<b>(2,8)</b>	<b>(21,7)</b>	<b>(264,7)</b>	<b>(407,1)</b>	<b>(261,5)</b>	<b>(326,5)</b>	<b>(3,3)</b>	<b>(80,6)</b>
Imposto de renda e CS	(4,5)	(5,3)	(3,2)	(3,9)	(2,8)	(5,9)	(0,6)	(2,5)	2,7	(72,0)	66,2	(71,1)	63,9	(0,9)	2,3
Corrente	(0,6)	0,4	(0,0)	(0,6)	0,4	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,7)	(0,2)	(0,7)	(0,0)	(0,0)	(0,2)
Diferido	(3,9)	(5,7)	(3,2)	(3,3)	(3,2)	(5,9)	(0,6)	(2,5)	2,7	(71,2)	66,4	(70,4)	63,9	(0,9)	2,5
<b>Prejuízo líquido do exercício</b>	<b>(75,0)</b>	<b>(94,8)</b>	<b>(83,8)</b>	<b>(92,9)</b>	<b>(89,4)</b>	<b>(64,8)</b>	<b>17,8</b>	<b>(5,4)</b>	<b>(19,0)</b>	<b>(336,7)</b>	<b>(340,9)</b>	<b>(332,5)</b>	<b>(262,6)</b>	<b>(4,2)</b>	<b>(78,2)</b>
Atribuído a acionistas controladores	(75,0)	(94,8)	(81,0)	(92,9)	(89,4)	(64,9)	17,8	(5,4)	(16,1)	(336,7)	(329,1)	(332,5)	(263,2)	(4,2)	(65,9)
Atribuído a acionistas não controladores	-	-	(2,8)	-	-	0,1	-	-	(2,9)	-	(11,8)	-	0,6	-	(12,3)

**Anexo 3: Fluxo de Caixa - Método indireto**
*R\$ milhões*

	<b>3T22</b>	<b>2T22</b>	<b>3T21</b>	<b>9M22</b>	<b>9M21</b>
<b>Prejuízo antes do Imposto de Renda e Contribuição Social</b>	<b>(70,5)</b>	<b>(89,5)</b>	<b>(80,6)</b>	<b>(264,7)</b>	<b>(407,1)</b>
Ajustes para reconciliar o resultado do exercício com o caixa das atividades operacionais	<b>179,0</b>	77,7	57,8	<b>382,4</b>	191,5
Depreciação e amortização	<b>52,0</b>	48,7	47,2	<b>149,8</b>	147,9
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	<b>14,0</b>	0,7	(2,1)	<b>27,7</b>	(10,4)
Juros e variações monetárias e cambiais	<b>97,1</b>	38,9	10,5	<b>203,0</b>	54,5
Equivalência patrimonial	<b>0,2</b>	0,2	-	<b>0,6</b>	-
Provisão (reversão) para demandas judiciais e administrativas	<b>15,0</b>	(14,1)	(5,1)	<b>(12,7)</b>	(24,9)
Mudanças do valor justo da opção de compra	-	-	(0,2)	-	(1,8)
Baixa de imobilizado, intangível e contratos de aluguéis – IFRS 16	<b>3,0</b>	0,4	(2,1)	<b>10,7</b>	10,4
Outras provisões	<b>(2,3)</b>	2,9	9,5	<b>3,3</b>	15,8
<b>Redução (aumento) em ativos e passivos</b>	<b>(90,2)</b>	(427,2)	(110,3)	<b>(452,4)</b>	(120,1)
Contas a receber de clientes	<b>113,8</b>	(325,2)	(369,0)	<b>32,4</b>	(381,1)
Adiantamentos a fornecedores	<b>80,4</b>	(168,9)	(53,8)	<b>35,9</b>	75,2
Fornecedores	<b>32,7</b>	(22,7)	109,9	<b>(11,7)</b>	55,7
Contratos a embarcar antecipados	<b>(289,3)</b>	170,0	238,3	<b>(347,5)</b>	271,2
Variação em tributos a recuperar/ recolher	<b>7,6</b>	(7,1)	33,4	<b>7,4</b>	39,6
Liquidação de instrumentos derivativos	<b>(2,8)</b>	(10,6)	(0,3)	<b>(15,9)</b>	(0,9)
Salários e encargos sociais	<b>17,4</b>	(19,0)	(19,7)	<b>19,3</b>	(2,6)
Imposto de renda e contribuição social pagos	<b>0,2</b>	0,3	(1,4)	<b>0,5</b>	(1,6)
Provisão para demandas judiciais e administrativas	<b>(1,1)</b>	(0,5)	(0,8)	<b>(2,5)</b>	(1,3)
Variação em outros ativos	<b>(34,2)</b>	(55,4)	(44,2)	<b>(123,1)</b>	(145,9)
Variação em outros passivos	<b>(15,0)</b>	11,9	(2,7)	<b>(47,3)</b>	(28,4)
<b>Caixa líquido nas atividades Operacionais</b>	<b>18,3</b>	<b>(439,0)</b>	<b>(133,1)</b>	<b>(334,7)</b>	<b>(335,7)</b>
Ativo imobilizado	<b>(3,0)</b>	(2,9)	(0,1)	<b>(14,5)</b>	(0,4)
Ativo intangível	<b>(58,8)</b>	(51,6)	(26,7)	<b>(146,2)</b>	(71,9)
Aquisições de controladas	-	10,3	0,0	<b>(5,4)</b>	(0,8)
<b>Caixa líquido aplicado nas atividades de Investimentos - Capex</b>	<b>(61,8)</b>	<b>(44,2)</b>	<b>(26,8)</b>	<b>(166,2)</b>	<b>(73,1)</b>
Captação de debêntures e empréstimos	-	-	-	-	436,4
Liquidação de debêntures e empréstimos	-	(100,0)	(197,5)	<b>(100,0)</b>	(984,1)
Aumento de capital	-	378,0	448,6	<b>378,0</b>	808,6
Juros pagos	<b>(15,7)</b>	(71,2)	(23,2)	<b>(102,9)</b>	(50,6)
Captação/Liquidação de instrumentos derivativos	-	-	-	-	(9,8)
Exercício de opções com alienação de ações em tesouraria	-	-	(1,6)	-	-
Aquisição de controladas	<b>(18,3)</b>	(25,1)	(0,1)	<b>(43,4)</b>	(38,7)
Pagamento de arrendamento - IFRS16	<b>(2,2)</b>	(2,1)	(0,7)	<b>(13,6)</b>	(8,4)
<b>Caixa líquido (aplicado nas) proveniente das atividades de Financiamento</b>	<b>(36,2)</b>	<b>179,7</b>	<b>225,4</b>	<b>118,1</b>	<b>153,4</b>
Variação Cambial Caixa e Equivalentes	<b>2,5</b>	3,6	14,0	<b>(10,7)</b>	8,1
<b>Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa líquidos</b>	<b>(77,2)</b>	<b>(299,8)</b>	<b>79,6</b>	<b>(393,5)</b>	<b>(247,3)</b>
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	<b>479,5</b>	779,4	583,9	<b>795,8</b>	910,8
<b>Caixa e equivalentes de caixa no final do período</b>	<b>402,4</b>	<b>479,5</b>	<b>663,5</b>	<b>402,4</b>	<b>663,5</b>

**Anexo 4: Representatividade dos meios de pagamento nas Reservas Confirmadas CVC Lazer**

**Anexo 5: Evolução da rede de lojas**

	3T22	2T22	1T22	4T21	3T21
<b>Brasil</b>	<b>1.129</b>	<b>1.147</b>	<b>1.158</b>	<b>1.176</b>	<b>1.189</b>
CVC	1.076	1.093	1.103	1.119	1.132
Próprias	16	16	13	12	9
Novo Layout	12	12	9	4	-
Franquias	1.060	1.077	1.090	1.107	1.123
Novo Layout	19	13	6	-	-
Experimento	53	54	55	57	57
Próprias	4	4	4	4	4
Franquias	49	50	51	53	53
<b>Argentina</b>	<b>107</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>103</b>	<b>99</b>
Almundo	107	98	98	103	99
Próprias	5	7	7	7	8
Franquias	102	91	91	96	91
<b>Total CVC Corp</b>	<b>1.236</b>	<b>1.245</b>	<b>1.256</b>	<b>1.279</b>	<b>1.288</b>

## Glossário

**B2B:** Unidade de negócio que apresenta uma solução completa para os agentes de viagens e seus respectivos clientes corporativos. Composta pelas marcas: Esferatur, Trend Via, Visual Turismo, RexturAdvance 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 Avatrip.

**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), Avatrip (plataforma online de viagens e serviços complementares), Biblos (agência focada em viagens de luxo e personalizadas) e Ola Transatlantica (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 12º 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:** Maior agência 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, amortizações e resultado de equivalência patrimonial.

**EBITDA Ajustado:** conforme demonstrado neste documento, toma como base o EBITDA, excluído os efeitos não recorrentes do período e acrescido das despesas incorridas com emissões de boleto (reconhecidas contabilmente na rubrica Despesas Financeiras). Também pode ser calculado a partir do Lucro Líquido, acrescentando o Resultado financeiro líquido, o Imposto de renda e contribuição social e as Despesas com depreciação, amortização e 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:** 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 Confirmadas para a Biblos + Reservas Consumidas para a Ola Transatlantica

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