



Release de Resultados 1T24



1T24 - Destaques Financeiros e Operacionais

- **+16,3%** na Receita Líquida - Brasil vs 1T23
- **+2,1 p.p. (+28%)** no Take Rate, para **9,5%** vs 1T23
- **36 lojas** abertas no 1T24, em linha com o nosso plano de expansão
- **R\$ 86,2 milhões** no EBITDA Ajustado, **+R\$ 58,9 milhões** vs 1T23
- **27,2%** na margem EBITDA Ajustado, **+17,9 p.p.** vs 1T23
- **-20,6%** nas despesas de G&A vs 1T23
- **R\$ 7,3 milhões** no Lucro Líquido Caixa, positivo pelo 3º trimestre consecutivo
- **R\$ 440,2 milhões** - Caixa Final no 1T24

R\$ milhões	1T24	1T23	Δ%
Reservas Confirmadas	3.173,4	4.036,3	-21,4%
Reservas Consumidas	3.325,5	3.988,3	-16,6%
Receita Líquida	317,4	295,5	7,4%
Take Rate	9,5%	7,4%	2,1 p.p
EBITDA	83,0	15,6	431,1%
EBITDA Ajustado	86,2	27,3	216,1%
Margem EBITDA Ajustado	27,2%	9,2%	17,9 p.p
Lucro (Prejuízo) Líquido	(34,4)	(128,0)	-73,1%
Lucro Líquido Caixa ¹	7,3	(99,3)	n.a.

¹ Vide seção Lucro Líquido

Mercado de Capitais (09/05/24)



CVCB3: R\$ 2,27 por ação
Total de ações: 525.591.097
Valor de mercado: R\$ 1,2 bilhão

Teleconferência de resultados



10 de maio de 2024
 10hrs (BRT)/09hrs (EST)
Teleconferência via Zoom:
[clique aqui](#)

Relações com Investidores



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

As informações operacionais e financeiras a seguir, exceto quando indicado ao contrário, são apresentadas em milhões de reais nominais, elaboradas de acordo com as normas contábeis brasileiras, notadamente a Lei nº 6.404/76 e os pronunciamentos emitidos pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis ("CPC") e aprovados pela comissão de Valores Mobiliários ("CVM") e devem ser lidas em conjunto com as demonstrações financeiras e notas explicativas do período encerrado em 31 de dezembro de 2023.

Mensagem da Administração

É com satisfação que apresentamos os resultados operacionais e financeiros da CVC Corp referentes ao 1T24, com forte avanço no take rate, continuidade na redução das despesas e na melhoria da rentabilidade.

Em **abril de 2024, anunciamos a nomeação de Felipe Gomes para o cargo de Diretor Financeiro e de Relações com Investidores**, Felipe possui vasta experiência no mercado de capitais e de turismo, além disso, desde agosto de 2023 já integrava o Conselho de Administração, por isso, chega alinhado com as estratégias da Companhia. Também tivemos o anúncio de **Karin Rocha para o cargo de Diretora de Governança Corporativa e Compliance**, há 4 anos na CVC, foi responsável pela estruturação da área de governança e compliance, auxiliando nas operações financeiras (follow on e reestruturação da dívida).

Ainda falando sobre eventos recentes, em **fevereiro, aconteceu a Convenção de Vendas CVC 2024 em Gramado/RS, a maior já realizada**, contando com mais de 1.800 participantes e 85 patrocinadores. O tema central foi a retomada do **“DNA CVC”**, alinhado com os projetos que orientarão os nossos esforços em 2024, tais como: (i) mais produtos exclusivos; (ii) expansão de lojas, entre outros.

Produtos Exclusivos: A CVC está trabalhando em novos pacotes terrestres para 80 novos destinos, o programa **“CVC Me Leva”** conta com: (i) Roteiros nacionais e internacionais desenvolvidos por parceiros especialistas em cada destino; (ii) Pacotes customizados para eventos nacionais relevantes (ex.: Rock in Rio, Fórmula1) e regionais (ex.: Natal Luz, Caldas Country); (iii) Série Conquistas – circuitos terrestres nos destinos mais buscados no mundo, com guias que falam português e roteiros multi-destinos (ex.: visitar vários países europeus). **Vale destacar que esses programas contam com modalidades de negociações com parceiros terrestres que tem um forte Take Rate e beneficia a dinâmica de capital de giro da CVC.**

Expansão das franquias, foi um dos pontos altos da Convenção, apresentando os **modelos de quiosques e lojas modulares, com as vantagens de menor custo e rápida montagem, viabilizando o retorno do investimento em regiões mais afastadas dos grandes centros**, onde acreditamos haver uma demanda reprimida e carente de assistência. Diante do panorama apresentado, durante o evento, tivemos a assinatura de 328 intenções de abertura de franquias, dado que confirma a força dos laços de confiança entre a companhia e seus franqueados

Resultados do 1T24, na CVC Corp o **take rate alcançou 9,5% no 1T24, aumentou de 2,1 p.p (+28%)** em relação ao 1T23, gerando um **crescimento de 7,4% na receita líquida** vs 1T23, reflexo das operações do Brasil (B2B e B2C) que aumentou 16,3%. Esse resultado demonstra forte redução das despesas não recorrentes e mantém a trajetória de **recuperação de rentabilidade sobre as vendas sem perda de competitividade**.

O EBITDA Ajustado do 1T24 atingiu R\$ 86,2 milhões com uma margem de 27,2%, um aumento de R\$ 58,9 milhões ou 216,1% quando comparado ao 1T23, reflexo do expressivo aumento no take rate e da redução de 20,6% nas despesas gerais e administrativas. Também, **registramos Lucro Líquido Caixa pelo terceiro trimestre consecutivo**, atingindo R\$ 7,3 milhões.

Destaca-se como grande vitória o retorno das Agências e Operadoras de Viagens ao **PERSE** (Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos). O texto do Projeto de Lei já foi aprovado na Câmara dos Deputados e no Senado Federal e aguarda apenas a sanção presidencial.

Seguimos confiantes nos fundamentos da economia brasileira, junto com a solidez do nosso modelo de negócios e comprometidos com a rentabilidade dos nossos acionistas, fortalecimento dos laços com nossos franqueados e parceiros, promovendo o fomento do setor de turismo.

Reservas Confirmadas e Reservas Consumidas

R\$ milhões	1T24	1T23	Δ%
Reservas Confirmadas	3.173,4	4.036,3	-21,4%
Brasil	2.642,8	2.963,1	-10,8%
B2C ²	1.381,3	1.358,7	1,7%
B2B	1.261,6	1.604,3	-21,4%
Argentina	530,6	1.073,2	-50,6%
Reservas Consumidas	3.325,5	3.988,3	-16,6%
Brasil	2.631,3	2.847,7	-7,6%
B2C	1.332,6	1.279,5	4,1%
B2B	1.298,7	1.568,2	-17,2%
Argentina	694,2	1.140,6	-39,1%

² alocamos gerencialmente R\$ 47,7 milhões da venda da Rextur Advance realizada pelas lojas CVC.

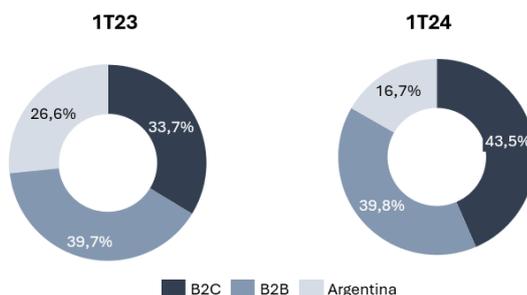
Reservas Confirmadas

No primeiro trimestre de 2024, mesmo com a quantidade de Assentos-quilômetro oferecidos (ASK) da indústria estável vs 1T23, as reservas confirmadas no B2C apresentaram um ligeiro crescimento de 1,7% em comparação com o mesmo período do ano anterior. Esse aumento foi impulsionado principalmente pelo foco da companhia na rentabilidade das vendas, já evidenciado por um **crescimento significativo na receita líquida de 19% em relação ao mesmo período**. A base de comparação do **1T23 teve um crescimento de 47% em relação ao 1T22**, o que evidencia o foco no volume de vendas em detrimento da rentabilidade, o que gerou uma queima excessiva de caixa.

No **B2B**, as reservas confirmadas recuaram devido a dois fatores principais (i) a interrupção das vendas de passagens para milheiros (por conta do risco de crédito), movimentação que afetou diretamente a Rextur Advance; e (ii) mudança de posicionamento estratégico, visando aprimorar o equilíbrio entre volume e rentabilidade dos acordos comerciais com as agências de viagem. Esses fatores visam **priorizar a rentabilidade da operação**, onde aumentamos o Take Rate em 1,6 p.p. e, conseqüentemente, a Receita Líquida em 10,9% na comparação anual.

Na operação **Argentina**, tivemos redução de 50,6% em relação ao trimestre anterior devido a dois fatores principais (i) antecipação na demanda dos consumidores, principalmente nos meses de outubro e novembro e (ii) redução do percentual de impostos sobre as vendas de 100% para 60% em comparação ao 1T23, havendo repasse integral ao nosso cliente, sem efeito real. Excluindo o efeito da redução dos impostos as vendas teriam reduzido em 26%.

No 1T24, o **B2C representou 43,5% das vendas**, apresentando um aumento de 9,9 p.p em comparação com o mesmo período de 2023. **Este segmento é o que possui o maior Take Rate dentro da companhia**.

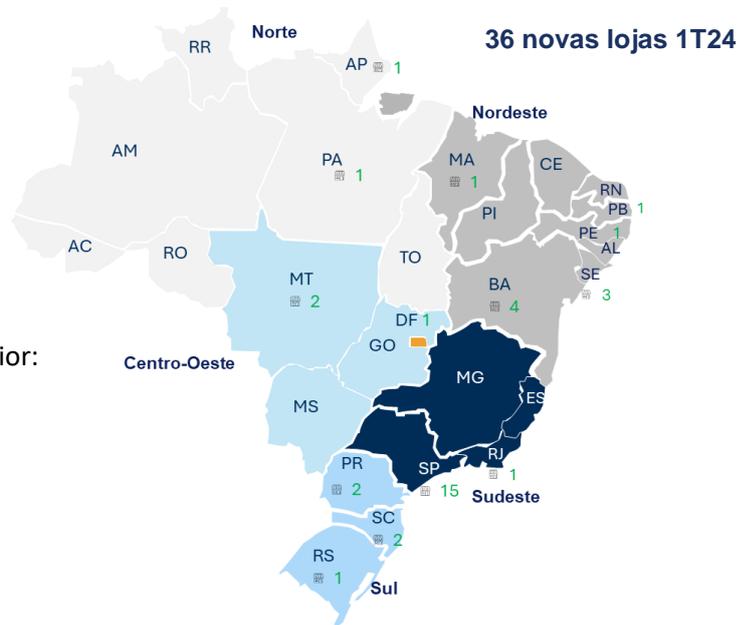


Rede de Lojas

O **1T24 finalizou com um total de 1.084 lojas**. Deste conjunto, 36 foram recém-inauguradas durante o período, alinhando-se com as projeções estabelecidas para o ano de 2024. Das 36 novas lojas, 13 foram estabelecidas na capital e 23 no interior, cobrindo diversas regiões, com ênfase nas unidades de rua. Em março, inauguramos a primeira loja no modelo modular no Assaí Mooca, em São Paulo.

As **lojas nos formatos Quiosque e Modular** foram apresentadas aos franqueados durante nossa Convenção. Esses modelos oferecem uma vantagem econômica significativa, proporcionando um retorno financeiro mais rápido aos nossos parceiros franqueados. Com destaque para o modelo modular, que pode ser implantado em uma variedade de locais, incluindo ambientes externos, como estacionamentos de shoppings, postos de gasolina, hipermercados e atacarejos, além de terrenos e áreas abertas. Seus principais diferenciais residem na rapidez da montagem e no menor custo, oferecendo uma solução ágil e versátil para nossos franqueados. Neste trimestre tivemos o encerramento de 6 lojas, quantidade alinhada com o histórico da CVC.

Total Lojas CVC Lazer 1T24	
Total de Lojas no início do período	1.054
Abertura de Novas Lojas	36
Encerramento de Lojas	(6)
Lojas no final do Período	1.084



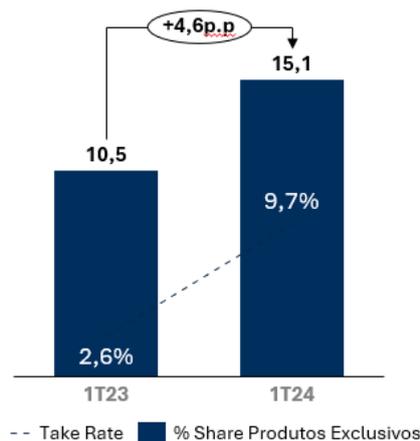
Representatividade das 36 novas lojas entre capital e interior:

	Capital	Interior
Qtd de Lojas	13	23
	36,1%	63,9%

Produtos Exclusivos – CVC Lazer

No primeiro trimestre de 2024, observamos um aumento significativo na participação da venda de produtos exclusivos, alcançando uma participação no 1T24 no segmento **CVC Lazer de 15,1% vs 10,5% no mesmo período de 2023, um aumento de 4,6 p.p, com um crescimento de ~7.0 p.p no take rate.**

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



Reservas Consumidas

No **B2C**, notamos um **crescimento de 4,1% nas reservas consumidas** durante o primeiro trimestre de 2024, superando o aumento das reservas confirmadas, em função das vendas realizadas no segundo semestre de 2023 com maior antecedência para o embarque que refletiu agora no 1T24. Vale ressaltar que esse comportamento contribui para a nossa dinâmica de capital de giro.

No **B2B**, reduzimos nosso volume de vendas, pela descontinuação nas vendas de passagens para milheiros, contudo evitamos perdas financeiras e reduzimos a inadimplência, em virtude do reforço na área de análise de crédito e estrutura de cobrança, destacando nosso foco central na melhoria da nossa rentabilidade.

Na operação **Argentina**, redução de 39,1% no trimestre deve-se aos mesmos fatores mencionados na seção das Reservas Confirmadas.

Receita Líquida

R\$ milhões	1T24	1T23	Δ%
Receita Líquida	317,4	295,5	7,4%
Brasil	257,4	221,3	16,3%
B2C	173,4	145,6	19,1%
B2B	84,0	75,7	10,9%
Argentina	59,9	74,2	-19,2%
Take Rate	9,5%	7,4%	2,1 p.p.
Brasil	9,8%	7,8%	2,0 p.p.
B2C	13,0%	11,4%	1,6 p.p.
B2B	6,5%	4,8%	1,6 p.p.
Argentina	8,6%	6,5%	2,1 p.p.

Como resultado da busca pela melhoria da rentabilidade, a Receita Líquida da CVC Corp somou R\$ 317,4 milhões no 1T24, um aumento de 7,4% frente o 1T23, reflexo das operações do Brasil (B2C e B2B) que aumentou 16,3%.

No **B2C**, o aumento de **19,1%** deve-se a melhor:

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

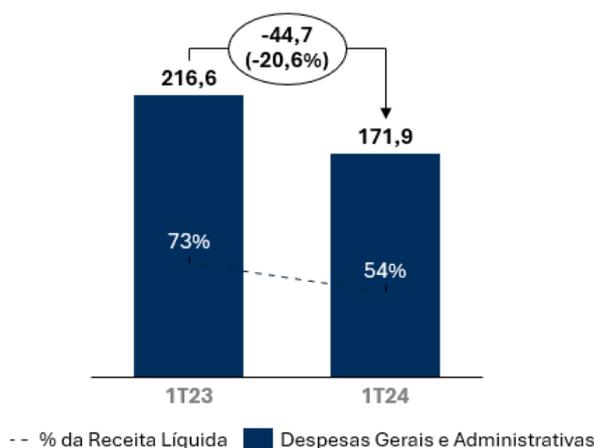
Na operação **B2B**, **reduzimos nosso volume de vendas priorizando a rentabilidade da operação onde aumentamos o take rate em 1,6 p.p. em função da mudança de posicionamento estratégico** já mencionada, visando aprimorar o equilíbrio entre volume e rentabilidade dos acordos comerciais com as agências de viagem e pela interrupção das vendas de passagens para milheiros (por conta do risco de crédito).

O **Take Rate**, na **CVC Corp**, **alcançou 9,5% no 1T24, aumento de 2,1 p.p (+28%)**, resultado da melhoria desta conta em todas as unidades de negócio pelo segundo trimestre consecutivo, conforme explicado na seção da Receita Líquida.

Despesas

R\$ milhões	1T24	1T23	Δ%
Despesas Gerais e Administrativas	(171,9)	(216,6)	-20,6%
Despesas de Vendas	(64,5)	(61,5)	4,9%
Outras Receitas/Despesas Operacionais	2,1	(1,5)	-235,7%
(=) Desp. Operacionais	(234,4)	(279,7)	-16,2%
(-) Itens não recorrentes	(3,2)	(11,5)	-71,7%
EBITDA Ajustado	86,2	27,3	216,1%

As **Despesas Gerais e Administrativas** reduziram 20,6% quando comparadas do 1T23, decorrentes do maior controle de despesas fixas, em janeiro/24 foi realizada uma nova adequação estrutural na qual tivemos redução de aproximadamente 10% do quadro de colaboradores da Companhia, mencionado previamente no 4T23.



Outras Receitas/Despesas Operacionais registrou valor positivo de R\$ 2,1 milhões ante um valor negativo de R\$ 1,5 milhões no 4T23, por conta de um maior volume de baixa contábil de débitos operacionais expirados.

Os itens não recorrentes totalizaram R\$3,2 milhões, composto, principalmente, por pagamento de reembolsos de bilhetes aéreos relacionados à pandemia de Covid-19 e outras despesas com serviços terceiros. Já no 1T23, as despesas totalizaram R\$11,5 milhões, composto, principalmente, por despesas com pessoal, decorrente das indenizações incorridas na implementação do plano de reestruturação.

Despesas de Vendas

R\$ milhões	1T24	1T23	Δ%
Despesas de Vendas	(64,5)	(61,5)	4,9%
Brasil	(58,1)	(46,6)	24,7%
<i>como % das Reservas Consumidas</i>	2,2%	1,6%	0,6 p.p.
Provisão para perda - PCLD	(4,6)	(2,0)	128,2%
Marketing	(33,8)	(23,4)	44,2%
Custo do Cartão de Crédito	(19,8)	(21,2)	-6,7%
Argentina	(6,4)	(14,8)	-56,9%
<i>como % das Reservas Consumidas</i>	0,9%	1,3%	-0,4 p.p.

(+) **PCLD (Provisão para Crédito de Liquidação Duvidosa)**, no Brasil, o principal impacto do 1T23 foi a reversão de débitos de companhias aéreas, desconsiderando tal efeito, o PCLD apresentou uma redução de cerca de 60%, reflexo da reestruturação da área de crédito e cobrança.

(+) As **despesas com marketing** foram superiores ao 1T23 por conta dos custos da Convenção de Vendas, no entanto, o evento contou com patrocínio de parceiros e fornecedores, essa contrapartida foi contabilizada na linha de Receitas, considerando o valor líquido, as despesas teriam aumentado cerca de 20%, reflexo de um maior dispêndio em comunicação, decorrente das campanhas Estação Verão e Liquida Férias e ofertas referente ao mês do consumidor (mar/24).

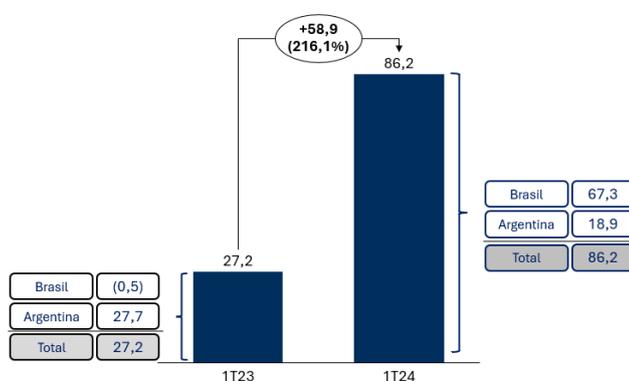
(-) **Custos com Cartão de Crédito**, redução de 6,7% no Brasil, a redução advém da redução das reservas consumidas no período e da redução da taxa de cartão de crédito em função da entrada de uma nova adquirente.

(-) na operação **Argentina**, houve redução nas despesas de vendas em função do menor volume de vendas em 50,6%, conforme observado na seção das reservas confirmadas.

EBITDA

R\$ milhões	1T24	1T23	Δ%
EBITDA Ajustado	86,2	27,3	216,1%
Equivalência Patrimonial	(0,0)	(0,2)	-99,1%
Itens Não Recorrentes	(3,2)	(11,5)	-71,7%
EBITDA	83,0	15,6	431,1%

No 1T24, A CVC Corp registrou **EBITDA Ajustado de R\$ 86,2 milhões com uma margem de 27,2%**, crescimento de R\$ 58,9 milhões vs 1T23. Destacamos o desempenho da operação no **Brasil** que registrou um crescimento de **R\$ 67,8 milhões**, evidenciando a eficiência operacional e a melhoria da rentabilidade com o objetivo de maximizar a geração de valor sobre o capital investido.



Resultado Financeiro

R\$ milhões	1T24	1T23	Δ
Despesas Financeiras	(63,0)	(93,0)	-32,3%
Encargos Financeiros	(38,3)	(49,9)	-23,3%
Juros - antecipação de recebíveis	(23,1)	(41,4)	-44,1%
Taxa de Serviços - Fee Boleto	(1,6)	(1,8)	-11,1%
Receitas Financeiras	10,6	16,8	-36,7%
Rend. de aplicações financeiras	10,6	16,8	-36,7%
Outras Receitas/Despesas Financeiras	(15,2)	(20,5)	-25,9%
Resultado Financeiro	(67,5)	(96,7)	-30,2%

O Resultado Financeiro totalizou R\$ 67,5 milhões no 1T24, a redução em comparação ao 1T23, deve-se, principalmente as despesas financeiras que reduziram R\$ 30 milhões, em função: (i) redução de R\$10MM nos juros do endividamento – efeito da renegociação das debêntures em abril de 2023, (ii) redução de R\$18MM nos custos de antecipação de recebíveis – produto do menor volume antecipado, diante da menor necessidade de capital de giro, como explicado adiante e, (iii) efeito geral da redução do CDI médio no período, impactando custos e rendimento de aplicações.

Lucro líquido e Lucro Líquido Caixa

O **Lucro Líquido Caixa no 1T24**, reflete o Lucro Líquido reportado pela Companhia, ajustado por depreciação/amortização, Capex e itens não recorrentes, foi **positivo em R\$ 7,3 milhões, crescimento de R\$ 106,6 milhões vs 1T23**, este é um importante indicador, que demonstramos a conciliação abaixo:

R\$ milhões	1T24	1T23	Δ
EBITDA	83,0	15,6	431,1%
(+) Depreciação e amortização	(49,8)	(52,0)	-4,1%
Software	(31,4)	(30,2)	4,1%
Aquisição de Controladas	(10,6)	(13,6)	-21,8%
Outros	(7,8)	(8,2)	-5,0%
(+) Resultado Financeiro	(67,5)	(96,7)	-30,2%
Prejuízo antes de IR e CS	(34,4)	(133,1)	-74,1%
(+) IR e CS	0,0	5,1	-99,2%
Lucro/Prejuízo Líquido	(34,4)	(128,0)	-73,1%
Lucro Líquido Caixa	7,3	(99,3)	n.a.

Conciliação Lucro Líquido Caixa

R\$ milhões	1T24	1T23	Δ
Lucro Líquido Caixa	7,3	(99,3)	n.a.
Itens Não Recorrentes	(3,2)	(11,5)	-71,7%
Depreciação / Amortização	(49,8)	(52,0)	-4,1%
Capex	11,4	34,8	-67,3%
Lucro/Prejuízo Líquido	(34,4)	(128,0)	-73,1%

Fluxo de caixa Gerencial

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

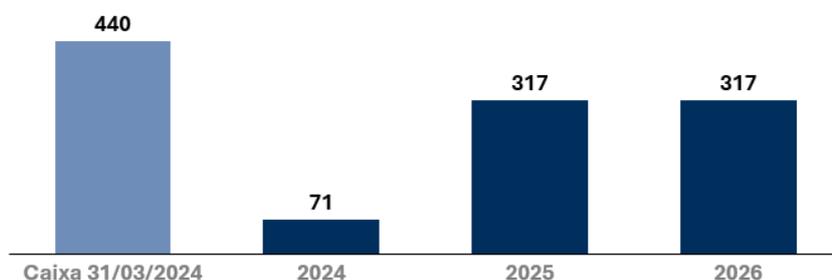
R\$ milhões	1T24	1T23	Δ\$
Lucro (Prejuízo) antes do Imposto de Renda e Contribuição Social	(34,4)	(133,1)	98,7
Ajustes itens não caixa	108,8	150,3	(41,4)
(Aumento) / Redução no Capital de Giro	(119,5)	(256,3)	136,8
Investimentos - Capex	(11,4)	(34,8)	23,4
Geração (Consumo) Operacional de Caixa	(56,5)	(273,9)	217,4
Juros pagos	(2,8)	(14,7)	11,9
Aquisição de controladas	(1,0)	0,0	(1,0)
Movimentação de saldo de antecipações (líquida)	33,0	39,8	(6,8)
Pagamento de arrendamentos - IFRS16	(16,6)	(9,5)	(7,1)
Caixa líquido nas atividades de financiamento	12,6	15,6	(3,1)
Variação Cambial Caixa e Equivalentes	1,3	(3,0)	4,3
Fluxo de Caixa no período	(42,7)	(261,3)	218,7
Caixa início do período	482,8	687,5	(204,7)
Caixa final do período	440,2	426,2	13,9

A melhora de R\$ 217,4 milhões no Consumo Operacional de Caixa decorre de:

- (i) **Prejuízo antes do IRCSLL – melhora de R\$ 98,7 milhões**, em função do aumento da Receita Líquida e da redução das despesas, conforme detalhado nas respectivas seções;
- (ii) **Capital de Giro – melhora de R\$ 136,8 milhões** – pautado principalmente pela melhora da dinâmica de Capital de Giro no Brasil, reflexo do aumento da participação dos produtos exclusivos e sua comercialização com maior antecedência;

Endividamento

Caixa CVC Corp e Cronograma de amortização de principal das debêntures, valores em milhões de reais



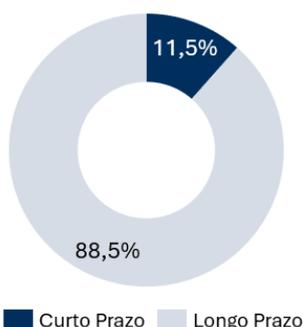
Posição de caixa atual de R\$ 440 milhões cobre a dívida das debêntures até final de 2025.

Ao final de 31 de março, a dívida líquida registrou R\$ 490,3 milhões, uma redução de R\$ 126,1 milhões ante ao reportado no primeiro trimestre de 2023, R\$ 616,5 milhões.

O saldo em debêntures somava R\$ 823,0 milhões, inferior aos R\$ 926,0 milhões referente ao 1T23. Vale ressaltar que a redução se deve ao reperfilamento das debentures aprovado em Assembleia Geral de Debenturistas em 06/04/2023, com consequente amortização de R\$ 124,0 milhões e pagamento de R\$ 58,7 milhões em juros, ambos em abril/2023 e da aquisição facultativa de debêntures no montante de R\$ 75 milhões em setembro/2023.

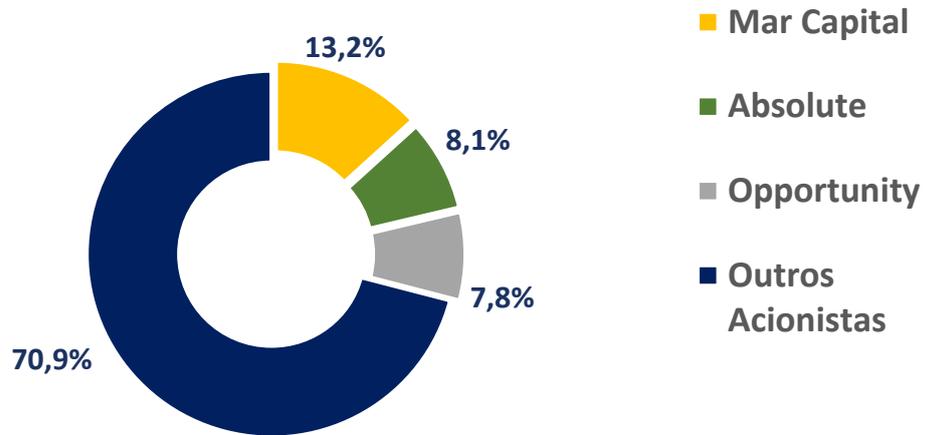
R\$ milhões			
Endividamento CVC Corp (Em R\$ milhões)	1T24	1T23	Δ 1T24 vs 1T23
Debêntures	(823,0)	(926,0)	103,0
Curto Prazo	(194,6)	(723,0)	528,4
Longo Prazo	(628,4)	(203,0)	(425,4)
Contas a pagar de aquisição de controlada	(107,5)	(116,7)	9,2
Curto Prazo	(21,1)	(24,2)	3,1
Longo Prazo	(86,3)	(92,5)	6,2
Dívida Bruta	(930,5)	(1.042,7)	112,2
Caixa e Equivalentes	440,2	426,2	13,9
Dívida Líquida	(490,3)	(616,5)	126,1

Perfil da Dívida



Mercado de Capitais

Composição Acionária – maio/24



Anexo 1: Balanço Patrimonial (R\$ milhões)

R\$ milhões	31/03/2024	31/03/2023
Ativo Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	440,2	426,2
Aplicações Financeiras	132,3	127,2
Instrumentos financeiros derivativos	0,3	0,0
Contas a receber de clientes	851,7	589,1
Adiantamentos a fornecedores	485,3	441,1
Despesas antecipadas	57,8	55,6
Impostos a Recuperar	34,7	62,3
Outras contas a receber	106,9	89,4
Total do ativo circulante	2.109,1	1.791,0
Ativo Não Circulante		
Despesas pagas antecipadamente	19,4	20,7
Impostos a recuperar	4,0	19,0
Impostos diferidos	547,4	551,6
Depósito Judicial	157,3	144,1
Outras contas a receber	1,2	9,2
Investimentos	4,2	4,3
Ativo imobilizado	27,5	32,4
Ativo intangível	883,3	1.111,9
Ativos de Direito de Uso	56,6	48,6
Total do ativo não circulante	1.701,0	1.941,7
Total do Ativo	3.810,1	3.732,7

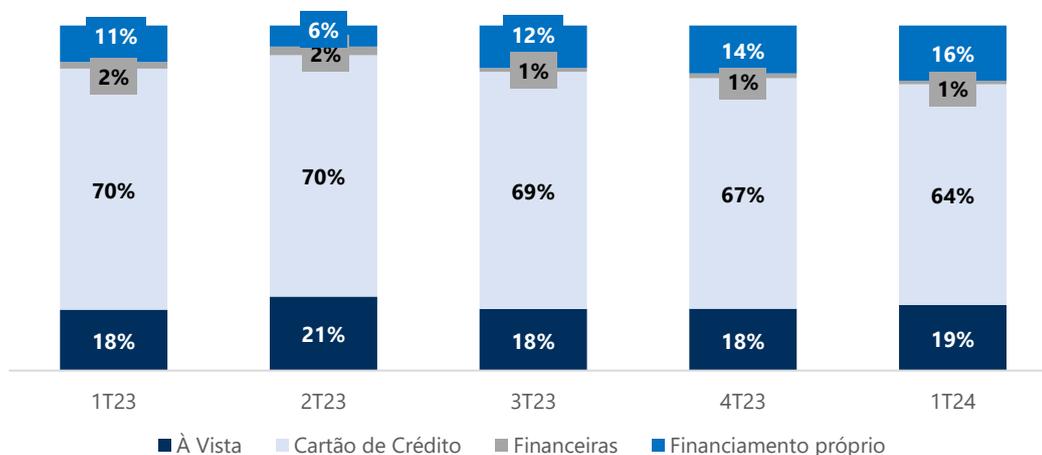
R\$ milhões	31/03/2024	31/03/2023
Passivo Circulante		
Empréstimos e financiamentos	-	-
Debêntures	194,6	723,0
Instrumentos Financeiros derivativos	2,1	5,5
Fornecedores	650,8	679,2
Contratos a embarcar antecipados	1.221,4	1.377,2
Salários e encargos sociais	75,5	154,6
Impostos de Renda e Contribuição Social correntes	4,8	3,6
Impostos e contribuições a pagar	34,1	44,1
Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	21,1	24,2
Passivo de arrendamento	17,2	16,3
Outras contas a pagar	48,0	59,7
Total do Passivo Circulante	2.269,5	3.087,2
Passivo Não Circulante		
Debêntures	628,4	203,0
Impostos de Renda e Contribuição Social diferidos	-	-
Impostos de Renda e Contribuição Social a pagar	6,7	21,1
Provisão demandas jud. e adm. e passivo contingente	162,6	88,9
Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	86,3	92,5
Passivos de Arrendamento	34,9	32,4
Contratos a embarcar antecipados	4,2	5,5
Outras contas a pagar	39,0	12,0
Total do passivo não circulante	962,2	455,3
Patrimônio Líquido		
Capital social	1.755,3	1.414,0
Reservas de capital	1.228,3	816,2
Ágio em Transição de Capital	(183,8)	(183,8)
Reservas de lucros	0,0	0,0
Outros Resultados abrangentes	57,9	59,8
Ações em Tesouraria	(0,1)	(0,1)
Prejuízos acumulados	(2.279,1)	(1.915,8)
Participação dos acionistas não controladores	0,0	0,0
Total do Patrimônio líquido	578,4	190,2
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	3.810,1	3.732,7

Anexo 2: Demonstração de Resultados

R\$ milhões	CONSOLIDADO		BRASIL		ARGENTINA	
	1T24	1T23	1T24	1T23	1T24	1T23
Receita Líquida	353,3	295,5	293,4	221,3	59,9	74,2
Custo dos serviços prestados	(36,0)	-	(36,0)	-	-	-
Receita Líquida (Lucro Bruto)	317,4	295,5	257,4	221,3	59,9	74,2
Receitas (despesas) operacionais	-	-	-	-	-	-
Despesas de vendas	(60,0)	(58,7)	(53,6)	(44,7)	(6,4)	(14,1)
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	(4,6)	(2,8)	(4,6)	(2,0)	-	(0,8)
Despesas gerais e administrativas	(171,9)	(216,6)	(139,4)	(172,7)	(32,6)	(43,9)
Depreciação e amortização	(49,8)	(52,0)	(42,3)	(38,4)	(7,6)	(13,6)
Equivalência Patrimonial	(0,0)	(0,2)	(0,0)	(0,2)	-	-
Outras receitas operacionais	33,7	44,9	34,1	26,3	(0,4)	18,6
Outras despesas operacionais	(31,5)	(46,5)	(31,6)	(40,2)	0,1	(6,3)
Lucro/Prejuízo antes do resultado financeiro	33,2	(36,4)	20,1	(50,5)	13,0	14,2
Resultado financeiro	(67,5)	(96,7)	(64,1)	(88,4)	(3,4)	(8,3)
Lucro/Prejuízo antes do imposto de renda e contribuição social	(34,4)	(133,1)	(44,0)	(138,9)	9,6	5,8
Imposto de renda e CS	0,0	5,1	(0,7)	6,0	0,8	(0,8)
Corrente	(0,0)	(0,0)	-	(0,0)	(0,0)	(0,0)
Diferido	0,0	5,2	(0,7)	6,0	0,8	(0,8)
Lucro/Prejuízo líquido do exercício	(34,4)	(128,0)	(44,8)	(133,0)	10,4	5,0

Anexo 3: Fluxo de Caixa - Método indireto

	1T24	1T23
Lucro (Prejuízo) antes do Imposto de Renda e Contribuição Social	(34,4)	(133,1)
Ajustes para reconciliar o resultado do exercício com o caixa das atividades operacionais	108,8	150,3
Depreciação e amortização	49,8	52,0
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	4,6	2,8
Juros e variações monetárias e cambiais	58,8	89,3
Equivalência patrimonial	0,0	0,2
Provisão (reversão) para demandas judiciais e administrativas	(8,9)	4,2
Baixa de imobilizado, intangível e contratos de aluguéis – IFRS 16	0,5	2,0
Outras provisões	4,1	(0,1)
Redução (aumento) em ativos e passivos	(86,5)	(216,5)
Contas a receber de clientes	(35,8)	(113,8)
Adiantamentos a fornecedores	232,9	3,5
Fornecedores	(223,5)	(69,1)
Contratos a embarcar antecipados	(17,1)	15,6
Variação em tributos a recuperar/ recolher	(0,0)	(5,5)
Liquidação de instrumentos derivativos	0,0	(0,9)
Salários e encargos sociais	2,7	9,4
Imposto de renda e contribuição social pagos	(0,2)	(0,3)
Provisão para demandas judiciais e administrativas	(1,3)	(8,6)
Variação em outros ativos	(74,2)	(39,5)
Variação em outros passivos	30,1	(7,4)
Caixa líquido nas atividades Operacionais	(12,1)	(199,3)
Ativo imobilizado	(0,4)	(0,5)
Ativo intangível	(11,0)	(34,3)
Caixa líquido aplicado nas atividades de Investimentos - Capex	(11,4)	(34,8)
Juros pagos	(2,8)	(14,7)
Aquisição de controladas	(1,0)	-
Pagamento de arrendamento - IFRS16	(16,6)	(9,5)
Caixa líquido (aplicado nas) proveniente das atividades de Financiamento	(20,4)	(24,2)
Variação Cambial Caixa e Equivalentes	1,3	(3,0)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa líquidos	(42,7)	(261,3)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	482,8	687,5
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	440,2	426,2

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

Anexo 5: Evolução da rede de lojas

	1T24	4T23	3T23	2T23	1T23	4T22
Brasil	1.137	1.105	1.088	1.092	1.091	1.111
CVC	1.084	1.054	1.038	1.040	1.039	1.059
Próprias	4	5	5	5	7	14
Franquias	1.080	1.049	1.033	1.035	1.032	1.045
Experimento	53	51	50	52	52	52
Próprias	2	2	2	2	2	4
Franquias	51	49	48	50	50	48
Argentina	123	122	121	116	114	107
Almundo	123	122	121	116	114	107
Próprias	2	2	5	5	5	5
Franquias	121	120	116	111	109	102
Total CVC Corp	1.260	1.227	1.209	1.208	1.205	1.218

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, Visual Turismo, Rextur Advance e VHC. Descrição das marcas vide CVC Brasil.

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

Bibam: Marcas Biblos e Avantrip.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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