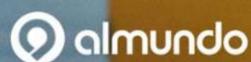


Divulgação de Resultados 2T25



Destacados Financieros y Operativos



+15% (+R\$ 537 millones) de Reservas Confirmadas en el 2T25 vs. 2T24.



+16% de Ingresos Netos en el 2T25 vs. 2T24.



50 nuevas tiendas abiertas en el 2T25, llegando a **1.565 en operación**.



EBITDA¹ de R\$ 92 MM en el 2T25 (+31% vs. 2T24).
Margen EBITDA¹ 27,0% en el 2T25 (+3,1 p.p. vs. 2T24).



Brasil +10% vs. 2T24, siguiendo con el liderazgo del mercado de Consolidación Aérea.



Argentina +37% vs. 2T24, fuerte movimiento de recuperación de la economía.



Brasil +16% vs. 2T24, destacándose el aumento de la Take Rate en B2C y prospección de clientes globales en el B2B.



Argentina +18% vs. 2T24, impulsado por el aumento de ventas en B2B.



41 nuevas tiendas en Brasil. 1.338 tiendas activas en el 2T25.



9 nuevas tiendas en Argentina, 172 tiendas activas en el 2T25.



Generación Operativa de Caja de R\$ 131 millones en el 2T25, (+R\$ 39 millones vs. 2T24).
Reducción de R\$ 118 MM del Endeudamiento General vs. 1T25.

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Reservas Confirmadas	4.083,6	3.546,6	537,0	15,1%	8.203,5	6.720,0	1.483,5	22,1%
Reservas Consumidas	3.828,8	3.253,9	574,9	17,7%	7.986,4	6.579,4	1.407,0	21,4%
Ingresos Netos¹	341,8	294,0	47,8	16,3%	704,0	611,4	92,7	15,2%
Take Rate%	8,9%	9,0%	(0,1 p.p.)		8,8%	9,3%	(0,5 p.p.)	
EBITDA	87,0	58,7	28,3	48,1%	187,2	141,7	45,5	32,1%
EBITDA¹ Ajustado	92,3	70,3	22,0	31,3%	197,0	156,5	40,5	25,8%
MG. EBITDA Ajustado%	27,0%	23,9%	3,1 p.p.		28,0%	25,6%	2,4 p.p.	
Ganancia (Pérdida) Neta Ajustada²	(15,9)	(4,8)	(11,1)	n/a	8,1	(0,8)	8,9	n/a

¹ Los resultados presentados en este documento consideran una reclasificación entre líneas de efectos cambiarios, la conciliación con la información contable puede encontrarse en el Anexo 2.

² Los detalles de las reclasificaciones que componen la Ganancia Neta Ajustada están disponibles en los Anexos 2 y 3.



Teleconferencia de Resultados

13 de agosto, miércoles
10:00 h (BRT)/09:00 h (EST)

Teleconferencia
[Haga clic aquí](#)



Relaciones con Inversionistas

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

Felipe Gomes
Rodrigo Táboas
Tiago Nishimura

La información operativa y financiera a continuación, excepto cuando se indica lo contrario, se presenta en millones de reales nominales y se elabora de acuerdo con las normas contables brasileñas, especialmente la Ley n° 6.404/76 y los dictámenes emitidos por el Comité de Dictámenes Contables ("CPC") y aprobados por la Comisión de Valores Mobiliarios ("CVM") y deben leerse en conjunto con los estados financieros y las notas explicativas del período finalizado el 30 de junio de 2025.

Sumario

Mensaje de la Administración.....	4
Reservas Confirmadas y Reservas Consumidas.....	5
Ingresos Netos y Take Rate	8
Gastos Operativos	9
Gastos de Ventas	10
EBITDA	11
Resultado Financiero.....	12
Depreciación y Amortización	13
Ganancia (Pérdida) Neta Ajustada	13
Flujo de Caja Gerencial	14
Endeudamiento General	15

Mensaje de la Administración

Presentamos los resultados operativos y financieros de CVC Corp referentes al 2T25, un trimestre más de crecimiento consistente de ventas, rentabilidad y gestión de caja en todas nuestras unidades.

Nos enorgullece anunciar que **CVC Corp conquistó el sello Great Place to Work (GPTW)**, reconocimiento que refleja nuestro compromiso de construir un ambiente de trabajo que valora y hace desarrollar a nuestros colaboradores, **una de las principales verticales de nuestro plan estratégico a largo plazo**.

Este trimestre, las marcas **CVC y Experimento recibieron el Sello de Excelencia en Franchising** de la Asociación Brasileña de Franchising (ABF), la distinción más alta del sector en Brasil, lo que evidencia la confianza que los emprendedores depositan en nuestra red.

En la expansión de franquicias, uno de los pilares de crecimiento de la compañía, con foco en ciudades de menor densidad de población, **alcanzamos la marca de 50 nuevas tiendas en el 2T25, siendo 41 en Brasil -cuyo 75% está ubicado fuera de las capitales- y nueve en Argentina**. Este movimiento demuestra la confianza en las marcas de la compañía y el creciente interés de los emprendedores en formar parte de nuestra red.

Las Reservas Confirmadas de CVC Corp presentaron un crecimiento del 15% con relación al 2T24, llegando a R\$ 4,1 mil millones.

En Brasil, el aumento de las Reservas Confirmadas fue del 10% en comparación con el 2T24, reflejo de importantes avances estructurales en el **B2B** con el objeto de ofrecer la cartera de servicios más completa del mercado, destacamos:

(i) **Rextur Advance**: amplió su presencia ante agentes de viaje globales a través de negociaciones para fortalecimiento de la marca a largo plazo.
(ii) **Trend Viagens**: continúa con la evolución de su canal digital de distribución de inventario (Conectaas), que tiene gran potencial de escala.
(iii) **Visual Turismo**: sigue avanzando en la oferta de paquetes turísticos altamente personalizados, reforzando su posicionamiento en este segmento.
También, en el **B2C**, a pesar del aumento de la demanda de productos nacionales, tuvimos una reducción de la oferta de buques por parte de armadores, lo que tuvo impacto negativo en las ventas. Además, observamos una reducción de la tarifa promedio de productos aéreos con relación al inicio de 2025.

En Argentina, las Reservas Confirmadas subieron el 37% con relación al 2T24, manteniendo la tendencia de recuperación del mercado. Subrayamos el fuerte desempeño de Ola (nuestra marca B2B en el país), que presentó un robusto crecimiento en el trimestre; este crecimiento está relacionado con un refuerzo en la cartera de productos, con relevancia para la contratación de productos exclusivos en diversas rutas con destinos locales y en Brasil. Seguimos confiados en el desempeño de nuestras marcas en la región, recuperando ventas y rentabilidad.

Los **Ingresos Netos Consolidados llegaron a R\$ 342 millones en el trimestre, un crecimiento del 16%** en comparación con el 2T24. Este incremento refleja el aumento de la take rate en el B2C, balanceado por el efecto del mix de ventas, ya que los segmentos B2B y Argentina registraron un crecimiento de Reservas superior al del B2C.

El **EBITDA Ajustado del 2T25 fue de R\$ 92,3 millones, un aumento del 31%** con relación al 2T24, con margen del 27%, 3,1 puntos porcentuales superior al mismo período de 2024. Estas mejoras reflejan la continua dilución de costos, impulsada por el aumento de los ingresos y por un control más riguroso de los gastos administrativos, manteniendo el foco en la rentabilidad de las operaciones.

La **Generación de Caja Operativa llegó a R\$ 131 millones en el 2T25, R\$ 39 millones superior al del 2T24**, reflejando las ganancias continuas de balanceo de la demanda de capital de giro de los principales productos.

Finalmente, el **Endeudamiento General presentó una reducción de R\$ 119 millones** en la comparación con el 1T25, reflejo del empeño de la compañía en la optimización de sus pasivos.

Para el segundo semestre de 2025, **permanecemos enfocados en los temas "Crecimiento e Innovación"**, trayendo importantes diferenciales, como **negociaciones estratégicas** con aliados y proveedores e **inteligencia artificial** aplicada a ventas y backoffice.

Seguimos confiados en los fundamentos de la economía brasileña y en la solidez de la Compañía, comprometidos con la **rentabilidad de nuestras unidades de negocios**.

"La Generación de Caja Operativa llegó a R\$ 131 millones en el 2T25"

Reservas Confirmadas y Reservas Consumidas

Reservas Confirmadas

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Reservas Confirmadas	4.083,6	3.546,6	537,0	15,1%	8.203,5	6.720,0	1.483,5	22,1%
Brasil	3.159,1	2.873,4	285,7	9,9%	6.207,6	5.516,3	691,3	12,5%
B2C	1.476,2	1.477,7	(1,5)	-0,1%	2.986,4	2.859,0	127,4	4,5%
B2B	1.682,9	1.395,7	287,2	20,6%	3.221,2	2.657,3	563,9	21,2%
Argentina	924,5	673,1	251,3	37,3%	1.995,9	1.203,7	792,2	65,8%

Las **Reservas Confirmadas del 2T25** registraron un aumento del **15,1%** en la comparación anual: **Brasil** presentó un crecimiento del **9,9%** y **Argentina**, del **37,3%**, destacando:

En Brasil, las Reservas Confirmadas aumentaron el 9,9% vs. 2T24 como resultado de los desempeños: (i) en el **B2B**, *Rextur Advance* tuvo su desempeño positivo relacionado con el plan de incorporación de clientes globales a su base, reforzando su posición como la mayor consolidadora aérea del país; también, *Trend Viagens* sigue avanzando en la comercialización de *Conectaas*, su nuevo canal de distribución, aumentando el número de operadoras consumiendo de su ecosistema, así como con mejoras en la experiencia del usuario. Por último, (ii) en el **B2C**, las ventas se vieron afectadas por una reducción de la capacidad de los buques de cruceros, fruto de un cambio de la estrategia de los armadores. Es importante resaltar que la demanda de este producto no presentó reducción. También destacamos que hubo un aumento relevante en la venta de productos con destinos nacionales.

En Argentina, las Reservas Confirmadas aumentaron el 37%, manteniendo la trayectoria económica que viene observándose desde el segundo semestre de 2024, destacamos el fuerte desempeño de nuestra Consolidadora *Ola*, que registró fuerte desempeño en la comparación anual, principalmente, debido a la estrategia asertiva de contratación de productos exclusivos para diversos destinos locales (Argentina) y en Brasil. También, en *Almundo*, además de la recuperación macroeconómica, el crecimiento de la unidad tiene contribución de la maduración de las tiendas inauguradas durante 2024.

Reservas Confirmadas - **Brasil** (millones de R\$)



Reservas Confirmadas - **Argentina** (millones de R\$)



Red de Tiendas - Brasil: CVC y Experimento y Argentina: Almundo

El 2T25 cerró con un total de 1.338 tiendas de CVC Lazer, de las cuales **41 se inauguraron durante el 2T25, de las cuales el 75% corresponde a fuera de las capitales**. Dicho nivel está en línea con lo esperado por la administración para el trimestre, reflejando el avance de la presencia de la marca y su fortalecimiento en el mercado.

Además de reforzar la capilaridad aumentando la presencia fuera de los grandes centros urbanos, destacamos que una parte de las inauguraciones sigue ocurriendo en los formatos Kiosco y Modular, que, además de demandar menos inversiones, permitir una implantación más ágil, **resultando en indicadores de retorno económico más atractivos para los emprendedores**.

CVC Lazer y Experimento	2T25	1S25	2024
Inicio del Período	1.358	1.341	1.105
Aperturas	41	66	264
Cierre	(6)	(14)	(28)
Fin del Período	1.393	1.393	1.341

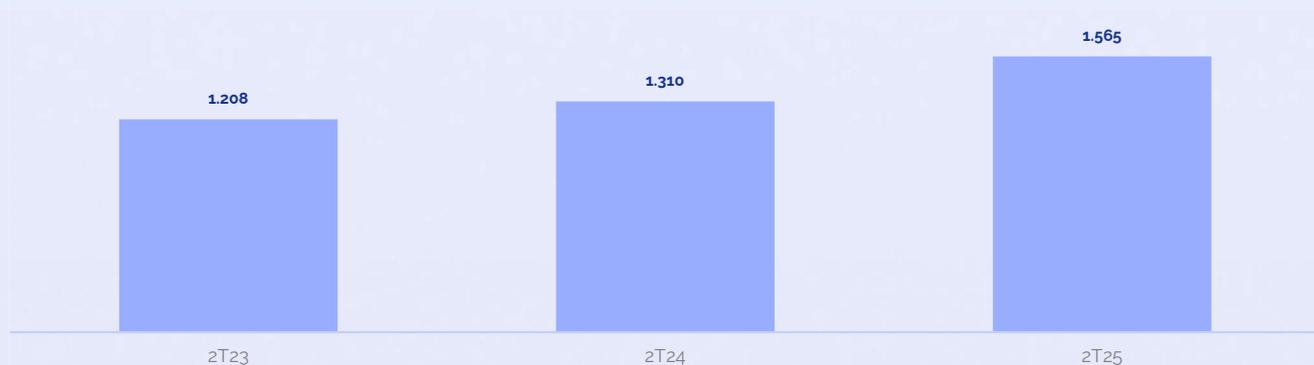
En este trimestre, tuvimos seis cierres de tiendas, cantidad alineada con el historial de CVC Lazer.

También en el 2T25, inauguramos **9 nuevas franquicias en Argentina**, alcanzando el total de 172 tiendas en el país. Estas aperturas siguen demostrando la confianza de los empresarios en la importancia del segmento de turismo y de la solidez de la marca Almundo, líder del sector en el país.

Almundo	2T25	1S25	2024
Inicio del Período	165	151	122
Aperturas	9	23	39
Cierre	(2)	(2)	(10)
Fin del Período	172	172	151

Ante estos movimientos, contabilizamos 1.565 tiendas en operación, retomando los niveles anteriores a la pandemia.

Total de Tiendas - CVC Corp

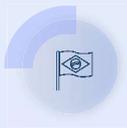


Productos Exclusivos - CVC Lazer

En el segundo trimestre de 2025, observamos la participación de productos exclusivos en los embarques nacionales, alcanzando una participación en el segmento nacional de CVC Lazer del 21,4% vs el 16,9% en el mismo período de 2024, un aumento de 4,5 p.p.

Reservas Consumidas

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Reservas Consumidas	3.828,8	3.253,9	574,9	17,7%	7.986,4	6.579,4	1.407,0	21,4%
Brasil	2.915,7	2.579,0	336,7	13,1%	5.927,2	5.210,3	716,9	13,8%
B2C	1.244,3	1.159,6	84,7	7,3%	2.712,5	2.492,2	220,3	8,8%
B2B	1.671,5	1.419,4	252,0	17,8%	3.214,7	2.718,1	496,6	18,3%
Argentina	913,0	674,8	238,2	35,3%	2.059,2	1.369,1	690,1	50,4%



En Brasil, las Reservas Consumidas alcanzaron R\$ 2.915,7 millones en el 2T25, un avance del 13,1% año a año, resultado influenciado por el cambio de la dinámica del plazo de embarque entre B2C y B2B, dado que el B2B aumentó su participación en el mix operando con un plazo entre la compra y el embarque más corto que el del B2C, contribuyendo a un aumento de consumo mayor que el aumento de las Reservas Confirmadas.



Las Reservas Consumidas de Argentina fueron de R\$ 913 millones en el 2T25, un aumento del 35,3% vs. 2T24, aun ante una fuerte base de comparación en el 2T24 (todavía reflejo de las ventas récord del 4T23). Destacamos el fuerte desempeño de Ola, marca que representa el segmento B2B en el país, que sigue presentando crecimiento consistente en la comparación anual, superando inclusive el volumen de embarques del B2C en el país.

Reservas Consumidas - **Brasil** (millones de R\$)



Reservas Consumidas - **Argentina** (millones de R\$)



Ingresos Netos y Take Rate

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Ingresos netos	341,8	294,0	47,8	16,3%	704,0	611,4	92,7	15,2%
Brasil	281,4	242,7	38,8	16,0%	562,6	500,1	62,5	12,5%
B2C	171,5	149,5	21,9	14,7%	357,1	323,0	34,1	10,6%
B2B	110,0	93,1	16,9	18,1%	205,6	177,1	28,5	16,1%
Argentina	60,4	51,4	9,0	17,6%	141,4	111,3	30,1	27,1%
Take Rate	8,9%	9,0%	(0,1 p.p.)		8,8%	9,3%	(0,5 p.p.)	
Brasil	9,7%	9,4%	0,3 p.p.		9,5%	9,6%	(0,1 p.p.)	
B2C	13,8%	12,9%	0,9 p.p.		13,2%	13,0%	0,2 p.p.	
B2B	6,6%	6,6%	-		6,4%	6,5%	(0,1 p.p.)	
Argentina	6,6%	7,6%	(1,0 p.p.)		6,9%	8,1%	(1,3 p.p.)	

Los **Ingresos Netos del 2T25 alcanzaron R\$ 341,8 millones**, un **crecimiento del 16,3% vs. 2T24**, con una **Take Rate del 8,9%**, prácticamente estable en la comparación con el mismo período del año anterior, reflejo del aumento de la Take Rate de Brasil, que compensó la *Take Rate* registrada en Argentina, como se detalla a continuación.



En Brasil, la comparación anual presenta **crecimiento del 16% de los Ingresos Netos**, con un **aumento de 0,3 p.p. en la Take Rate vs. 2T24**; dicho aumento se explica por la reducción de las ventas de cruceros en 2025, producto que tiene una *take rate* menor que la promedio, colaborando a una mejora de la take rate del país, así como la estabilidad en el indicador del B2B.



En Argentina, los Ingresos Netos **presentaron un crecimiento del 17,6%**, con *Take Rate* del 6,6%, caída de 1,0 p.p. vs. el 2T24, reflejo del aumento de la participación de Ola en el mix de ventas que, por su naturaleza B2B, tiene una *Take Rate* inferior a la de Almundo (B2C).

Ingresos Netos y Take Rate - Brasil (millones de R\$)



Ingresos Netos y Take Rate - Argentina (millones de R\$)



Gastos Operativos

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Generales y Administrativos - Brasil	(148,5)	(142,4)	(6,1)	4,3%	(293,2)	(283,4)	(9,7)	3,4%
Generales y Administrativos - Argentina	(43,9)	(47,6)	3,8	-7,9%	(89,4)	(78,5)	(10,9)	13,9%
Gastos de Ventas - Brasil	(70,5)	(45,4)	(25,1)	55,3%	(123,3)	(103,6)	(19,7)	19,0%
Gastos de Ventas - Argentina	(10,3)	(4,2)	(6,2)	146,7%	(21,4)	(10,6)	(10,8)	102,4%
Otros Ingresos/Gastos	18,4	4,3	14,1	n/a	10,4	6,4	4,0	61,9%
(-) Gastos Totales	(254,8)	(235,3)	(19,5)	8,3%	(516,8)	(469,7)	(47,2)	10,0%
(-) Líneas no Recurrentes	5,3	11,6	(6,3)	-54,1%	9,8	14,9	(5,0)	-33,7%
(-) Gastos Recurrentes	(249,5)	(223,7)	(25,8)	11,5%	(507,0)	(454,8)	(52,2)	11,5%

Los **Gastos Generales y Administrativos (G&A) de Brasil** presentaron un aumento del 4,3% en la comparación del 2T25 vs. 2T24, inferior a la inflación ocurrida en el periodo. La razón de los Gastos G&A sobre los Ingresos Netos acumulados **en los últimos 12 meses mejoró 2,8 p.p.**: del 52,4% al 49,6%, reflejo del compromiso de la gestión de revisar su estructura administrativa en búsqueda de ganancias de productividad.



El **indicador de G&A sobre Ingresos Netos acumulados en los últimos 12 meses de Argentina** comienza a recuperar el nivel de dilución de costos, alcanzando la razón de 69,8%; el aumento durante 2024, presentado en el gráfico al lado, está relacionado con la valoración del peso argentino que, en bases de cambio comparables, habría presentado una ligera retracción vs. 2T24.



Otros Ingresos y Gastos Operativos registró un aumento de R\$ 14,1 millones vs. el mismo periodo del año anterior, atribuido al crédito de reversiones contables de pasivos no realizados (cuentas a pagar) y, de renegociaciones de contratos con proveedores operativos que, entre débitos y créditos, resultaron en una ganancia neta en el trimestre; dichos ingresos reflejan el compromiso de la gestión de realizar contrataciones estratégicas teniendo como objetivo construir vínculos a largo plazo con proveedores relevantes.

Las líneas no recurrentes totalizaron R\$ 5,3 millones en el 2T25, cuya mayor parte está relacionada con costos relativos a acciones judiciales con clasificación de riesgo de pérdida remota. Sin embargo, el curso de dichas acciones demanda gastos accesorios en seguros y honorarios.

Gastos de Ventas

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Gastos de Ventas	(80,9)	(49,6)	(31,3)	63,1%	(144,7)	(114,1)	(30,5)	26,8%
Brasil	(70,5)	(45,4)	(25,1)	55,4%	(123,3)	(103,6)	(19,7)	19,0%
% de las Reservas Confirmadas	-2,2%	-1,6%	(0,7 p.p.)		-2,0%	-1,9%	(0,1 p.p.)	
Provisión para pérdidas (PCLD)	(6,3)	(4,8)	(1,5)	31,3%	(2,5)	(9,4)	6,9	-73,3%
Marketing	(36,8)	(22,5)	(14,3)	63,5%	(67,3)	(56,3)	(11,0)	19,4%
Tarjeta de Crédito y Boleta	(27,4)	(18,1)	(9,3)	51,4%	(53,5)	(37,9)	(15,6)	41,3%
Argentina	(10,3)	(4,2)	(6,2)	146,7%	(21,4)	(10,6)	(10,8)	102,4%
% de las Reservas Confirmadas	-1,1%	-0,6%	(0,5 p.p.)		-1,1%	-0,9%	(0,2 p.p.)	

La **Provisión para Pérdidas en Cuentas a Cobrar** aumentó R\$ 1,5 millones en la comparación anual, reflejando principalmente el crecimiento del 20% de las Reservas Confirmadas del segmento B2B en el período. El aumento está en línea con la expansión de la operación y sigue compatible con los niveles históricos de morosos, sin cambios en el perfil de riesgo de la cartera.

Los **Gastos de Marketing** tuvieron un aumento de R\$ 14,3 millones vs. 2T24, relativo a un mayor volumen de gastos de aniversario de CVC en mayo de 2025, así como el refuerzo en campañas en el segmento B2B, con reflejo directo en el aumento de la participación de mercado.

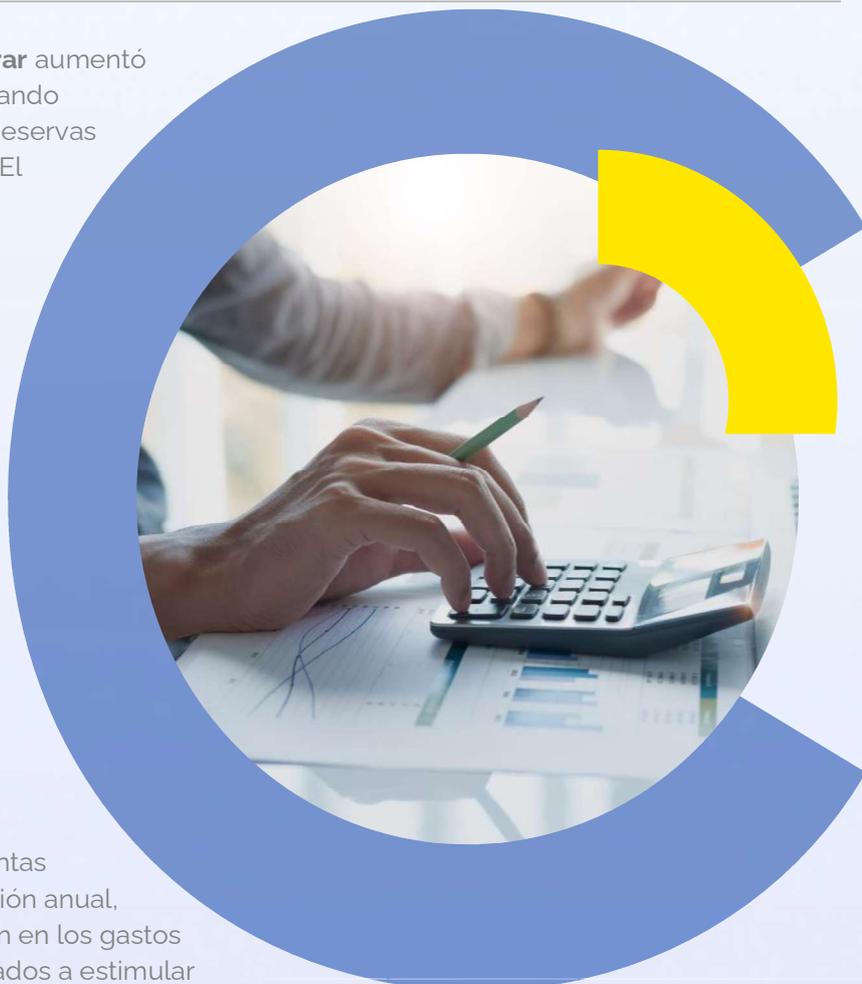
Los costos con tarjeta de crédito y boleto aumentaron en R\$9,3 millones, debido a un mayor uso de tarjetas de crédito como medio de pago.

En la operación de Argentina, los gastos de ventas aumentaron en R\$6,2 millones en la comparación anual, dado que en el 2T24 hubo una fuerte reducción en los gastos de marketing, así como en otros gastos destinados a estimular las ventas.

Cabe destacar que, aunque los Gastos de Ventas Consolidados hayan aumentado en relación con el 2T24, en términos anualizados el indicador se encuentra en línea con el crecimiento de las Reservas Confirmadas en los respectivos períodos.

En la operación de **Argentina**, los gastos de ventas aumentaron R\$ 6,2 millones en la comparación anual; en el 2T24 hubo una fuerte reducción de los gastos de *marketing*, así como en otros gastos dirigidos a estímulo de ventas.

Cabe destacar que, a pesar de que los Gastos de Ventas Consolidados hayan aumentado con relación al 2T24, en bases anualizadas **el indicador está en línea con el crecimiento de las Reservas Confirmadas en los respectivos períodos.**



EBITDA

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
EBITDA	87,0	58,7	28,3	48,1%	187,2	141,7	45,5	32,1%
Margen EBITDA (%)	25,5%	20,0%	5,5 p.p.		26,6%	23,2%	3,4 p.p.	
(+) Líneas no Recurrentes	5,3	11,6	(6,3)	-54,1%	9,8	14,8	(5,0)	-33,7%
EBITDA Ajustado	92,3	70,3	22,0	31,3%	197,0	156,5	40,5	25,8%
Margen EBITDA Ajustado (%)	27,0%	23,9%	3,1 p.p.		28,0%	25,6%	2,4 p.p.	

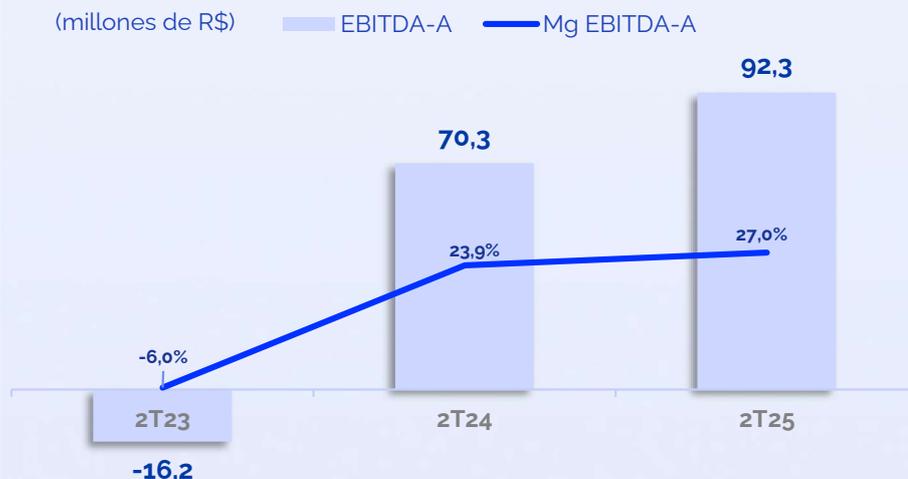


En el 2T25, CVC Corp registró **EBITDA ajustado de R\$ 92,3 millones con un margen del 27%**, presentando **crecimiento de R\$ 22 millones (+31,3%) y +3,1 p.p. vs. 2T24**. En el acumulado del año, el EBITDA ajustado alcanzó **R\$ 197 millones**, presentando **crecimiento de R\$ 40,5 millones (+25,8%), con el margen del 28%, +2,4 p.p. vs. 1S24**.



En Brasil, el EBITDA ajustado alcanzó **R\$ 78,9 millones**, con margen del **28%**, un crecimiento de **R\$ 18,1 millones (+30%) vs. 2T24**.

En Argentina, el EBITDA ajustado alcanzó **R\$ 13,4 millones**, con margen del **22,3%**, representando un **aumento de R\$ 3,9 millones o del 41% vs. 2T24**, reforzando la recuperación de las operaciones en el país.



Resultado Financiero

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Resultado Financiero	(74,8)	(16,6)	(58,2)	n/a	(127,9)	(84,1)	(43,8)	52,1%
Gastos Financieros	(91,5)	(62,3)	(29,2)	46,9%	(184,6)	(143,1)	(41,5)	29,0%
Cargos financieros	(27,2)	(34,8)	7,6	-21,8%	(55,0)	(73,1)	18,1	-24,8%
Intereses de adquisiciones	(3,4)	(2,3)	(1,1)	47,8%	(6,3)	(5,1)	(1,2)	23,5%
Tributación sobre operaciones financieras	(12,0)	(5,7)	(6,3)	110,5%	(22,0)	(8,6)	(13,4)	155,8%
Intereses - Anticipo de cuentas a cobrar	(38,0)	(16,5)	(21,5)	130,3%	(78,2)	(39,6)	(38,6)	97,5%
Intereses Contratos IFRS 16	(1,5)	(1,2)	(0,3)	25,0%	(3,2)	(2,7)	(0,5)	18,5%
Otros gastos	(9,4)	(1,6)	(7,8)	n/a	(19,9)	(14,1)	(5,8)	41,1%
Ingresos Financieros	17,0	27,4	(10,4)	-38,0%	51,2	47,0	4,2	8,9%
Rendimiento de inversiones	3,6	6,1	(2,5)	-41,0%	7,2	16,7	(9,5)	-56,9%
Intereses activos	4,1	-	4,1	n/a	9,0	1,7	7,3	n/a
Actualización de depósitos judiciales	2,8	1,4	1,4	100,0%	5,2	2,0	3,2	160,0%
Otros ingresos	6,6	19,9	(13,3)	-66,8%	29,7	26,6	3,1	11,7%
Variación cambiaria neta	(0,2)	18,2	(18,4)	-101,1%	5,5	11,9	(6,4)	-53,8%
Tasa referencial promedio en el período (a.a.)	14,5%	10,5%	4,0 p.p.		13,7%	10,9%	2,8 p.p.	

El Resultado Financiero del 2T25 totalizó un gasto de R\$ 74,8 millones, un incremento de R\$ 58,2 millones en comparación con el 2T24, destacando:

- (i) **Cargos financieros:** reducción de R\$ 7,6 millones, principalmente por la disminución del *spread* de la tasa de interés sobre debentures, resultado de la negociación con los acreedores, así como del efecto de la amortización de intereses en mayo de 2025, reduciendo el *notional* utilizado para aplicación de los cargos.
- (ii) **Tributación sobre operaciones financieras:** aumento de R\$ 6,3 millones, de los cuales R\$ 3,8 millones provienen del Impuesto dos Débitos e Créditos Bancários (Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios) en Argentina, cuyo incremento en ventas tiene impacto directo en esta tributación, así como, en Brasil, por el aumento de la alícuota del Impuesto sobre Operaciones Financieras (IOF) en el pago de proveedores extranjeros.
- (iii) **Intereses sobre Anticipo de Cuentas a Cobrar:** aumento de R\$ 21,5 millones, principalmente debido al aumento de la tasa referencial entre los periodos, que era del 10,5% a.a. en el 2T24 y pasó al 14,5% en el 2T25.
- (iv) **Otros Gastos:** aumento de R\$ 7,8 millones, que son un efecto de reclasificación retroactiva de gastos entre esta línea y la de Tributación sobre Operaciones Financieras.
- (v) **Otros ingresos:** reducción de R\$ 13,3 millones, principalmente relacionada con la reducción de las ganancias por diferencia de cambio positiva en la conversión de dólares a pesos para pago de los gastos locales, considerando el cambio de las políticas cambiarias del país desde abril de 2025.
- (vi) **Variación Cambiaria:** reducción de R\$ 18,4 millones, resultante de la marcación a mercado de contratos derivados para compensar oscilaciones cambiarias (*Hedge*), en línea con la variación del dólar vs. real en el período.

Depreciación y Amortización

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Depreciación y amortización	(55,8)	(58,6)	2,8	-4,8%	(107,7)	(108,4)	0,7	-0,6%
Software	(37,6)	(36,9)	(0,7)	1,9%	(70,7)	(68,3)	(2,4)	3,5%
Adquisición de controladas	(8,9)	(10,6)	1,7	-16,0%	(18,3)	(21,2)	2,9	-13,7%
Otros	(9,3)	(11,1)	1,8	-16,2%	(18,7)	(18,9)	0,2	-1,1%

Las **Depreciaciones y Amortizaciones** de la Compañía en el 2T25 totalizaron R\$ 55,8 millones, en línea con las expectativas de agotamiento de los activos teniendo en vista la amortización acelerada de algunos proyectos y el menor nivel de inversiones practicados por la compañía desde 2023.

Ganancia (Pérdida) Neta Ajustada

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
EBITDA	87,0	58,7	28,3	48,2%	187,2	141,7	45,5	32,1%
Depreciación y Amortización	(55,8)	(58,6)	2,8	(4,8%)	(107,7)	(108,4)	0,7	(0,6%)
Resultado Financiero	(74,8)	(16,6)	(58,2)	n/a	(127,9)	(84,1)	(43,8)	52,1%
Pérdidas antes de los impuestos	(43,7)	(16,5)	(27,2)	164,8%	(48,5)	(50,9)	2,4	(4,7%)
Impuestos Indirectos	(2,8)	(5,7)	2,9	(51,1%)	(5,4)	(5,6)	0,2	(3,3%)
Pérdida Contable	(46,4)	(22,1)	(24,3)	110,1%	(54,0)	(56,4)	2,5	(4,4%)
(+) Depreciación y Amortización	55,8	58,6	(2,8)	(4,8%)	107,7	108,4	(0,7)	(0,6%)
(-) Adiciones al Activo Permanente	(25,3)	(41,2)	15,9	(38,6%)	(45,7)	(52,6)	6,9	(13,2%)
Ganancia (Pérdida) Neta Ajustada	(15,9)	(4,8)	(11,1)	n/a	8,1	(0,8)	8,9	n/a

Como resultado de los efectos presentados, a pesar del aumento de R\$ 28,3 millones del EBITDA, el aumento de R\$ 58,2 millones de los Gastos Financieros llevó a una Pérdida Neta Ajustada de R\$ 15,9 millones en el trimestre. Cabe resaltar que en el semestre la Ganancia Neta Ajustada alcanzó R\$ 8,1 millones.

Flujo de Caja Gerencial

Históricamente, la Compañía utiliza el anticipo de cuentas a cobrar de tarjeta de crédito como medio de equilibrar sus necesidades de capital; por eso, para demostrar mejor su flujo de caja, efectuamos la reclasificación de los efectos del anticipo entre rubros de caja, de acuerdo con conciliación en el Anexo 4.

Millones de R\$	2T25	2T24	Δ (R\$)	1S25	1S24	Δ (R\$)
Pérdidas antes de los impuestos	(43,7)	(16,5)	(27,3)	(48,4)	(50,8)	2,4
Asientos sin efecto de caja	153,2	97,8	55,4	303,7	212,5	91,2
Necesidades de Capital de Giro	21,5	11,1	10,4	(177,5)	(91,2)	(86,3)
Flujo de caja operativo	131,0	92,4	38,6	77,8	70,5	7,3
Inversiones	(25,3)	(41,2)	15,9	(45,7)	(52,6)	6,9
Flujo de Caja Libre (FCFF)	105,7	51,2	54,5	32,1	17,9	14,2
Financiaciones y efectos cambiarios	(165,3)	(247,2)	81,9	(181,3)	(256,5)	75,2
Flujo de caja patrimonial (FCFE)	(59,6)	(196,0)	136,4	(149,2)	(238,7)	89,5
Caja y equivalentes inicial	310,9	440,2	(129,3)	400,2	482,8	261,3
Caja y equivalentes final	251,3	244,2	7,2	251,1	244,2	7,2

La mejora de R\$ 54,5 millones del Flujo de Caja Libre vs. 2T24 resulta de:

- (i) **Asientos sin efecto de caja: mejora de R\$ 55,4 millones** debido al mayor volumen de intereses y variaciones cambiarias sin efecto de caja en el 2T25;
- (ii) **Necesidades de Capital de Giro: mejora de R\$ 10,4 millones.** Los rubros más impactados por las operaciones liberaron R\$ 22,6 millones vs. 2T24.
- (iii) **Inversiones: reducción de R\$ 15,9 millones** vs. 2T24. Hubo un ajuste de R\$ 17 millones en el 2T24 relacionado con reclasificaciones entre resultado y balance patrimonial (más detalles en la Divulgación de Resultados del 2T24). Sin considerar dicho efecto, las inversiones estarían prácticamente en línea. Por último, dichas inversiones están relacionadas con desarrollos y evoluciones tecnológicas en inteligencia artificial dirigida a mejoras en la experiencia de compra, así como en la mejora de procesos administrativos.
- (iv) **Financiaciones y efectos cambiarios:** presentó una salida de caja inferior R\$ 81,9 millones vs. 2T24 debido a un menor volumen de pago de intereses sobre el endeudamiento.



Endeudamiento General

Teniendo en vista la práctica de anticipo de cuentas a cobrar de tarjetas de crédito antes mencionada, pasamos a presentar el endeudamiento de CVC Corp englobando los saldos anticipados de cuentas a cobrar y los saldos no anticipados, como se muestra a continuación.

Millones de R\$	2T25	1T25	Δ (R\$)	2T24	Δ (R\$)
Corto Plazo	(112,9)	(132,5)	19,6	(80,3)	(32,6)
Largo Plazo	(537,9)	(536,6)	(1,3)	(718,8)	180,9
Deuda Bruta	(650,8)	(669,2)	18,4	(799,2)	148,4
Caja y Equivalentes	251,1	310,9	(59,8)	244,2	6,9
Deuda Neta	(399,7)	(358,3)	(41,4)	(555,0)	155,3
EBITDA-A LTM	429,8	407,8	22,0	339,9	89,9
Apalancamiento (X EBITDA LTM)	(0,9 x)	(0,9 x)	0,05 x	(1,6 x)	0,7 x
Anticipo de cuentas a cobrar	(1.051,6)	(1.116,0)	64,4	(778,6)	(273,0)
Deuda Neta + Saldo de cuentas a cobrar anticipados	(1.451,4)	(1.474,3)	22,9	(1.333,6)	(117,8)
Cuentas por cobrar no anticipadas	466,6	370,9	95,7	497,3	(30,7)
Deuda Neta + Saldos netos de cuentas a cobrar	(984,8)	(1.103,4)	118,6	(836,3)	(148,5)

Al 30 de junio de 2025, la Deuda Neta era de R\$ 399,7 millones comparada a R\$ 555 millones al 2T24, lo que representa una reducción de R\$ 155,3 millones entre los períodos. El Apalancamiento Financiero se redujo de 1,6X EBITDA a 0,9X EBITDA

ANEXOS

Anexo 1: Balance

R\$ Millones	2T25	4T24		2T25	4T24
Corriente	2.223,8	2.227,0	Corriente	2.551,0	2.531,7
Efectivo y equivalentes de	251.1	400.2	Debentures	9.5	9.5
Inversiones financieras	77.9	109.8	Instrumentos financieros	14.1	0.7
Instrumentos financieros	1.9	19.6	Proveedores	502.9	585.9
Cuentas por cobrar de clientes	1.070.8	924.3	Contratos anticipados para	1.726.2	1.638.7
Anticipos a proveedores	646.1	554.6	Salarios y cotizaciones a la	83.1	87.6
Gastos previstos	59.3	54.2	Impuesto sobre la renta y	0.1	0.8
Impuestos a recuperar	45.5	38.0	Impuestos y contribuciones a	19.2	27.8
Otras cuentas por cobrar	71.2	126.3	Cuentas por pagar para la	103.4	96.9
			Responsabilidad por	23.3	23.2
			Otras cuentas por pagar	69.1	60.5
No corriente	1.541.3	1.613.7	No corriente	745.7	777.3
Gastos previstos	1.2	2.8	Debentures	536.4	532.9
Impuestos a recuperar	23.9	15.4	Impuestos y contribuciones a	2.0	2.3
Impuesto sobre la renta diferido	529.3	530.6	Provisión para reclamaciones y	140.0	155.9
Depósitos judiciales	148.7	145.4	Cuentas por pagar para la	1.5	2.0
Otras cuentas por cobrar	0.7	0.8	Responsabilidad por	31.3	47.3
Inversiones	22.6	25.4	Contratos anticipados para	4.1	2.0
Activos fijos	766.0	829.8	Otras cuentas por pagar	30.4	35.0
Activos intangibles	48.9	63.5			
			Equidad	468,4	531,6
			Capital social	1.755.3	1.755.3
			Reservas de capital	1.240.0	1.233.2
			Fondo de comercio en	(183.8)	(183.8)
			Otros resultados integrales	62.4	75.3
			Autocartera	(3.5)	(0.1)
			Pérdidas acumuladas	(2.402.0)	(2.348.1)
Activos totales	3.765,1	3.840,6	Pasivos totales y capital	3.765,1	3.840,6

Anexo 2: Reconciliación – Estados Financieros

En el 1T25, la Compañía reconoció en sus ingresos el impacto de la variación cambiaria sobre productos respaldados en moneda extranjera, dado que la Compañía contrata instrumentos financieros derivados (*Non Deliverable Forward*), cuya ganancia en *Mark-to-Market* fue reconocida en un período distinto al presentado. Recomendamos la lectura de las notas explicativas a los estados financieros de los períodos mencionados para mayor aclaración.

R\$ Millones	2T25 DF	Reclasificación	2T25 Divulgación	1S25 DF	Reclasificación	1S25 Divulgación
Ingresos netos por ventas	348,2	(0,1)	348,1	724,0	2,9	726,9
Costo de los servicios prestados	(6,3)	-	(6,3)	(22,8)	-	(22,8)
Utilidad Bruta (Ingresos Netos)	342,0	(0,1)	341,8	701,1	2,9	704,0
Ingresos (gastos) de explotación	(254,8)	-	(254,8)	(516,9)	-	(516,9)
Gastos de venta	(80,9)	-	(80,9)	(144,7)	-	(144,7)
Gastos generales y administrativos	(192,4)	-	(192,4)	(382,6)	-	(382,6)
Otros ingresos (gastos) de explotación	18,4	-	18,4	10,4	-	10,4
EBITDA	87,1	(0,1)	87,0	184,3	2,9	187,2
(+) Elementos no recurrentes	5,3	-	5,3	9,8	-	9,8
EBITDA Ajustado	92,5	(0,1)	92,3	194,1	2,9	197,0
Depreciación y amortización	(55,8)	-	(55,8)	(107,7)	-	(107,7)
Resultado financiero	(75,0)	0,1	(74,8)	(125,0)	(2,9)	(127,9)
Pérdida antes del impuesto sobre la renta y la cotización social	(43,7)	-	(43,7)	(48,4)	-	(48,4)
Impuesto sobre la renta y cotización social	(2,8)	-	(2,8)	(5,4)	-	(5,4)
Pérdida contable neta	(46,4)	-	(46,4)	(53,9)	-	(53,9)
(+) Depreciación y amortización	55,8	-	55,8	107,7	-	107,7
(-) Adiciones a activos intangibles y fijos (efectivo)	(25,3)	-	(25,3)	(45,7)	-	(45,7)
Ganancia (Pérdida) contable neta	(15,9)	-	(15,9)	8,1	-	8,1

Anexo 3: Cuentas de resultado

R\$ Millones	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Ingresos netos por ventas	348,1	316,5	31,6	10,0%	726,9	669,8	57,1	8,5%
Costo de los servicios prestados	(6,3)	(22,5)	16,2	-72,1%	(22,8)	(58,4)	35,6	-60,9%
Utilidad Bruta (Ingresos Netos)	341,8	294,0	47,8	16,3%	704,0	611,4	92,7	15,2%
Ingresos (gastos) de explotación	(254,8)	(235,3)	(19,5)	8,3%	(516,9)	(469,7)	(47,3)	10,1%
Gastos de ventas	(80,9)	(49,6)	(31,3)	63,1%	(144,7)	(114,1)	(30,5)	26,8%
Gastos generales y administrativos	(192,4)	(190,0)	(2,3)	1,2%	(382,6)	(362,0)	(20,6)	5,7%
Otros ingresos (gastos) de explotación	18,4	4,3	14,1	325,2%	10,4	6,4	4,0	61,9%
EBITDA	87,0	58,7	28,3	48,1%	187,2	141,7	45,5	32,1%
(+) Elementos no recurrentes	5,3	11,6	(6,3)	-54,1%	9,8	14,8	(5,0)	-33,8%
EBITDA Ajustado	92,3	70,3	22,0	31,3%	197,0	156,5	40,5	25,8%
Depreciación y amortización	(55,8)	(58,6)	2,7	-4,6%	(107,7)	(108,4)	0,7	-0,6%
Resultado financiero	(74,8)	(16,6)	(58,2)	350,4%	(127,9)	(84,2)	(43,8)	52,0%
Pérdida antes del impuesto sobre la renta y la cotización social	(43,7)	(16,4)	(27,2)	165,5%	(48,4)	(50,8)	2,4	-4,7%
Impuesto sobre la renta y cotización social	(2,8)	(5,7)	3,0	-51,9%	(5,4)	(5,7)	0,3	-4,5%
Pérdida contable neta	(46,4)	(22,2)	(24,2)	109,3%	(54,0)	(56,5)	2,5	-4,4%
(+) Depreciación y amortización	55,8	58,6	(2,7)	-4,6%	107,7	108,4	(0,7)	-0,6%
(-) Adiciones a activos intangibles y fijos (efectivo)	(25,3)	(41,2)	15,9	-38,6%	(45,7)	(52,6)	6,9	-13,2%
Ganancia (Pérdida) contable neta	(15,9)	(4,8)	(11,1)	n/a	8,1	(0,8)	8,9	n/a

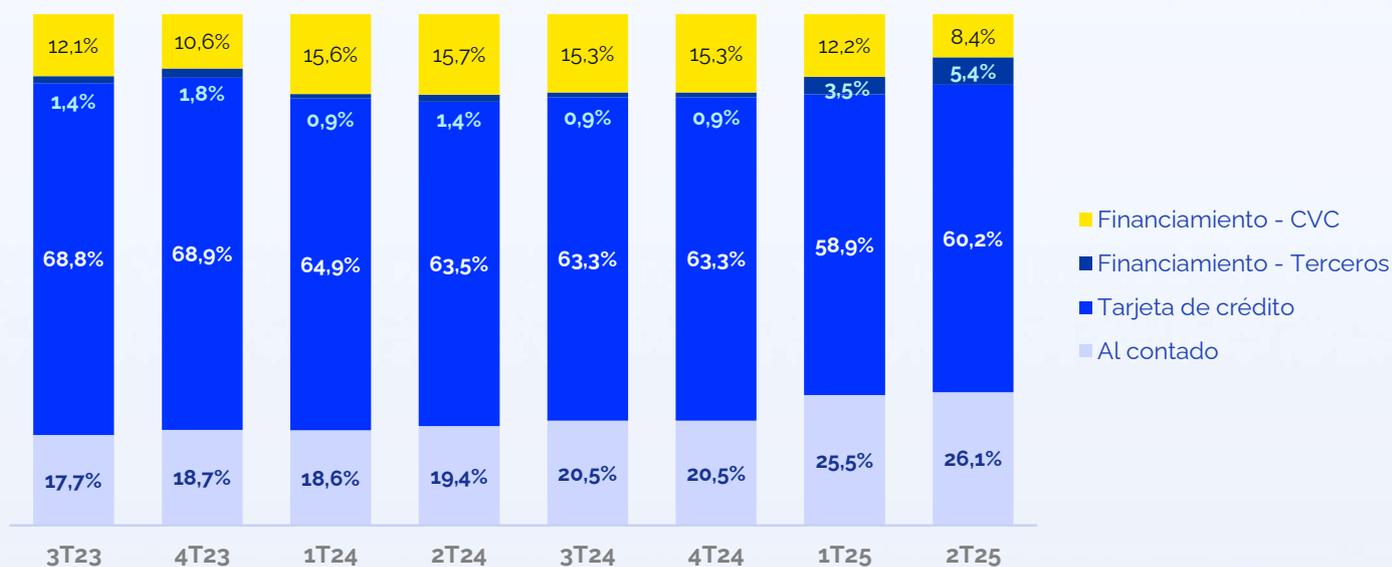
Anexo 4: Flujo de caja – Método indirecto (conciliación DFP)

R\$ Millones	DFP		Reclasificación		Divulgación	
	2T25	2T24	2T25	2T24	2T25	2T24
Pérdida antes del impuesto sobre la renta y la cotización social	(43,7)	(16,4)			(43,7)	(16,4)
Depreciación y amortización	55,8	58,6			55,8	58,6
Pérdida por deterioro	6,3	4,8			6,3	4,8
Tipos de interés y variaciones monetarias y cambiarias	75,6	32,2			75,6	32,2
Equidad	-	-			-	-
Provisión (reversión) para reclamaciones judiciales y administrativas	8,4	(1,0)			8,4	(1,0)
Cambios en lo valor justo de los derivados	-	-			-	-
Baja por impairment	-	-			-	-
Retiro de activos fijos, intangibles y contratos de arrendamiento	0,1	(1,1)			0,1	(1,1)
Otras disposiciones	3,3	4,4			3,3	4,4
Ajustes para conciliar el resultado del ejercicio con el efectivo	149,6	97,8	-	-	149,6	97,8
Cuentas por cobrar de clientes	(162,3)	(245,3)			(162,3)	(245,3)
Efectos de la anticipación de créditos (incluidos los intereses)	-	-	102,4	84,3	102,4	84,3
Anticipos a proveedores	(52,1)	(71,5)			(52,1)	(71,5)
Titulos e valores mobiliarios	-	-			-	-
Proveedores	(64,8)	(37,8)			(64,8)	(37,8)
Contratos para enviar por adelantado	199,9	241,0			199,9	241,0
Variación de los impuestos a recuperar/recaudar	(9,4)	(8,3)			(9,4)	(8,3)
Liquidación de instrumentos financieros	(1,8)	0,4			(1,8)	0,4
Salarios y cotizaciones a la seguridad social	(13,7)	2,8			(13,7)	2,8
Impuesto sobre la renta y cotización social pagados	(0,2)	(0,1)			(0,2)	(0,1)
Demandas judiciales y administrativas	(9,6)	(9,3)			(9,6)	(9,3)
Variación en otros activos	30,8	54,3			30,8	54,3
Variación de otros pasivos	5,9	0,5			5,9	0,5
Reducción (aumento) de activos y pasivos	(77,3)	(73,3)	102,4	84,3	25,1	11,1
Efectivo neto de las actividades operativas	28,6	8,1	102,4	84,3	131,0	92,4
Activos fijos	(1,5)	(2,1)			(1,5)	(2,1)
Activos intangibles	(23,8)	(39,1)			(23,8)	(39,1)
Efectivo neto invertido en actividades de inversión	(25,3)	(41,2)	-	-	(25,3)	(41,2)
Flujo de caja libre	3,4	(33,1)	102,4	84,3	105,7	51,2
Captação de empréstimos / debêntures / derivados	-	-			-	-
Liquidación de préstamos/debentures	-	-			-	-
Aumento de capital no ejercicio de ações	-	-			-	-
Pago por adquisición de acciones propias	(2,0)	-			(2,0)	-
Dividendos pagos	-	-			-	-
Intereses pagados	(49,6)	(152,8)			(49,6)	(152,8)
Efectos de la anticipación de créditos (incluidos los intereses)	-	-	(102,4)	(84,3)	(102,4)	(84,3)
Adquisición de filiales	(0,2)	(14,1)			(0,2)	(14,1)
Pago de alquileres	(6,4)	(4,9)			(6,4)	(4,9)
Efectivo neto (invertido) de las actividades de financiación	(58,2)	(171,8)	(102,4)	(84,3)	(160,6)	(256,1)
Variación del tipo de cambio: efectivo y equivalentes de efectivo	(4,9)	8,9			(4,9)	8,9
Aumento (disminución) de efectivo y equivalentes netos de efectivo	(59,8)	(196,0)	-	-	(59,8)	(196,0)
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año	310,9	482,8			310,9	482,8
Efectivo y equivalentes de efectivo al cierre del ejercicio	251,0	244,1			251,0	440,2

Anexo 5: Flujo de Caja – Método Indirecto

R\$ Millones	2T25	2T24	Δ (R\$)	1S25	1S24	Δ (R\$)
Pérdida antes del impuesto sobre la renta y la cotización social	(43,7)	(16,4)	(27,2)	(48,4)	(50,8)	2,4
Depreciación y amortización	55,8	58,6	(2,7)	107,7	108,4	(0,7)
Pérdida por deterioro	6,3	4,8	1,5	2,6	9,4	(6,8)
Tipos de interés y variaciones monetarias y cambiarias	75,6	32,2	43,4	173,9	91,0	83,0
Equidad	-	-	-	-	0,0	(0,0)
Provisión (reversión) para reclamaciones judiciales y administrativas	8,4	(1,0)	9,4	12,9	(4,0)	16,9
Variación en el valor razonable de opciones de compra	-	-	-	-	-	-
Baja por impairment	-	-	-	-	-	-
Retiro de activos fijos, intangibles y contratos de arrendamiento	0,1	(1,1)	1,2	0,1	(0,6)	0,7
Otras disposiciones	3,3	4,4	(1,1)	6,5	8,4	(1,9)
Ajustes para conciliar el resultado del ejercicio	149,6	97,8	51,8	303,7	212,5	91,2
Cuentas por cobrar de clientes	(162,3)	(245,3)	83,0	(231,9)	(281,1)	49,2
Efectos de la anticipación de créditos (incluidos los intereses)	102,4	84,3	18,0	90,6	74,5	16,1
Anticipos a proveedores	(52,1)	(71,5)	19,4	(99,4)	161,5	(260,8)
Inversiones en títulos y valores	-	-	-	-	-	-
Proveedores	(64,8)	(37,8)	(27,0)	(69,6)	(261,3)	191,7
Contratos para enviar por adelantado	199,9	241,0	(41,1)	119,2	224,0	(104,8)
Variación de los impuestos a recuperar/recaudar	(9,4)	(8,3)	(1,0)	(29,6)	(8,4)	(21,2)
Liquidación de instrumentos financieros	(1,8)	0,4	(2,2)	(5,0)	0,4	(5,4)
Salarios y cotizaciones a la seguridad social	(13,7)	2,8	(16,5)	(3,1)	5,5	(8,5)
Impuesto sobre la renta y cotización social pagados	(0,2)	(0,1)	(0,2)	(1,1)	(0,3)	(0,8)
Demandas judiciales y administrativas	(9,6)	(9,3)	(0,3)	(16,6)	(16,5)	(0,0)
Variación en otros activos	30,8	54,3	(23,4)	67,0	(19,9)	87,0
Variación de otros pasivos	5,9	0,5	5,4	1,9	30,5	(28,6)
Reducción (aumento) de activos y pasivos	25,1	11,1	14,0	(177,5)	(91,2)	(86,3)
Efectivo neto de las actividades operativas	131,0	92,4	38,6	77,8	70,5	7,3
Activos fijos	(1,5)	(2,1)	0,6	(1,6)	(2,5)	0,9
Activos intangibles	(23,8)	(39,1)	15,3	(44,1)	(50,1)	6,0
Efectivo neto invertido en actividades de inversión	(25,3)	(41,2)	15,9	(45,7)	(52,6)	6,9
Flujo de caja libre	105,7	51,2	54,5	32,1	17,9	14,3
Ingresos por financiamiento (préstamos, obligaciones y derivados)	-	-	-	-	-	-
Liquidación de préstamos/debentures	-	-	-	-	-	-
Aportes de capital por ejercicio de acciones	-	-	-	-	-	-
Pago por adquisición de acciones propias	(2,0)	-	(2,0)	(3,4)	-	(3,4)
Distribución de dividendos	-	-	-	-	-	-
Intereses pagados	(49,6)	(152,8)	103,2	(51,3)	(155,6)	104,3
Efectos de la anticipación de créditos (incluidos los intereses)	(102,4)	(84,3)	(18,0)	(90,6)	(74,5)	(16,1)
Adquisición de filiales	(0,2)	(14,1)	(13,9)	(0,2)	(15,2)	15,0
Pago de alquileres	(6,4)	(4,9)	(1,5)	(16,1)	(21,5)	5,4
Efectivo neto (invertido) de las actividades de financiación	(160,6)	(256,1)	95,5	(161,6)	(266,7)	105,1
Variación del tipo de cambio: efectivo y equivalentes de efectivo	(4,9)	8,9	(13,8)	(19,7)	10,2	(29,8)
Aumento (disminución) de efectivo y equivalentes netos de efectivo	(59,8)	(196,0)	136,2	(149,2)	(238,7)	89,5
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año	310,9	482,8	(82,6)	400,2	482,8	(82,6)
Efectivo y equivalentes de efectivo al cierre del ejercicio	251,0	244,1	6,9	251,0	244,2	6,9

Anexo 6: Representatividad de los medios de pago – CVC Lazer



Anexo 7: Evolucion de la red de tiendas

	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25
Brasil	1.137	1.185	1.249	1.341	1.358	1.393
CVC	1.084	1.132	1.196	1.286	1.303	1.338
Proprio	4	4	4	4	4	4
Franquicias	1.080	1.128	1.192	1.282	1.299	1.334
Experimento	53	53	53	55	55	55
Proprio	2	2	2	2	2	2
Franquicias	51	51	51	53	53	53
Argentina	123	125	143	151	165	172
Almundo	123	125	143	151	165	172
Proprio	2	1	1	1	1	1
Franquicias	121	124	142	150	164	171
CVC Corp	1.260	1.310	1.392	1.492	1.523	1.565