

Divulgação de Resultados 4T23



Teleconferência de Resultados

Quarta-feira, 27 de março de 2024

14hrs (Horário de Brasília) / 13hrs (US EST)

Acesse o webcast [aqui](#) ou através do QR Code
(tradução simultânea em inglês)



Lojas abertas em cidades do interior no último semestre:



CVC Corumbá - MT



CVC Carlópolis - PR



CVC Goiabeiras - MT

Destaques Financeiros e Operacionais

R\$ 18,8 milhões de Lucro Líquido Caixa no 4T23, +R\$ 216,4 milhões vs 4T22

- + 21,2% nas Reservas Confirmadas no B2C Brasil vs 4T22
- + 20% nas vendas **SSS - Same Store Sales** no 4T23 vs 4T22
- + 60 lojas abertas no 2S23
- + 9,6% na Receita Líquida vs 4T22
- + 0,7 p.p. no Take Rate, para 9,4% vs 4T22
- **R\$ 86,4 milhões** no EBTIDA ajustado, **+R\$ 82,2 milhões** vs 4T22
- 24,5% na margem EBITDA ajustado, **+23,2 p.p.** vs 4T22
- - 28,7% nas despesas de G&A vs 4T22
- **Breakeven** do fluxo de caixa operacional do 4T23
- **R\$ 482,8 milhões** Caixa Final no 4T23
- Captação de **R\$ 226 milhões**: exercício do bônus de Subscrição concluído, reforçando a estrutura de capital

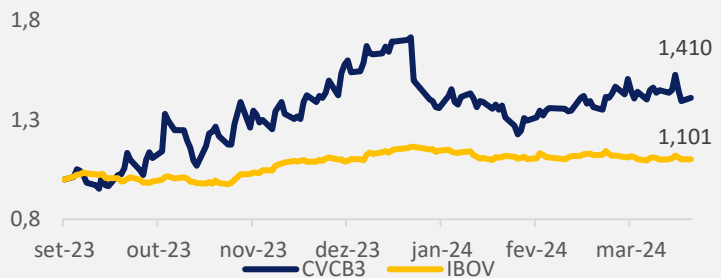
R\$ milhões	4T23	4T22	Δ%	2023	2022	Δ%
Reservas Confirmadas	3.769,5	3.455,4	9,1%	15.390,4	13.942,4	10,4%
Reservas Consumidas	3.752,8	3.693,5	1,6%	15.250,4	14.428,7	5,7%
Receita Líquida	352,2	321,4	9,6%	1.292,9	1.221,6	5,8%
Take Rate	9,4%	8,7%	0,7 p.p	8,5%	8,5%	0,0 p.p
EBITDA	54,3	82,7	-34,3%	88,0	165,6	-46,9%
EBITDA Ajustado	86,4	4,2	n.a.	193,0	72,6	165,8%
Margem EBITDA Ajustado	24,5%	1,3%	23,2 p.p	14,9%	5,9%	9,0 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido	(74,5)	(96,8)	-23,1%	(456,9)	(433,4)	5,4%
Lucro Líquido Caixa	18,8	(197,6)	n.a.			

Contatos de RI

Carlos Wollenweber
Rodrigo Táboas
Liliam Toledo
ri@cvc.com.br

Dados referentes a 26/03/2024:

CVC (CVCB3)
R\$ 3,26 por ação
Total de Ações
525.582.771
Valor de Mercado
R\$ 1,7 bilhão



ICON B3 **IBOVESPA B3** **IBRA B3** **IBRX50 B3** **IGC-NM B3** **ITAG B3** **IGCT B3** **SMLL B3**

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 quarto trimestre de 2023!

Esse resultado é fruto da evolução dos pilares estratégicos da nova gestão: (i) **governança corporativa**, com a volta da família Paulus como acionista estratégico da companhia, combinando tanto o conhecimento do mercado de turismo quanto do mercado de capitais; (ii) **estrutura de capital**, solidificada com o sucesso do follow-on realizado, alcançamos uma captação final que superou as expectativas, com uma demanda pelo papel cinco vezes maior do que inicialmente previsto; (iii) **estratégia**, estamos focados no crescimento da jornada *digital*, combinando experiências online e offline para proporcionar aos nossos clientes uma jornada de compra integrada. Além disso resgatamos o DNA da marca, concentrando-nos nos produtos exclusivos CVC, expandindo nossa rede de franquias para o interior do país e introduzindo meios de pagamento alternativos ao cartão de crédito; (iv) **time**, com a construção de um time de liderança especialista no mercado de turismo.

Nos produtos exclusivos tivemos aumento nas vendas, alcançando uma participação no 4T23 de 15,6% no segmento CVC Lazer, representando um importante crescimento de ~ 7.0 p.p. no take rate em comparação com o último trimestre de 2022. Destaca-se ainda o aumento de 18% nos assentos exclusivos CVC no produto aéreo em comparação com o terceiro trimestre de 2023. Paralelamente, durante o segundo semestre de 2023, observamos um crescimento de 33% no número de novas rotas em comparação com o primeiro semestre do mesmo ano.

É importante destacar também os meios de pagamento alternativos ao cartão de crédito, que têm sido uma prioridade em nossa estratégia para proporcionar maior conveniência aos nossos clientes. Entre essas opções, incluímos: a linha de crédito do Banco do Brasil (BB Realiza), financiamento através da garantia do Saque Aniversário – FGTS, pagamento através da plataforma PicPay e projeto piloto para financiamento de viagem com crédito consignado para servidores públicos.

Após investimentos e implementações realizados no 2S23, alcançamos resultados significativos no desenvolvimento da jornada *digital*: (i) Chat CVC: proporciona uma experiência de compra de pacotes de viagem mais ágil, com o suporte dos nossos especialistas, garantindo um atendimento personalizado e começando a utilizar Inteligência Artificial no atendimento aos clientes; (ii) orçamento dinâmico vitrine: Inovamos ao lançar essa funcionalidade, novidade no mercado que permite a atualização em tempo real da jornada do cliente e possibilita a compra de qualquer lugar, sem a necessidade de um vendedor presente, oferecendo conveniência e praticidade aos nossos clientes; (iii) Em setembro de 2023 tivemos a integração das mídias sociais com as plataformas de CRM, que marcaram um avanço significativo em nossa estratégia. Essa integração nos permite oferecer atendimento via WhatsApp da loja, uma abordagem extremamente eficaz e conveniente. Como resultado direto dessa integração, observamos que ela contribuiu com 30% das vendas no último trimestre, destacando seu impacto positivo em nossas operações comerciais.

Além disso, demos início ao nosso plano de expansão, inaugurando um total de 80 novas lojas ao longo do ano de 2023, das quais 60 foram abertas somente no segundo semestre. Em relação às vendas nas mesmas lojas (SSS - *Same Store Sales*), registramos um crescimento de 20% no quarto trimestre de 2023 em comparação com o mesmo período de 2022. Esse crescimento foi impulsionado por uma série de iniciativas estratégicas, incluindo um investimento massivo em marketing, a recomposição efetiva da nossa força de vendas, a contratação de produtos exclusivos e o fortalecimento contínuo da nossa jornada *digital*. Essas ações combinadas têm sido fundamentais para consolidar nossa posição no mercado e garantir um crescimento consistente e sustentável no longo prazo.

No B2C, mesmo com a quantidade de Assentos-quilômetro oferecidos (ASK) da indústria estável vs 4T22 tivemos um crescimento de 21,2% em nossas reservas confirmadas com aumento do take rate em 0,6 p.p, impulsionado

pela abertura de lojas e crescimento nas vendas nas mesmas lojas (SSS – Same Store Sales). No segmento B2B, optamos por descontinuar as vendas de passagens para milheiros, o que resultou em uma redução no volume de vendas. No entanto, essa decisão foi tomada visando priorizar a rentabilidade da operação, onde aumentamos o take rate em 0,4p.p. A Rextur Advance teve um crescimento de 1,2 p.p passando de 4,21% no 4T22 para 5,37% no 4T23.

Focando na rentabilidade das operações, o *take rate* consolidado ao final de 2023 aumentou 0,7 p.p em relação a 2022, reflexo da melhora desse indicador em todas as unidades de negócio, B2C, B2B e Argentina. Essa conquista demonstra a eficácia das medidas implementadas em cada segmento.

A busca contínua pela redução das despesas administrativas resultou em uma redução de 28,7% em relação ao mesmo período de 2022. Como resultado direto desses esforços o EBITDA ajustado do quarto trimestre de 2023 foi de R\$ 86,4 milhões, em comparação com R\$ 4,2 milhões no quarto trimestre de 2022. No acumulado do ano o EBITDA ajustado atingiu R\$ 193,0 milhões, sendo que 94,5% referem-se ao segundo semestre de 2023.

Em relação aos investimentos em tecnologia no 4T23, houve concentração em projetos com foco no *figital* e no ganho de eficiência em processos internos.

Nosso Lucro Líquido Caixa¹ registrou um resultado positivo de R\$ 18,8 milhões. Além disso, como parte do contínuo esforço para aprimorar nossa estrutura de capital, em novembro foi concluído o aumento de capital decorrente do Bônus de Subscrição, resultando em uma injeção significativa de recursos na Companhia, totalizando R\$ 226 milhões. Esses recursos são de suma importância para o reforço do capital de giro e gestão de estrutura de capital da CVC Corp, reduzindo a alavancagem e o endividamento líquido em R\$ 225 milhões entre trimestres consecutivos (4T23 vs 3T23).

Adicionalmente, nos últimos três meses de 2023, a CVC foi qualificada com o selo RA1000, reforçando seu protagonismo entre as empresas do setor de turismo. O selo RA1000 destaca as empresas que possuem excelentes índices de atendimento no Reclame AQUI. Essa conquista reforça o compromisso da CVC com a qualidade do atendimento ao cliente e evidencia nosso empenho em proporcionar experiências positivas e satisfatórias aos nossos clientes em todas as interações com a empresa.

No Brasil, a inflação segue trajetória de queda, fazendo com que o ciclo de aperto monetário experimentado durante o ano comece a arrefecer, conforme pode ser observado pelas recentes reduções na taxa Selic. A menor taxa de juros, atrelada a recomposição de parte da renda disponível do consumidor, tende a impulsionar o setor do Turismo e a reduzir o custo de acesso ao mercado de crédito. A redução da taxa de juros também reflete diretamente nos juros da dívida da Companhia, beneficiando o resultado financeiro.

Ao chegarmos ao final de 2023, estamos extremamente satisfeitos com os resultados robustos alcançados, o que evidencia o sucesso da estratégia “back to basics” ao longo do segundo semestre do ano.

Olhando para 2024, além de dar continuidade às ações já implementadas, estamos comprometidos em aprimorar e modernizar constantemente o modelo de negócio das empresas da CVC Corp. Nos próximos trimestres, gradualmente, compartilharemos detalhes sobre os projetos transformacionais que garantirão a continuidade de mais 50 anos de excelência em nossas operações, com o foco central em prestar total assistência ao nosso passageiro.

Por fim, reiteramos nosso compromisso com a rentabilidade de nossos acionistas, credibilidade com nossos *stakeholders* e fomento do setor de turismo.

Uma boa leitura,
Fabio Godinho

¹ Vide seção Lucro Líquido

Resultado CVC Corp

Reservas Confirmadas e Reservas Consumidas

R\$ milhões	4T23	4T22	Δ%	2023	2022	Δ%
Reservas Confirmadas¹	3.769,5	3.455,4	9,1%	15.390,4	13.942,4	10,4%
Brasil	2.622,0	2.502,9	4,8%	11.084,9	10.274,6	7,9%
B2C	1.411,2	1.164,6	21,2%	5.388,5	4.557,2	18,2%
B2B	1.210,8	1.338,2	-9,5%	5.696,4	5.717,4	-0,4%
Argentina	1.147,5	952,5	20,5%	4.305,5	3.667,8	17,4%
Reservas Consumidas	3.752,8	3.693,5	1,6%	15.250,4	14.428,7	5,7%
Brasil	2.687,8	2.741,0	-1,9%	10.999,2	10.760,9	2,2%
B2C	1.407,8	1.322,3	6,5%	5.275,0	4.995,5	5,6%
B2B	1.280,0	1.418,7	-9,8%	5.724,2	5.765,4	-0,7%
Argentina	1.065,0	952,5	11,8%	4.251,2	3.667,8	15,9%

¹A partir do 4T23 alocamos gerencialmente R\$ 43,8 milhões da venda da Rextur Advance realizada pelas lojas CVC.

Reservas Confirmadas

No 4T23, as reservas confirmadas no B2C registraram um crescimento de 21,2% frente ao 4T22, aumento impulsionado principalmente pela: (i) recuperação do canal de lojas físicas com o crescimento nas vendas nas mesmas lojas (SSS – Same Store Sales), indicador que mede o desempenho da base de lojas CVC²; (ii) aumento das vendas e do take rate na semana de black Friday, sendo respectivamente +44% e 8.2 p.p. vs mesmo período de 2022, somado a intensivas campanhas de marketing para a data (“CVC Friday”); (iii) produtos mais competitivos, principalmente os exclusivos com embarque mais alongado e; (iv) melhores condições e opções de pagamento.

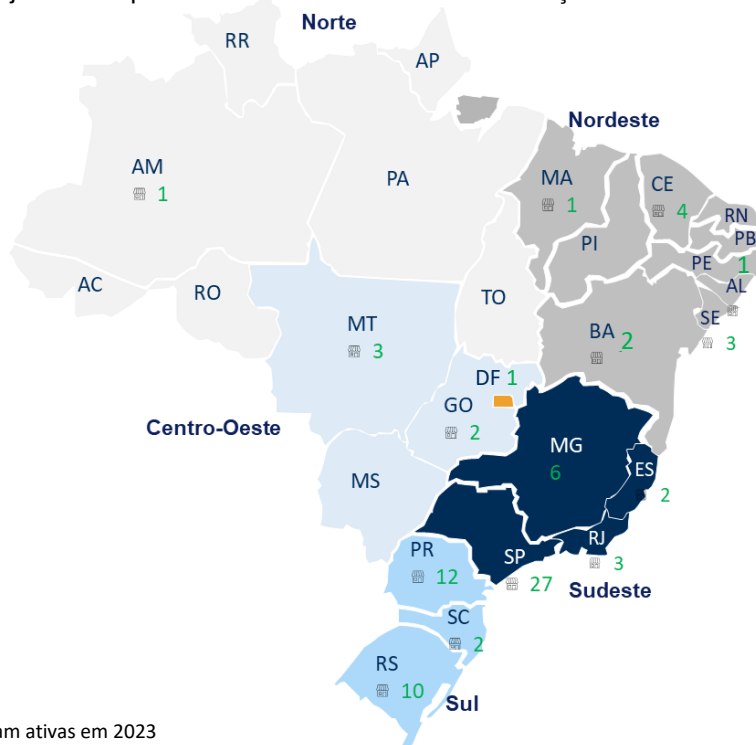
Rede de Lojas

Encerramos o 4T23 com 1.054 lojas. Da base total, 80% das lojas CVC apresentam mais de 05 anos de atuação

Total de Lojas CVC Lazer	4T23
Total de Lojas no início do período	1.038
Abertura de novas lojas	42
Encerramento de lojas	(26)
Lojas no final do Período	1.054

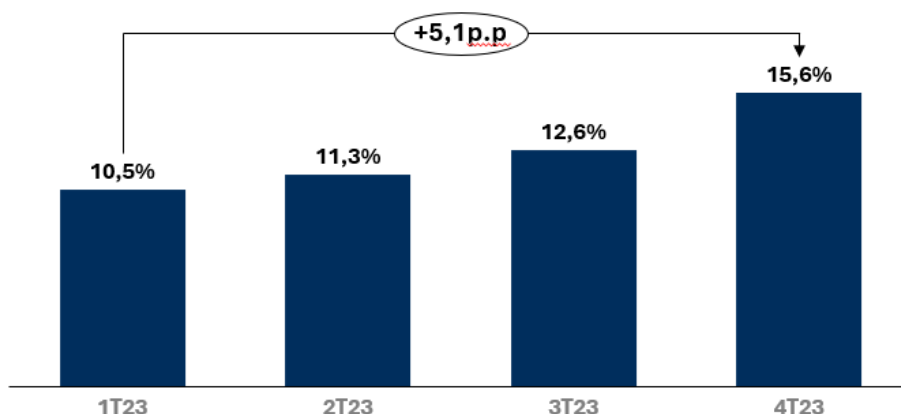
Representatividade das nossas lojas entre capital e interior:

	Capital	Interior
Norte	58%	42%
Nordeste	50%	50%
Centro-Oeste	45%	55%
Sul	21%	79%
Sudeste	42%	58%



(²) considera lojas que possuíam 24 meses ao final do exercício de 2019 e que estavam ativas em 2023

Share de Produtos Exclusivos - B2C Brasil



Durante o ano de 2023 tivemos a evolução dos produtos exclusivos durante o ano, com crescimento de 5,1 p.p, em função do crescimento da oferta de assentos exclusivos no produto aéreo pautado em negociações, relacionamento e competitividade, além da melhoria e direcionamento inteligente dos produtos exclusivos dentro do motor de vendas nas lojas.

No **B2B**, as reservas confirmadas recuaram pelo impacto do início da guerra de Israel, em outubro, e pela descontinuação nas vendas de passagens para milheiros (por conta do risco de crédito), movimentação essa que afetou diretamente a Rextur Advance. Em contrapartida, a Trend, que também compõem a operação do B2B teve crescimento de 19% entre períodos.

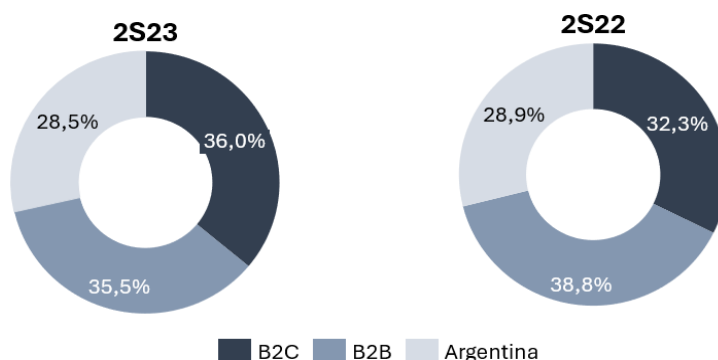
Na operação **Argentina**, tivemos aumento de 20,5% em relação ao trimestre anterior, dado a antecipação na demanda dos consumidores, principalmente nos meses de outubro e novembro.

Em relação a **destinos**, na operação Brasil, a representatividade por destinos nacionais se manteve constante em relação ao 4T22 (62% 4T23 vs 61% no 4T22), destacando no trimestre a busca por destinos no Nordeste, sendo cidades como Porto Seguro, Maceió, Recife e no Sudeste, tendo São Paulo e Rio de Janeiro como as mais procuradas.

Na operação Argentina, a representatividade por destinos internacionais segue elevada, representando 92% das reservas confirmadas.

Em 2023 as Reservas Confirmadas totalizaram R\$ 15,4 bilhões, 10,4% superior a 2022.

No mix de venda geral do segundo semestre, o B2C aumentou sua participação em 3,7 p.p, unidade essa que possui o maior take rate na companhia.



Reservas Consumidas

No B2C, o crescimento de 6,5% no 4T23 nas reservas consumidas, inferior ao aumento das reservas confirmadas, deve-se ao aumento na venda de produtos exclusivos com prazos de embarque mais alongados e melhor 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.

Na operação Argentina, o crescimento de 11,8% no trimestre deve-se aos mesmos fatores mencionados na seção acima.

Em 2023, as Reservas Consumidas totalizaram R\$ 15,3 bilhões, 5,7% superior a 2022.

Receita Líquida

R\$ milhões	4T23	4T22	Δ%	2023	2022	Δ%
Receita Líquida	352,2	321,4	9,6%	1.292,9	1.221,6	5,8%
Brasil	270,3	255,7	5,7%	998,1	960,3	3,9%
B2C	185,6	167,1	11,1%	675,4	637,6	5,9%
B2B	84,7	88,6	-4,4%	322,7	322,6	0,0%
Argentina	82,0	65,7	24,8%	294,8	261,3	12,8%
Take Rate	9,4%	8,7%	0,7 p.p.	8,5%	8,5%	0,0 p.p.
Brasil	10,1%	9,3%	0,8 p.p.	9,1%	8,9%	0,2 p.p.
B2C	13,2%	12,6%	0,6 p.p.	12,8%	12,8%	0,0 p.p.
B2B	6,6%	6,2%	0,4 p.p.	5,6%	5,6%	0,0 p.p.
Argentina	7,7%	6,9%	0,8 p.p.	6,9%	7,1%	-0,2 p.p.

A Receita Líquida da CVC Corp somou R\$ 352,2 milhões no 4T23, aumento de 9,6% frente a 4T22, reflexo das operações B2C e Argentina.

No B2C o aumento de 11,1% deve-se a melhor:

- (i) gestão dos produtos exclusivos,
- (ii) precificação (foco na rentabilidade),
- (iii) *mix* de produtos, especialmente maior *share* de pacotes/produtos exclusivos,

Na operação B2B reduzimos nosso volume de vendas priorizando a rentabilidade da operação onde aumentamos o take rate em 0,4 p.p. pela descontinuação de venda para milheiros, redução de vendas em virtude da guerra de Israel, porém evitamos perdas financeiras e reduzimos a inadimplência, em virtude do reforço na área de análise de crédito e estrutura de cobrança.

Na operação da Argentina o aumento de 24,8% é reflexo dos embarques no período, principalmente, nos meses de outubro e novembro.

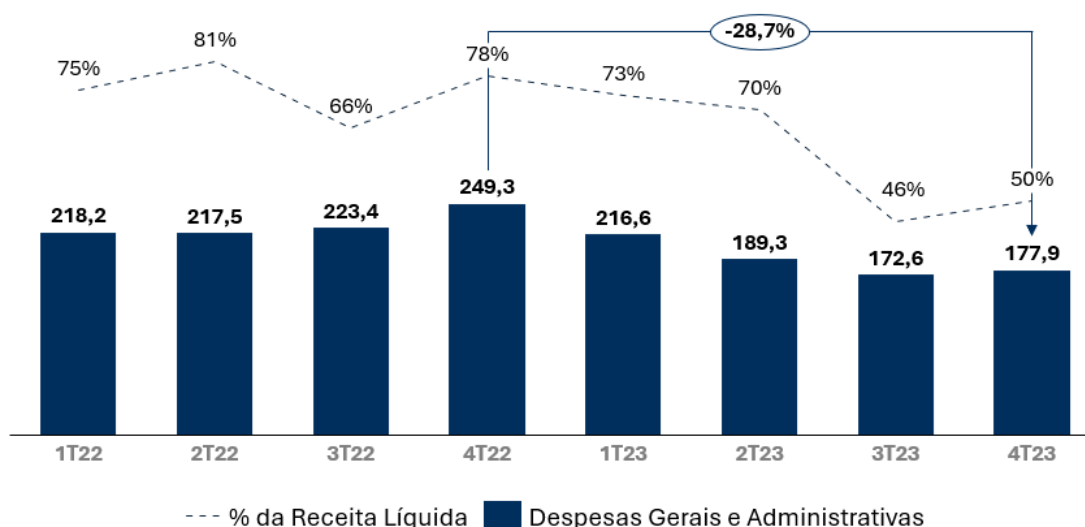
O **Take Rate**, na CVC Corp, alcançou 9,4% no 4T23, aumento de 0,7 p.p., resultado da melhora desta conta em todas as unidades de negócio, conforme explicado abaixo:

- (i) **B2C**: +0,6 p.p., (a) melhor *mix* de produtos, com maior *share* de produtos pacotes/exclusivos (15,6%, 4T23 vs 10,5%, 1T23), com melhor apuração de *take rate* (aumento de ~7 p.p.), (b) melhora na precificação e (c) além da melhoria e direcionamento inteligente dos produtos exclusivos dentro do motor de vendas nas lojas.
- (ii) **B2B**: +0,4 p.p., mudança de posicionamento estratégico, melhorando o equilíbrio entre volume e rentabilidade dos acordos comerciais com as agências de viagem. A Rextur Advance teve crescimento de 1,2 p.p passando de 4,21% no 4T22 para 5,37% no 4T23.

Despesas

R\$ milhões	4T23	4T22	Δ%	2023	2022	Δ%
Despesas Gerais e Administrativas	(177,9)	(249,3)	-28,7%	(756,4)	(908,4)	-16,7%
Despesas de Vendas	(69,6)	(62,1)	12,1%	(304,0)	(243,3)	25,0%
Outras Receitas/Despesas Operacionais	(50,4)	73,0	n.a.	(144,2)	96,7	n.a.
(=) Desp. Operacionais	(297,9)	(238,4)	25,0%	(1.204,6)	(1.055,1)	14,2%
(-) Itens não recorrentes	(32,3)	75,6	n.a.	(106,0)	74,6	n.a.
(=) Desp. Operacionais Recorrentes	(265,7)	(314,0)	-15,4%	(1.098,6)	(1.129,5)	-2,7%
(+) Taxa de Serviços - Fee Boleto	(0,1)	(3,2)	-95,4%	(1,3)	(19,3)	-93,2%
EBITDA Ajustado	86,4	4,2	n.a.	193,0	72,6	165,8%

As **Despesas Gerais e Administrativas** reduziram 28,7% quando comparadas do 4T22, e 16,7% quando comparadas com 2022, decorrentes do maior controle de despesas fixas, sendo as principais: (i) reduções relacionadas a racionalização de estruturas e, (ii) revisão de contratos. Adicionalmente, em janeiro/24 foi realizada uma nova adequação estrutural na qual tivemos redução de aproximadamente 10% no quadro de colaboradores da Companhia.



Outras Receitas/Despesas Operacionais registrou valor negativo de R\$ 50,4 milhões ante um valor positivo de R\$ 73,0 milhões no mesmo período do ano anterior (resultado da reversão de provisões para riscos provenientes de aquisições passadas, que não se materializaram).

No trimestre corrente, esta linha foi composta pela (i) redução das atividades da VHC Stay, que ficou restrita a apenas a operação de Miami, sendo que esta provisão de baixa de ativo impactou esta rubrica em R\$ 10,3 milhões; (ii) despesas com reembolsos e cancelamentos, ainda em função da pandemia, R\$ 22,5 milhões e; (iii) expiração de créditos concedidos conforme regulamentação estipulada para o período da pandemia, positivo em R\$ 39,6 milhões; (iv) constituída provisão para contingência na Argentina no valor de R\$ 54,8 milhões. No acumulado do ano, esta rubrica foi impactada, majoritariamente, pelo registro de *impairment* da Submarino Viagens no 3T23, R\$ 77,1 milhões.

A **Despesa não Recorrente** registrou a rubrica de R\$ 32,3 milhões, impactada majoritariamente em decorrência da redução da operação da VHC Stay em R\$ 10,3 milhões, R\$ 41,5 milhões em função da expiração de créditos concedidos e pela provisão para contingência constituída na Argentina, conforme mencionado acima.

R\$ milhões	4T23	4T22	Δ%	2023	2022	Δ%
Despesas de Vendas	(69,6)	(62,1)	12,1%	(304,0)	(243,3)	25,0%
Brasil	(51,4)	(45,8)	12,3%	(235,0)	(185,9)	26,4%
<i>como % das Reservas Consumidas</i>	1,9%	1,7%	0,2 p.p.	2,1%	1,7%	0,4 p.p.
Provisão para perda - PCLD	(11,8)	(20,3)	-42,1%	(55,0)	(47,7)	15,4%
Marketing	(21,2)	(9,4)	126,4%	(87,4)	(66,7)	31,0%
Custo do Cartão de Crédito	(18,4)	(16,1)	14,6%	(92,7)	(71,5)	29,6%
Argentina	(18,2)	(16,3)	11,8%	(69,0)	(57,4)	20,2%
<i>como % das Reservas Consumidas</i>	1,7%	1,7%	0,0 p.p.	1,6%	1,6%	0,0 p.p.

No 4T23, as **Despesas de Vendas** da CVC Corp cresceram 12,1% em comparação ao 4T22, sendo os principais impactos descritos abaixo:

(+) no Brasil as despesas com marketing foram superiores ao 4T22, em razão do maior dispêndio em comunicação, decorrente da *Black Friday* (“Campanha CVC Friday”) e continuidade da Campanha “Invasão Amarela” tanto no formato *online*, quanto *offline*;

(+) custos com Cartão de Crédito, no Brasil, dado o aumento de volume nas reservas confirmadas no B2C (+21,2%);

(-) PCLD (Provisão para Crédito de Liquidação Duvidosa) – maior efetividade da cobrança ativa, melhora da base de clientes, melhor monitoramento de repasse de franqueados;

(+) na operação Argentina, houve aumento nas despesas de vendas por maior volume de pagamentos por cartão de crédito (reconhecimento do momento da venda). Importante ressaltar que as restrições impostas pelo governo na forma de parcelamento de viagens internacionais na operação de varejo seguem vigentes.

EBITDA

R\$ milhões	4T23	4T22	Δ%	2023	2022	Δ%
EBITDA Ajustado	86,4	4,2	n.a.	193,0	72,6	165,8%
Equivalência Patrimonial	(0,0)	(0,3)	-98,0%	(0,3)	(0,9)	-69,3%
Itens Não Recorrentes	(32,3)	75,6	n.a.	(106,0)	74,6	n.a.
Taxa de Serviços - Fee Boleto	0,1	3,2	-95,4%	1,3	19,3	-93,2%
EBITDA	54,3	82,7	-34,3%	88,0	165,6	-46,9%

No 4T23, A CVC Corp registrou **EBITDA Ajustado de R\$ 86,4 milhões**, o qual acresce as despesas com boletos (reportada nas Demonstrações Financeiras na rubrica 'Despesas Financeiras') e excetua os itens não recorrentes e equivalência patrimonial, crescimento de R\$ 82,2 milhões vs 4T22.

A rubrica Itens Não Recorrentes, faz referência, majoritariamente, a redução das atividades da VHC Stay, expiração de créditos concedidos e pela provisão para contingência constituída na Argentina, conforme previamente explicado.

No acumulado do ano o EBITDA Ajustado alcançou R\$ 193,0 milhões, sendo que 94,5% referem-se ao segundo semestre de 2023 vs R\$ 72,6 milhões no ano de 2022, crescimento de R\$120,4 milhões entre períodos.

Resultado Financeiro

R\$ milhões	4T23	4T22	Δ	2023	2022	Δ
Despesas Financeiras	(69,0)	(107,7)	-36,0%	(279,9)	(313,6)	-10,7%
Encargos Financeiros	(38,0)	(53,9)	-29,6%	(164,1)	(198,1)	-17,2%
Juros - antecipação de recebíveis	(30,9)	(50,6)	-39,0%	(114,5)	(96,3)	19,0%
Taxa de Serviços - Fee Boleto	(0,1)	(3,2)	-95,4%	(1,3)	(19,3)	-93,2%
Receitas Financeiras	11,4	17,5	-35,0%	41,2	63,6	-35,2%
Rend. de aplicações financeiras	11,4	17,5	-35,0%	41,2	63,6	-35,2%
Outras Receitas/Despesas Financeiras	8,8	(17,0)	n.a.	(83,3)	(59,5)	40,0%
Resultado Financeiro	(48,7)	(111,6)	-56,3%	(322,0)	(309,5)	4,0%

O **Resultado Financeiro** totalizou R\$ 48,7 milhões no 4T23, a redução em comparação ao 4T22 deve-se, principalmente, aos encargos sobre o montante antecipado de recebíveis dentro do trimestre (R\$ 824,1 milhões em 31 de dezembro de 2023 vs R\$ 998,6 milhões em 31 de dezembro de 2022) e efeitos da redução do CDI médio que incide sobre a dívida bruta, principalmente sobre o saldo das debêntures.

Impostos

Em decorrência da Lei do PERSE (Lei 14.148/2021), as alíquotas de PIS/COFINS e IR/CSLL passaram a ser zero para as receitas auferidas nas operações de turismo no Brasil. No entanto, a MP 1.202/2023 de 28 de dezembro de 2023 revogou alguns pontos da Lei do Perse, PIS/COFINS e CSLL tem alíquota zero até 31 de março de 2024 e de IRPJ até 31 de dezembro de 2024, após estas datas as alíquotas voltam a vigorar normalmente.

No 4T23, o montante de R\$ 18,3 milhões negativo apresentado nesta linha, refere-se, majoritariamente, a imposto de renda diferido, relacionado ao Impairment sobre ativos fiscais diferidos em controlada da CVC Corp.

No acumulado do ano esta rubrica registrou o montante de R\$ 4,4 milhões negativo.

Lucro líquido e Lucro Líquido Caixa

O Lucro Líquido Caixa no 4T23, que reflete o Lucro Líquido reportado pela Companhia, ajustado por depreciação/amortização, investimentos, redução da operação VHC Stay, foi positivo em R\$ 18,8 milhões, este é um importante indicador, que demonstramos a conciliação abaixo.

R\$ milhões	4T23	4T22	Δ	2023	2022	Δ
EBITDA	54,3	82,7	-34,3%	88,0	165,6	-46,9%
(+) Depreciação e amortização	(61,7)	(53,4)	15,6%	(218,5)	(203,2)	7,5%
Software	(45,1)	(30,7)	46,8%	(148,6)	(115,7)	28,4%
Aquisição de Controladas	(8,7)	(14,2)	-38,7%	(41,4)	(58,9)	-29,7%
Outros	(8,0)	(8,6)	-7,4%	(28,5)	(28,6)	-0,2%
(+) Resultado Financeiro	(48,7)	(111,6)	-56,3%	(322,0)	(309,5)	4,1%
Prejuízo antes de IR e CS	(56,2)	(82,4)	-31,8%	(452,5)	(347,1)	30,4%
(+) IR e CS	(18,3)	(14,4)	27,0%	(4,4)	(86,4)	-94,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	(74,5)	(96,8)	-23,0%	(456,9)	(433,4)	5,4%
Lucro Líquido Caixa	18,8	(197,6)	n.a.			

Conciliação Lucro Líquido Caixa

R\$ milhões	4T23	4T22	Δ
Lucro Líquido Caixa	18,8	(197,6)	n.a.
Itens Não Recorrentes	(32,3)	75,6	n.a.
Marcação a Mercado Bônus de Subscrição	12,0	-	n.a.
IR diferido	(13,9)	-	n.a.
Depreciação / Amortização	(61,7)	(53,4)	15,6%
Capex	2,6	78,6	-96,7%
Lucro/Prejuízo Líquido	(74,5)	(96,8)	-23,0%

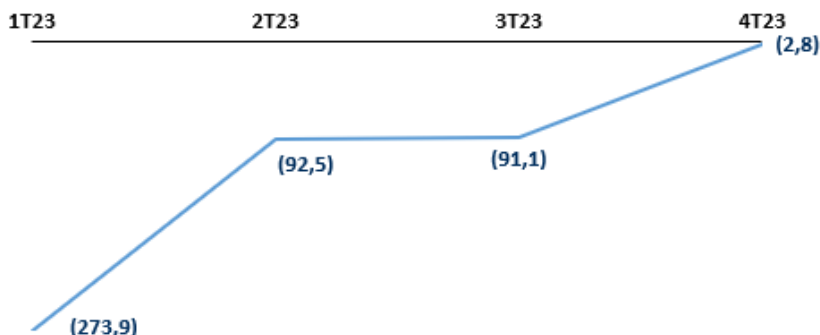
Fluxo de caixa Gerencial

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.

R\$ milhões	4T23	3T23	2T23	1T23
Lucro (Prejuízo) antes do Imposto de Renda e Contribuição Social	(56,2)	(91,4)	(171,8)	(133,1)
Ajustes itens não caixa	168,2	275,0	179,1	150,3
(Aumento) / Redução no Capital de Giro	(112,2)	(251,8)	(71,2)	(256,3)
Investimentos - Capex	(2,6)	(22,8)	(28,6)	(34,8)
Geração (Consumo) Operacional de Caixa	(2,8)	(91,1)	(92,5)	(273,9)
Empréstimos e Debêntures	0,0	(67,0)	(124,4)	0,0
Aumento de capital	249,1	(0,0)	521,8	0,0
Juros pagos	(2,0)	(7,0)	(63,7)	(14,7)
Aquisição de controladas	0,0	0,0	(14,8)	0,0
Movimentação de saldo de antecipações (líquida)	20,6	(258,9)	(0,4)	39,8
Pagamento de arrendamentos - IFRS16	(2,1)	(2,2)	(2,0)	(9,5)
Caixa líquido nas atividades de financiamento	265,6	(335,1)	316,5	15,6
Variação Cambial Caixa e Equivalentes	(1,5)	1,6	(4,1)	(3,0)
Fluxo de Caixa no período	261,2	(424,6)	219,9	(261,3)
Caixa início do período	221,6	646,1	426,2	687,5
Caixa final do período	482,8	221,6	646,1	426,2

Importante destacar que, ao longo do ano de 2023, o consumo operacional de caixa apresentou uma melhoria significativa, saindo de R\$ 274 milhões no primeiro trimestre para perto de zero no último trimestre. A Companhia segue envidando os melhores esforços no aumento da rentabilidade dos produtos alinhado a gestão do capital de giro para viabilizar a geração de caixa.

Consumo Operacional de Caixa



Endividamento

Ao final de 31 de dezembro, a dívida líquida registrou R\$ 414,3 milhões redução de R\$ 224,9 milhões ante ao reportado em 30 de setembro, R\$ 639,2 milhões. A variação no saldo é efeito da conclusão do bônus de subscrição, homologado em 24 de novembro de 2023, aportando no caixa da Companhia o valor de R\$ 226,2 milhões.

O saldo em debêntures somava R\$ 790,0 milhões, inferior aos R\$ 896,7 milhões ao fim de 2022. 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.

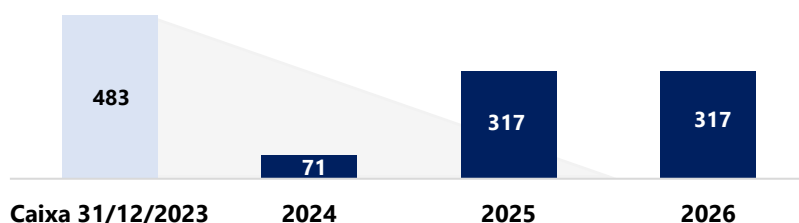
A amortização e a aquisição mencionada acima estavam alinhadas ao acordo firmado com os debenturistas acerca do reperfilamento, no qual, a Companhia se comprometeu a realizar um aumento de capital de pelo menos R\$ 125 milhões até 30/11/2023, seguido de *tender offer* de ao menos R\$ 75 milhões para as debêntures existentes reperfiladas.

Neste sentido, em 28/06/2023, a Companhia concluiu com sucesso o aumento de capital no montante de R\$ 549,9 milhões e ainda emitiu 83,3 milhões de bônus de subscrição, que resultou na emissão de 81,7 milhões de novas ações ordinárias e integralizadas em 24/11/2023.

Em 22/09/2023 foi concluída a realização da *tender offer* no total de R\$ 75 milhões, com base na escritura vigente e com o intuito de otimizar sua estrutura de capital as debêntures adquiridas foram canceladas em 26/09/2023.

Endividamento CVC Corp (Em R\$ milhões)	4T23	3T23	Δ 3T23 vs 4T23	4T22
Debêntures	(790,0)	(756,6)	(33,4)	(896,7)
Curto Prazo	(161,5)	(58,6)	(102,9)	(693,7)
Longo Prazo	(628,5)	(698,0)	69,5	(203,0)
Contas a pagar de aquisição de controlada	(107,1)	(104,2)	(2,9)	(113,0)
Curto Prazo	(22,1)	(21,4)	(0,7)	(22,8)
Longo Prazo	(85,0)	(82,8)	(2,2)	(90,1)
Dívida Bruta	(897,1)	(860,8)	(36,3)	(1.009,6)
Caixa e Equivalentes	482,8	221,6	261,2	687,5
Dívida Líquida	(414,3)	(639,2)	224,9	(322,1)

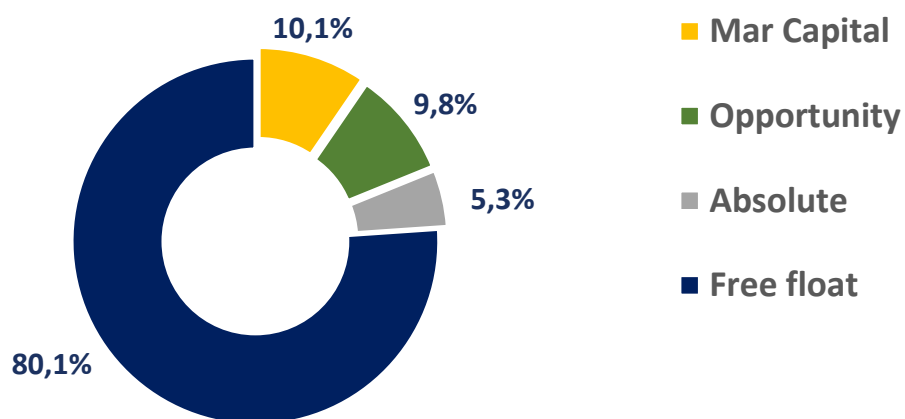
Caixa CVC Corp e Cronograma de amortização de principal das debêntures, valores em milhões de reais



Posição de caixa atual de R\$ 483 milhões cobre a dívida bruta até final de 2025.

Mercado de Capitais

Composição Acionária – base fev/24





Anexo 1: Balanço Patrimonial (R\$ milhões)

R\$ milhões	2023	2022
Ativo Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	482,8	687,5
Aplicações Financeiras	130,5	127,4
Instrumentos financeiros derivativos	0,0	1,1
Contas a receber de clientes	842,6	515,5
Adiantamentos a fornecedores	712,1	445,1
Despesas antecipadas	44,3	39,6
Impostos a Recuperar	36,9	80,7
Outras contas a receber	52,1	65,6
Total do ativo circulante	2.301,4	1.962,4
Ativo Não Circulante		
Despesas pagas antecipadamente	8,9	23,6
Impostos a recuperar	3,7	4,1
Impostos diferidos	546,1	555,3
Depósito Judicial	162,4	135,3
Outras contas a receber	1,2	11,1
Investimentos	4,2	4,5
Ativo imobilizado	29,0	36,1
Ativo intangível	911,2	1.130,4
Ativos de Direito de Uso	62,8	54,6
Total do ativo não circulante	1.729,5	1.955,1
Total do Ativo	4.030,9	3.917,6

R\$ milhões	2023	2022
Passivo Circulante		
Empréstimos e financiamentos	-	-
Debêntures	161,5	693,7
Instrumentos Financeiros derivativos	3,2	2,0
Fornecedores	867,9	753,4
Contratos a embarcar antecipados	1.236,9	1.363,7
Salários e encargos sociais	72,5	145,8
Impostos de Renda e Contribuição Social correntes	5,0	3,8
Impostos e contribuições a pagar	33,9	66,5
Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	22,1	22,8
Passivo de arrendamento	25,1	16,7
Outras contas a pagar	50,1	61,8
Total do Passivo Circulante	2.478,3	3.130,4
Passivo Não Circulante		
Debêntures	628,5	203,0
Impostos de Renda e Contribuição Social diferidos	-	-
Impostos de Renda e Contribuição Social a pagar	8,9	21,2
Provisão demandas jud. e adm. e passivo contingente	170,9	94,8
Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	85,0	90,1
Passivos de Arrendamento	43,4	43,6
Contratos a embarcar antecipados	2,2	6,2
Outras contas a pagar	5,7	11,9
Total do passivo não circulante	944,7	470,7
Patrimônio Líquido		
Capital social	1.755,3	1.414,0
Reservas de capital	1.224,6	812,6
Ágio em Transição de Capital	(183,8)	(183,8)
Reservas de lucros	-	-
Outros Resultados abrangentes	56,8	61,7
Ações em Tesouraria	(0,1)	(0,1)
Prejuízos acumulados	(2.244,7)	(1.787,9)
Participação dos acionistas não controladores	-	-
Total do Patrimônio Líquido	608,0	316,5
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	4.030,9	3.917,6

Anexo 2: Demonstração de Resultados

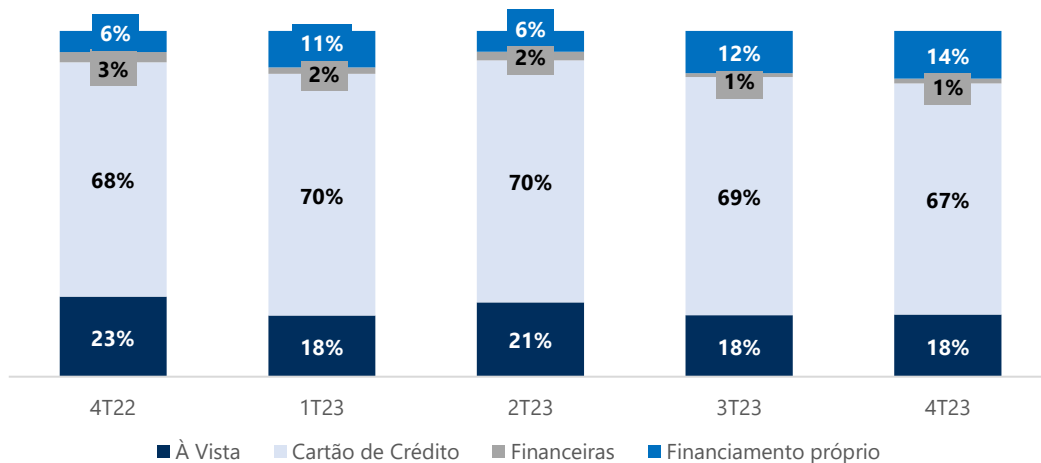
R\$ milhões	CONSOLIDADO		BRASIL		ARGENTINA	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Receita líquida (Lucro Bruto)	352,2	321,4	410,1	255,7	82,0	65,7
Receitas (despesas) operacionais	-	-	-	-	-	-
Despesas de vendas	(56,9)	(41,4)	(39,6)	(25,4)	(17,3)	(16,0)
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	(12,7)	(20,7)	(11,8)	(20,3)	(1,0)	(0,4)
Despesas gerais e administrativas	(177,9)	(249,3)	(148,7)	(188,8)	(29,1)	(60,5)
Depreciação e amortização	(61,7)	(53,4)	(57,2)	(37,6)	(4,5)	(15,8)
Equivalência Patrimonial	(0,0)	(0,3)	(0,0)	(0,3)	-	-
Outras receitas operacionais	95,9	121,2	94,2	112,2	1,7	9,0
Outras despesas operacionais	(146,3)	(48,2)	(95,2)	(75,7)	(51,1)	27,5
Lucro/Prejuízo antes do resultado financeiro	(7,4)	29,2	11,9	19,7	(19,3)	9,6
Resultado financeiro	(48,7)	(111,6)	(43,5)	(110,8)	(5,2)	(0,8)
Lucro/Prejuízo antes do imposto de renda e contribuição social	(56,2)	(82,4)	(31,6)	(91,1)	(24,5)	8,8
Imposto de renda e CS	(18,3)	(14,4)	(21,3)	(14,2)	3,0	(0,2)
Corrente	(0,7)	(0,1)	(0,6)	(0,1)	(0,0)	(0,0)
Diferido	(17,6)	(14,3)	(20,7)	(14,1)	3,0	(0,2)
Lucro/Prejuízo líquido do exercício	(74,5)	(96,8)	(52,9)	(105,3)	(21,5)	8,6

CONSOLIDADO		BRASIL		ARGENTINA	
2023	2022	2023	2022	2023	2022
1.292,9	1.221,6	998,1	960,3	294,8	261,3
-	-	-	-	-	-
(245,3)	(194,9)	(180,0)	(138,2)	(65,3)	(56,6)
(58,7)	(48,4)	(55,0)	(47,7)	(3,7)	(0,7)
(756,4)	(908,4)	(613,4)	(735,2)	(143,0)	(173,2)
(218,5)	(203,2)	(173,5)	(142,2)	(45,0)	(61,0)
(0,3)	(0,8)	(0,3)	(0,9)	-	-
211,7	252,6	198,6	222,8	13,1	29,9
(355,9)	(156,0)	(316,2)	(179,0)	(39,7)	23,0
(130,5)	(37,4)	(141,7)	(60,1)	11,3	22,5
(322,0)	(309,5)	(308,0)	(292,5)	(14,0)	(17,0)
(452,5)	(347,1)	(449,7)	(352,6)	(2,8)	5,5
(4,4)	(86,4)	(3,9)	(85,2)	(0,5)	(1,1)
(1,5)	(0,9)	(1,4)	(0,8)	(0,1)	(0,0)
(2,9)	(85,5)	(2,5)	(84,4)	(0,4)	(1,1)
(456,9)	(433,4)	(453,6)	(437,8)	(3,3)	4,4

Anexo 3: Fluxo de Caixa - Método indireto

R\$ milhões	4T23	3T23	4T22	2023	2022
Lucro (Prejuízo) antes do Imposto de Renda e Contribuição Social	(56,2)	(91,4)	(82,4)	(452,5)	(347,1)
Ajustes para reconciliar o resultado do exercício com o caixa das atividades	168,2	275,0	96,4	772,5	478,7
Depreciação e amortização	61,7	51,0	53,4	218,5	203,2
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	12,7	22,9	20,7	58,7	48,4
Juros e variações monetárias e cambiais	28,9	90,8	79,3	309,3	282,3
Equivalência patrimonial	0,0	0,0	0,3	0,3	0,9
Provisão (reversão) para demandas judiciais e administrativas	59,8	32,2	(63,7)	111,8	(76,4)
Mudanças do valor justo da opção de compra	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Baixa de impairment	0,0	77,0	0,0	77,0	0,0
Baixa de imobilizado, intangível e contratos de aluguéis – IFRS 16	4,4	7,7	7,2	15,7	17,8
Outras provisões	0,6	(6,7)	(0,8)	(18,9)	2,5
Redução (aumento) em ativos e passivos	(91,7)	(510,7)	439,1	(890,5)	(13,3)
Contas a receber de clientes	155,1	(425,3)	408,4	(499,4)	440,8
Adiantamentos a fornecedores	(105,1)	(39,6)	231,8	(275,8)	267,7
Fornecedores	(34,2)	145,9	104,3	130,7	92,7
Contratos a embarcar antecipados	(124,2)	(161,5)	(407,5)	(121,2)	(755,0)
Variação em tributos a recuperar/ recolher	10,4	8,4	12,4	14,4	19,8
Liquidação de instrumentos derivativos	(2,9)	(4,4)	(0,2)	(12,6)	(16,1)
Salários e encargos sociais	(33,6)	(20,2)	(10,1)	(72,0)	9,2
Imposto de renda e contribuição social pagos	(0,0)	(1,6)	(5,2)	(2,4)	(4,7)
Provisão para demandas judiciais e administrativas	(18,1)	(4,1)	(30,4)	(36,8)	(32,9)
Variação em outros ativos	71,5	(14,7)	123,9	0,2	0,9
Variação em outros passivos	(10,7)	6,4	11,7	(15,6)	(35,6)
Caixa líquido nas atividades Operacionais	20,4	(327,2)	453,0	(570,5)	118,3
Ativo imobilizado	(2,4)	(2,2)	(1,6)	(6,5)	(16,2)
Ativo intangível	(0,2)	(20,6)	(77,0)	(82,3)	(223,2)
Aquisições de controladas	0,0	0,0	0,0	0,0	(5,4)
Caixa líquido aplicado nas atividades de Investimentos - Capex	(2,6)	(22,8)	(78,6)	(88,9)	(244,8)
Captação de debêntures e empréstimos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Liquidação de debêntures e empréstimos	0,0	(67,0)	0,0	(191,4)	(100,0)
Aumento de capital	249,1	(0,0)	0,1	770,9	378,1
Juros pagos	(2,0)	(7,0)	(78,0)	(87,3)	(181,0)
Captação/Liquidação de instrumentos derivativos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Exercício de opções com alienação de ações em tesouraria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Aquisição de controladas	0,0	0,0	(8,2)	(14,8)	(51,6)
Pagamento de arrendamento - IFRS16	(2,1)	(2,2)	(2,8)	(15,7)	(16,4)
Caixa líquido (aplicado nas) proveniente das atividades de Financiamento	245,0	(76,2)	(89,0)	461,6	29,1
Variação Cambial Caixa e Equivalentes	(1,5)	1,6	(0,3)	(7,0)	(10,9)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa líquidos	261,2	(424,6)	285,2	(204,7)	(108,3)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	221,6	646,1	402,4	687,5	795,8
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	482,8	221,6	687,5	482,8	687,5

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



Anexo 5: Evolução da rede de lojas

	4T23	3T23	2T23	1T23	4T22
Brasil	1.105	1.088	1.092	1.091	1.111
CVC	1.054	1.038	1.040	1.039	1.059
Próprias	5	5	5	7	14
Franquias	1.049	1.033	1.035	1.032	1.045
Experimento	51	50	52	52	52
Próprias	2	2	2	2	4
Franquias	49	48	50	50	48
Argentina	122	121	116	114	107
Almundo	122	121	116	114	107
Próprias	2	5	5	5	5
Franquias	120	116	111	109	102
Total CVC Corp	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, excluído os efeitos não recorrentes do período, acrescido das despesas incorridas com emissões de boleto (reconhecidas contabilmente na rubrica Despesas Financeiras) e excluído o resultado da equivalência patrimonial. Também pode ser calculado a partir do Lucro Líquido, 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.

Earnings Release 4Q23



Conference Call

Wednesday, March 27, 2024

2:00 pm (Brasília Time) / 1:00 pm (US EST)

Access the webcast here or via QR Code
(simultaneous translation in English)



Stores opened in countryside cities in the last semester:



CVC Corumbá - MT



CVC Carlópolis - PR



CVC Goiabeiras - MT

Financial and operating highlights

R\$ 18.8 million Cash Net Income 4Q23, +R\$ 216,4 million vs 4Q22

- + **21.2%** in Confirmed Bookings in B2C vs 4Q22
- + **20% SSS** - Same Store Sales 4Q23 vs 4Q22
- + **60 stores** opened in 2S23
- + **9.6%** in Net Revenue vs. 4Q22
- + **0.7 p.p.** in Take Rate, reaching **9.4%** vs. 4Q22
- Adjusted EBTIDA of **R\$ 86.4 million**, **+R\$ 82.2 million** vs 4Q22
- EBITDA margin of **24,5%**, **+23.2 p.p.** vs 4Q22
- - **28.7%** decrease in G&A expenses vs 4Q22
- Operating cash flow **breakeven** in 4Q23
- Closing Cash of **R\$ 482.8 million** in 4Q23
- Funding of **R\$ 226 million**: exercise of warrants concluded, reinforcing the capital structure.

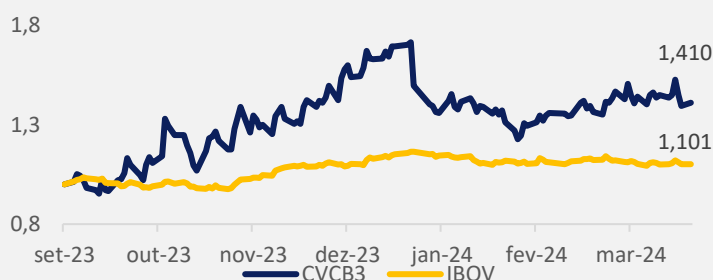
R\$ million	4Q23	4Q22	Δ%	2023	2022	Δ%
Confirmed Bookings	3.769,5	3.455,4	9,1%	15.390,4	13.942,4	10,4%
Consumed Bookings	3.752,8	3.693,5	1,6%	15.250,4	14.428,7	5,7%
Net Revenue	352,2	321,4	9,6%	1.292,9	1.221,6	5,8%
Take Rate	9,4%	8,7%	0,7 p.p	8,5%	8,5%	0,0 p.p
EBITDA	54,3	82,7	-34,3%	88,0	165,6	-46,9%
Adjusted EBITDA	86,4	4,2	n.a.	193,0	72,6	165,8%
Adjusted EBITDA Margin	24,5%	1,3%	23,2 p.p	14,9%	5,9%	9,0 p.p.
Net Income (Loss)	(74,5)	(96,8)	-23,1%	(456,9)	(433,4)	5,4%
Cash Net Income	18,8	(197,6)	n.a.			

IR Contacts

Carlos Wollenweber
Rodrigo Táboas
Liliam Toledo
ri@cvc.com.br

Data referring to 03/26/2024

CVC (CVCB3)
R\$ 3,26 per share
Total Shares
525.582.771
Market Share
R\$ 1,7 billion



ICON B3

IBOVESPA B3

IBRA B3

IBRX50 B3

IGC-NM B3

ITAG B3

IGCT B3

SMLL B3

The following operating and financial information, unless otherwise indicated, is presented in nominal millions of reais, prepared in accordance with Brazilian accounting standards, particularly Law 6404/76, and pronouncements issued by the Accounting Pronouncement Committee ("CPC") and approved by the Brazilian Securities and Exchange Commission ("CVM"); it should be read together with the financial statements and notes for period ended December 31, 2023.

Message from Management

We are pleased to present CVC Corp's operating and financial results for the fourth quarter of 2023!

This result reflects the evolution of the strategic pillars of the new management: (i) corporate governance, with the return of the Paulus family as a strategic shareholder of the company, combining both knowledge of the tourism market and the capital market; (ii) capital structure, consolidated with the success of the follow-on carried out, we achieved a final funding that exceeded expectations, with demand for the stock five times greater than initially anticipated; (iii) strategy, we are focused on growing the phygital journey, coupling online and offline experiences to provide our clients with an integrated shopping journey. Moreover, we rescued the brand's DNA, focusing on exclusive CVC products, expanding our franchise network to the countryside of Brazil and introducing alternative payment methods to credit cards; (iv) team, with the construction of a leadership team specialized in the tourism market.

We recorded a sales increase in exclusive products, reaching a share of 15.6% in the CVC Lazer segment, accounting for an important growth of approximately ~7.0 p.p in take rate compared to the last quarter of 2022. It is also worth highlighting the 18% increase in exclusive CVC seats compared to the third quarter of 2023. Concurrently, during the second semester of 2023, we recorded a 33% growth in the number of new routes compared to the first semester of the same year.

It is also important highlighting alternative payment methods to credit cards, which have been a priority in our strategy to provide greater convenience to our clients. Among these options, we included the following: Banco do Brasil (BB Realiza) credit facility, financing through the guarantee of the Anniversary Withdrawal – FGTS, payment through the PicPay platform and a pilot project for travel financing with payroll loans for civil servants.

After investments and implementations made in 2S23, we achieved significant results in the development of the phygital journey: (i) CVC Chat: provides a faster travel package purchasing experience, with the support of our experts, thus ensuring a customized and efficient service; (ii) dynamic budget showcase: We innovated by launching this functionality, a new feature on the market that allows real-time updating of the client journey and enables purchases from anywhere, without the need for a salesperson to be present, thus offering convenience and practicality to our clients; (iii) In September 2023, we had the integration of social media with CRM platforms, marking a significant advance in our strategy. Such integration allows us to offer service via the store's WhatsApp, an extremely effective and convenient approach. As a direct result of said integration, we observed that it contributed 30% of sales in the last quarter, highlighting its positive impact on our commercial operations.

Furthermore, we started our expansion plan, opening a total of 80 new stores throughout 2023, of which 60 were opened in the second semester of the year alone. Regarding same store sales (SSS), we recorded a 20% growth in the fourth quarter of 2023 compared to the same period in 2022. This growth was driven by several strategic initiatives, including a massive marketing investment, the effective recomposition of our sales force, the hiring of exclusive products and the continuous strengthening of our phygital journey. These combined actions have been fundamental in consolidating our position in the market and ensuring consistent and sustainable growth in the long term.

In B2C, even with the number of available seat kilometers (ASK)² in the industry remaining stable vs 4Q22, we recorded growth of 21.2% in our confirmed bookings with a take rate increase of 0.6 p.p., driven by the opening of stores and growth in same store sales (SSS). In the B2B segment, we chose to discontinue ticket sales to frequent flyer program members, which resulted in a reduction in sales volume. However, said decision was made to prioritize the operation

profitability, where we increased the take rate by 0.4 p.p. Rextur Advance grew 1.2 p.p., from 4.21% in 4Q22 to 5.37% in 4Q23.

Focusing on the profitability of operations, at the end of 2023, the consolidated take rate increased by 0.7 p.p. in relation to 2022, reflecting the improvement in this indicator in all business units, B2C, B2B and Argentina. This achievement demonstrates the effectiveness of the measures implemented in each segment.

The ongoing search for reducing administrative expenses resulted in a 28.7% decrease compared to the same period in 2022. As a direct result of these efforts, adjusted EBITDA for the fourth quarter of 2023 totaled R\$ 86.4 million, compared to R\$ 4.2 million in the fourth quarter of 2022. Year-to-date, adjusted EBITDA reached R\$ 193.0 million, 94.5% of which refers to the second semester of 2023.

Investments in technology in the 4Q23 were concentrated on projects focused on phygital and efficiency gains in internal processes.

Our Cash Net Income¹ recorded a positive result of R\$ 18.8 million. Moreover, as part of the ongoing effort to improve our capital structure, the capital increase resulting from the exercise of warrants was carried out in November, resulting in a significant inflow of funds in the Company, totaling R\$ 226 million. These funds are very important for strengthening CVC Corp's working capital and capital structure management, reducing leverage and net debt by R\$ 225 million between consecutive quarters (4Q23 vs 3Q23).

Additionally, in the last three months of 2023, CVC received the RA1000 seal, reinforcing its protagonism among companies in the tourism industry. The RA1000 seal highlights companies that have excellent service rates on the website "Reclame Aqui" (Complain Here). This achievement stresses CVC's commitment to quality customer service and highlights our commitment to providing positive and satisfactory experiences to our clients in all interactions with the company.

Inflation is following a downward trend in Brazil, causing the monetary tightening cycle during the year to start cooling down, as we can see by the recent reductions in the Selic rate. The lower interest rate, coupled with the recovery of part of the consumer's disposable income, tends to boost the Tourism industry and reduce the cost of accessing the credit market. The decrease in interest rate also reflects directly on the interest on the Company's debt, benefiting the financial income (loss).

As we reach the end of 2023, we are extremely satisfied with the robust results achieved, highlighting the success of the back to basics strategy throughout the second semester of the year.

Looking to 2024, in addition to continuing the actions already implemented, we are committed to constantly improving and modernizing the business model of CVC Corp companies. In the coming quarters, we will gradually share details about the transformational projects that will ensure the continuity of over 50 years of excellence in our operations, with the central focus on providing total assistance to our passengers.

Finally, we reiterate our commitment to the profitability of our shareholders, credibility with our stakeholders and promotion of the tourism industry.

Have a good reading!

Fabio Godinho

¹ See Net Profit section

CVC Corp Result

Confirmed and Consumed Bookings

R\$ million	4Q23	4Q22	Δ%	2023	2022	Δ%
Confirmed Bookings	3.769,5	3.455,4	9,1%	15.390,4	13.942,4	10,4%
Brazil	2.622,0	2.502,9	4,8%	11.084,9	10.274,6	7,9%
B2C	1.411,2	1.164,6	21,2%	5.388,5	4.557,2	18,2%
B2B	1.210,8	1.338,2	-9,5%	5.696,4	5.717,4	-0,4%
Argentina	1.147,5	952,5	20,5%	4.305,5	3.667,8	17,4%
Consumed Bookings	3.752,8	3.693,5	1,6%	15.250,4	14.428,7	5,7%
Brazil	2.687,8	2.741,0	-1,9%	10.999,2	10.760,9	2,2%
B2C	1.407,8	1.322,3	6,5%	5.275,0	4.995,5	5,6%
B2B	1.280,0	1.418,7	-9,8%	5.724,2	5.765,4	-0,7%
Argentina	1.065,0	952,5	11,8%	4.251,2	3.667,8	15,9%

1As of 4Q23, we managerially allocated R\$43.8 million from the sale of Rextur Advance carried out by CVC stores.

Confirmed Bookings

In 4Q23, confirmed bookings in B2C recorded a growth of 21.2% compared to 4Q22, an increase mainly driven by: (i) recovery of the brick-and-mortar store channel with growth in same store sales (SSS), an indicator that measures the performance of the CVC 1 store base²; (ii) increase in sales and take rate in the Black Friday week of +44% and 8.2 p.p, respectively over the same period in 2022, coupled with intensive marketing campaigns for the date ("CVC Friday"); (iii) more competitive products, especially exclusive ones with longer boarding times, and (iv) better payment methods and options..

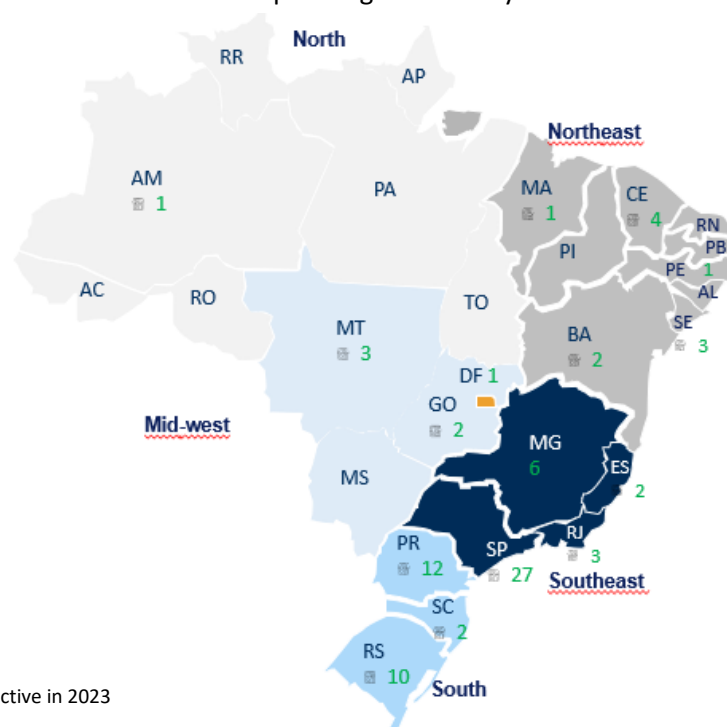
Stores chain

We ended 4Q23 with 1,054 stores. From the total base, 80% of CVC stores have been operating for over 5 years.

Total CVC Leisure Stores	4T23
Total Stores at the beginning of the period	1.038
Opening of new stores	42 42
Store closures	-26 (26)
Stores at the end of the Period	1.054

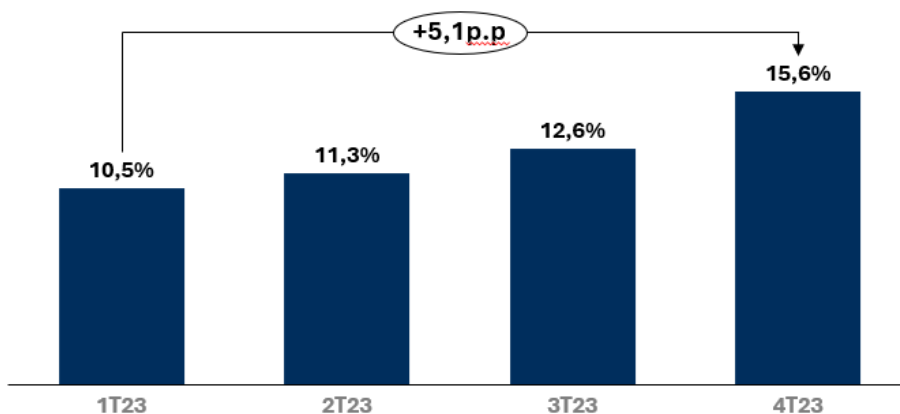
Representation of our stores between capital and interior:

	Capital	Interior
North	58%	42%
Northeast	50%	50%
Mid-West	45%	55%
South	21%	79%
Southeast	42%	58%



^[2] Considers stores that were 24 months old at the end of the year 2019 and that were active in 2023

Share of Exclusive Products - B2C Brazil



During the year 2023, we saw the evolution of exclusive products, with growth of 5.1 p.p., due to the increase in the supply of exclusive seats based on negotiations, relationships and competitiveness, in addition to the improvement and intelligent targeting of exclusive products within the sales engine in stores.

In **B2B**, confirmed bookings dropped due to the impact of the start of the war in Israel in October, as well as the discontinuation of ticket sales to frequent flyer program members (due to credit risk), a movement that directly affected Rextur Advance. On the other hand, Trend, which also makes up the B2B operation, grew 19% between periods.

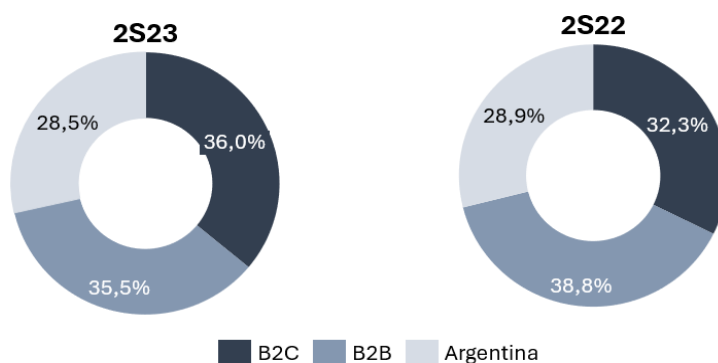
In the **Argentine** operation, we recorded an increase of 20.5% compared to the previous quarter, given the anticipated consumer demand, mainly in the months of October and November.

Regarding **destinations**, the share of domestic destinations maintained constant in relation to 4Q22 (62% in 4Q23 vs 61% in 4Q22) in the Brazil operation, highlighting the search for destinations in the Northeast region in the quarter, mainly cities such as Porto Seguro, Maceió, Recife and in the Southeast region, São Paulo and Rio de Janeiro.

In the Argentine operation, the share of international destinations remains high, accounting for 92% of confirmed bookings.

In 2023, Confirmed Bookings totaled R\$ 15.4 billion, 10.4% higher than 2022.

In the general sales mix for the second semester of the year, B2C increased its share by 3.7 p.p., a unit that has the highest take rate in the company.



Consumed Bookings

In B2C, the 6.5% growth recorded in 4Q23 in consumed bookings, lower than the increase in confirmed bookings, is due to the increase in the sale of exclusive products with longer boarding times and better working capital dynamics.

In B2B, we reduced our sales volume due to the discontinuation of ticket sales to miles users, but we avoided financial losses and reduced bad debts due to the reinforcement of the credit analysis area and the collection structure.

In the Argentine operation, the 11.8% growth in the quarter is due to the same factors mentioned in the section above.

In 2023, Consumed Bookings totaled R\$ 15.3 billion, 5.7% higher than 2022.

Net Revenue

R\$ million	4Q23	4Q22	Δ%	2023	2022	Δ%
Net Revenue	352,2	321,4	9,6%	1.292,9	1.221,6	5,8%
Brazil	270,3	255,7	5,7%	998,1	960,3	3,9%
B2C	185,6	167,1	11,1%	675,4	637,6	5,9%
B2B	84,7	88,6	-4,4%	322,7	322,6	0,0%
Argentina	82,0	65,7	24,8%	294,8	261,3	12,8%
Take Rate	9,4%	8,7%	0,7 p.p.	8,5%	8,5%	0,0 p.p.
Brazil	10,1%	9,3%	0,8 p.p.	9,1%	8,9%	0,2 p.p.
B2C	13,2%	12,6%	0,6 p.p.	12,8%	12,8%	0,0 p.p.
B2B	6,6%	6,2%	0,4 p.p.	5,6%	5,6%	0,0 p.p.
Argentina	7,7%	6,9%	0,8 p.p.	6,9%	7,1%	-0,2 p.p.

CVC Corp's Net Revenue totaled R\$ 352.2 million in 4Q23, accounting for an increase of 9.6% compared to 4Q22, reflecting B2C and Argentina operations.

In B2C, the 11.1% increase is due to better:

- (iv) management of exclusive products,
- (v) pricing (focus on profitability),
- (vi) product mix, especially greater share of exclusive packages/products,

In B2B operation, we reduced our sales volume prioritizing the profitability of the operation, where we increased the take rate by 0.4 p.p. due to the discontinuation of sales to frequent flyer program members, reduction in sales due to the war in Israel, but we avoided financial losses and reduced defaults, owing to the reinforcement in the credit analysis area and collection structure.

In the Argentine operation, the 24.8% increase is the result of boardings in the period, mainly in the months of October and November.

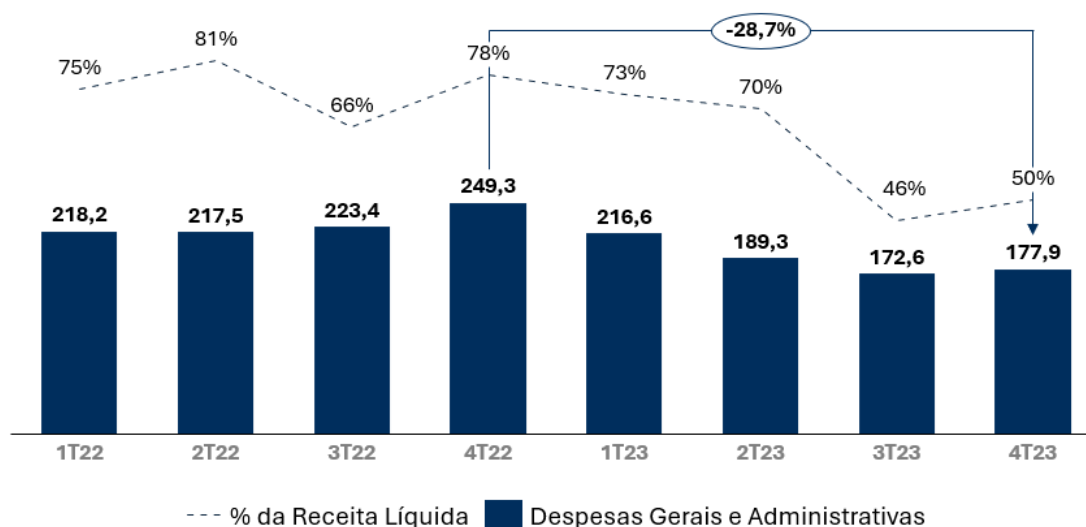
Take Rate at CVC Corp reached 9.4% in 4Q23, accounting for an increase of 0.7 p.p., owing to the improvement in this account in all business units, as explained below:

- (iii) **B2C**: +0.6 pp, (a) better product mix, with greater share of packages/exclusive products (15,6%, 4Q23 vs 10,5%, 4Q22), with better take rate calculation (~7.0 p.p increase), (b) improvement in pricing and (c) benefit from the agreement with master franchisees.
- (iv) **B2B**: +0.4 p.p., change in strategic positioning, improving the balance between volume and profitability of commercial agreements with travel agencies. Rextur Advance grew 1.2 p.p., from 4.21% in 4Q22 to 5.37% in 4Q23.
- (v) **Argentina**: +0.8 p.p., driven by the reduction in taxes on trips abroad in Argentina, which are added to the value of bookings and the increase in credit card fees due to the readjustment of costs transferred to the client.

Expenses

R\$ million	4Q23	4Q22	Δ%	2023	2022	Δ%
General and Administrative Expenses	(177,9)	(249,3)	-28,7%	(756,4)	(908,4)	-16,7%
Sales Expenses	(69,6)	(62,1)	12,1%	(304,0)	(243,3)	25,0%
Other Operating Revenues/Expenses	(50,4)	73,0	n.a.	(144,2)	96,7	n.a.
(=) Operating Expenses	(297,9)	(238,4)	25,0%	(1.204,6)	(1.055,1)	14,2%
(-) Non-Recurring Items	(32,3)	75,6	n.a.	(106,0)	74,6	n.a.
(=) Recurring Operating expenses	(265,7)	(314,0)	-15,4%	(1.098,6)	(1.129,5)	-2,7%
(+) Service Fee - Bank Slip Fee	(0,1)	(3,2)	-95,4%	(1,3)	(19,3)	-93,2%
Adjusted EBITDA	86,4	4,2	n.a.	193,0	72,6	165,8%

General and Administrative Expenses fell by 28.7% when compared to 4Q22, and by 16.7% when compared to 2022, due to greater control of fixed expenses, the main ones being: (i) reductions related to the rationalization of structures and (ii) review of contracts. In addition, in January 2024, a new structural adjustment was carried out in which we had a reduction of approximately 10% in the Company's workforce.



Other Operating Revenues/Expenses registered a negative value of R\$ 50.4 million compared to a positive value of R\$ 73.0 million in the same period of the previous year (the result of the reversal of provisions for risks arising from past acquisitions, which did not materialize).

In the current quarter, this line was made up of (i) the reduction in VHC Stay's activities, which was restricted to just the Miami operation, with the provision for the write-off of assets impacting this caption by R\$ 10.3 million; (ii) expenses with refunds and cancellations, still due to the pandemic, R\$ 22.5 million and; (iii) expiration of credits granted in accordance with regulations stipulated for the period of the pandemic, R\$ 39.6 million. (iv) provision formed for contingency in Argentina in the amount of R\$ 54.8 million. In the year to date, this heading was mainly impacted by the impairment of Submarino Viagens in 3Q23 of R\$ 77.1 million.

Non-Recurring Expenses amounted to R\$ 32.3 million, mostly impacted by R\$ 10.3 million as a result of the reduction in the VHC Stay operation in E# 10.3 million, R\$ 41.5 million due to the expiry of credits granted and a provision for contingency formed in Argentina, as mentioned above.

R\$ million	4Q23	4Q22	Δ%	2023	2022	Δ%
Sales Expenses	(69,6)	(62,1)	12,1%	(304,0)	(243,3)	25,0%
Brazil	(51,4)	(45,8)	12,3%	(235,0)	(185,9)	26,4%
<i>as % of Consumed Bookings</i>	1,9%	1,7%	0,2 p.p.	2,1%	1,7%	0,4 p.p.
Allowance for Doubtful Accounts	(11,8)	(20,3)	-42,1%	(55,0)	(47,7)	15,4%
Marketing	(21,2)	(9,4)	126,4%	(87,4)	(66,7)	31,0%
Credit Card Fees	(18,4)	(16,1)	14,6%	(92,7)	(71,5)	29,6%
Argentina	(18,2)	(16,3)	11,8%	(69,0)	(57,4)	20,2%
<i>as % of Consumed Bookings</i>	1,7%	1,7%	0,0 p.p.	1,6%	1,6%	0,0 p.p.

In 4Q23, CVC Corp's **Sales Expenses** grew 12.1% compared to 4Q22, and the main impacts described below:

(+) in Brazil, marketing expenses were higher than in 4Q22, due to higher spending on communication as a result of Black Friday ("CVC Friday Campaign") and the continuation of the "Invasão Amarela" campaign in both online and offline formats;

(+) Credit card costs in Brazil, given the increase in the volume of confirmed B2C bookings (+21.2%);

(-) Allowance for Doubtful Accounts - greater effectiveness in active billing, improvement in the customer base, better monitoring of franchisee transfers;

(+) in the Argentine operation, there was an increase in sales expenses due to a higher volume of credit card payments (recognition upon sale). It is worth highlighting that the restrictions imposed by the government in the form international travel installment payment in the retail operation are still in effect.

EBITDA

R\$ million	4Q23	4Q22	Δ%	2023	2022	Δ%
Adjusted EBITDA	86,4	4,2	n.a.	193,0	72,6	165,8%
Equity in Net Income of Subsidiaries	(0,0)	(0,3)	-98,0%	(0,3)	(0,9)	-69,3%
Non-Recurring Items	(32,3)	75,6	n.a.	(106,0)	74,6	n.a.
Service Fee - Bank Slip Fee	0,1	3,2	-95,4%	1,3	19,3	-93,2%
EBITDA	54,3	82,7	-34,3%	88,0	165,6	-46,9%

In 4Q23, CVC Corp recorded an **Adjusted EBITDA of R\$ 86.4 million**, which includes expenses with bank slips (reported in the Financial Statements under Financial Expenses) and excluding non-recurring items and equity in net income of subsidiaries, a growth of R\$ 82.2 million vs. 4Q22.

The Non-Recurring Items heading refers mainly to the reduction in VHC Stay's activities and the expiry of loans granted and a provision for contingency formed in Argentina, as previously explained.

In the year-to-date, Adjusted EBITDA reached R\$ 193.0 million, with 94.5% referring to the second semester of 2023 vs R\$ 72.6 million in 2022, growth of R\$ 120.4 million between periods.

Financial Result

R\$ million	4Q23	4Q22	Δ	2023	2022	Δ
Financial Expenses	(69,0)	(107,7)	-36,0%	(279,9)	(313,6)	-10,7%
Financial charges	(38,0)	(53,9)	-29,6%	(164,1)	(198,1)	-17,2%
Interest - receivable prepayment	(30,9)	(50,6)	-39,0%	(114,5)	(96,3)	19,0%
Service fee - Bank slip fee	(0,1)	(3,2)	-95,4%	(1,3)	(19,3)	-93,2%
Financial Income	11,4	17,5	-35,0%	41,2	63,6	-35,2%
Yield from interest earning bank deposits	11,4	17,5	-35,0%	41,2	63,6	-35,2%
Other Financial Revenues/Expenses	8,8	(17,0)	n.a.	(83,3)	(59,5)	40,0%
Financial Result	(48,7)	(111,6)	-56,3%	(322,0)	(309,5)	4,0%

The **Financial Income (Loss)** totaled R\$ 48.7 million in 4Q23. The decrease compared to 4Q22 is mainly due to charges on the amount of advances made in the quarter (R\$ 824.1 million as of December 31, 2023 vs R\$ 998.6 million as of December 31, 2022), as well as the effects of the reduction in the average Interbank Deposit Certificate (CDI) rate that levied on gross debt, mainly on balance of debentures.

Taxes

As a result of the PERSE Law (Law 14148/2021), the PIS/COFINS income tax and social contribution rates became zero for revenues accrued in tourism operations in Brazil. However, Provisional Measure 1202/2023 of December 28, 2023, revoked some parts of the PERSE Law, PIS/COFINS and CSLL have a zero tax rate until March 31, 2024, and IRPJ until December 31, 2024. After these dates the rates were in force again.

In 4Q23, the negative amount of R\$ 18.3 million presented in this caption mainly refers to deferred income tax, related to the impairment on deferred tax assets in the CVC Corp's subsidiary.

In the year to date, this item recorded the amount of -R\$ 4.4 million.

Net Income and Cash Net Income

Cash Net Income in 4Q23, which reflects the Net Income reported by the Company, adjusted for depreciation/amortization, investments, reduction of the VHC Stay operation, was positive at R\$ 18.8 million. This is an important indicator, where we demonstrate the reconciliation below.

R\$ million	4Q23	4Q22	Δ	2023	2022	Δ
EBITDA	54,3	82,7	-34,3%	88,0	165,6	-46,9%
(+) Depreciation and amortization	(61,7)	(53,4)	15,6%	(218,5)	(203,2)	7,5%
Software	(45,1)	(30,7)	46,8%	(148,6)	(115,7)	28,4%
Acquisition of subsidiaries	(8,7)	(14,2)	-38,7%	(41,4)	(58,9)	-29,7%
Other	(8,0)	(8,6)	-7,4%	(28,5)	(28,6)	-0,2%
(+) Financial income (loss)	(48,7)	(111,6)	-56,3%	(322,0)	(309,5)	4,1%
Loss before income tax and social contribution	(56,2)	(82,4)	-31,8%	(452,5)	(347,1)	30,4%
(+) Income tax and social contribution	(18,3)	(14,4)	27,0%	(4,4)	(86,4)	-94,9%
Net Income/Loss	(74,5)	(96,8)	-23,0%	(456,9)	(433,4)	5,4%
Cash Net Income	18,8	(197,6)	n.a.			

Reconciliation of Cash Net Income

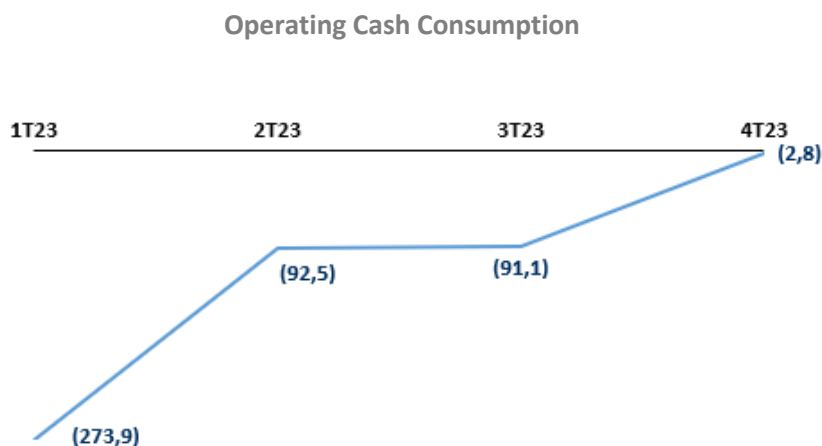
R\$ million	4Q23	4Q22	Δ
Cash Net Income	18,8	(197,6)	n.a.
Non-recurring items	(32,3)	75,6	n.a.
Mark to Market of Warrants	12,0	-	n.a.
Deferred Income Tax	(13,9)	-	n.a.
Depreciation / Amortization	(61,7)	(53,4)	15,6%
Capex	2,6	78,6	-96,7%
Net Income/Loss	(74,5)	(96,8)	-23,0%

Managerial Cash Flow

Historically, the Company uses the advance of credit card receivables as a means of balancing its capital needs. As an accounting effect of these transactions, we have the following: (i) the recognition of its cost in the financial result, (ii) the write-off of accounts receivable against cash and (iii) amortization of previously prepaid notes. We emphasize that this operation exclusively involves prepayment of trade accounts receivable with credit cards.

R\$ million	4Q23	3Q23	2Q23	1Q23
Income (loss) before income tax and social contribution	(56,2)	(91,4)	(171,8)	(133,1)
Adjustments in non-cash items	168,2	275,0	179,1	150,3
(Increase) decrease in working capital	(112,2)	(251,8)	(71,2)	(256,3)
Investments - Capex	(2,6)	(22,8)	(28,6)	(34,8)
Operational Cash Generation (Consumption)	(2,8)	(91,1)	(92,5)	(273,9)
Loans and debentures	0,0	(67,0)	(124,4)	0,0
Capital increase	249,1	(0,0)	521,8	0,0
Interest paid	(2,0)	(7,0)	(63,7)	(14,7)
Acquisition of subsidiaries	0,0	0,0	(14,8)	0,0
Outros ¹	20,6	(258,9)	(0,4)	39,8
Net cash from financing activities	(2,1)	(2,2)	(2,0)	(9,5)
Exchange-rate change - Cash and cash equivalents	265,6	(335,1)	316,5	15,6
Cash flow for the period	(1,5)	1,6	(4,1)	(3,0)
Cash at the beginning of the period	261,2	(424,6)	219,9	(261,3)
Final cash in the period	221,6	646,1	426,2	687,5
Income (loss) before income tax and social contribution	482,8	221,6	646,1	426,2

It is important to highlight that, throughout 2023, operational cash consumption showed a significant improvement, going from R\$274 million in the first quarter to close to zero in the last quarter. The Company continues to make its best efforts to increase the profitability of its products in line with working capital management to enable cash generation.



Indebtedness

At the end of December 31, net debt totaled R\$ 414.3 million, accounting for a decrease of R\$ 224.9 million compared to the amount of R\$ 639.2 million reported on September 30. The change in the balance is the result of the conclusion of the exercise of warrants, approved on November 24, 2023, contributing the amount of R\$ 226.2 million to the Company's cash flow.

The balance in debentures totaled R\$ 790.0 million, lower than the R\$ 896.7 million at the end of 2022. It is worth highlighting that the decrease is due to the debenture re-profiling approved at the Annual Debentureholders' Meeting held on 04/06/2023, with consequent amortization of R\$ 124.0 million and payment of R\$ 58.7 million in interest, both in April 2023, and the optional acquisition of debentures in the amount of R\$ 75 million in September 2023.

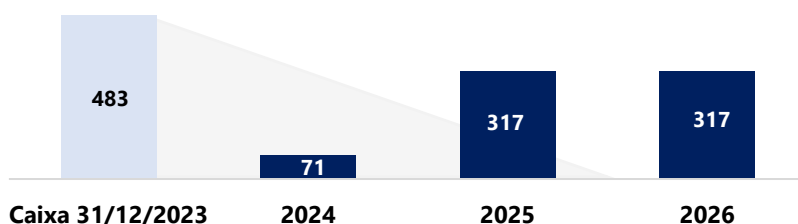
The amortization and acquisition mentioned above were in line with the agreement entered into with the debenture holders regarding the reprofiling where the Company undertook to carry out a capital increase of at least R\$ 125 million by November 30, 2023, followed by a tender offer of at least R\$ 75 million for the existing reprofiled debentures.

Thus, on June 28, 2023, the Company successfully concluded the capital increase in the amount of R\$ 549.9 million and R\$ also issued 81.7 million in subscription warrants, which resulted in the issue of 81.7 million new common and paid-up shares on 11/24/2023.

The tender offer totaling R\$ 75 million was completed on 09/22/2023, based on the current deed and, with the purpose of optimizing its capital structure, the debentures acquired were canceled on 09/26/2023.

CVC Corp Indebtedness (In R\$ million)	4Q23	3Q23	Δ 3Q23 vs 4Q23	4Q22
Debentures	(790,0)	(756,6)	(33,4)	(896,7)
Short-term	(161,5)	(58,6)	(102,9)	(693,7)
Long term	(628,5)	(698,0)	69,5	(203,0)
Accounts payable from acquisition of subsidiary	(107,1)	(104,2)	(2,9)	(113,0)
Short-term	(22,1)	(21,4)	(0,7)	(22,8)
Long term	(85,0)	(82,8)	(2,2)	(90,1)
Gross debt	(897,1)	(860,8)	(36,3)	(1.009,6)
Cash and cash equivalents	482,8	221,6	261,2	687,5
Net debt	(414,3)	(639,2)	224,9	(322,1)

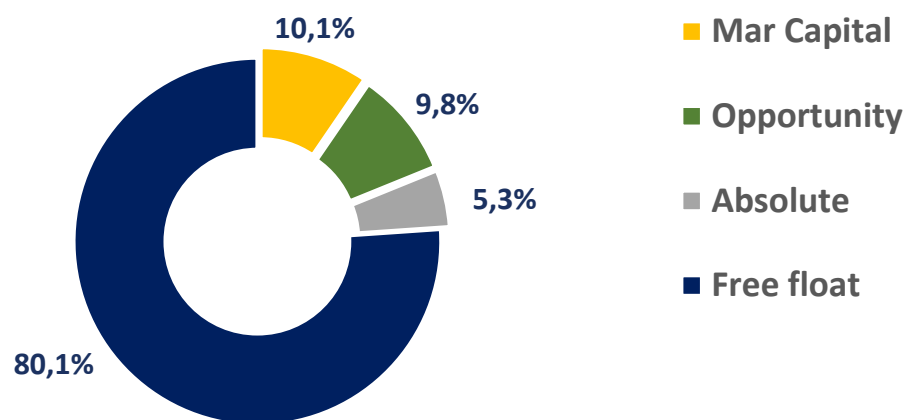
CVC Corp's Cash and Schedule for the amortization of the principal of debentures (amounts in millions of reais).



Current cash position of R\$ 483 million covers gross debt until the end of 2025.

Capital Market

Shareholding Structure – Basis February 2024





Annex 1: Balance sheet (R\$ million)

R\$ million	2023	2022
Current assets		
Cash and cash equivalents	482,8	687,5
Interest earning bank deposits	130,5	127,4
Derivative financial instruments	0,0	1,1
Trade accounts receivable	842,6	515,5
Advances to suppliers	712,1	445,1
Prepaid expenses	44,3	39,6
Recoverable taxes	36,9	80,7
Other accounts receivable	52,1	65,6
Total current assets	2.301,4	1.962,4
Non-current assets		
Prepaid expenses	8,9	23,6
Recoverable taxes	3,7	4,1
Deferred taxes	546,1	555,3
Judicial deposit	162,4	135,3
Other accounts receivable	1,2	11,1
Investments	4,2	4,5
Property, plant and equipment	29,0	36,1
Intangible assets	911,2	1.130,4
Right-of-use assets	62,8	54,6
Total non-current assets	1.729,5	1.955,1
Total assets	4.030,9	3.917,6

R\$ million	2023	2022
Current liabilities		
Loans and financing	-	-
Debentures	161,5	693,7
Derivative financial instruments	3,2	2,0
Suppliers	867,9	753,4
Advanced travel agreements	1.236,9	1.363,7
Salaries and social charges	72,5	145,8
Current income tax and social contribution	5,0	3,8
Taxes and contributions payable	33,9	66,5
Accounts payable from acquisition of subsidiary and investee	22,1	22,8
Lease liabilities	25,1	16,7
Other accounts payable	50,1	61,8
Total current liabilities	2.478,3	3.130,4
Non-current liabilities		
Debentures	628,5	203,0
Deferred income tax and social contribution	-	-
Income tax and social contribution payable	8,9	21,2
Provision for legal and administrative proceedings and contingent liability	170,9	94,8
Accounts payable from acquisition of subsidiary and investee	85,0	90,1
Lease liabilities	43,4	43,6
Advanced travel agreements	2,2	6,2
Other accounts payable	5,7	11,9
Total non-current liabilities	944,7	470,7
Shareholders' equity		
Capital	1.755,3	1.414,0
Capital reserves	1.224,6	812,6
Goodwill in capital transition	(183,8)	(183,8)
Profit reserves	-	-
Other comprehensive income	56,8	61,7
Treasury shares	(0,1)	(0,1)
Accumulated losses	(2.244,7)	(1.787,9)
Non-controlling interest	-	-
Total shareholders' equity	608,0	316,5
Total liabilities and shareholders' equity	4.030,9	3.917,6

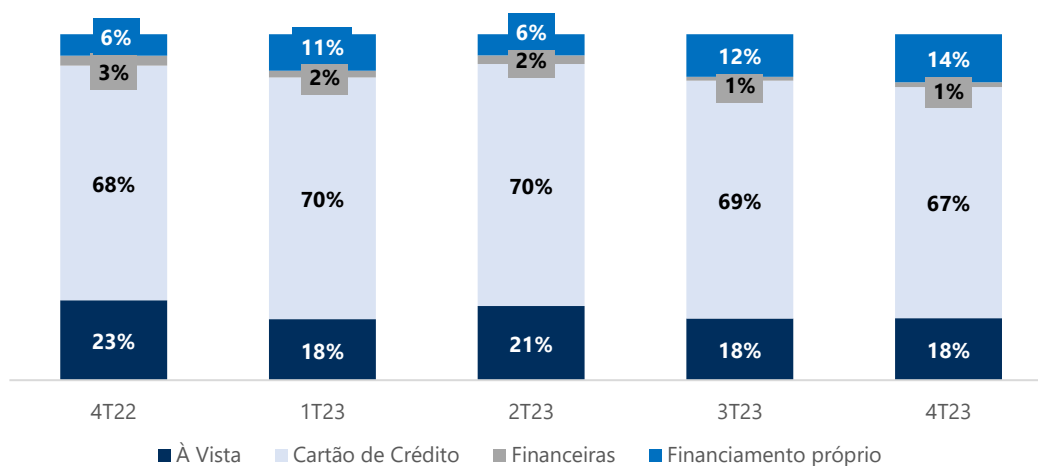
Annex 2: Statement of income

R\$ million	CONSOLIDATED		BRAZIL		ARGENTINA	
	4Q23	4Q22	4Q23	4Q22	4Q23	4Q22
Net Revenue (Gross Income)	352,2	321,4	410,1	255,7	82,0	65,7
Sales expenses	(56,9)	(41,4)	(39,6)	(25,4)	(17,3)	(16,0)
Impairment loss of accounts receivable	(12,7)	(20,7)	(11,8)	(20,3)	(1,0)	(0,4)
General and administrative expenses	(177,9)	(249,3)	(148,7)	(188,8)	(29,1)	(60,5)
Depreciation and amortization	(61,7)	(53,4)	(57,2)	(37,6)	(4,5)	(15,8)
Equity in net income of subsidiaries	(0,0)	(0,3)	(0,0)	(0,3)	-	-
Other operating revenues	95,9	121,2	94,2	112,2	1,7	9,0
Other operating expenses	(146,3)	(48,2)	(95,2)	(75,7)	(51,1)	27,5
Income/loss before financial income (loss)	(7,4)	29,2	11,9	19,7	(19,3)	9,6
Financial income (loss)	(48,7)	(111,6)	(43,5)	(110,8)	(5,2)	(0,8)
Income/Loss before income tax and social contribution	(56,2)	(82,4)	(31,6)	(91,1)	(24,5)	8,8
Income tax and social contribution	(18,3)	(14,4)	(21,3)	(14,2)	3,0	(0,2)
Current	(0,7)	(0,1)	(0,6)	(0,1)	(0,0)	(0,0)
Deferred	(17,6)	(14,3)	(20,7)	(14,1)	3,0	(0,2)
Net income/loss for the year	(74,5)	(96,8)	(52,9)	(105,3)	(21,5)	8,6

CONSOLIDATED		BRAZIL		ARGENTINA	
2023	2022	2023	2022	2023	2022
1.292,9	1.221,6	998,1	960,3	294,8	261,3
(245,3)	(194,9)	(180,0)	(138,2)	(65,3)	(56,6)
(58,7)	(48,4)	(55,0)	(47,7)	(3,7)	(0,7)
(756,4)	(908,4)	(613,4)	(735,2)	(143,0)	(173,2)
(218,5)	(203,2)	(173,5)	(142,2)	(45,0)	(61,0)
(0,3)	(0,8)	(0,3)	(0,9)	-	-
211,7	252,6	198,6	222,8	13,1	29,9
(355,9)	(156,0)	(316,2)	(179,0)	(39,7)	23,0
(130,5)	(37,4)	(141,7)	(60,1)	11,3	22,5
(322,0)	(309,5)	(308,0)	(292,5)	(14,0)	(17,0)
(452,5)	(347,1)	(449,7)	(352,6)	(2,8)	5,5
(4,4)	(86,4)	(3,9)	(85,2)	(0,5)	(1,1)
(1,5)	(0,9)	(1,4)	(0,8)	(0,1)	(0,0)
(2,9)	(85,5)	(2,5)	(84,4)	(0,4)	(1,1)
(456,9)	(433,4)	(453,6)	(437,8)	(3,3)	4,4

Annex 3: Cash Flow - Indirect method

R\$ million	4Q23	3Q23	4Q22	2023	2022
Net Income / Loss before taxes and social contribution	(56,2)	(91,4)	(82,4)	(452,5)	(347,1)
Adjustments to reconcile income (loss) for the period with cash from operating activities	168,2	275,0	96,4	772,5	478,7
(Increase) / decrease in assets and liabilities	(112,2)	(251,8)	439,1	(890,5)	(13,3)
Trade accounts receivable	134,6	(166,4)	408,4	(499,4)	440,8
Advances to suppliers	(105,1)	(39,6)	231,8	(275,8)	267,7
Suppliers	(34,2)	145,9	104,3	130,7	92,7
Advanced travel agreements of tour packages	(124,2)	(161,5)	(407,5)	(121,2)	(755,0)
Variation of taxes to be recovered and collected	10,4	8,4	12,4	14,4	19,8
Settlement of derivative instruments	(2,9)	(4,4)	(0,2)	(12,6)	(16,1)
Salaries and social charges	(33,6)	(20,2)	(10,1)	(72,0)	9,2
Income tax and social contribution paid	(0,0)	(1,6)	(5,2)	(2,4)	(4,7)
Provisions for lawsuits and administrative proceedings	(18,1)	(4,1)	(30,4)	(36,8)	(32,9)
Change in other assets	71,5	(14,7)	123,9	0,2	0,9
Change in other liabilities	(10,7)	6,4	11,7	(15,6)	(35,6)
Net Cash Flow From Operations	(0,2)	(68,3)	453,0	(570,5)	118,3
Fixed Asset - Property, plant and equipment	(2,4)	(2,2)	(1,6)	(6,5)	(16,2)
Intangible assets	(0,2)	(20,6)	(77,0)	(82,3)	(223,2)
Acquisitions of subsidiaries	0,0	0,0	0,0	0,0	(5,4)
Net Cash Flow invested in Investment activities - Capex	(2,6)	(22,8)	(78,6)	(88,9)	(244,8)
Raising of debentures and loans	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Settlement of debentures and loans	0,0	(67,0)	0,0	(191,4)	(100,0)
Capital Increase	249,1	(0,0)	0,1	770,9	378,1
Interest paid	(2,0)	(7,0)	(78,0)	(87,3)	(181,0)
Raising/Settlement of derivative instruments	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Exercise of options with the sale of treasury shares	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Acquisition of subsidiaries	0,0	0,0	(8,2)	(14,8)	(51,6)
Payment of lease - IFRS16	(2,1)	(2,2)	(2,8)	(15,7)	(16,4)
Cash flow from Financing activities	265,6	(335,1)	(89,0)	262,7	29,1
Exchange-rate change and cash equivalents	(1,5)	1,6	(0,3)	(7,0)	(10,9)
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	261,2	(424,6)	285,2	(204,7)	(108,3)
Cash balance in the beginning of the period	221,6	646,1	402,4	687,5	795,8
Cash balance in the end of the period	482,8	221,6	687,5	482,8	687,5

Annex 4: Representativeness of means of payment in CVC Lazer's Confirmed Bookings

Annex 5: Evolution of the store network

	4Q23	3Q23	2Q23	1Q23	4Q22
Brasil	1.105	1.088	1.092	1.091	1.111
CVC	1.054	1.038	1.040	1.039	1.059
Own stores	5	5	5	7	14
Franchises	1.049	1.033	1.035	1.032	1.045
Experimento	51	50	52	52	52
Own stores	2	2	2	2	4
Franchises	49	48	50	50	48
Argentina	122	121	116	114	107
Almundo	122	121	116	114	107
Own stores	2	5	5	5	5
Franchises	120	116	111	109	102
Total CVC Corp	1.227	1.209	1.208	1.205	1.218

Glossary

B2B: Business unit that presents a complete solution for travel agents and their respective corporate clients. Consisting of the brands: Esferatur, Trend, Visual Turismo, Rextur Advance and VHC. Description of brands: see CVC Brasil.

B2C: Business unit focused on the end customer. Consisting of the brands: CVC, Experimento, Submarino. Description of brands: see CVC Brasil.

Bibam: Biblos and Avantrip brands.

Advanced travel agreements: Since the beginning of the pandemic, the Company is offering rescheduling of reserves and services that have been postponed or the granting of credit for use or discount in future purchase of other reserves or tourism services at the consumer's convenience (amount recognized is net of penalties or fines for cancellation). According to note 18 to the Company's Financial Statement.

CVC Argentina: Largest travel agency in Argentina, made up of Al mundo brands (travel agency and complementary services), Avantrip (online platform for travel and complementary services), Biblos (agency focused on luxury and customized travels) and Ola Transatlantica (travel products and services operator).

CVC Brasil: Comprised of CVC brands (travel agency and complementary services, Top of Mind in Brazil for the 13rd year in a row), Experimento (student exchange agency and complementary services, Submarino Viagens (online sales portal for airline tickets, accommodation, tour packages, car rental and travel insurance), Esferatur (airline and hotel consolidator, also offers car rental), Trend Viagens (hotel consolidator in Brazil and abroad, tour packages, car rental, among others), Visual Turismo (specialized in customized trips, be them for leisure, honeymoon, ecotourism, pilgrim-religious, cruises or incentive travels), RexturAdvance (air consolidator of national and international flights) and VHC (rental and home management brand).

CVC Corp: One of the largest travel agencies in Latin America, with operations in Brazil and Argentina, comprising the brands of CVC Brasil and CVC Argentina, described above.

Financial expense: Financial expenses mainly related to bank loans and fees on financial services, including interest expenses related to credit card advances

EBITDA (Earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization): is a non-accounting measure prepared by the Company in conformity with CVM Instruction No. 527, of October 4, 2012 ("CVM Instruction 527"), reconciled with its financial statements and that consists in net income before net financial result, excluding depreciation and amortization.

Adjusted EBITDA: as shown in this document, it is based on EBITDA, excluding the non-recurring effects of the period, plus expenses incurred with issuance of bank slips (recognized under the heading Financial Expenses) and the equity in net income of subsidiaries is excluded. It can also be calculated from the Net Income, adding the Net financial income (Loss), Income tax and social contribution and Depreciation, amortization expenses, and the equity in net income of subsidiaries is excluded, net of amounts referring to the bank slip fee – Financial and non-recurring expenses. Adjusted EBITDA is not an accounting measure used in accounting practices adopted in Brazil or by IFRS, and should not be considered as an alternative to net income as an indicator of operating performance or as an alternative to cash flow as a liquidity indicator. Our definition of adjusted EBITDA may not be comparable to adjusted EBITDA as defined by other companies.

Non-recurring: The non-recurring effects recorded basically include (i) Impacts related to COVID-19 (impacts caused by the pandemic scenario, which includes commissions from stores not recovered by reimbursement, fines, write-offs of unrealized revenues and other expenses not related to reserves); (ii) impairment of intangible assets; (iii) contingent liabilities; among others.

Net revenue: is the result of intermediation revenue less the cost of services provided and sales taxes, and usually denominated like this in the industry. In the Financial Statements, this metric is reported as Gross Profit.

Confirmed Bookings in Brazil and Argentina: result of new sales and rescheduling, net of cancellations in the period.

Consumed Bookings: Bookings that are the basis of Net Revenue, including online, according to the criteria for revenue recognition for each brand, namely: CVC at Check-in; Experimento at Check-in; Submarino Viagens air in sale and land + flights/exclusive products (popularly knows as charter) at Check-in; RexturAdvance air in sale and land at Check-in; Esferatur in sale; Trend at Check-in; Visual at Check-in and VHC at checkouts carried out.

Consumed Bookings - Argentina: Bookings that are the basis of Net Revenue, including online, according to the criteria for revenue recognition for each brand, namely: Biblos, Ola Transatlantica and Al mundo at Check-in.

Take rate: important metric used in the industry, results from the division of the net revenue by the Consumed Reserves.