

Santo André, 9 de maio de 2023: CVC Brasil Operadora e Agência de Viagens S.A. (B3: CVCB3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do primeiro trimestre de 2023 (1T23). 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 31 de março de 2023.

Reservas Confirmadas avançam 44% e EBITDA Ajustado soma R\$ 25,5 milhões (+103% vs 1T22) Concluído referfilamento das debêntures

- **Reservas Confirmadas e Consumidas** cresceram respectivamente 44% e 33% (YoY) por retomada de vendas de todas as Unidades na CVC Corp. Destaca-se, nas Reservas Consumidas, participação do produto marítimo (+800% de crescimento) e continuidade pela demanda de viagens internacionais (avanço de 71% no mesmo período).
- **Take Rate:** impacto no 1T23 por (i) desempenho aquém do esperado em produtos exclusivos, (ii) alto consumo das reservas confirmadas do período de *Black Friday* e (iii) participação recorde de produto marítimo;
- **Eficiência operacional:** nova retração das Despesas Gerais e Administrativas (-0,7%), mostrando controle e eficiência;
- **Transformação Digital**
 - Nova plataforma do B2C ('Atlas') passa a ser utilizada também nas agências multimarcas do B2B – unificando o portfólio proporcionando maior velocidade e qualidade à venda
 - Conectaas - nova plataforma para integração por APIs, que aumenta a conectividade e facilita o acesso das agências para venda de produtos
- **Conclusão do reperfilamento das debêntures:** em 06 de abril debenturistas presentes em Assembleias Gerais deliberaram, em sua totalidade, a favor dos termos e condições do reperfilamento das debêntures. Mais detalhes na pág 12.

R\$ milhões	1T23	1T22	Δ
Reservas Confirmadas	4.036,3	2.806,3	43,8%
Reservas Consumidas	3.988,3	3.006,7	32,6%
Receita Líquida	295,5	292,8	0,9%
Take Rate	7,4%	9,7%	-2,3 p.p.
EBITDA	15,8	33,3	-52,5%
EBITDA Ajustado	25,5	12,5	103,2%
Prejuízo Líquido	(128,0)	(166,8)	-23,3%

Mercado de Capitais (31/03)



CVCB3: R\$ 3,11 por ação
Total de ações: 277.247.309
Valor de mercado: R\$ 862,2 milhões
Vol. fin. méd. diário 1T23: R\$ 79 milhões

Teleconferência de resultados



10 de maio de 2023
 14hs (BRT)/13hs (EST)
 Tel. +11 4290-1621 /
 +11 3181-8565
Link para a webcast

Relações com Investidores



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

Mensagem da Administração

Iniciamos esta mensagem agradecendo o apoio e o compromisso de nossos acionistas e debenturistas em todo o processo de renegociação das debêntures da CVC Corp, demonstrando a confiança depositada na Administração e no plano de negócios da Companhia.

Esse processo de reperfilamento, iniciado nas primeiras semanas do ano e comunicado oportunamente ao mercado, foi concluído com sucesso nos primeiros dias de abril, quando aconteceram as Assembleias Gerais de Debenturistas que ratificaram a reorganização da totalidade da dívida da Companhia. Com este acordo atingimos o menor patamar de dívida dos últimos 5 anos e, como consequência, passamos a contar com uma dívida mais gerenciável, vencimentos condizentes com a geração de caixa da Companhia nos próximos anos e menor endividamento bruto. Em continuidade a esse processo tivemos nosso *rating* de crédito elevado para "brBB+" ainda em abril, sendo este o mais alto desde o início da pandemia de COVID-19, e que a Companhia não obtém desde 19 de agosto de 2021, quando passou a deter classificação "brBB". Como parte dos compromissos assumidos com os debenturistas, a CVC Corp deverá realizar um evento de liquidez para então reduzir ainda mais seu endividamento. Seguimos, dessa forma, atentos às oportunidades de mercado e avaliando o melhor momento para realização deste evento, cuja execução consta no acordo de reperfilamento das Debêntures e que deve ser realizado até novembro no montante mínimo de R\$ 125 milhões¹.

Nossas operações iniciaram 2023 com o melhor janeiro em vendas desde o início da pandemia e seguimos construtivos com os prognósticos de crescimento gradual das nossas operações, que permitirá maior alavancagem operacional e consequente geração de caixa. Para que estes objetivos sejam alcançados, todas as áreas da CVC Corp estão focadas em trazer as melhores ofertas de produtos e condições de pagamento, amparados em uma estrutura de TI renovada, trazendo melhor experiência para o cliente, com capacidade de suportar o aumento de demanda com eficiência. Seguimos como protagonistas do setor e da retomada do turismo e em diálogos constantes com autoridades e organizações para desenvolvimento do mercado. Firmamos recentemente acordos com estados e municípios com intuito de fomentar destinos, por exemplo, assinamos um protocolo de intenções com o governo de Minas Gerais para colocar os destinos mineiros nas prateleiras das agências de viagens. Lançamos bloqueios para Bariloche com saídas de cinco capitais brasileiras, além de bloqueios para cidades de Salta, Ushuaia e Mendoza, também na Argentina.

Avançamos também na frente de eficiência operacional e já temos reportado melhor controle de despesas há alguns trimestres. Seguimos empenhados na racionalização de despesas com vistas à excelência operacional, através de um amplo redesenho de processos que se estenderá por todo o ano de 2023, valendo-se de investimentos já realizados em períodos passados e que conta com auxílio de consultoria externa, focando principalmente na revisão de atividades operacionais.

Em linha com todo o processo de digitalização, em 2023, os agentes multimarcas do B2B passaram a utilizar a plataforma Atlas, que já atende todo o B2C, como um novo portal de vendas para lazer. O sistema possui melhor desempenho e mais ofertas de produtos oferecendo possibilidade de vendas mais assertivas aos agentes, dando continuidade ao projeto de integração de sistemas, dado que o Atlas reúne todo o portfólio da CVC atendido pelo time do B2B. Adicionalmente, ao longo do ano haverá melhorias operacionais e de *back-office*, além da criação de uma nova marca, que unificará as existentes hoje. Ainda falando de adaptações de estruturas, com a saída do Sr. Marcelo Kopel, CFO e Diretor de Relações com Investidores da nossa Diretoria Executiva, anunciaremos em breve seu substituto. Kopel foi extremamente importante para a Companhia o agradecemos pelas suas contribuições, liderando o aumento de capital em 2022, a

¹ Recomenda-se consulta a respectiva seção de Endividamento na pág 12 bem como a leitura integral do Fato Relevante de 10/03/2023, incluindo o *term sheet* de reperfilamento anexo, disponível no site da Companhia e CVM

renegociação das debêntures e também o lançamento do Marketplace de Crédito, que possibilita mais formas de financiamento de viagens para nossos clientes.

O ano de 2023 se mostra promissor para o turismo, com crescimento em passageiros transportados e de vendas com *take rate* dentro de intervalos mais normalizado, já se materializando nos próximos trimestres. Seguimos confiantes na solidez do nosso modelo de negócios e na relevância das nossas operações e comprometidos com a adoção de altos padrões de Governança e Sustentabilidade.

Resultado CVC Corp

Reservas Confirmadas e Reservas Consumidas

R\$ milhões	1T23	1T22	Δ
Reservas Confirmadas	4.036,3	2.806,3	43,8%
Brasil	2.963,1	2.162,8	37,0%
B2C	1.358,7	926,7	46,6%
B2B	1.604,3	1.236,1	29,8%
Argentina	1.073,2	643,5	66,8%
Reservas Consumidas	3.988,3	3.006,7	32,6%
Brasil	2.847,7	2.363,2	20,5%
B2C	1.279,5	1.148,1	11,4%
B2B	1.568,2	1.215,1	29,1%
Argentina	1.140,6	643,5	77,2%

As **Reservas Confirmadas** apresentaram aumento de 43,8% em comparação ao 1T22, com destaque pela continua procura por destinos internacionais (aumento de 64% no Brasil e de 75% na Argentina frente ao 1T22), esta beneficiada por maior disponibilidade de malha aérea e frequência de voos, além da ausência de restrições sanitárias mais severas impostas pela variante Ômicron, que impactou as reservas no 1T22.

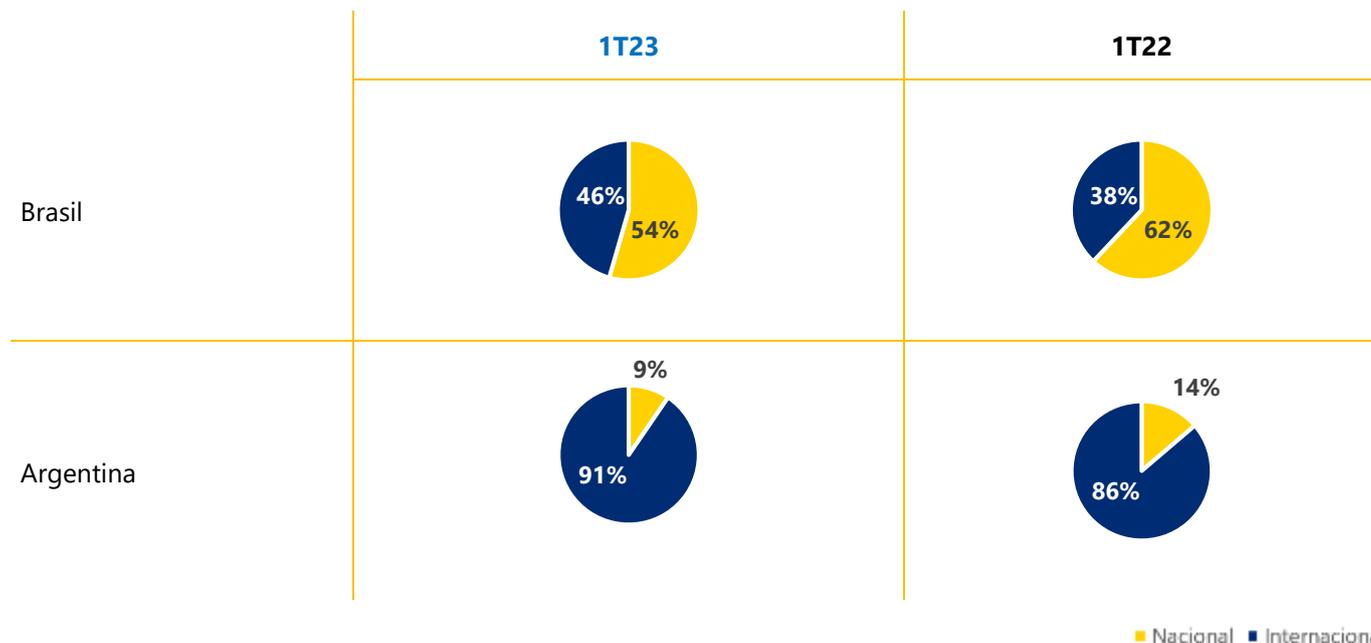
Adicionalmente, as reservas no B2C contaram com os efeitos positivos da troca de plataforma, realizada no 4T22, sendo que apenas na rede de lojas físicas o aumento foi de 73% nas reservas, com mais da metade dos atendimentos já realizados com apoio de ferramentas digitais. Além disso, no início do 1T23, a Companhia ofertou extensa variedades de produtos exclusivos e condições únicas pré-negociadas com alguns fornecedores. Este empenho foi convertido em ofertas para o Carnaval e para a baixa temporada com condições de preços e pagamentos atrativos para os clientes.

No B2B, as reservas confirmadas cresceram 29,8%, principalmente para destinos internacionais (52% no 1T23 vs. 45% no 1T22) e vendas mais robustas no produto aéreo, fruto da maior demanda por viagens corporativas (eventos culturais e corporativos).

Destaca-se, por mais um trimestre, o desempenho relacionado à temporada de cruzeiros 22/23, com aumento de 726% nas reservas frente ao 1T22, reflexo da suspensão temporária, naquele período, em virtude da variante Ômicron, bem como a expansão de oferta nesta que foi a maior temporada brasileira de cruzeiros marítimos dos últimos anos². No 1T23, o produto marítimo representou 16% das reservas da unidade de negócio B2C, sendo que estimamos que cerca de 20 a 25% dos passageiros embarcados no território brasileiro, no trimestre, foram clientes da CVC Corp.

As Reservas Confirmadas na **CVC Corp** para destinos internacionais, seguiram em alta e representaram 58% das reservas confirmadas no período (49% no 1T22). Abaixo detalhamos a abertura por destinos no Brasil e Argentina:

² Fonte: <https://abreemar.com.br/guia-clia-brasil/>



As **Reservas Consumidas** avançaram 32,6% na CVC Corp no 1T23, principalmente em função da flexibilização de restrições para viagens, dado que no ano passado a variante Ômicron impactou os meses de janeiro e fevereiro, e também em função do reaquecimento do setor no ano corrente e bom resultado das vendas no período da *Black Friday*. No B2C, as Reservas Consumidas cresceram 11,4% frente ao 1T22, principalmente em função do período de alta temporada e calendário favorável no trimestre, enquanto que no B2B, o aumento decorre dos fatores que já citados na seção de reservas confirmadas. Na Argentina, as Reservas Consumidas seguiram crescentes, principalmente, para destinos internacionais, sendo a Almundo com maior representatividade destas reservas, em virtude do período de alta temporada (férias).

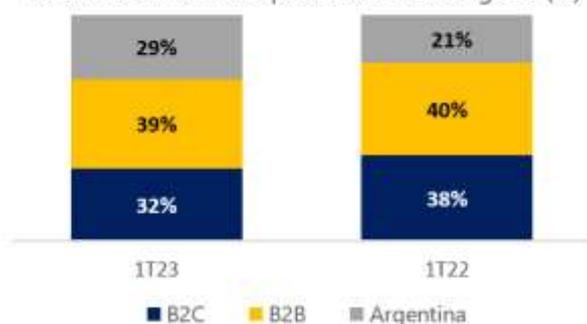
A representatividade nas Reservas Consumidas para destinos internacionais na CVC Corp foi de 56% (ante 43% no 1T22).

Receita Líquida

R\$ milhões	1T23	1T22	Δ
Receita Líquida	295,5	292,8	0,9%
Brasil	221,3	240,8	-8,1%
B2C	145,6	171,9	-15,3%
B2B	75,7	68,8	10,0%
Argentina	74,2	52,1	42,4%
Take Rate	7,4%	9,7%	-2,3 p.p.
Brasil	7,8%	10,2%	-2,4 p.p.
B2C	11,4%	15,0%	-3,6 p.p.
B2B	4,8%	5,7%	-0,9 p.p.
Argentina	6,5%	8,1%	-1,6 p.p.

A **Receita Líquida** cresceu 0,9% frente ao mesmo período do ano passado, por crescimento das Reservas, em parte contraposto pelos efeitos no *take rate* decorrente de *mix* de negócios e de produtos, especialmente na operação brasileira, como o aumento das vendas de produto marítimo, embarques de produtos vendidos na *Black Friday* e menor ocupação em produtos exclusivos.

Reservas Consumidas por Unidade de Negócio (%)



O **Take Rate** na CVC Corp alcançou 7,4% no 1T23, refletindo:

(i) desempenho aquém do esperado nos produtos exclusivos negociados com *take rate* inferior ao projetado, e perdas com não ocupação no montante de R\$ 4,8 milhões (equivalente a 0.3 p.p. do *take rate* do B2C);

(ii) embarque, no 1T23, de cerca de metade das reservas realizadas no final de semana da *Black Friday*;

(iii) forte crescimento do produto marítimo que, apesar de possuir menor *take rate* nominal, não requer capital de giro ou incorre em despesas de vendas, sendo que neste trimestre as reservas consumidas do produto marítimo na CVC Corp Brasil representaram 8% (1% no 1T22) e incremento de 872% nas reservas consumidas;

(iv) maior participação de produtos aéreos, principalmente, para destinos internacionais, em todas as unidades de negócio.

Importante frisar que o *take rate* do 1T22 foi influenciado pelo mix bastante favorável do B2C (15,0%), advindo de maior *share* de viagens nacionais e maior participação de venda de produtos não-aéreo, e do B2B por menor participação de viagens de negócio e, portanto, maior participação do produto terrestre no *mix* de venda.

Reservas Consumidas - Produto B2C (%)



O **Take Rate** da Argentina atingiu 6,5% no 1T23, 1,6 p.p. inferior ao reportado no 1T22, influenciado pelo aumento de *share* de viagens internacionais (91% de representatividade no 1T23 vs 86% no 1T22) e também em decorrência do aumento de impostos incidentes em viagens ao exterior na Argentina, os quais são adicionados ao valor das reservas, porém sem impactos na Receita Líquida, desta forma produzindo aparente diluição do *take rate*.

Despesas

<i>R\$ milhões</i>	1T23	1T22	Δ
Despesas Gerais e Administrativas	(216,6)	(218,2)	-0,7%
Despesas de Vendas	(61,5)	(57,0)	7,9%
Outras Receitas/Despesas Operacionais	(1,5)	15,6	n.a.
Subtotal Despesas Operacionais	(279,7)	(259,6)	7,7%
(-) Itens não recorrentes	(11,5)	12,5	n.a.
Subtotal Despesas Operacionais Recorrentes	(268,2)	(272,0)	-1,4%
(+) Taxa de Serviços - Fee Boletó	(1,8)	(8,3)	-78,3%
EBITDA Ajustado	25,5	12,5	103,2%

As **Despesas Gerais e Administrativas** ficaram praticamente estáveis quando comparadas às do 1T22, decorrentes do maior controle de despesas fixas, a despeito dos impactos de acordos sindicais (reajuste de 5,8%, a partir de novembro/22 no Brasil e de cerca de 70% na moeda local da Argentina nos últimos 12 meses).

No 1T23 foi dada continuidade no programa de eficiência, que foca na racionalização de estruturas e processos, com consequente redução de despesas, sendo que no início do ano foram realizados ajustes nas estruturas gerenciais. O programa de eficiência seguirá ao longo de 2023, focado principalmente em processos/atividades operacionais.

A linha **Outras Receitas/Despesas Operacionais** registrou valor negativo de R\$ 1,5 milhão, composto principalmente por custos relacionados a reembolsos, cancelamentos e outras provisões judiciais que juntos somaram R\$ 11,8 milhões, compensados quase em sua totalidade por incentivos recebidos de distribuidores de bilhetes aéreos.

As **Despesas não recorrentes** no 1T23 totalizaram valor negativo de R\$ 11,5 milhões, montante composto, principalmente, por despesas com pessoal, decorrente das indenizações incorridas na implementação de plano de reestruturação (conforme mencionado acima) e despesas com serviços de terceiros. Já no 1T22, somou um saldo positivo de R\$ 12,5 milhões devido a reversão de provisões de contingências.

<i>R\$ milhões</i>	1T23	1T22	Δ
Despesas de Vendas	(61,5)	(57,0)	7,9%
Brasil	(46,7)	(41,3)	12,9%
<i>como % das Reservas Consumidas</i>	1,6%	1,7%	-0,1 p.p.
Provisão para perda - PCLD	(2,0)	(10,5)	-80,8%
Marketing	(23,4)	(14,5)	61,6%
Custo do Cartão de Crédito	(21,2)	(16,4)	29,5%
Argentina	(14,8)	(15,7)	-5,2%
<i>como % das Reservas Consumidas</i>	1,3%	2,4%	-1,1 p.p.

No 1T23, as **Despesas de Vendas** da CVC Corp cresceram 7,9% em comparação ao 1T22, ou seja, em ritmo inferior ao aumento das Reservas Consumidas na Argentina (+77,2%) e no Brasil (+20,5%).

No Brasil, as despesas com marketing cresceram no 1T23, pela realização de campanhas de incentivo de produtos exclusivos para a alta temporada e ativações para o período de baixa temporada, suportando estratégia de preço diferenciada e negociada com certos fornecedores. Houve decréscimo da PCLD no 1T23, retratando reversão de algumas contas a receber de companhias aéreas e ajustes usuais de carteira.

No tocante a meios de pagamentos, no 1T23, as Despesas com Cartão de Crédito no Brasil tiveram crescimento superior ao das Reservas Consumidas (+20,5%), dado o aumento de vendas nesta modalidade (vide Anexo 4), ao passo que o uso de boletos registrou menor representatividade principalmente em virtude da implantação da central de financiamentos (*Marketplace* de Crédito).

Na operação argentina, houve redução nas despesas de vendas, quando comparadas ao 1T22, por redução das despesas associadas ao processamento de pagamentos por cartão de crédito, dada restrição imposta pelo governo na forma de parcelamento de viagens internacionais na operação de varejo (sobretudo Almuando), acarretando mais pagamentos à vista.

EBITDA

<i>R\$ milhões</i>	1T23	1T22	Δ
EBITDA Ajustado	25,5	12,5	103,2%
(+) Itens Não Recorrentes	(11,5)	12,5	n.a.
(-) Taxa de Serviços - Fee Boleto	(1,8)	(8,3)	-78,3%
EBITDA	15,8	33,3	-52,5%
(+) Depreciação e amortização	(52,0)	(49,1)	6,0%
(+) Equivalência Patrimonial	(0,2)	(0,1)	18,8%
(+) Resultado Financeiro	(96,7)	(88,8)	8,9%
Prejuízo antes de IR e CS	(133,1)	(104,7)	27,1%
(+) IR e CS	5,1	(62,1)	n.a.
Prejuízo Líquido	(128,0)	(166,8)	-23,3%

No 1T23, A CVC Corp registrou **EBITDA** de R\$ 15,8 milhões, enquanto o **EBITDA Ajustado**, o qual acresce as despesas com boletos (reportada nas Demonstrações Financeiras na rubrica 'Despesas Financeiras') e excetua os itens não recorrentes, foi de R\$ 25,5 milhões.

Resultado Financeiro

R\$ milhões	1T23	1T22	Δ
Despesas Financeiras	(105,2)	(91,8)	14,6%
Encargos Financeiros	(49,9)	(45,2)	10,3%
Juros - antecipação de recebíveis	(41,4)	(23,4)	76,6%
Taxa de Serviços - Fee Boleto	(1,8)	(8,3)	-78,3%
Outras despesas financeiras	(12,2)	(14,9)	-18,4%
Receitas Financeiras	20,2	21,3	-5,1%
Rend. de aplicações financeiras	16,8	15,3	9,5%
Outras receitas financeiras	3,4	6,0	-42,6%
Variação Cambial (hedge)	(11,8)	(18,3)	-35,7%
Resultado Financeiro	(96,7)	(88,8)	8,9%

O **Resultado Financeiro** totalizou despesa líquida de R\$ 96,7 milhões no 1T23 e o aumento em comparação ao 1T22 deve-se, principalmente, aos efeitos do aumento do CDI médio que incide sobre a dívida líquida (10,3% a.a. no 1T22 para 13,7% a.a. no 1T23) e encargos sobre as antecipações de recebíveis, sendo R\$ 853,3 milhões o montante de antecipações realizadas neste trimestre, em virtude de necessidade de caixa do período dado a sazonalidade do negócio e crescimento das operações.

A variação cambial registou valor negativo de R\$ 11,8 milhões (que incluem marcação a mercado de derivativos de proteção - *hedge*) ante um valor negativo de R\$ 18,3 milhões no 1T22, em função do resultado positivo da variação da marcação a mercado de derivativos, da variação cambial sobre saldo de bancos e pagamentos internacionais. Para mais detalhes sobre Resultado Financeiro, vide Nota Explicativa 21 do ITR.

Em decorrência da Lei do PERSE, as alíquotas de **IR/CSLL** passaram a ser zero para as operações no Brasil. Entretanto, no 1T23, o montante de R\$ 5,1 milhões positivo apresentado nesta linha, refere-se majoritariamente a tributos diferidos na operação Brasil, cuja realização ocorrerá após o período de vigência da lei do PERSE (mar/27). Adicionalmente, no período, houve a compensação de créditos de prejuízo fiscal e base negativa de CSLL em uma das controladas da CVC Corp, dado a adesão ao Programa de Antecipação de Dívidas, conforme Portaria PGFN nº 8.798/2022³.

O montante de R\$ 62,1 milhões registrados no 1T22, refere-se a reversão de créditos tributários diferidos cuja realização ocorrerá no período de vigência do Perse.

No 1T23 foi registrado **Prejuízo Líquido** de R\$ 128,0 milhões, ante aos R\$ 166,8 milhões apurados no 1T22.

³ Texto completo no link: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=126532>

Investimentos (Capex) e Transformação Digital

R\$ milhões	1T23	1T22	Δ
Investimento	34,8	60,2	-42,2%

Os Investimentos realizados pela CVC Corp no 1T23 totalizaram R\$ 34,8 milhões, a redução frente ao 1T22 deve-se à finalização dos projetos focados na transformação digital, alinhado com o Plano de Investimento aprovado em 2021. No 1T23 os principais projetos foram:

- (i) Atlas, lançado no final de 2022, foi maior projeto da transformação digital da CVC Corp, integrando todos os canais que atendem os clientes da marca no B2C, também passou a atender, no 1T23, os agentes multimarca do B2B. Agentes parceiros da CVC Corp passaram a utilizar o novo portal de vendas de lazer, que possui uma melhor performance e maior ofertas de produtos, oferecendo possibilidade de vendas mais assertivas ao agente, dando continuidade ao projeto de integração de sistemas, dado que o Atlas reúne todo o portfólio da CVC atendido pelo time do B2B.
- (ii) Lançamento do ConectaaS, uma nova plataforma para integração de APIs, que aumenta a conectividade e facilita o acesso das agências para venda de produtos. A plataforma é *plug and play* e funciona como uma vitrine de produtos. Já possui diversos parceiros integrados ao portfólio de venda;
- (iii) 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 produtividade;

A CVC Corp segue em um contínuo trabalho de aperfeiçoamento da gestão de informações por meio de *data lake* e CRM, que atualmente conta com mais de 34 milhões de clientes cadastrados e está integrado com a nova plataforma do B2C e com todos os canais de venda (*website*, loja e app).

Nos últimos anos a CVC Corp investiu mais de R\$ 400 milhões em tecnologia, sendo cerca de 50% deste montante apenas no ano de 2022. As grandes entregas referentes aos projetos focados em Transformação Digital ocorreram no 2º semestre do ano passado. Neste sentido, a partir de 2023, a Companhia retoma a patamares mais normalizados de investimentos que não devem ser maiores que R\$ 125 milhões alinhado com o compromisso firmado na negociação do reperfilamento das debêntures.

Fluxo de caixa

<i>R\$ milhões</i>	1T23	1T22
Prejuízo antes do Imposto de Renda e Contribuição Social	(133,1)	(104,7)
Ajustes itens não caixa	150,3	125,7
Variação no Capital de Giro	(216,5)	65,1
Caixa líquido nas atividades Operacionais	(199,3)	86,0
Caixa líquido das atividades de invest. - Capex	(34,8)	(60,2)
Empréstimos e Debêntures	-	-
Aumento de capital	-	-
Juros pagos	(14,7)	(16,1)
Aquisição de controladas	-	-
Outros	(9,5)	(9,4)
Caixa líquido nas atividades de financiamento	(24,2)	(25,5)
Variação Cambial Caixa e Equivalentes de caixa	(3,0)	(16,8)
Fluxo de Caixa no período	(261,3)	(16,5)
Caixa no início do período	687,5	795,8
Caixa no final do período	426,2	779,4

O fluxo de caixa nas atividades operacionais do trimestre foi negativo em R\$ 199,3 milhões, e está impactado essencialmente (i) pelos efeitos da sazonalidade usual do negócio no primeiro trimestre do ano, onde pagamentos a fornecedores terrestres se concentram nesses meses dado o período de férias, (ii) pelo crescimento das operações e (iii) pela adequação do caixa médio e de final de período. No 1T23, o valor de recebíveis antecipados somava R\$ 853,3 milhões e **Caixa**, ao final do período, somava R\$ 426,2 milhões, valor superior ao caixa mínimo (R\$ 250,0 milhões) definido em política específica. Em 31 de março de 2023 haviam R\$ 1.052,2 milhões em recebíveis de cartão de crédito antecipados.

O fluxo de caixa das atividades de investimento (Capex) somou R\$ 34,8 milhões, 42,2% inferior ao realizado no 1T22, dado a conclusão, no ano de 2022, do alto ciclo de investimento relacionado ao projeto de transformação digital da CVC Corp, conforme acima mencionado. Para 2023 espera-se um Capex mais normalizado que registrará valores inferiores nesta rubrica ao longo ano, e auxiliará na melhora do caixa da Companhia.

Endividamento

Ao final 31 de março de 2023, o saldo em debêntures somava R\$ 925,9 milhões, superior aos R\$ 896,7 milhões verificados ao fim de 2022, e fazem ainda referência a dívida anteriormente detida pela Companhia (uma vez que a renegociação foi ratificada em Assembleia ocorrida apenas no início de abril).

Nos últimos meses a Companhia vinha envidando esforços para equalizar sua estrutura de capital. Como consequência, em 10 de março foi comunicado ao mercado, através de Fato Relevante a Aviso aos Debenturistas⁴, um acordo com os debenturistas para reperfilamento da dívida, alongando o perfil da mesma e reduzindo o endividamento, com a amortização de R\$ 124 milhões quando da conclusão da celebração dos aditamentos às respectivas escrituras das Debêntures.

As Assembleias ocorreram no último dia 06 de abril de 2023⁵ e contaram com a presença de debenturistas representando 77,8% das debêntures da primeira série em circulação da 4ª emissão, debenturistas representando 96,5% das debêntures da segunda série em circulação da 4ª emissão e debenturistas representando 100% das debêntures em circulação da 5ª emissão. Cabe destacar que a proposição dos termos e condições do reperfilamento foram aprovadas pela totalidade dos presentes.

Ainda no escopo do acordo firmado, a Companhia se comprometeu a realizar um aumento de capital de pelo menos R\$ 125 milhões até 30/11/2023, seguido de *tender offer* de ao menos R\$ 75 milhões para as Debêntures Existentes reperfiladas. Caso não ocorra o supracitado aumento de capital, a Companhia se obriga a aprovar um aumento de capital limitado a R\$ 200 milhões com o objetivo de capitalizar as Debêntures, onde o preço por ação será fixado considerando o menor preço entre: (i) R\$3,50 por ação ou (ii) um deságio médio de 20% sobre a cotação média de fechamento dos 30 dias corridos imediatamente anteriores à data de aprovação do aumento de capital pela Companhia.

Os juros remuneratórios das debêntures reperfiladas serão pagos de forma semestral, sendo o primeiro pagamento a ser realizado em 31/05/2024. Após o reperfilamento as duas séries da 4ª emissão, CVCB14 e CVCB24, foram unificadas sob um único código, CVCB14, com novas características, assim como a 5ª emissão teve suas condições alteradas, conforme quadro resumo abaixo.⁶

Instrumento	4ª Emissão (CVCB14)	5ª Emissão (CVCB15)
Valor Total da Emissão	R\$ 499.560.852	R\$ 272.973.619
Data da Emissão	18/04/2019	21/01/2021
Data do Último Aditamento	06/04/2023	06/04/2023
Vencimento	30/11/2026	30/11/2026
Custo	CDI + 5,50% a.a.	CDI + 5,50% a.a.
Prêmio	3,6%, diferença entre a taxa CDI + 5,50% a.a. e CDI+7% a.a., ajustado no PU	3,6%, diferença entre a taxa CDI + 5,50% a.a. e CDI+7% a.a., ajustado no PU
Pagamento de Juros	Semestral Último dia útil de maio e novembro	Semestral Último dia útil de maio e novembro
Carência	Até 31/05/2024	Até 31/05/2024
Amortização	30/11/2024 (10%)	30/11/2024 (10%)
	30/11/2025 (45%)	30/11/2025 (45%)
	30/11/2026 (45%)	30/11/2026 (45%)

⁴ Recomenda-se a leitura integral do Fato Relevante de 10/03/2023, incluindo o *term sheet* de reperfilamento anexo, disponível no site da Companhia e CVM

⁵ Recomenda-se a leitura integral da Ata da AGD da 4ª emissão de debêntures e da Ata da AGD da 5ª emissão de debêntures de 06/04/2023 - disponível no site da Companhia e CVM

⁶ Para mais informações acessar os Aditamentos completos das debêntures que estão disponíveis no site da CVC Corp e CVM.

Com a conclusão desse reperfilamento a Administração entende que esteja melhor equacionado, pelos próximos anos, os vencimentos da dívida ao seu fluxo de caixa previsto, de forma a não comprometer sua capacidade de crescimento e investimento em suas operações. Adicionalmente, o endividamento bruto da Companhia é novamente reduzido e atinge o menor patamar desde dez/2017.

O endividamento da Companhia passa a ter o seguinte cronograma de amortização:

Cronograma de amortização das debêntures

R\$ milhões



Anexos

Anexo 1: Balanço Patrimonial (R\$ milhões)

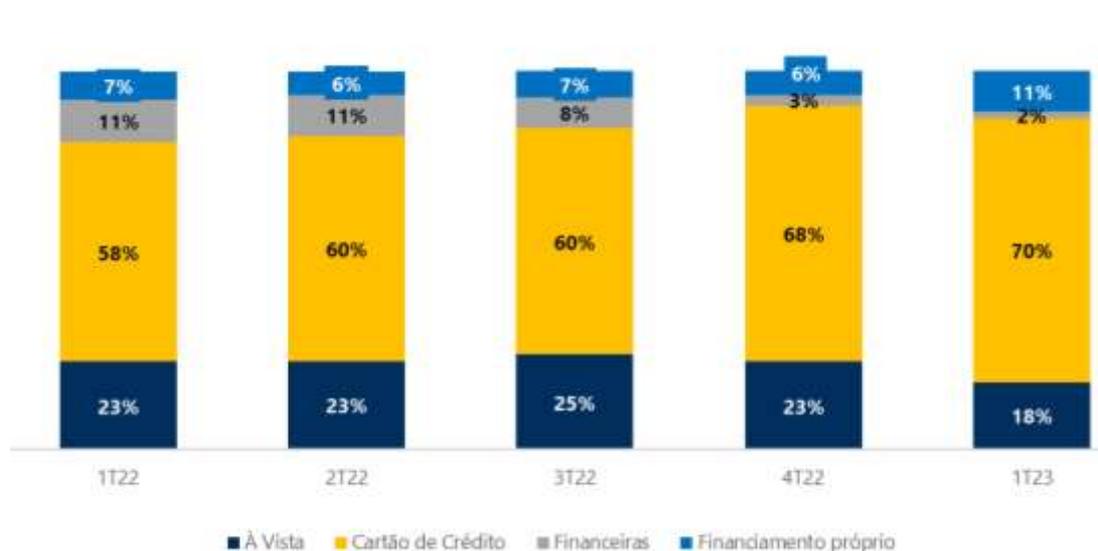
Ativo	31/03/2023	31/12/2022	Passivo	31/03/2023	31/12/2022
Ativo Circulante			Passivo Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	426,2	687,5	Debêntures	723,0	693,7
Aplicações Financeiras	127,2	127,4	Instrumentos Financeiros derivativos	5,5	2,0
Instrumentos financeiros derivativos	0,0	1,1	Fornecedores	679,2	753,4
Contas a receber de clientes		515,5	Contratos a embarcar antecipados	1.377,2	1.363,7
Adiantamentos a fornecedores	589,1		Salários e encargos sociais	154,6	145,8
Despesas antecipadas	441,1	445,1	Impostos de Renda e Contribuição Social correntes	3,6	3,8
Impostos a Recuperar	55,6	39,6	Impostos e contribuições a pagar	44,1	66,5
Outras contas a receber	62,3	80,7	Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	24,2	22,8
	89,4	65,6	Passivo de arrendamento	16,3	16,7
Total do ativo circulante	1.791,0	1.962,4	Outras contas a pagar	59,7	61,8
			Total do Passivo Circulante	3.087,2	3.130,4
Ativo Não Circulante			Passivo Não Circulante		
Despesas pagas antecipadamente	20,7	23,6	Debêntures	203,0	203,0
Impostos a recuperar	19,0	4,1	Impostos de Renda e Contribuição Social a pagar	21,1	21,2
Impostos diferidos	551,6	555,3	Provisão demandas jud. e adm. e passivo contingente	88,9	94,8
Depósito Judicial	144,1	135,3	Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	92,5	90,1
Outras contas a receber	9,2	11,1	Passivos de Arrendamento	32,4	43,6
Investimentos	4,3	4,5	Contratos a embarcar antecipados	5,5	6,2
Ativo imobilizado	32,4	36,1	Outras contas a pagar	12,0	11,9
Ativo intangível	1.111,9	1.130,4	Total do passivo não circulante	455,3	470,7
Ativos de Direito de Uso	48,6	54,6	Patrimônio Líquido		
Total do ativo não circulante	1.941,7	1.955,1	Capital social	1.414,0	1.414,0
			Reservas de capital	816,2	812,6
			Ágio em Transição de Capital	(183,8)	(183,8)
			Outros Resultados abrangentes	59,8	61,7
			Ações em Tesouraria	(0,1)	(0,1)
			Prejuízos acumulados	(1.915,8)	(1.787,9)
			Total do Patrimônio líquido	190,2	316,5
Total do Ativo	3.732,7	3.917,6	Total do Passivo e Patrimônio Líquido	3.732,7	3.917,6

Anexo 2: Demonstração de Resultados

<i>R\$ milhões</i>	Consolidado		Brasil		Argentina	
	1T23	1T22	1T23	1T22	1T23	1T22
Receita Líquida	295,5	292,8	221,3	240,8	74,2	52,1
Despesas de vendas	(58,7)	(44,0)	(44,7)	(30,9)	(14,1)	(13,1)
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	(2,8)	(13,0)	(2,0)	(10,5)	(0,8)	(2,6)
Total das Despesas gerais e administrativas	(268,6)	(267,3)	(211,1)	(211,2)	(57,5)	(56,0)
Despesas gerais e administrativas	(216,6)	(218,2)	(172,7)	(177,3)	(43,9)	(40,9)
Depreciação e amortização	(52,0)	(49,1)	(38,4)	(34,0)	(13,6)	(15,1)
Equivalência Patrimonial	(0,2)	(0,1)	(0,2)	(0,1)	-	-
Outras receitas/despesas operacionais	(1,5)	15,6	(13,9)	11,5	12,4	4,1
Lucro (Prejuízo) antes do resultado financeiro	(36,4)	(15,9)	(50,5)	(0,4)	14,2	(15,5)
Resultado financeiro	(96,7)	(88,8)	(88,4)	(85,4)	(8,3)	(3,4)
Lucro (Prejuízo) antes do imposto de renda e contribuição social	(133,1)	(104,7)	(138,9)	(85,8)	5,8	(18,9)
Imposto de renda e CS	5,1	(62,1)	6,0	(64,4)	(0,8)	2,3
Corrente	(0,0)	(0,5)	(0,0)	(0,5)	(0,0)	(0,0)
Diferido	5,2	(61,6)	6,0	(63,9)	(0,8)	2,3
Lucro (Prejuízo) líquido do exercício	(128,0)	(166,8)	(133,0)	(150,2)	5,0	(16,6)
Atribuído a acionistas controladores	(128,0)	(166,8)	(133,0)	(150,2)	5,0	(16,6)

Anexo 3: Fluxo de Caixa - Método indireto

<i>R\$ milhões</i>	1T23	1T22
Lucro (Prejuízo) antes do Imposto de Renda e Contribuição Social	(133,1)	(104,7)
Ajustes para reconciliar o resultado do exercício com o caixa das atividades operacionais	150,3	125,7
Depreciação e amortização	52,0	49,1
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	2,8	13,0
Juros e variações monetárias e cambiais	89,3	67,0
Equivalência patrimonial	0,2	0,1
Provisão (reversão) para demandas judiciais e administrativas	4,2	(13,6)
Mudanças do valor justo da opção de compra	-	-
Baixa de imobilizado, intangível e contratos de alugueis – IFRS 16	2,0	7,2
Outras provisões	(0,1)	2,7
Redução (aumento) em ativos e passivos	(216,5)	65,1
Contas a receber de clientes	(113,8)	243,9
Adiantamentos a fornecedores	3,5	124,4
Fornecedores	(69,1)	(21,7)
Contratos a embarcar antecipados	15,6	(228,3)
Variação em tributos a recuperar/ recolher	(5,5)	6,9
Liquidação de instrumentos derivativos	(0,9)	(2,6)
Salários e encargos sociais	9,4	20,8
Imposto de renda e contribuição social pagos	(0,3)	(0,0)
Provisão para demandas judiciais e administrativas	(8,6)	(0,8)
Variação em outros ativos	(39,4)	(33,4)
Variação em outros passivos	(7,4)	(44,3)
Caixa líquido nas atividades Operacionais	(199,3)	86,0
Ativo imobilizado	(0,5)	(8,7)
Ativo intangível	(34,3)	(35,8)
Aquisições de controladas	-	(15,7)
Caixa líquido aplicado nas atividades de Investimentos - Capex	(34,8)	(60,2)
Captação de debêntures e empréstimos	-	-
Liquidação de debêntures e empréstimos	-	-
Aumento de capital	-	-
Juros pagos	(14,7)	(16,1)
Captação/Liquidação de instrumentos derivativos	-	-
Exercício de opções com alienação de ações em tesouraria	-	-
Aquisição de controladas	-	-
Pagamento de arrendamento - IFRS16	(9,5)	(9,4)
Caixa líquido (aplicado nas) proveniente das atividades de Financiamento	(24,2)	(25,5)
Variação Cambial Caixa e Equivalentes	(3,0)	(16,8)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa líquidos	(261,3)	(16,5)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	687,5	795,8
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	426,2	779,4

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

Anexo 5: Evolução da rede de lojas

	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
Brasil	1.091	1.111	1.129	1.147	1.158
CVC	1.039	1.059	1.076	1.093	1.103
Próprias	7	14	16	16	13
Novo Layout	7	12	12	12	9
Franquias	1.032	1.045	1.060	1.077	1.090
Novo Layout	41	29	19	13	6
Experimento	52	52	53	54	55
Próprias	2	4	4	4	4
Franquias	50	48	49	50	51
Argentina	114	107	107	98	98
Almundo	114	107	107	98	98
Próprias	5	5	5	7	7
Franquias	109	102	102	91	91
Total CVC Corp	1.205	1.218	1.236	1.245	1.256

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: 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, 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 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 Transatlantica e Almundo no Check-in.

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