

Divulgação de Resultados 2T25



Destaques Financeiros e Operacionais



+15% (+R\$ 537 milhões) de Reservas Confirmadas no 2T25 vs. 2T24;



Brasil +10% vs. 2T24, solidificando a liderança do mercado de Consolidação Aérea;



Argentina +37% vs. 2T24, forte movimento de retomada da economia;



+16% de Receita Líquida no 2T25 vs. 2T24;



Brasil +16% vs. 2T24, com destaque para aumento do Take Rate no B2C e clientes globais no B2B;



Argentina +18% vs. 2T24, principalmente pelo aumento nas vendas do B2B;



50 Novas lojas abertas no 2T25 atingindo **1.565 em operação**;



41 novas franquias no Brasil, 1.338 lojas ativas no 2T25;



9 novas franquias na Argentina, 172 lojas ativas no 2T25;



EBITDA¹ de **R\$92 MM** no 2T25 (**+31%** vs. 2T24);
Margem EBITDA¹ **27,0%** no 2T25 (**+3,1 p.p** vs. 2T24);



Geração Operacional de Caixa de R\$ 131 milhões no 2T25, (**+R\$39 milhões** vs. 2T24);
Redução de R\$118,6 MM no Endividamento Geral vs 1T25;

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Reservas Confirmadas	4.083,6	3.546,6	537,0	15,1%	8.203,5	6.720,0	1.483,5	22,1%
Reservas Consumidas	3.828,8	3.253,9	574,9	17,7%	7.986,4	6.579,4	1.407,0	21,4%
Receita Líquida¹	341,8	294,0	47,8	16,3%	704,0	611,4	92,7	15,2%
Take Rate%	8,9%	9,0%	(0,1 p.p)		8,8%	9,3%	(0,5 p.p)	
EBITDA	87,0	58,7	28,3	48,1%	187,2	141,7	45,5	32,1%
EBITDA¹ Ajustado	92,3	70,3	22,0	31,3%	197,0	156,5	40,5	25,8%
MG. EBITDA Ajustado%	27,0%	23,9%	3,1 p.p		28,0%	25,6%	2,4 p.p	
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado²	(15,9)	(4,8)	(11,1)	n/a	8,1	(0,8)	8,9	n/a

¹ Os resultados apresentados neste documento consideram uma reclassificação entre linhas de efeitos cambiais, a reconciliação com as informações contábeis pode ser encontrada no anexo 2.
² Os detalhes das reclassificações que compõem o Lucro Líquido Ajustado estão disponíveis no anexo 2 e 3.



Teleconferência de Resultados
13 de Agosto, quarta-feira
10h00 (BRT)/09h00 (EST)

Teleconferência
[clique aqui](#)



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

Felipe Gomes
Rodrigo Táboas
Tiago Nishimura

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 30 de junho de 2025.

Sumário

Mensagem da Administração	4
Reservas Confirmadas e Reservas Consumidas	5
Receita Líquida e Take Rate.....	8
Despesas Operacionais.....	9
Despesas de Vendas.....	10
EBITDA	11
Resultado Financeiro	12
Depreciação e Amortização.....	13
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado	13
Fluxo de Caixa Gerencial	14
Endividamento Geral	15
Anexo 1: Balanço Patrimonial	16
Anexo 2: Reconciliação - Demonstrações Financeiras.....	17
Anexo 3: Demonstração de Resultados	18
Anexo 4: Fluxo de Caixa - Método Indireto (Reconciliação DFP)	19
Anexo 5: Fluxo de Caixa - Método Indireto.....	20
Anexo 6: Representatividade dos meios de pagamento - CVC Lazer	21
Anexo 7: Evolução da rede de lojas.....	21

Mensagem da Administração

Apresentamos os resultados operacionais e financeiros da CVC Corp referentes ao 2T25, mais um trimestre de crescimento consistente de vendas, rentabilidade e gestão de caixa, em todas as nossas unidades.

Estamos orgulhosos em anunciar que a **CVC Corp conquistou o selo Great Place to Work (GPTW)**, um reconhecimento que reflete nosso compromisso em construir um ambiente de trabalho que valoriza e desenvolve nossos colaboradores, **uma das principais verticais do nosso plano estratégico de longo prazo**.

Neste trimestre, as marcas **CVC e Experimento receberam o Selo de Excelência em Franchising** pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), a mais alta distinção do setor no país, o que evidencia a confiança que os empreendedores depositam em nossa rede.

Na expansão de franquias, um dos pilares do crescimento da companhia, com foco em cidades de menor densidade populacional, **alcançamos a marca de 50 novas lojas no 2T25, sendo 41 no Brasil — das quais 75% estão localizadas fora das capitais — e 9 na Argentina**. Esse movimento demonstra a confiança nas marcas da companhia e o crescente interesse dos empreendedores em integrar nossa rede.

As Reservas Confirmadas da CVC Corp apresentaram crescimento de 15% em relação ao 2T24, atingindo R\$4,1 bilhões.

No Brasil, o aumento das Reservas Confirmadas foi de 10% comparado com o 2T24, reflexo de importantes avanços estruturais no **B2B** com o objetivo de oferecer o portfólio de serviços mais completo do mercado, destacamos:

- (i) **Rextur Advance**: ampliou sua presença junto à agentes de viagem globais através de negociações para o fortalecimento da marca no longo prazo.
- (ii) **Trend Viagens**: continua com a evolução do seu canal digital de distribuição de inventário (Conectaas), que possui grande potencial de escala.
- (iii) **Visual Turismo**: segue avançando na oferta de pacotes turísticos altamente customizados, reforçando seu posicionamento neste segmento.

Também, no **B2C**, apesar do aumento na demanda por produtos nacionais, tivemos uma redução na oferta de navios por parte dos armadores, o que impactou negativamente as vendas, além disso, observamos uma redução na tarifa média de produtos aéreos em relação ao início de 2025.

Na Argentina, as Reservas Confirmadas subiram 37% em relação ao 2T24, mantendo a tendência de retomada do mercado, ressaltamos o forte desempenho da Ola – nossa marca B2B no país – que apresentou crescimento robusto no trimestre, esse crescimento está relacionado com um reforço no portfólio de produtos, com relevância para a contratação de produtos exclusivos em diversas rotas com destinos locais e no Brasil. Seguimos confiantes no desempenho das nossas marcas na região, retomando vendas e rentabilidade.

A Receita Líquida Consolidada alcançou R\$342 milhões no trimestre, um crescimento de

16% em comparação com o 2T24. Esse incremento reflete o aumento do take rate no B2C, balanceado pelo efeito do mix de vendas, uma vez que os segmentos B2B e Argentina registraram crescimento de Reservas superior ao do B2C.

O EBITDA Ajustado do 2T25 foi de R\$92,3 milhões, um aumento de 31% em relação ao 2T24, com margem de 27%, 3,1 pontos percentuais acima do mesmo período de 2024. Essas melhorias refletem a contínua diluição de custos, impulsionada pelo aumento da receita e por um controle mais rigoroso das despesas administrativas, mantendo o foco na rentabilidade das operações.

A Geração de Caixa Operacional atingiu R\$131 milhões no 2T25, R\$39 milhões superior ao apurado no 2T24, refletindo os ganhos contínuos no balanceamento da demanda de capital de giro dos principais produtos.

Finalmente, o **Endividamento Geral apresentou uma redução de R\$119 milhões** na comparação com o 1T25, reflexo do empenho da companhia na otimização de seus passivos.

Para o segundo semestre de 2025, **permanecemos focados nos temas "Crescimento & Inovação"**, trazendo importantes diferenciais, como **negociações estratégicas** com parceiros e fornecedores e **inteligência artificial** aplicada a vendas e backoffice.

Seguimos confiantes nos fundamentos da economia brasileira e na solidez da Companhia, comprometidos com a **rentabilidade das nossas unidades de negócios**.

"A Geração de Caixa Operacional atingiu R\$131 milhões no 2T25"

Reservas Confirmadas e Reservas Consumidas

Reservas Confirmadas

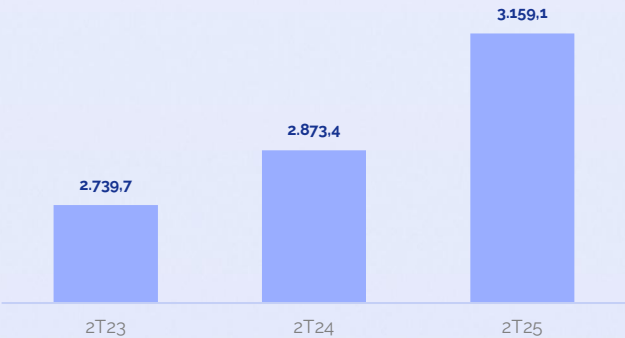
R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Reservas Confirmadas	4.083,6	3.546,6	537,0	15,1%	8.203,5	6.720,0	1.483,5	22,1%
Brasil	3.159,1	2.873,4	285,7	9,9%	6.207,6	5.516,3	691,3	12,5%
B2C	1.476,2	1.477,7	(1,5)	(0,1%)	2.986,4	2.859,0	127,4	4,5%
B2B	1.682,9	1.395,7	287,2	20,6%	3.221,2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

As **Reservas Confirmadas do 2T25** registraram um aumento de **15,1%** na comparação anual, sendo que **Brasil** apresentou crescimento de **9,9%** e **Argentina**, de **37,3%**, destacando:

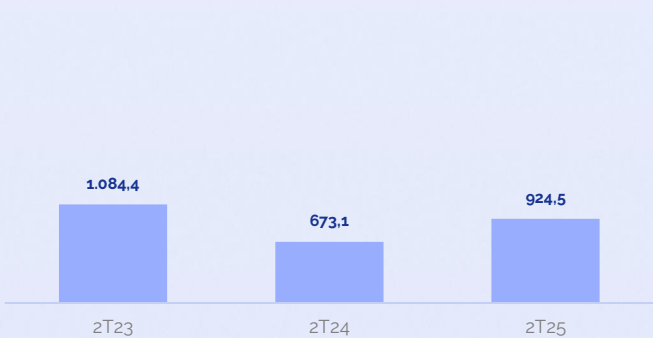
No **Brasil**, as **Reservas Confirmadas** aumentaram **9,9%** vs. 2T24, como resultado dos desempenhos: (i) no **B2B**, a Rextur Advance teve seu desempenho positivo relacionado com o plano de incorporação de clientes globais à sua base, reforçando sua posição como a maior consolidadora aérea do país, também, a Trend Viagens segue avançando na comercialização do Conectaas, seu novo canal de distribuição, aumentando o número de operadoras consumindo do seu ecossistema, bem como com melhorias na experiência do usuário. Por fim, (ii) no **B2C**, as vendas foram afetadas por uma redução na capacidade dos navios de cruzeiros, fruto de uma mudança na estratégia dos armadores, importante ressaltar que a procura por este produto não apresentou redução. Também, destacamos que houve um aumento relevante na venda de produtos com destinos nacionais.

Na **Argentina**, as **Reservas Confirmadas** aumentaram **37%**, mantendo a trajetória econômica que vem sendo observada desde o segundo semestre de 2024, destacamos o forte desempenho da nossa Consolidadora *Ola*, que registrou forte desempenho na comparação anual, principalmente, por conta da estratégia assertiva de contratação de produtos exclusivos para diversos destinos locais (Argentina) e no Brasil. Também, na *Almundo*, além da retomada macroeconômica, o crescimento da unidade tem contribuição da maturação das lojas inauguradas ao longo de 2024.

Reservas Confirmadas - **Brasil** (R\$ Milhões)



Reservas Confirmadas - **Argentina** (R\$ Milhões)



Rede de Lojas – Brasil: CVC e Experimento; Argentina: Almundo

O 2T25 foi encerrado com um total de 1.338 lojas da CVC Lazer, sendo que **41 foram inauguradas durante o 2T25, das quais 75% fora das capitais**. Tal patamar está em linha com o esperado pela administração para o trimestre, refletindo o avanço na ampliação da presença da marca e seu fortalecimento no mercado.

Além de reforçar a capilaridade, aumentando a presença fora dos grandes centros urbanos, destacamos que uma parcela das inaugurações segue ocorrendo nos formatos Quiosque e Modular, que, além de demandarem menos investimentos, permitirem uma implantação mais ágil, **resultando em indicadores de retorno econômico mais atrativos aos empreendedores**.

CVC Lazer e Experimento	2T25	1S25	2024
Início do Período	1.358	1.341	1.105
Aberturas	41	66	264
Fechamento	(6)	(14)	(28)
Final do Período	1.393	1.393	1.341

Neste trimestre, tivemos 6 encerramentos de lojas, quantidade alinhada com o histórico da CVC Lazer.

Também no 2T25, inauguramos **9 novas franquias na Argentina**, atingindo o total de 172 lojas no país. Essas aberturas seguem demonstrando a confiança do empresário na importância do segmento de turismo e da solidez da marca Almundo, líder do setor no país.

Almundo	2T25	1S25	2024
Início do Período	165	151	122
Aberturas	9	23	39
Fechamento	(2)	(2)	(10)
Final do Período	172	172	151

Diante dessas movimentações, contabilizamos 1.565 lojas em operação, retomando os patamares pré-pandêmicos.

Total de Lojas - CVC Corp



Produtos Exclusivos – CVC Lazer

No segundo trimestre de 2025, observamos a participação de produtos exclusivos nos embarques nacionais alcançando uma participação no segmento nacional da CVC Lazer de 21,4% vs 16,9% no mesmo período de 2024, um aumento de 4,5 p.p.

Reservas Consumidas

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

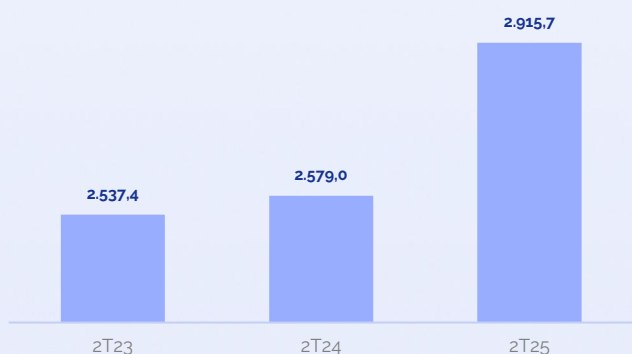


No Brasil, as Reservas Consumidas atingiram R\$ 2.915,7 milhões no 2T25, um avanço de 13,1% ano a ano, resultado influenciado pela mudança da dinâmica do prazo de embarque entre B2C e B2B, dado que o B2B aumentou sua participação no mix, operando com um prazo entre a compra e o embarque mais curto que o do B2C, contribuindo para um aumento de consumo maior que o incremento das Reservas Confirmadas.

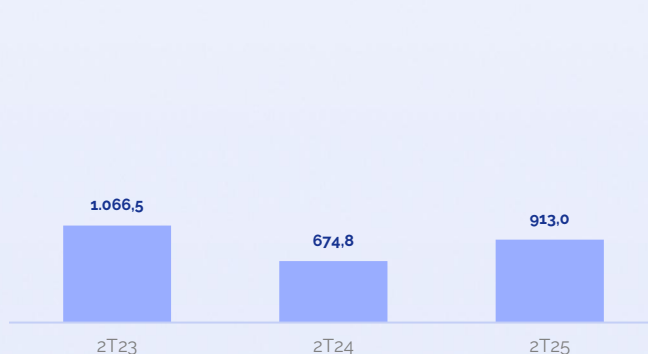


As Reservas Consumidas da Argentina foram de R\$913,0 milhões no 2T25, um aumento de 35,3% vs. 2T24, mesmo diante de uma forte base de comparação no 2T24 (ainda reflexo das vendas recordes do 4T23). Destacamos o forte desempenho da Ola, marca que representa o segmento B2B no país, que segue apresentando crescimento consistente na comparação anual, superando inclusive o volume de embarques do B2C no país.

Reservas Consumidas - **Brasil** (R\$ Milhões)



Reservas Consumidas - **Argentina** (R\$ Milhões)



Receita Líquida e Take Rate

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

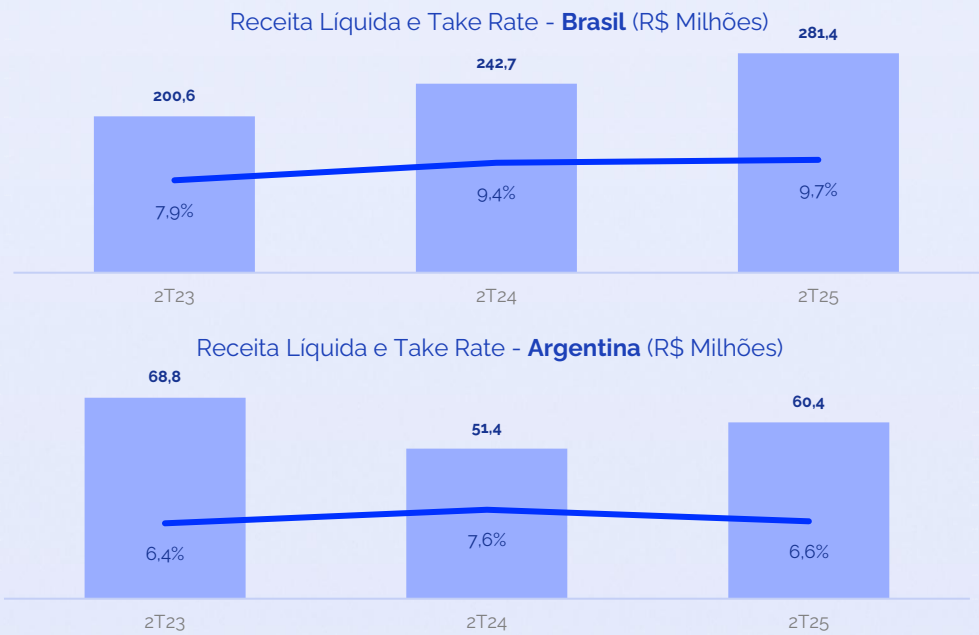
A **Receita Líquida** do 2T25 atingiu R\$341,8 milhões, um **crescimento de 16,3% vs. 2T24**, com um **Take Rate** de **8,9%**, praticamente estável na comparação com o mesmo período do ano anterior, reflexo do aumento no Take Rate do Brasil, que compensou o *Take Rate* registrado na Argentina, conforme detalhado abaixo.



No **Brasil**, a comparação anual apresenta **crescimento de 16% na Receita Líquida**, com um **incremento de 0,3 p.p. no Take Rate vs. 2T24**, sendo que tal incremento é explicado pela redução das vendas de cruzeiros em 2025, produto que possui um *take rate* menor que a média, colaborando para uma melhora no take rate do país, bem como a estabilidade no indicador do B2B.



Na **Argentina**, a Receita Líquida **apresentou um crescimento de 17,6%**, com *Take Rate* de 6,6%, queda de 1,0 p.p. vs 2T24, reflexo do aumento da participação da Ola no mix de vendas que, pela sua natureza B2B, possui *Take Rate* inferior ao da Almundo (B2C).



Despesas Operacionais

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Gerais e Administrativas – Brasil	(148,5)	(142,4)	(6,1)	4,3%	(293,2)	(283,4)	(9,7)	3,4%
Gerais e Administrativas – Argentina	(43,9)	(47,6)	3,8	(7,9%)	(89,4)	(78,5)	(10,9)	13,9%
Despesas De Vendas – Brasil	(70,5)	(45,4)	(25,1)	55,3%	(123,3)	(103,6)	(19,7)	19,0%
Despesas De Vendas – Argentina	(10,3)	(4,2)	(6,2)	146,7%	(21,4)	(10,6)	(10,8)	102,4%
Outras Receitas/Despesas	18,4	4,3	14,1	n/a	10,4	6,4	4,0	61,9%
(=) Despesas Totais	(254,8)	(235,3)	(19,5)	8,3%	(516,8)	(469,7)	(47,2)	10,0%
(-) Itens não Recorrentes	5,3	11,6	(6,3)	(54,1%)	9,8	14,9	(5,0)	(33,7%)
(=) Despesas Recorrentes	(249,5)	(223,7)	(25,8)	11,5%	(507,0)	(454,8)	(52,2)	11,5%

As **Despesas Gerais e Administrativas (G&A) do Brasil** apresentaram um aumento de 4,3% na comparação do 2T25 vs. 2T24, abaixo da inflação acumulada no período. A razão das Despesas G&A sobre a Receita Líquida acumuladas **nos últimos 12 meses melhorou em 2,8 p.p.**, de 52,4% para 49,6%, reflexo do compromisso da gestão em constantemente revisar sua estrutura administrativa em busca de ganhos de produtividade.



O **indicador de G&A sobre Receita Líquida acumuladas nos últimos 12 meses da Argentina** começa a recuperar o patamar de diluição de custos, atingindo a razão de 69,8%, sendo que o incremento ao longo de 2024, apresentado no gráfico ao lado, está relacionado com a valorização do Peso Argentino que, em bases de câmbio comparáveis, teria apresentado uma leve retração vs. 2T24.



Outras Receitas e Despesas Operacionais registraram um aumento de R\$ 14,1 milhões vs. o mesmo período do ano anterior, atribuído ao crédito de reversões contábeis de passivos não realizados (contas a pagar) e, de renegociações de contratos com fornecedores operacionais que, entre débitos e créditos, resultaram em um ganho líquido no trimestre, tal receita reflete o compromisso da gestão de realizar contratações estratégicas, visando a construção de vínculos de longo prazo com fornecedores relevantes.

Os itens não recorrentes totalizaram R\$5,3 milhões no 2T25, sendo a maior parte relacionada a custos com processos judiciais com classificação de risco de perda remota, no entanto, o andamento de tais processos demandam gastos assessoriais com seguros e honorários.

Despesas de Vendas

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Despesas De Vendas	(80,9)	(49,6)	(31,3)	63,1%	(144,7)	(114,1)	(30,5)	26,8%
Brasil	(70,5)	(45,4)	(25,1)	55,4%	(123,3)	(103,6)	(19,7)	19,0%
como % das Reservas Confirmadas	(2,2%)	(1,6%)	(0,7 p.p.)		(2,0%)	(1,9%)	(0,1 p.p.)	
Provisão para perda - PCLD	(6,3)	(4,8)	(1,5)	31,3%	(2,5)	(9,4)	6,9	(73,3%)
Marketing	(36,8)	(22,5)	(14,3)	63,5%	(67,3)	(56,3)	(11,0)	19,4%
Cartão de Crédito e Boleto	(27,4)	(18,1)	(9,3)	51,4%	(53,5)	(37,9)	(15,6)	41,3%
Argentina	(10,3)	(4,2)	(6,2)	146,7%	(21,4)	(10,6)	(10,8)	102,4%
como % das Reservas Confirmadas	(1,1%)	(0,6%)	(0,5 p.p.)		(1,1%)	(0,9%)	(0,2 p.p.)	

A **Provisão para Perdas em Contas a Receber** aumentou em R\$1,5 milhão na comparação anual, refletindo, principalmente, o crescimento de 20% nas Reservas Confirmadas do segmento B2B no período. O incremento está em linha com a expansão da operação e segue compatível com os níveis históricos de inadimplência, sem alterações no perfil de risco da carteira.

As **Despesas com Marketing** tiveram um aumento de R\$14,3 milhões vs. 2T24, relativo a um maior volume de gastos com o aniversário CVC em maio de 2025, bem como o reforço em campanhas no segmento B2B, com reflexo direto no aumento da participação de mercado.

Os **Custos com Cartão de Crédito e Boleto** tiveram um aumento de R\$9,3 milhões, relacionado a uma maior utilização de cartões de crédito como meio de pagamento.

Na operação da **Argentina**, as despesas com vendas aumentaram R\$6,2 milhões na comparação anual, sendo que no 2T24 houve uma forte redução nas despesas com *marketing*, bem como em outras despesas direcionadas a estímulo de vendas.

Vale destacar que, apesar das Despesas com Vendas Consolidadas tenham aumentado em relação ao 2T24, em bases anualizadas o **indicador está em linha com o crescimento das Reservas Confirmadas nos respectivos períodos.**



EBITDA

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
EBITDA	87,0	58,7	28,3	48,1%	187,2	141,7	45,5	32,1%
Margem EBITDA %	25,5%	20,0%	5,5 p.p		26,6%	23,2%	3,4 p.p	
(+) Itens Não Recorrentes	5,3	11,6	(6,3)	(54,1%)	9,8	14,8	(5,0)	(33,7%)
EBITDA Ajustado	92,3	70,3	22,0	31,3%	197,0	156,5	40,5	25,8%
Margem EBITDA Ajustado %	27,0%	23,9%	3,1 p.p		28,0%	25,6%	2,4 p.p	



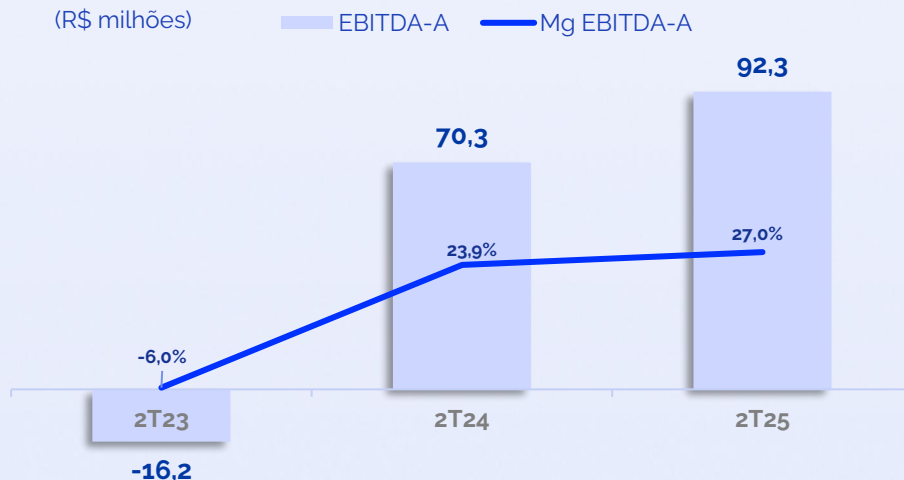
No 2T25, A CVC Corp registrou **EBITDA Ajustado de R\$92,3 milhões com uma margem de 27,0%**, apresentando **crescimento de R\$22 milhões (+31,3%) e +3,1 p.p. vs. 2T24**. No acumulado do ano o **EBITDA Ajustado atingiu R\$197 milhões**, apresentando **crescimento de R\$40,5 milhões (+25,8%)**, com a margem de 28%, +2,4 p.p. vs. 1S24.



No Brasil, o EBITDA Ajustado atingiu R\$78,9 milhões, com margem de 28,0%, um crescimento de R\$18,1 milhões (+30%) vs. 2T24.

Na Argentina, o EBITDA Ajustado atingiu R\$13,4 milhões, com margem de 22,3%, representando um **incremento de R\$3,9 milhões ou 41% vs. 2T24**, reforçando a recuperação das operações no país.

(R\$ milhões)



Resultado Financeiro

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Resultado Financeiro	(74,8)	(16,6)	(58,2)	n/a	(127,9)	(84,1)	(43,8)	52,1%
Despesas Financeiras	(91,5)	(62,3)	(29,2)	46,9%	(184,6)	(143,1)	(41,5)	29,0%
Encargos financeiros	(27,2)	(34,8)	7,6	-21,8%	(55,0)	(73,1)	18,1	(24,8%)
Juros das aquisições	(3,4)	(2,3)	(1,1)	47,8%	(6,3)	(5,1)	(1,2)	23,5%
Tributação sobre operações financeiras	(12,0)	(5,7)	(6,3)	110,5%	(22,0)	(8,6)	(13,4)	155,8%
Juros -antecipação de recebíveis	(38,0)	(16,5)	(21,5)	130,3%	(78,2)	(39,6)	(38,6)	97,5%
Juros Contratos IFRS 16	(1,5)	(1,2)	(0,3)	25,0%	(3,2)	(2,7)	(0,5)	18,5%
Outras despesas	(9,4)	(1,6)	(7,8)	n/a	(19,9)	(14,1)	(5,8)	41,1%
Receitas Financeiras	17,0	27,4	(10,4)	(38,0%)	51,2	47,0	4,2	8,9%
Rendimento de aplicações	3,6	6,1	(2,5)	(41,0%)	7,2	16,7	(9,5)	(56,9%)
Juros ativos	4,1	-	4,1	n/a	9,0	1,7	7,3	n/a
Atualização de depósito judiciais	2,8	1,4	1,4	100,0%	5,2	2,0	3,2	160,0%
Outras receitas	6,6	19,9	(13,3)	(66,8%)	29,7	26,6	3,1	11,7%
Variação cambial, líquida	(0,2)	18,2	(18,4)	(101,1%)	5,5	11,9	(6,4)	(53,8%)
Taxa referencial média no período (a.a.)	14,5%	10,5%	4,0 p.p		13,7%	10,9%	2,8 p.p	

O Resultado Financeiro do 2T25 totalizou uma despesa de R\$74,8 milhões, um acréscimo de R\$58,2 milhões em comparação ao 2T24, destacando:

- (i) **Encargos financeiros** – redução de R\$7,6 milhões, principalmente, pela diminuição do *spread* da taxa de juros sobre debentures, resultado da negociação com os credores, bem como do efeito da amortização de juros em maio de 2025, reduzindo o *notional* utilizado para aplicação dos encargos;
- (ii) **Tributação sobre operações financeiras** – aumento de R\$6,3 milhões, sendo que R\$3,8 milhões advém do Imposto dos Débitos e Créditos Bancários (Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios) na Argentina, cujo incremento em vendas impacta diretamente esta tributação, bem como, no Brasil, pelo aumento da alíquota do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) no pagamento de fornecedores estrangeiros;
- (iii) **Juros sobre Antecipação de Recebíveis** – aumento de R\$21,5 milhões – principalmente em função do aumento da taxa referencial entre os períodos, que era de 10,5% a.a. no 2T24 e passando para 14,5% no 2T25;
- (iv) **Outras Despesas** – aumento de R\$7,8 milhões – sendo um efeito de reclassificação retroativa de despesas entre essa linha e a de Tributação sobre Operações Financeiras;
- (v) **Outras receitas** – redução de R\$13,3 milhões – principalmente relacionado a redução dos ganhos com ganho cambial na conversão de Dólar para Pesos para o pagamento das despesas locais, considerando a alteração nas políticas cambiais do país desde abril de 2025;
- (vi) **Variação Cambial** – redução de R\$18,4 milhões, decorrente da marcação a mercado de contratos derivativos para compensar oscilações cambiais (*Hedge*), em linha com a variação do Dólar vs. Real no período.

Depreciação e Amortização

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
Depreciação e amortização	(55,8)	(58,6)	2,8	(4,8%)	(107,7)	(108,4)	0,7	(0,6%)
Software	(37,6)	(36,9)	(0,7)	1,9%	(70,7)	(68,3)	(2,4)	3,5%
Aquisição de controladas	(8,9)	(10,6)	1,7	(16,0%)	(18,3)	(21,2)	2,9	(13,7%)
Outros	(9,3)	(11,1)	1,8	(16,2%)	(18,7)	(18,9)	0,2	(1,1%)

As **Depreciações e Amortizações** da Companhia no 2T25 totalizaram R\$55,8 milhões, em linha com as expectativas de esgotamento dos ativos, tendo em vista a amortização acelerada de alguns projetos e o menor nível de investimentos praticados pela companhia desde 2023.

Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	1S25	1S24	Δ (R\$)	Δ (%)
EBITDA	87,0	58,7	28,3	48,2%	187,2	141,7	45,5	32,1%
Depreciação e Amortização	(55,8)	(58,6)	2,8	(4,8%)	(107,7)	(108,4)	0,7	(0,6%)
Resultado Financeiro	(74,8)	(16,6)	(58,2)	n/a	(127,9)	(84,1)	(43,8)	52,1%
Prejuízo antes dos impostos	(43,7)	(16,5)	(27,2)	164,8%	(48,5)	(50,9)	2,4	(4,7%)
Impostos Indiretos	(2,8)	(5,7)	2,9	(51,1%)	(5,4)	(5,6)	0,2	(3,3%)
Prejuízo Contábil	(46,4)	(22,1)	(24,3)	110,1%	(54,0)	(56,4)	2,5	(4,4%)
(+) Depreciação e Amortização	55,8	58,6	(2,7)	(4,6%)	107,7	108,4	(0,6)	(0,6%)
(-) Adições ao Ativo Permanente	(25,3)	(41,2)	15,9	(38,6%)	(45,7)	(52,6)	6,9	(13,2%)
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado	(15,9)	(4,8)	(11,1)	n/a	8,1	(0,8)	8,9	n/a

Em decorrência dos efeitos apresentados, apesar do incremento de R\$28,3 milhões no EBITDA, o aumento de R\$58,2 milhões nas Despesas Financeiras levou a um Prejuízo Líquido Ajustado de R\$15,9 milhões no trimestre. Vale ressaltar que, no semestre, o Lucro Líquido Ajustado atingiu R\$8,1 milhões.

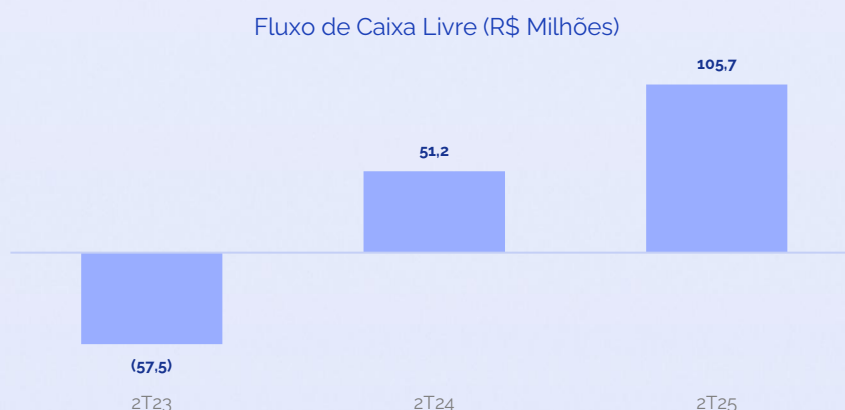
Fluxo de Caixa Gerencial

Historicamente, a Companhia se utiliza da antecipação de recebíveis de cartão de crédito como meio de equilibrar suas necessidades de capital, por isso, para melhor demonstrar seu fluxo de caixa, realizamos a reclassificação dos efeitos da antecipação entre rubricas de caixa, conforme reconciliação no anexo 4.

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	1S25	1S24	Δ (R\$)
Prejuízo antes dos impostos	(43,7)	(16,5)	(27,3)	(48,4)	(50,8)	2,4
Lançamentos sem efeito de caixa	153,2	97,8	55,4	303,7	212,5	91,2
Necessidades de Capital de Giro	21,5	11,1	10,4	(177,5)	(91,2)	(86,3)
Fluxo de caixa operacional	131,0	92,4	38,6	77,8	70,5	7,3
Investimentos	(25,3)	(41,2)	15,9	(45,7)	(52,6)	6,9
Fluxo de Caixa Livre (FCFF)	105,7	51,2	54,5	32,1	17,9	14,2
Financiamentos e efeitos cambiais	(165,3)	(247,2)	81,9	(181,3)	(256,5)	75,2
Fluxo de caixa patrimonial (FCFE)	(59,6)	(196,0)	136,4	(149,2)	(238,7)	89,5
Caixa e equivalentes inicial	310,9	440,2	(129,3)	400,2	482,8	261,3
Caixa e equivalentes final	251,3	244,2	7,2	251,1	244,2	7,2

A melhora de R\$54,5 milhões no Fluxo de Caixa livre vs. 2T24 decorre de:

- (i) **Lançamentos sem efeito de caixa – melhora de R\$55,4 milhões**, por conta do maior volume de juros e variações cambiais sem efeito de caixa no 2T25;
- (ii) **Necessidades de Capital de Giro – melhora de R\$10,4 milhões**, sendo que as rubricas mais impactadas pelas operações liberaram R\$22,6 milhões vs. 2T24;
- (iii) **Investimentos – redução de R\$15,9 milhões** vs. 2T24, sendo que houve um ajuste de R\$17 milhões no 2T24, relacionado a reclassificações entre resultado e balanço patrimonial (maiores detalhes na Divulgação de Resultados do 2T24), desconsiderando tal efeito, os investimentos estariam praticamente em linha. Por fim, esses investimentos estão relacionados com desenvolvimentos e evoluções tecnológicas em inteligência artificial voltada para melhorias na experiência de compra, bem como no aperfeiçoamento de processos administrativos;
- (iv) **Financiamentos e efeitos cambiais** - apresentou uma saída de caixa inferior em R\$81,9 milhões vs. 2T24, por conta de um menor volume de pagamento de juros sobre o endividamento.



Endividamento Geral

Tendo em vista a prática de antecipação de recebíveis de cartão de crédito mencionada acima, passamos a apresentar o endividamento da CVC Corp englobando os saldos antecipados de recebíveis e os saldos não antecipados, conforme demonstrado abaixo.

R\$ Milhões	2T25	1T25	Δ (R\$)	2T24	Δ (R\$)
Curto Prazo	(112,9)	(132,5)	19,6	(80,3)	(32,6)
Longo Prazo	(537,9)	(536,6)	(1,3)	(718,8)	180,9
Dívida Bruta	(650,8)	(669,2)	18,4	(799,2)	148,4
Caixa e Equivalentes	251,1	310,9	(59,8)	244,2	6,9
Dívida Líquida	(399,7)	(358,3)	(41,4)	(555,0)	155,3
EBITDA-A LTM	429,8	407,8	22,0	339,9	89,9
Alavancagem (X EBITDA LTM)	(0,9 x)	(0,9 x)	0,05 x	(1,6 x)	0,7 x
Antecipação de recebíveis	(1.051,6)	(1.116,0)	64,4	(778,6)	(273,0)
Dívida Líquida + Saldo de recebíveis antecipados	(1.451,4)	(1.474,3)	22,9	(1.333,6)	(117,8)
Recebíveis não antecipados	466,6	370,9	95,7	497,3	(30,7)
Dívida Líquida + Saldos líquidos de recebíveis	(984,8)	(1.103,4)	118,6	(836,3)	(148,5)

Em 30 de junho de 2025, a Dívida Líquida era de R\$399,7 milhões comparada a R\$ 555,0 milhões no 2T24, o que representa uma redução de R\$ 155,3 milhões entre os períodos, a Alavancagem Financeira reduziu de 1,6X EBITDA-LTM para 0,9X EBITDA-LTM. Ao mesmo tempo que, o endividamento geral reduziu em R\$ 118,6 milhões (2,7x para 2,3x EBITDA-LTM).

ANEXOS

Anexo 1: Balanço Patrimonial

R\$ Milhões	2T25	4T24		2T25	4T24
Circulante	2.223,8	2.227,0	Circulante	2.551,0	2.531,7
Caixa e equivalentes de caixa	251,1	400,2	Debêntures	9,5	9,5
Aplicações financeiras	77,9	109,8	Instrumentos financeiros derivativos	14,1	0,7
Instrumentos financeiros derivativos	1,9	19,6	Fornecedores	502,9	585,9
Contas a receber de clientes	1.070,8	924,3	Contratos a embarcar antecipados de pacotes turísticos	1.726,2	1.638,7
Adiantamentos a fornecedores	646,1	554,6	Salários e encargos sociais	83,1	87,6
Despesas antecipadas	59,3	54,2	Imposto de renda e contribuição social correntes	0,1	0,8
Impostos a recuperar	45,5	38,0	Impostos e contribuições a pagar	19,2	27,8
Outras contas a receber	71,2	126,3	Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	103,4	96,9
			Passivo de arrendamento	23,3	23,2
			Outras contas a pagar	69,1	60,5
Não circulante	1.541,3	1.613,7	Não circulante	745,7	777,3
Despesas antecipadas	1,2	2,8	Debêntures	536,4	532,9
Impostos a recuperar	23,9	15,4	Impostos e contribuições a pagar	2,0	2,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	529,3	530,6	Provisão para demandas judiciais e administrativas e passivo	140,0	155,9
Depósitos judiciais	148,7	145,4	Contas a pagar de aquisição de controlada e investida	1,5	2,0
Outras contas a receber	0,7	0,8	Passivo de arrendamento	31,3	47,3
Ativo imobilizado	22,6	25,4	Contratos a embarcar antecipados de pacotes turísticos	4,1	2,0
Ativo intangível	766,0	829,8	Outras contas a pagar	30,4	35,0
Direito de uso de arrendamento	48,9	63,5			
			Patrimônio líquido	468,4	531,6
			Capital social	1.755,3	1.755,3
			Reservas de capital	1.240,0	1.233,2
			Ágio em transações de capital	(183,8)	(183,8)
			Outros resultados abrangentes	62,4	75,3
			Ações em tesouraria	(3,5)	(0,1)
			Prejuízos acumulados	(2.402,0)	(2.348,1)
Total do ativo	3.765,1	3.840,6	Total do passivo e patrimônio líquido	3.765,1	3.840,6

Anexo 2: Reconciliação - Demonstrações Financeiras

No 2T25 a CVC Corp reconheceu em suas receitas o impacto da variação cambial sobre produtos com lastro de moeda estrangeira, uma vez que a companhia contrata instrumento financeiro derivativo (*Non Deliverable Foward*), cujo ganho na Marcação a Mercado foi reconhecido em período diferente do apresentado, recomendamos a leitura das notas explicativas nas demonstrações financeiras dos referidos períodos para maiores esclarecimentos.

R\$ Milhões	2T25 DF	Reclassificação	2T25 Divulgação	1S25 DF	Reclassificação	1S25 Divulgação
Receita líquida de vendas	348,2	(0,1)	348,1	724,0	2,9	726,9
Custo dos serviços prestados	(6,3)	-	(6,3)	(22,8)	-	(22,8)
Lucro Bruto (Receita Líquida)	342,0	(0,1)	341,8	701,1	2,9	704,0
Receitas (despesas) operacionais	(254,8)	-	(254,8)	(516,9)	-	(516,9)
Despesas de vendas	(80,9)	-	(80,9)	(144,7)	-	(144,7)
Despesas gerais e administrativas	(192,4)	-	(192,4)	(382,6)	-	(382,6)
Outras receitas (despesas) operacionais	18,4	-	18,4	10,4	-	10,4
EBITDA	87,1	(0,1)	87,0	184,3	2,9	187,2
(+) Itens Não Recorrentes	5,3	-	5,3	9,8	-	9,8
EBITDA Ajustado	92,5	(0,1)	92,3	194,1	2,9	197,0
Depreciação e Amortização	(55,8)	-	(55,8)	(107,7)	-	(107,7)
Resultado financeiro	(75,0)	0,1	(74,8)	(125,0)	(2,9)	(127,9)
Prejuízo antes do imposto de renda e da contribuição social	(43,7)	-	(43,7)	(48,4)	-	(48,4)
Imposto de renda e contribuição social	(2,8)	-	(2,8)	(5,4)	-	(5,4)
Prejuízo Contábil Líquido	(46,4)	-	(46,4)	(53,9)	-	(53,9)
(+) Depreciação e Amortização	55,8	-	55,8	107,7	-	107,7
(-) Adições ao Intangível e Imobilizado (Caixa)	(25,3)	-	(25,3)	(45,7)	-	(45,7)
Prejuízo Contábil Líquido	(15,9)	-	(15,9)	8,1	-	8,1

Anexo 3: Demonstração de Resultados

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)
Receita líquida de vendas	348,1	316,5	31,6	10,0%	669,8	669,8	(0,0)	0,0%
Custo dos serviços prestados	(6,3)	(22,5)	16,2	-72,1%	(22,8)	(58,4)	35,6	-60,9%
Lucro Bruto (Receita Líquida)	341,8	294,0	47,8	16,3%	647,0	611,4	35,6	5,8%
Receitas (despesas) operacionais	(254,8)	(235,3)	(19,5)	8,3%	(516,9)	(469,7)	(47,2)	10,0%
Despesas de vendas	(80,9)	(49,6)	(31,3)	63,1%	(144,7)	(114,1)	(30,5)	26,8%
Despesas gerais e administrativas	(192,4)	(190,0)	(2,3)	1,2%	(382,6)	(362,0)	(20,6)	5,7%
Outras receitas (despesas) operacionais	18,4	4,3	14,1	325,2%	10,4	6,4	4,0	61,9%
EBITDA Contábil	87,0	58,7	28,3	48,1%	187,2	141,7	45,5	32,1%
(+) Itens Não Recorrentes	5,3	11,6	(6,3)	-54,1%	9,8	14,8	(5,0)	-33,8%
EBITDA Ajustado	92,3	70,3	22,0	31,3%	197,0	156,5	40,5	25,9%
Depreciação e Amortização	(55,8)	(58,6)	2,7	-4,6%	(107,7)	(108,4)	0,7	-0,6%
Resultado financeiro	(74,8)	(16,6)	(58,2)	350,4%	(127,9)	(84,2)	(43,8)	52,0%
Prejuízo antes do imposto de renda e da contribuição social	(43,7)	(16,4)	(27,2)	165,5%	(48,4)	(50,8)	2,4	-4,8%
Imposto de renda e contribuição social	(2,8)	(5,7)	3,0	-51,9%	(5,4)	(5,7)	0,3	-4,5%
Lucro (Prejuízo) Contábil	(46,4)	(22,2)	(24,2)	109,3%	(53,9)	(56,5)	2,7	-4,7%
(+) Depreciação e Amortização	55,8	58,6	(2,7)	-4,6%	107,7	108,4	(0,7)	-0,6%
(-) Adições ao Intangível e Imobilizado (Caixa)	(25,3)	(41,2)	15,9	-38,6%	(45,7)	(52,6)	6,9	-13,2%
Lucro Líquido Ajustado	(15,9)	(4,8)	(11,1)	227,2%	8,1	(0,8)	8,9	n/a

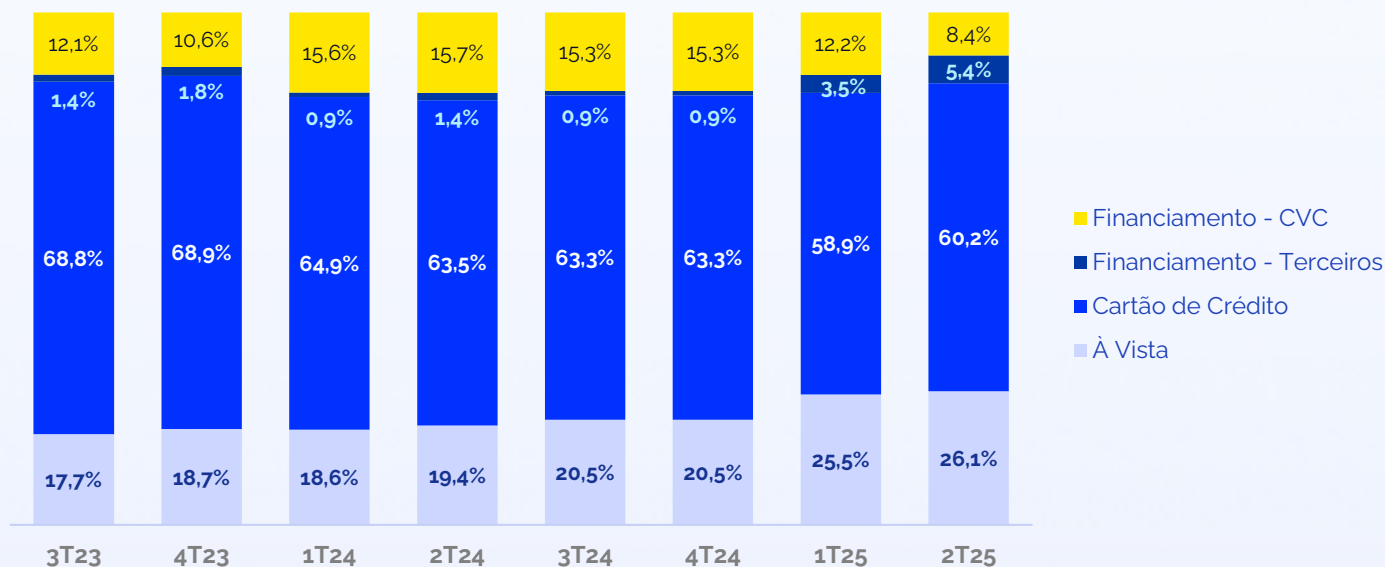
Anexo 4: Fluxo de Caixa - Método Indireto (Reconciliação DFP)

R\$ Milhões	DFP		Reclassificação		Divulgação de Resultado	
	2T25	2T24	2T25	2T24	2T25	2T24
Prejuízo antes do imposto de renda e da contribuição social	(43,7)	(16,4)			(43,7)	(16,4)
Depreciação e amortização	55,8	58,6			55,8	58,6
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	6,3	4,8			6,3	4,8
Juros e variações monetárias e cambiais	75,6	32,2			75,6	32,2
Equivalência patrimonial	-	-			-	-
Provisão (reversão) para demandas judiciais e administrativas	8,4	(1,0)			8,4	(1,0)
Mudanças do valor justo da opção de compra	-	-			-	-
Baixa por impairment	-	-			-	-
Baixa de imobilizado, intangível e contratos de aluguéis	0,1	(1,1)			0,1	(1,1)
Outras provisões	3,3	4,4			3,3	4,4
Ajustes para reconciliar o resultado do exercício com o caixa das atividades operacionais	149,6	97,8	-	-	149,6	97,8
Contas a receber de clientes	(162,3)	(245,3)			(162,3)	(245,3)
Efeitos de antecipação de recebíveis (incluindo juros)	-	-	102,4	84,3	102,4	84,3
Adiantamentos a fornecedores	(52,1)	(71,5)			(52,1)	(71,5)
Títulos e valores mobiliários	-	-			-	-
Fornecedores	(64,8)	(37,8)			(64,8)	(37,8)
Contratos a embarcar antecipados	199,9	241,0			199,9	241,0
Variação em tributos a recuperar/ recolher	(9,4)	(8,3)			(9,4)	(8,3)
Liquidação de instrumentos financeiros	(1,8)	0,4			(1,8)	0,4
Salários e encargos sociais	(13,7)	2,8			(13,7)	2,8
Imposto de renda e contribuição social pagos	(0,2)	(0,1)			(0,2)	(0,1)
Demandas judiciais e administrativas	(9,6)	(9,3)			(9,6)	(9,3)
Variação em outros ativos	30,8	54,3			30,8	54,3
Variação em outros passivos	5,9	0,5			5,9	0,5
Redução (aumento) em ativos e passivos	(77,3)	(73,3)	102,4	84,3	25,1	11,1
Caixa líquido provenientes das atividades operacionais	28,6	8,1	102,4	84,3	131,0	92,4
Ativo imobilizado	(1,5)	(2,1)			(1,5)	(2,1)
Ativo intangível	(23,8)	(39,1)			(23,8)	(39,1)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimentos	(25,3)	(41,2)	-	-	(25,3)	(41,2)
Fluxo de caixa livre	3,4	(33,1)	102,4	84,3	105,7	51,2
Captação de empréstimos / debêntures / derivativos	-	-			-	-
Liquidação de empréstimos / debêntures / derivativos	-	-			-	-
Aumento de capital no exercício de ações	-	-			-	-
Pagamento por aquisição de ações em tesouraria	(2,0)	-			(2,0)	-
Dividendos pagos	-	-			-	-
Juros pagos	(49,6)	(152,8)			(49,6)	(152,8)
Efeitos de antecipação de recebíveis (incluindo juros)	-	-	(102,4)	(84,3)	(102,4)	(84,3)
Aquisição de controladas	(0,2)	(14,1)			(0,2)	(14,1)
Pagamento de aluguéis	(6,4)	(4,9)			(6,4)	(4,9)
Caixa líquido (aplicado nas) proveniente das atividades de financiamento	(58,2)	(171,8)	(102,4)	(84,3)	(160,6)	(256,1)
Variação cambial caixa e equivalentes de caixa	(4,9)	8,9			(4,9)	8,9
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa líquidos	(59,8)	(196,0)	-	-	(59,8)	(196,0)
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	400,2	482,8			400,2	482,8
Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	251,0	244,1			310,9	440,2

Anexo 5: Fluxo de Caixa - Método Indireto

R\$ Milhões	2T25	2T24	Δ (R\$)	1S25	1S24	Δ (R\$)
Prejuízo antes do imposto de renda e da contribuição social	(43,7)	(16,4)	(27,2)	(48,4)	(50,8)	2,4
Depreciação e amortização	55,8	58,6	(2,7)	107,7	108,4	(0,7)
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	6,3	4,8	1,5	2,6	9,4	(6,8)
Juros e variações monetárias e cambiais	75,6	32,2	43,4	173,9	91,0	83,0
Equivalência patrimonial	-	-	-	-	0,0	(0,0)
Provisão (reversão) para demandas judiciais e administrativas	8,4	(1,0)	9,4	12,9	(4,0)	16,9
Mudanças do valor justo da opção de compra	-	-	-	-	-	-
Baixa por impairment	-	-	-	-	-	-
Baixa de imobilizado, intangível e contratos de aluguéis	0,1	(1,1)	1,2	0,1	(0,6)	0,7
Outras provisões	3,3	4,4	(1,1)	6,5	8,4	(1,9)
Ajustes para reconciliar o resultado do exercício com o caixa das atividades operacionais	149,6	97,8	51,8	303,7	212,5	91,2
Contas a receber de clientes	(162,3)	(245,3)	83,0	(231,9)	(281,1)	49,2
Efeitos de antecipação de recebíveis (incluindo juros)	102,4	84,3	18,0	90,6	74,5	16,1
Adiantamentos a fornecedores	(52,1)	(71,5)	19,4	(99,4)	161,5	(260,8)
Títulos e valores mobiliários	-	-	-	-	-	-
Fornecedores	(64,8)	(37,8)	(27,0)	(69,6)	(261,3)	191,7
Contratos a embarcar antecipados	199,9	241,0	(41,1)	119,2	224,0	(104,8)
Variação em tributos a recuperar/ recolher	(9,4)	(8,3)	(1,0)	(29,6)	(8,4)	(21,2)
Liquidação de instrumentos financeiros	(1,8)	0,4	(2,2)	(5,0)	0,4	(5,4)
Salários e encargos sociais	(13,7)	2,8	(16,5)	(3,1)	5,5	(8,5)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(0,2)	(0,1)	(0,2)	(1,1)	(0,3)	(0,8)
Demandas judiciais e administrativas	(9,6)	(9,3)	(0,3)	(16,6)	(16,5)	(0,0)
Variação em outros ativos	30,8	54,3	(23,4)	67,0	(19,9)	87,0
Variação em outros passivos	5,9	0,5	5,4	1,9	30,5	(28,6)
Redução (aumento) em ativos e passivos	25,1	11,1	14,0	(177,5)	(91,2)	(86,3)
Caixa líquido provenientes das atividades operacionais	131,0	92,4	38,6	77,8	70,5	7,3
Ativo imobilizado	(1,5)	(2,1)	0,6	(1,6)	(2,5)	0,9
Ativo intangível	(23,8)	(39,1)	15,3	(44,1)	(50,1)	6,0
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimentos	(25,3)	(41,2)	15,9	(45,7)	(52,6)	6,9
Fluxo de caixa livre	105,7	51,2	54,5	32,1	17,9	14,3
Captação de empréstimos / debêntures / derivativos	-	-	-	-	-	-
Liquidação de empréstimos / debêntures / derivativos	-	-	-	-	-	-
Aumento de capital no exercício de ações	-	-	-	-	-	-
Pagamento por aquisição de ações em tesouraria	(2,0)	-	(2,0)	(3,4)	-	(3,4)
Dividendos pagos	-	-	-	-	-	-
Juros pagos	(49,6)	(152,8)	103,2	(51,3)	(155,6)	104,3
Efeitos de antecipação de recebíveis (incluindo juros)	(102,4)	(84,3)	(18,0)	(90,6)	(74,5)	(16,1)
Aquisição de controladas	(0,2)	(14,1)		(0,2)	(15,2)	
Pagamento de aluguéis	(6,4)	(4,9)	(1,5)	(16,1)	(21,5)	5,4
Caixa líquido (aplicado nas) proveniente das atividades de financiamento	(160,6)	(256,1)	95,5	(161,6)	(266,7)	105,1
Variação cambial caixa e equivalentes de caixa	(4,9)	8,9	(13,8)	(19,7)	10,2	(29,8)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa líquidos	(59,8)	(196,0)	136,2	(149,2)	(238,7)	89,5
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	400,2	482,8	(82,6)	400,2	482,8	(82,6)
Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	251,0	244,1	6,9	251,1	244,2	6,9

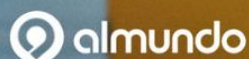
Anexo 6: Representatividade dos meios de pagamento - CVC Lazer



Anexo 7: Evolução da rede de lojas

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

Earnings Release 2Q25



Financial and Operating Highlights



+15% (+R\$537 million) of Confirmed Bookings in 2Q25 vs. 2Q24;



Brazil +10% vs. 2Q24, strengthening its leadership in the Air Consolidation market;



Argentina +37% vs. 2Q24, strong economic recovery;



+16% of Net Revenue in 2Q25 vs. 2Q24;



Brazil +16% vs. 2Q24, highlighting the increase in Take Rate in B2C and global customers in B2B;



Argentina +18% vs. 2Q24, driven by increased sales in B2B;



50 New stores opened in 2Q25 reaching **1,565 in operation**;



41 new franchises in Brazil, 1,338 active stores in 2Q25;



9 new franchises in Argentina, 172 active stores in 2Q25;



EBITDA¹ of R\$92 MM in 2Q25 (**+31%** vs. 2Q24);
EBITDA margin¹ 27.0% in 2Q25 (**+3.1 p.p.** vs. 2Q24);



Operating Cash Flow of R\$131 million in 2Q25, (**+R\$39 million** vs. 2Q24);
Reduction of R\$118,6MM in Overall Debt vs 1Q25;

millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
Confirmed Bookings	4,083.6	3,546.6	537.0	15.1%	8,203.5	6,720.0	1,483.5	22.1%
Boarded Bookings	3,828.8	3,253.9	574.9	17.7%	7,986.4	6,579.4	1,407.0	21.4%
Net Revenue¹	341.8	294.0	47.8	16.3%	704.0	611.4	92.7	15.2%
Take Rate%	8.9%	9.0%	(0.1 p.p)		8.8%	9.3%	(0.5 p.p)	
EBITDA	87.0	58.7	28.3	48.1%	187.2	141.7	45.5	32.1%
Adjusted EBITDA¹	92.3	70.3	22.0	31.3%	197.0	156.5	40.5	25.8%
Adjusted EBITDA MG.%	27.0%	23.9%	3.1 p.p		28.0%	25.6%	2.4 p.p	
Adjusted²Net Income (Loss)	(15.9)	(4.8)	(11.1)	n/a	8.1	(0.8)	8.9	n/a

¹ The results presented in this document consider a reclassification among exchange rate effect line items, and reconciliation with accounting information can be found in Annex 2.

² Details of the reclassifications that make up Adjusted Net Income are available in Annexes 2 and 3.



Earnings Conference Call
Wednesday, August 13
10:00 a.m. (BRT)/9:00 a.m. (EST)

Conference call
[click here](#)



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

Felipe Gomes
Rodrigo Táboas
Tiago Nishimura

The following operating and financial information, unless stated otherwise, is presented in nominal millions of reais, prepared in accordance with Brazilian accounting standards, especially Law 6.404/76 and the pronouncements issued by the Brazilian Accounting Pronouncements Committee ("CPC") and approved by the Securities and Exchange Commission of Brazil ("CVM") and must be read in conjunction with the financial statements and explanatory notes for the period ended June 30, 2025.

Summary

Message from Management	4
Confirmed Bookings and Boarded Bookings	5
Net Revenue and Take Rate	8
Operating Expenses	9
Selling Expenses	10
EBITDA	11
Financial Result	12
Depreciation and Amortization	13
Adjusted Net Income (Loss)	13
Managerial Cash Flow	14
Overall Debt	15

Message from Management

We present the operational and financial results of CVC Corp for 2Q25, another quarter of consistent growth in sales, profitability, and cash management across all our units.

We are proud to announce that **CVC Corp has earned the Great Place to Work (GPTW) seal**, a recognition that reflects our commitment to building a work environment that values and develops our employees, **one of the main pillars of our long-term strategic plan**.

This quarter, the brands **CVC and Experimento received the Seal of Excellence in Franchising** from the Brazilian Franchising Association (ABF), the highest distinction in the sector in Brazil, which demonstrates the trust that entrepreneurs have in our network.

In franchise expansion, one of the pillars of the company's growth, with a focus on lower-density cities, **we reached the milestone of 50 new stores in 2Q25, with 41 in Brazil — 75% of which outside the state capitals — and 9 in Argentina**, demonstrating both confidence in the company's brands and the growing interest from entrepreneurs in joining our network.

The Confirmed Bookings of CVC Corp increased by 15% compared to 2Q24, reaching R\$4.1 billion.

In Brazil, with the increase in Confirmed Bookings of 10% compared to 2Q24, reflecting important structural advances in **B2B** with the goal of offering the most complete portfolio of services in the market, we highlight:

- (i) **Rextur Advance**: expanded its presence with global travel agents through negotiations to strengthen the brand in the long term;
- (ii) **Trend Viagens**: continues to evolve its digital inventory distribution channel (Conectaas), which has great scaling potential;
- (iii) **Visual Turismo**: continues to advance in offering highly customized travel packages, reinforcing its position in this segment. Also, in **B2C**, despite the increase in demand for domestic products, we had a reduction in the supply of ships by the shipowners, which had a negative impact on sales. Additionally, we observed a reduction in the average rate of air products compared to the beginning of 2025.

"The Operating Cash Generation reached R\$131 million in 2Q25"

In Argentina, Confirmed Bookings rose 37% compared to 2Q24, maintaining the market recovery trend. Based on this, we highlight the strong performance of Ola – our B2B brand in the country – which showed robust growth in the quarter. This growth is related to a strengthened product portfolio, with emphasis on the addition of exclusive products for various routes, both to local destinations and to Brazil. We remain confident in the performance of our brands in the region, recovering sales and profitability.

Consolidated Net Revenue reached R\$342 million in the quarter, up 16% from 2Q24. This

increase reflects a higher take rate in B2C, balanced by the effect of the sales mix, since the B2B and Argentina segments recorded Bookings growth higher than that of B2C.

Adjusted EBITDA for 2Q25 was R\$92.3 million, an increase of 31% compared to 2Q24, with a margin of 27%, up 3.1 percentage points from 2Q24. Such improvements reflect the continuous dilution of costs, driven by increased revenue and stricter control of administrative expenses, maintaining the focus on the profitability of operations.

Operating Cash Generation reached R\$131 million in 2Q25, R\$39 million higher than recorded in 2Q24, reflecting continued gains in balancing the working capital demand for the main products.

Finally, the **Overall Debt showed a reduction of R\$119 million** compared to 1Q25, reflecting the company's efforts to optimize its liabilities.

For 2H25, **we remain focused on the theme "Growth & Innovation"**, providing key competitive advantages, such as **strategic negotiations** with partners and suppliers and **artificial intelligence** applied to sales and back office.

We remain confident in the fundamentals of the Brazilian economy and in the stability of the Company, committed to the **profitability of our business units**.

Confirmed Bookings and Boarded Bookings

Confirmed Bookings

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
Confirmed Bookings	4,083.6	3,546.6	537.0	15.1%	8,203.5	6,720.0	1,483.5	22.1%
Brazil	3,159.1	2,873.4	285.7	9.9%	6,207.6	5,516.3	691.3	12.5%
B2C	1,476.2	1,477.7	(1.5)	(0.1%)	2,986.4	2,859.0	127.4	4.5%
B2B	1,682.9	1,395.7	287.2	20.6%	3,221.2	2,657.3	563.9	21.2%
Argentina	924.5	673.1	251.3	37.3%	1,995.9	1,203.7	792.2	65.8%

Confirmed Bookings for 2Q25 recorded an increase of **15.1%** year-over-year, with **Brazil** showing growth of **9.9%** and **Argentina**, **37.3%**, notably:

In Brazil, Confirmed Bookings increased by 9.9% vs. 2Q24, as a result of the performances: (i) in **B2B**, *Rextur Advance* had its positive performance related to the plan to add global customers to its customer base, strengthening its position as the largest air consolidator in the country, and also *Trend Viagens* continues advancing in the marketing of *Conectaas*, its new distribution channel, increasing the number of operators using its ecosystem, as well as improving the user experience. Finally, (ii) in **B2C**, sales were affected by a reduction in the capacity of cruise ships due to a change in the shipowners' strategy. It is important to note that demand for this product did not decrease. We also highlight that there was a relevant increase in the sale of products with domestic destinations.

In Argentina, Confirmed Bookings increased by 37%, maintaining the economic trajectory that has been observed since the second half of 2024. We also highlight the strong year-over-year performance of our Consolidator, *Ola*, mainly due to the assertive strategy of contracting exclusive products for various domestic destinations (Argentina) and in Brazil. Also, at *Almundo*, in addition to the macroeconomic recovery, the growth of the unit is driven by the maturation of the stores that opened in 2024.

Confirmed Bookings - **Brazil** (Millions of R\$)



Confirmed Bookings - **Argentina** (Millions of R\$)



Store Network – Brazil: CVC and Experimento; Argentina: Almundo

2Q25 ended with a total of 1,338 CVC Lazer stores, with **41 opened during 2Q25, 75% of which were outside the state capitals**. This level is aligned with the management's expectations for the quarter, reflecting the progress in expanding the brand presence and strengthening of its position in the market.

In addition to expanding the network presence outside major urban centers, we highlight that part of the openings continues to be in the Kiosk and Modular formats, which require less investment and enable faster implementation, **resulting in more attractive economic return indicators for entrepreneurs**.

CVC Lazer and Experimento	2Q25	1H25	2024
Beginning of Period	1,358	1,341	1,105
Openings	41	66	264
Closings	(6)	(14)	(28)
End of Period	1,393	1,393	1,341

In this quarter six stores were closed, in line with the history of CVC Lazer.

Also in 2Q25, we opened **9 new franchises in Argentina**, reaching a total of 172 franchises in the country. These openings continue to demonstrate the entrepreneur's confidence in the importance of the tourism sector and Almundo's brand strength, a leader in the sector in the country.

Almundo	2Q25	1H25	2024
Beginning of Period	165	151	122
Openings	9	23	39
Closings	(2)	(2)	(10)
End of Period	172	172	151

Given these changes, we counted 1,565 stores in operation, returning to pre-pandemic levels.

Exclusive Products – CVC Lazer

In 2Q25, we recorded an increase in the share of exclusive products in domestic boardings, reaching a market share in the national segment of CVC Lazer of 21.4% vs. 16.9% in the same period last year, an increase of 4.5 p.p.

Boarded Bookings

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
Boarded Bookings	3,828.8	3,253.9	574.9	17.7%	7,986.4	6,579.4	1,407.0	21.4%
Brazil	2,915.7	2,579.0	336.7	13.1%	5,927.2	5,210.3	716.9	13.8%
B2C	1,244.3	1,159.6	84.7	7.3%	2,712.5	2,492.2	220.3	8.8%
B2B	1,671.5	1,419.4	252.0	17.8%	3,214.7	2,718.1	496.6	18.3%
Argentina	913.0	674.8	238.2	35.3%	2,059.2	1,369.1	690.1	50.4%

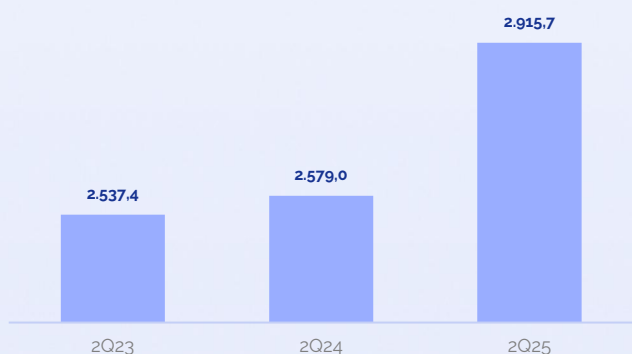


In Brazil, Boarded Bookings reached R\$2,915.7 million in 2Q25, a year-over-year increase of 13.1%. This result is influenced by the change in the dynamics of the lead time to boarding between B2C and B2B, since B2B increased its share in the mix by operating with a shorter period between purchase and boarding than B2C, contributing to a greater increase in consumption than the growth in Confirmed Bookings.

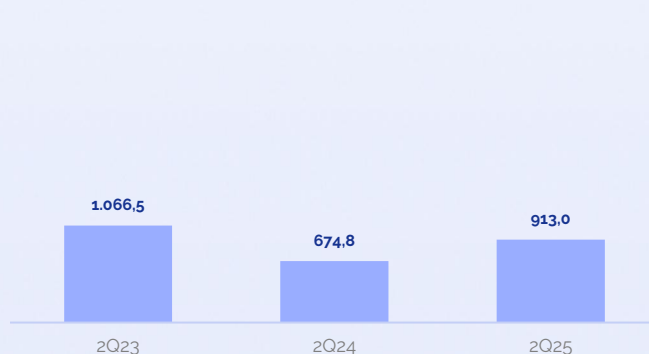


Boarded Bookings in Argentina were R\$913.0 million in 2Q25, up 35.3% from 2Q24, despite a strong comparison base in 2Q24 (still reflecting the record sales in 4Q23). We highlight the strong performance of Ola, a brand that represents the B2B segment in the country and continues to grow consistently in the year-over-year comparison, even surpassing the boarding volume of B2C in the country.

Boarded Bookings - **Brazil** (Millions of R\$)



Boarded Bookings - **Argentina** (Millions of R\$)



Net Revenue and Take Rate

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
Net revenue	341.8	294.0	47.8	16.3%	704.0	611.4	92.7	15.2%
Brazil	281.4	242.7	38.8	16.0%	562.6	500.1	62.5	12.5%
B2C	171.5	149.5	21.9	14.7%	357.1	323.0	34.1	10.6%
B2B	110.0	93.1	16.9	18.1%	205.6	177.1	28.5	16.1%
Argentina	60.4	51.4	9.0	17.6%	141.4	111.3	30.1	27.1%
Take Rate	8.9%	9.0%	(0.1 p.p)		8.8%	9.3%	(0.5 p.p)	
Brazil	9.7%	9.4%	0.3 p.p		9.5%	9.6%	(0.1 p.p)	
B2C	13.8%	12.9%	0.9 p.p		13.2%	13.0%	0.2 p.p	
B2B	6.6%	6.6%	-		6.4%	6.5%	(0.1 p.p)	
Argentina	6.6%	7.6%	(1.0 p.p)		6.9%	8.1%	(1.3 p.p)	

Net Revenue in 2Q25 reached R\$341.8 million, up **16.3% from 2Q24**, with a **Take Rate of 8.9%**, virtually stable compared to the same period of the previous year, reflecting the increase in the Take Rate in Brazil, which offset the *Take Rate* recorded in Argentina, as detailed below.

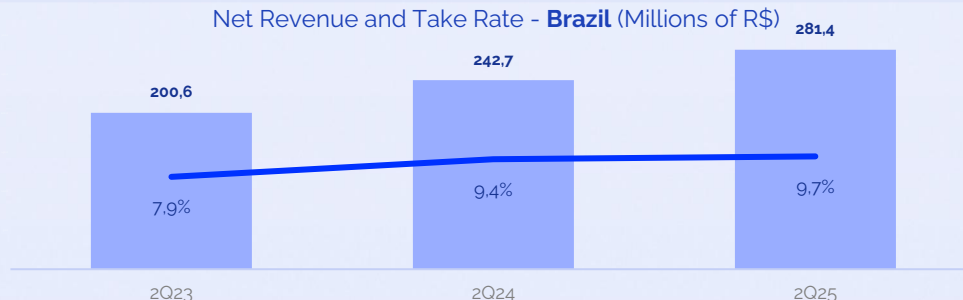


In Brazil, the annual comparison shows **16% growth in Net Revenue**, with a **0.3 p.p. increase in the Take Rate vs. 2Q24**; this increase is due to the reduction in cruise sales in 2025, which have a *take rate* lower than the average, contributing to an improvement in the country's take rate, as well as stability in the B2B indicator.

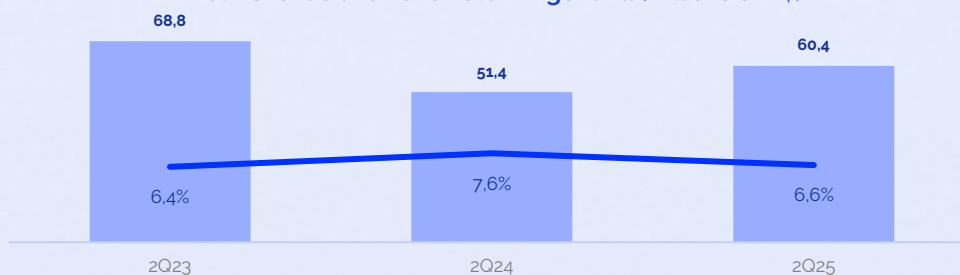


In Argentina, Net Revenue **recorded an increase of 17.6%**, with *take rate* of 6.6%, a decrease of 1.0 p.p. vs. 2Q24, reflecting the increase in Ola's share in the sales mix which, because of its B2B nature, has a *take rate* lower than that of Almundó (B2C).

Net Revenue and Take Rate - **Brazil** (Millions of R\$)



Net Revenue and Take Rate - **Argentina** (Millions of R\$)

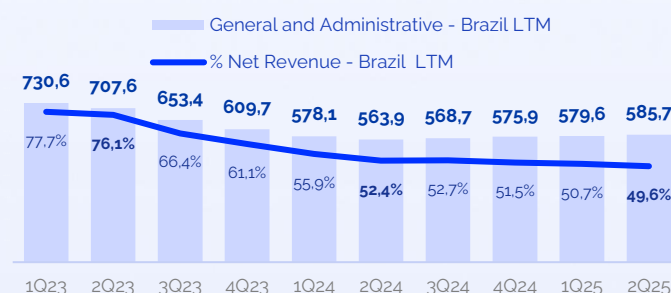


Operating Expenses

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
General and Administrative – Brazil	(148.5)	(142.4)	(6.1)	4.3%	(293.2)	(283.4)	(9.7)	3.4%
General and Administrative – Argentina	(43.9)	(47.6)	3.8	(7.9%)	(89.4)	(78.5)	(10.9)	13.9%
Selling Expenses – Brazil	(70.5)	(45.4)	(25.1)	55.3%	(123.3)	(103.6)	(19.7)	19.0%
Selling Expenses – Argentina	(10.3)	(4.2)	(6.2)	146.7%	(21.4)	(10.6)	(10.8)	102.4%
Other Revenues/Expenses	18.4	4.3	14.1	n/a	10.4	6.4	4.0	61.9%
(-) Total Expenses	(254.8)	(235.3)	(19.5)	8.3%	(516.8)	(469.7)	(47.2)	10.0%
(-) Non-Recurring Items	5.3	11.6	(6.3)	(54.1%)	9.8	14.9	(5.0)	(33.7%)
(-) Recurring Expenses	(249.5)	(223.7)	(25.8)	11.5%	(507.0)	(454.8)	(52.2)	11.5%

General and Administrative Expenses (G&A) in Brazil

increased 4.3% in 2Q25 vs. 2Q24, below the inflation accumulated over the period. The ratio of G&A Expenses to Net Revenue accumulated **in the last 12 months improved 2.8 p.p.**, from 52.4% to 49.6%, reflecting management's commitment to constantly reviewing its administrative structure in search of productivity gains.



Argentina's ratio of **G&A Expenses to Net Revenue in the last 12 months** is starting to restore the previous level of cost dilution, reaching a 69.8% ratio, with the increase throughout 2024, shown in the chart on the right, being related to the appreciation of the Argentine Peso which, on a comparable exchange rate basis, would have shown a slight decrease compared to 2Q24.



Other Operating Revenues and Expenses recorded an

increase of R\$14.1 million compared to the same period of the previous year, attributed to the credit from reversals of unrealized payables (accounts payable) and from renegotiations of contracts with operating suppliers which, between debits and credits, resulted in a net gain in the quarter; such income reflects management's commitment to making strategic procurement, aiming to build long-term relationships with key suppliers.

Non-recurring items totaled R\$5.3 million in 2Q25, with the majority related to costs of legal proceedings classified as having a remote risk of loss; however, the progress of such proceedings incurs additional expenses with insurance and fees.

Selling Expenses

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
Selling Expenses	(80.9)	(49.6)	(31.3)	63.1%	(144.7)	(114.1)	(30.5)	26.8%
Brazil	(70.5)	(45.4)	(25.1)	55.4%	(123.3)	(103.6)	(19.7)	19.0%
as % of Confirmed Bookings	(2.2%)	(1.6%)	(0.7 p.p.)		(2.0%)	(1.9%)	(0.1 p.p.)	
Allowance for doubtful accounts	(6.3)	(4.8)	(1.5)	31.3%	(2.5)	(9.4)	6.9	(73.3%)
Marketing expenses	(36.8)	(22.5)	(14.3)	63.5%	(67.3)	(56.3)	(11.0)	19.4%
Credit Card/ Payment Slips Costs	(27.4)	(18.1)	(9.3)	51.4%	(53.5)	(37.9)	(15.6)	41.3%
Argentina	(10.3)	(4.2)	(6.2)	146.7%	(21.4)	(10.6)	(10.8)	102.4%
as % of Confirmed Bookings	(1.1%)	(0.6%)	(0.5 p.p.)		(1.1%)	(0.9%)	(0.2 p.p.)	

The **Allowance for Doubtful Accounts** increased by R\$1.5 million year-over-year, mainly reflecting the 20% growth in Confirmed Bookings in the B2B segment during the period. The increase is in line with the expansion of the operation and remains compatible with historical levels of delinquency, with no changes in the portfolio's risk profile.

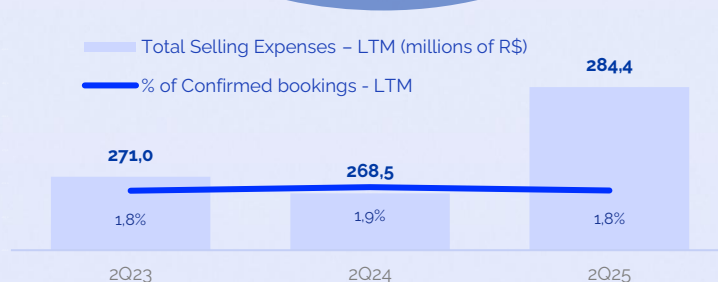
The **Marketing Expenses** had an increase of R\$14.3 million vs. 2Q24, related to a higher volume of spending on the CVC anniversary in May 2025, as well as the strengthening of campaigns in the B2B segment, directly affecting the increase in market share.

Credit Card / Payment Slips Costs

increased by R\$9.3 million, due to a higher use of credit cards as a payment method.

In the **Argentina** operation, selling expenses increased by R\$6.2 million year-over-year, with a strong reduction in *marketing* expenses in 2Q24, as well as other expenses aimed at sales stimulation.

It is worth noting that, although Consolidated Selling Expenses have increased compared to 2Q24, when annualized **the indicator is in line with the growth of Confirmed Bookings in the respective periods.**



EBITDA

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
EBITDA	87.0	58.7	28.3	48.1%	187.2	141.7	45.5	32.1%
EBITDA margin %	25.5%	20.0%	5.5 p.p		26.6%	23.2%	3.4 p.p	
(+) Non-Recurring Items	5.3	11.6	(6.3)	-54.1%	9.8	14.8	(5.0)	(33.7%)
Adjusted EBITDA	92.3	70.3	22.0	31.3%	197.0	156.5	40.5	25.8%
Adjusted EBITDA Margin %	27.0%	23.9%	3.1 p.p		28.0%	25.6%	2.4 p.p	

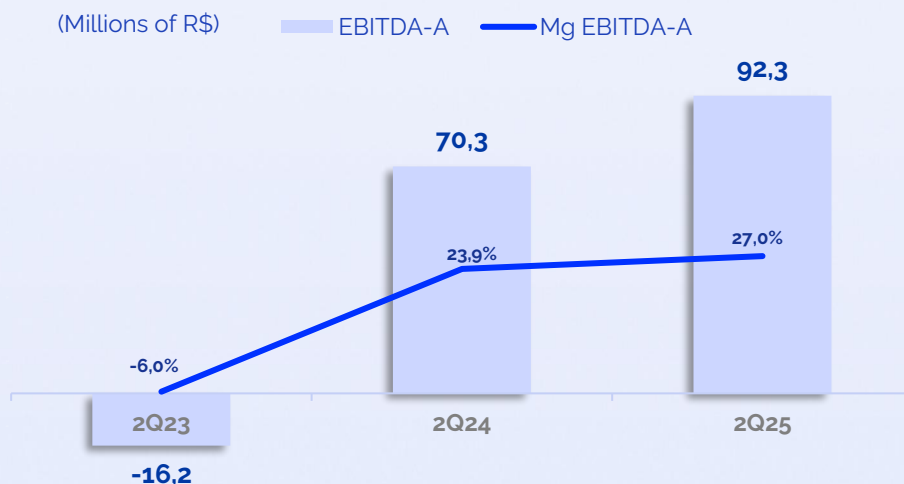


In 2Q25, CVC Corp recorded **Adjusted EBITDA of R\$92.3 million** with a margin of **27.0%**, recording **growth of R\$22 million (+31.3%)** and **+3.1 p.p. vs. 2Q24**. Year-to-date, the **Adjusted EBITDA reached R\$197 million**, recording a **growth of R\$40.5 million (+25.8%)**, with a margin of **28%**, **+2.4 p.p. vs. 1H24**.



In Brazil, the **Adjusted EBITDA reached R\$78.9 million**, with a margin of **28.0%**, a growth of **R\$18.1 million (+30%) vs. 2Q24**.

In Argentina, the **adjusted EBITDA reached R\$13.4 million**, with a margin of **22.3%**, representing an **increase of R\$3.9 million or 41% vs. 2Q24**, strengthening the recovery of operations in the country.



Financial Result

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
Financial Result	(74.8)	(16.6)	(58.2)	n/a	(127.9)	(84.1)	(43.8)	52.1%
Financial Expenses	(91.5)	(62.3)	(29.2)	46.9%	(184.6)	(143.1)	(41.5)	29.0%
Financial charges	(27.2)	(34.8)	7.6	-21.8%	(55.0)	(73.1)	18.1	(24.8%)
Interest on acquisitions	(3.4)	(2.3)	(1.1)	47.8%	(6.3)	(5.1)	(1.2)	23.5%
Taxes on financial transactions	(12.0)	(5.7)	(6.3)	110.5%	(22.0)	(8.6)	(13.4)	155.8%
Interest on Advance of Receivables	(38.0)	(16.5)	(21.5)	130.3%	(78.2)	(39.6)	(38.6)	97.5%
Interest on agreements IFRS 16	(1.5)	(1.2)	(0.3)	25.0%	(3.2)	(2.7)	(0.5)	18.5%
Other expenses	(9.4)	(1.6)	(7.8)	n/a	(19.9)	(14.1)	(5.8)	41.1%
Financial Revenues	17.0	27.4	(10.4)	(38.0%)	51.2	47.0	4.2	8.9%
Yield from interest earning bank deposits	3.6	6.1	(2.5)	(41.0%)	7.2	16.7	(9.5)	(56.9%)
Interest from receivables	4.1	-	4.1	n/a	9.0	1.7	7.3	n/a
Interest from judicial deposits	2.8	1.4	1.4	100.0%	5.2	2.0	3.2	160.0%
Other revenues	6.6	19.9	(13.3)	(66.8%)	29.7	26.6	3.1	11.7%
Exchange rate, net	(0.2)	18.2	(18.4)	(101.1%)	5.5	11.9	(6.4)	(53.8%)
Reference interest rate in the period	14.5%	10.5%	4.0 p.p		13.7%	10.9%	2.8 p.p	

Financial Result for 2Q25 totaled an expense of R\$74.8 million, an increase of R\$58.2 million compared to 2Q24, highlighting:

- (i) **Financial charges** – reduction of R\$7.6 million, mainly due to the decrease in the interest rate *spread* on debentures, because of negotiations with creditors, as well as the effect of the payment of interest in May 2025, reducing the *notional* amount used for the application of charges;
- (ii) **Taxes on financial transactions** – increase of R\$6.3 million, of which R\$3.8 million comes from the Tax on Bank Debits and Credits (Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios) in Argentina, whose increase in sales directly impacts this taxation, as well as, in Brazil, due to the increase in the Tax on Financial Transactions (IOF) rate on payments to foreign suppliers;
- (iii) **Interest on Advance Receivables** – increase of R\$21.5 million – mainly due to the increase in the reference interest rate between the periods, which was 10.5% p.a. in 2Q24 and rose to 14.5% in 2Q25;
- (iv) **Other Expenses** – increase of R\$7.8 million – which is an effect of retroactive reclassification of expenses between this line item and that of Tax on Financial Transactions;
- (v) **Other revenues** – reduction of R\$13.3 million – mainly related to the reduction of foreign exchange gains on the conversion of U.S. dollar to Pesos for the payment of local expenses, considering the change in the country's foreign exchange rate policies since April 2025;
- (vi) **Exchange Rate Variation** – reduction of R\$18.4 million, resulting from the mark-to-market of derivative contracts to offset exchange rate fluctuations (*Hedge*), in line with the variation of the U.S. dollar against Brazilian real in the period.

Depreciation and Amortization

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
Depreciation and amortization	(55.8)	(58.6)	2.8	(4.8%)	(107.7)	(108.4)	0.7	(0.6%)
Software	(37.6)	(36.9)	(0.7)	1.9%	(70.7)	(68.3)	(2.4)	3.5%
Acquisition of subsidiaries	(8.9)	(10.6)	1.7	(16.0%)	(18.3)	(21.2)	2.9	(13.7%)
Other	(9.3)	(11.1)	1.8	(16.2%)	(18.7)	(18.9)	0.2	(1.1%)

Depreciation and Amortization of the Company in 2Q25 totaled R\$55.8 million, in line with the expected depletion of assets, considering the accelerated amortization of some projects and the lower level of investment made by the company since 2023.

Adjusted Net Income (Loss)

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	1H25	1H24	Δ (R\$)	Δ (%)
EBITDA	87.0	58.7	28.3	48.2%	187.2	141.7	45.5	32.1%
Depreciation and Amortization	(55.8)	(58.6)	2.8	(4.8%)	(107.7)	(108.4)	0.7	(0.6%)
Financial Result	(74.8)	(16.6)	(58.2)	n/a	(127.9)	(84.1)	(43.8)	52.1%
Loss before income tax and social contribution	(43.7)	(16.5)	(27.2)	164.8%	(48.5)	(50.9)	2.4	(4.7%)
Indirect taxes	(2.8)	(5.7)	2.9	(51.1%)	(5.4)	(5.6)	0.2	(3.3%)
Accounting Loss	(46.4)	(22.1)	(24.3)	110.1%	(54.0)	(56.4)	2.5	(4.4%)
(+) Depreciation and Amortization	55.8	58.6	(2.7)	(4.6%)	107.7	108.4	(0.6)	(0.6%)
(-) Additions to Property, Plant and Equipment	(25.3)	(41.2)	15.9	(38.6%)	(45.7)	(52.6)	6.9	(13.2%)
Adjusted Net Income (Loss)	(15.9)	(4.8)	(11.1)	n/a	8.1	(0.8)	8.9	n/a

As a result of the effects presented, despite the increase of R\$28.3 million in EBITDA, the increase of R\$58.2 million in Financial Expenses led to an Adjusted Net Loss of R\$15.9 million in the quarter. It is worth noting that, in the six-month period, the Adjusted Net Income reached R\$8.1 million.

Managerial Cash Flow

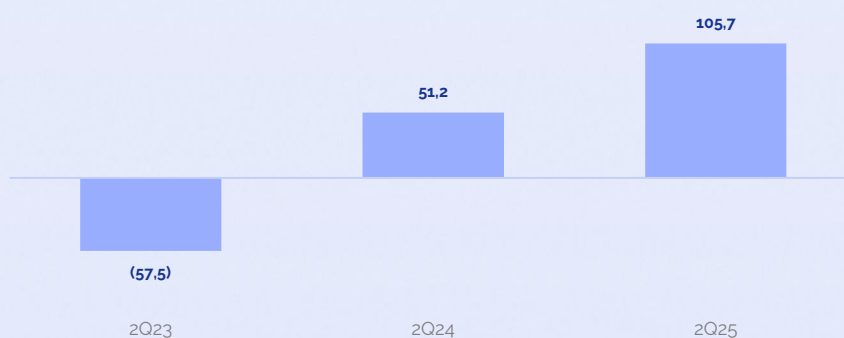
Historically, the Company uses the anticipation of credit card receivables to balance its capital needs, therefore, to better demonstrate its cash flow, we reclassify the effects of anticipation between Cash line items, as per the reconciliation in annex 4.

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	1H25	1H24	Δ (R\$)
Loss before income tax and social contribution	(43.7)	(16.5)	(27.3)	(48.4)	(50.8)	2.4
Non-cash effects	153.2	97.8	55.4	303.7	212.5	91.2
Working Capital Needs	21.5	11.1	10.4	(177.5)	(91.2)	(86.3)
Operating cash flow	131.0	92.4	38.6	77.8	70.5	7.3
Investments	(25.3)	(41.2)	15.9	(45.7)	(52.6)	6.9
Free Cash Flow to Firm (FCFF)	105.7	51.2	54.5	32.1	17.9	14.2
Financing activities and exchange-rate change effects	(165.3)	(247.2)	81.9	(181.3)	(256.5)	75.2
Free Cash Flow to Equity (FCFE)	(59.6)	(196.0)	136.4	(149.2)	(238.7)	89.5
Cash and cash equivalents at the beginning of the quarter/period	310.9	440.2	(129.3)	400.2	482.8	261.3
Cash and cash equivalents at the end of the quarter/period	251.3	244.2	7.2	251.1	244.2	7.2

The improvement of R\$54.5 million in Free Cash Flow vs. 2Q24 is due to:

- (i) **Non-cash effects – improvement of R\$55.4 million**, due to the higher volume of interest and exchange rate effects with cash effect in 2Q25;
- (ii) **Working Capital Needs – improvement of R\$10.4 million**, with the line items most impacted by the operations releasing R\$22.6 million vs. 2Q24;
- (iii) **Investments – reduction of R\$15.9 million** vs. 2Q24, with an adjustment of R\$17 million in 2Q24, related to reclassifications between income statement and balance sheet (more details in the 2Q24 Earnings Release); disregarding such effect, the investments would be largely consistent. Finally, these investments are related to technological developments and progress in artificial intelligence aimed at improving the shopping experience, as well as enhancing administrative processes.
- (iv) **Financing activities and exchange-rate change effects** – presented a lower cash outflow of R\$81.9 million vs. 2Q24, due to a lower volume of payment of interest on the debt.

Free Cash Flow (Millions of R\$)



Overall Debt

Considering the aforementioned practice of prepayment of credit card receivables, we present the CVC Corp debt covering the advanced and non-advanced receivables balances, as shown below.

Millions of R\$	2Q25	1Q25	Δ (R\$)	2Q24	Δ (R\$)
Short Term	(112.9)	(132.5)	19.6	(80.3)	(32.6)
Long Term	(537.9)	(536.6)	(1.3)	(718.8)	180.9
Gross Debt	(650.8)	(669.2)	18.4	(799.2)	148.4
Cash and Equivalents	251.1	310.9	(59.8)	244.2	6.9
Net Debt	(399.7)	(358.3)	(41.4)	(555.0)	155.3
EBITDA-A LTM	429.8	407.8	22.0	339.9	89.9
Leverage (X EBITDA LTM)	(0.9 x)	(0.9 x)	0.05 x	(1.6 x)	0.7 x
Advance of receivables	(1,051.6)	(1,116.0)	64.4	(778.6)	(273.0)
Net Debt + Advanced receivables	(1,451.4)	(1,474.3)	22.9	(1,333.6)	(117.8)
Non-advanced receivables	466.6	370.9	95.7	497.3	(30.7)
Net Debt + Non-discounted receivables	(984.8)	(1,103.4)	118.6	(836.3)	(148.5)

On June 30, 2025, Net Debt was R\$399.7 million compared to R\$555.0 million in 2Q24, which represents a reduction of R\$155.3 million between the periods, Financial Leverage decreased from 1.6X EBITDA LTM to 0.9X EBITDA LTM. While the Overall Indebtedness reduced R\$118,6 million (2,7X to 2,3X EBITDA LTM).

ANNEXES

Annex 1: Balance Sheet

Millions of R\$	2Q25	4Q24		2Q25	4Q24
Current Assets	2.223,8	2.227,0	Current Liabilities	2.551,0	2.531,7
Cash & Cash Equivalents	251,1	400,2	Debentures	9,5	9,5
Financial Investments	77,9	109,8	Derivative financial instruments	14,1	0,7
Derivative Instruments	1,9	19,6	Trade payables	502,9	585,9
Accounts Receivable	1.070,8	924,3	Advance sales of travel packages	1.726,2	1.638,7
Advances to Suppliers	646,1	554,6	Payroll and social charges	83,1	87,6
Prepaid Expenses	59,3	54,2	Current income tax and social contribution	0,1	0,8
Recoverable Taxes	45,5	38,0	Taxes and contributions payable	19,2	27,8
Other Accounts Receivable	71,2	126,3	Payables related to acquisition of subsidiaries and associates	103,4	96,9
			Lease liabilities	23,3	23,2
			Other payables	69,1	60,5
Non-Current Assets	1.541,3	1.613,7	Non-Current Liabilities	745,7	777,3
Prepaid Expenses	1,2	2,8	Debentures	536,4	532,9
Recoverable Taxes	23,9	15,4	Payable Tax Liabilities	2,0	2,3
Deferred Taxes	529,3	530,6	Provision for Legal Claims	140,0	155,9
Judicial Deposit	148,7	145,4	Accounts Payable - Acquisition of Subsidiary and Investee	1,5	2,0
Other	0,7	0,8	Liabilities of leasing	31,3	47,3
Investments	22,6	25,4	Advanced of travel agreements	4,1	2,0
Fixed Assets	766,0	829,8	Other	30,4	35,0
Intangible Assets	48,9	63,5			
			Shareholders' Equity	468,4	531,6
			Capital Stock	1.755,3	1.755,3
			Capital Reserve	1.240,0	1.233,2
			Goodwill on Capital Transaction	(183,8)	(183,8)
			Other Comprehensive Income (loss)	62,4	75,3
			Treasury shares	(3,5)	(0,1)
			Retained earnings	(2.402,0)	(2.348,1)
Total Assets	3.765,1	3.840,6	Total Liabilities and Shareholders' Equity	3.765,1	3.840,6

Annex 2: Reconciliation – Financial Statements

In 1Q25, the Company recognized in its revenues the impact of the exchange rate variation on products backed by foreign currency, since the Company contracts derivative financial instrument (Non Deliverable Forward) whose gain in Mark-to-Market was recognized in a period different from that presented. We recommend reading the explanatory notes to the financial statements of the mentioned periods for further clarification.

Millions of R\$	2Q25 FS	Accounting shift	2Q25 ER	1H25 FS	Accounting shift	1H25 ER
Net Revenue	348,2	(0,1)	348,1	724,0	2,9	726,9
Cost of provided services	(6,3)	-	(6,3)	(22,8)	-	(22,8)
Gross Margin (Net Revenue)	342,0	(0,1)	341,8	701,1	2,9	704,0
Operating Income/Expenses	(254,8)	-	(254,8)	(516,9)	-	(516,9)
Sales expenses	(80,9)	-	(80,9)	(144,7)	-	(144,7)
General and administrative expenses	(192,4)	-	(192,4)	(382,6)	-	(382,6)
Other operating income	18,4	-	18,4	10,4	-	10,4
EBITDA	87,1	(0,1)	87,0	184,3	2,9	187,2
(+) Non-Recurring Items	5,3	-	5,3	9,8	-	9,8
Adjusted EBITDA	92,5	(0,1)	92,3	194,1	2,9	197,0
Depreciation and amortization	(55,8)	-	(55,8)	(107,7)	-	(107,7)
Financial income/expenses	(75,0)	0,1	(74,8)	(125,0)	(2,9)	(127,9)
Income (loss) before taxes and social contribution	(43,7)	-	(43,7)	(48,4)	-	(48,4)
Tax and Social Contribution	(2,8)	-	(2,8)	(5,4)	-	(5,4)
Net Income (Loss)	(46,4)	-	(46,4)	(53,9)	-	(53,9)
(+) Depreciation and amortization	55,8	-	55,8	107,7	-	107,7
(-) Additions to Property, Plant and Equip	(25,3)	-	(25,3)	(45,7)	-	(45,7)
Adjusted Net Income (Loss)	(15,9)	-	(15,9)	8,1	-	8,1

Annex 3: Statement of Income

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	Δ (%)
Net Revenue	348,1	316,5	31,6	10,0%	669,8	669,8	(0,0)	0,0%
Cost of provided services	(6,3)	(22,5)	16,2	-72,1%	(22,8)	(58,4)	35,6	-60,9%
Gross Margin (Net Revenue)	341,8	294,0	47,8	16,3%	647,0	611,4	35,6	5,8%
Operating Income/Expenses	(254,8)	(235,3)	(19,5)	8,3%	(516,9)	(469,7)	(47,2)	10,0%
Sales expenses	(80,9)	(49,6)	(31,3)	63,1%	(144,7)	(114,1)	(30,5)	26,8%
General and administrative expenses	(192,4)	(190,0)	(2,3)	1,2%	(382,6)	(362,0)	(20,6)	5,7%
Other operating income	18,4	4,3	14,1	325,2%	10,4	6,4	4,0	61,9%
EBITDA	87,0	58,7	28,3	48,1%	187,2	141,7	45,5	32,1%
(+) Non-Recurring Items	5,3	11,6	(6,3)	-54,1%	9,8	14,8	(5,0)	-33,8%
Adjusted EBITDA	92,3	70,3	22,0	31,3%	197,0	156,5	40,5	25,9%
Depreciation and amortization	(55,8)	(58,6)	2,7	-4,6%	(107,7)	(108,4)	0,7	-0,6%
Financial income/expenses	(74,8)	(16,6)	(58,2)	350,4%	(127,9)	(84,2)	(43,8)	52,0%
Income (loss) before taxes and social contribution	(43,7)	(16,4)	(27,2)	165,5%	(48,4)	(50,8)	2,4	-4,8%
Tax and Social Contribution	(2,8)	(5,7)	3,0	-51,9%	(5,4)	(5,7)	0,3	-4,5%
Net Income (Loss)	(46,4)	(22,2)	(24,2)	109,3%	(53,9)	(56,5)	2,7	-4,7%
(+) Depreciation and amortization	55,8	58,6	(2,7)	-4,6%	107,7	108,4	(0,7)	-0,6%
(-) Additions to Property, Plant and Equip	(25,3)	(41,2)	15,9	-38,6%	(45,7)	(52,6)	6,9	-13,2%
Adjusted Net Income (Loss)	(15,9)	(4,8)	(11,1)	227,2%	8,1	(0,8)	8,9	n/a

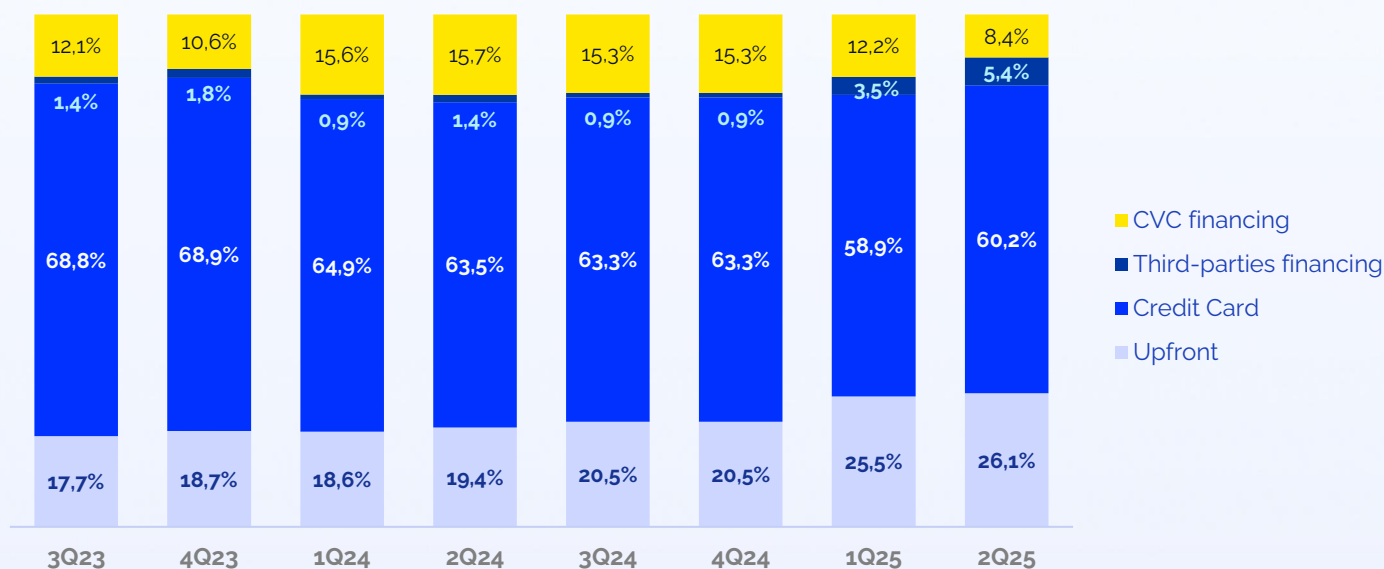
Annex 4: Reconciliation – Cash Flow

Millions of R\$	DFP		Accounting shift		Earnings Release	
	2Q25	2Q24	2Q25	2Q24	2Q25	2Q24
(Income/ loss) before income tax and social contribution	(43,7)	(16,4)			(43,7)	(16,4)
Depreciation and amortization	55,8	58,6			55,8	58,6
Impairment loss of accounts receivable	6,3	4,8			6,3	4,8
Interest and inflation adjustments and exchange-rate changes	75,6	32,2			75,6	32,2
Equity in investments	-	-			-	-
Provisions (reversal) for lawsuits and proceedings	8,4	(1,0)			8,4	(1,0)
Changes in fair value of the call option	-	-			-	-
Impairment of Submarino Viagens	-	-			-	-
Write-off of property, plant and equipment, intangible assets and lease contracts	0,1	(1,1)			0,1	(1,1)
Other provisions	3,3	4,4			3,3	4,4
Adjustments to reconcile income (loss) for the period with cash from operating activities	149,6	97,8	-	-	149,6	97,8
Trade accounts receivable	(162,3)	(245,3)			(162,3)	(245,3)
Effects of discounted receivables (interest included)	-	-	102,4	84,3	102,4	84,3
Advances to suppliers	(52,1)	(71,5)			(52,1)	(71,5)
Bonds and exchanges	-	-			-	-
Suppliers	(64,8)	(37,8)			(64,8)	(37,8)
Advanced travel agreements of tour packages	199,9	241,0			199,9	241,0
Changes in taxes recoverable/payable	(9,4)	(8,3)			(9,4)	(8,3)
Settlement of financial instruments	(1,8)	0,4			(1,8)	0,4
Salaries and social charges	(13,7)	2,8			(13,7)	2,8
Income tax and social contribution paid	(0,2)	(0,1)			(0,2)	(0,1)
Lawsuits and proceedings	(9,6)	(9,3)			(9,6)	(9,3)
Changes in other assets	30,8	54,3			30,8	54,3
Changes in other liabilities	5,9	0,5			5,9	0,5
Decrease (increase) in assets and liabilities	(77,3)	(73,3)	102,4	84,3	25,1	11,1
Net cash Flow from operating activities	28,6	8,1	102,4	84,3	131,0	92,4
Property, plant and equipment	(1,5)	(2,1)			(1,5)	(2,1)
Intangible assets	(23,8)	(39,1)			(23,8)	(39,1)
Net cash invested in investment activities (Capex)	(25,3)	(41,2)	-	-	(25,3)	(41,2)
Free cash flow	3,4	(33,1)	102,4	84,3	105,7	51,2
Raising of debentures and loans	-	-			-	-
Settlement of debentures and loans	-	-			-	-
Capital increase	-	-			-	-
Acquisition of own shares	(2,0)	-			(2,0)	-
Dividends paid	-	-			-	-
Interest paid	(49,6)	(152,8)			(49,6)	(152,8)
Effects of discounted receivables (interest included)	-	-	(102,4)	(84,3)	(102,4)	(84,3)
Acquisition of subsidiaries	(0,2)	(14,1)			(0,2)	(14,1)
Payment of lease - IFRS16	(6,4)	(4,9)			(6,4)	(4,9)
Net cash (invested in) from financing activities	(58,2)	(171,8)	(102,4)	(84,3)	(160,6)	(256,1)
Exchange-rate change and cash and cash equivalents	(4,9)	8,9			(4,9)	8,9
Increase (decrease) in cash and cash equivalents, net	(59,8)	(196,0)	-	-	(59,8)	(196,0)
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	400,2	482,8			400,2	482,8
Cash and cash equivalents at the end of the period	251,0	244,1			310,9	440,2

Annex 5: Cash Flow

Millions of R\$	2Q25	2Q24	Δ (R\$)	1H25	1H24	Δ (R\$)
(Income/ loss) before income tax and social contribution	(43,7)	(16,4)	(27,2)	(48,4)	(50,8)	2,4
Depreciation and amortization	55,8	58,6	(2,7)	107,7	108,4	(0,7)
Impairment loss of accounts receivable	6,3	4,8	1,5	2,6	9,4	(6,8)
Interest and inflation adjustments and exchange-rate changes	75,6	32,2	43,4	173,9	91,0	83,0
Equity in investments	-	-	-	-	0,0	(0,0)
Provisions (reversal) for lawsuits and proceedings	8,4	(1,0)	9,4	12,9	(4,0)	16,9
Changes in fair value of the call option	-	-	-	-	-	-
Impairment of Submarino Viagens	-	-	-	-	-	-
Write-off of property, plant and equipment, intangible assets and lease contracts	0,1	(1,1)	1,2	0,1	(0,6)	0,7
Other provisions	3,3	4,4	(1,1)	6,5	8,4	(1,9)
Adjustments to reconcile income (loss) for the period with cash from operating activities	149,6	97,8	51,8	303,7	212,5	91,2
Trade accounts receivable	(162,3)	(245,3)	83,0	(231,9)	(281,1)	49,2
Effects of discounted receivables (interest included)	102,4	84,3	18,0	90,6	74,5	16,1
Advances to suppliers	(52,1)	(71,5)	19,4	(99,4)	161,5	(260,8)
Bonds and exchanges	-	-	-	-	-	-
Suppliers	(64,8)	(37,8)	(27,0)	(69,6)	(261,3)	191,7
Advanced travel agreements of tour packages	199,9	241,0	(41,1)	119,2	224,0	(104,8)
Changes in taxes recoverable/payable	(9,4)	(8,3)	(1,0)	(29,6)	(8,4)	(21,2)
Settlement of financial instruments	(1,8)	0,4	(2,2)	(5,0)	0,4	(5,4)
Salaries and social charges	(13,7)	2,8	(16,5)	(3,1)	5,5	(8,5)
Income tax and social contribution paid	(0,2)	(0,1)	(0,2)	(1,1)	(0,3)	(0,8)
Lawsuits and proceedings	(9,6)	(9,3)	(0,3)	(16,6)	(16,5)	(0,0)
Changes in other assets	30,8	54,3	(23,4)	67,0	(19,9)	87,0
Changes in other liabilities	5,9	0,5	5,4	1,9	30,5	(28,6)
Decrease (increase) in assets and liabilities	25,1	11,1	14,0	(177,5)	(91,2)	(86,3)
Net cash Flow from operating activities	131,0	92,4	38,6	77,8	70,5	7,3
Property, plant and equipment	(1,5)	(2,1)	0,6	(1,6)	(2,5)	0,9
Intangible assets	(23,8)	(39,1)	15,3	(44,1)	(50,1)	6,0
Net cash invested in investment activities (Capex)	(25,3)	(41,2)	15,9	(45,7)	(52,6)	6,9
Free cash flow	105,7	51,2	54,5	32,1	17,9	14,3
Raising of debentures and loans	-	-	-	-	-	-
Settlement of debentures and loans	-	-	-	-	-	-
Capital increase	-	-	-	-	-	-
Acquisition of own shares	(2,0)	-	(2,0)	(3,4)	-	(3,4)
Dividends paid	-	-	-	-	-	-
Interest paid	(49,6)	(152,8)	103,2	(51,3)	(155,6)	104,3
Effects of discounted receivables (interest included)	(102,4)	(84,3)	(18,0)	(90,6)	(74,5)	(16,1)
Acquisition of subsidiaries	(0,2)	(14,1)		(0,2)	(15,2)	
Payment of lease - IFRS16	(6,4)	(4,9)	(1,5)	(16,1)	(21,5)	5,4
Net cash (invested in) from financing activities	(160,6)	(256,1)	95,5	(161,6)	(266,7)	105,1
Exchange-rate change and cash and cash equivalents	(4,9)	8,9	(13,8)	(19,7)	10,2	(29,8)
Increase (decrease) in cash and cash equivalents, net	(59,8)	(196,0)	136,2	(149,2)	(238,7)	89,5
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	400,2	482,8	(82,6)	400,2	482,8	(82,6)
Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	251,0	244,1	6,9	251,1	244,2	6,9

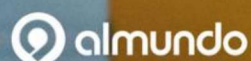
Annex 6: Representativeness of payment methods – CVC Lazer



Annex 7: Evolution of the store network

	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
Brazil	1.137	1.185	1.249	1.341	1.358	1.393
CVC	1.084	1.132	1.196	1.286	1.303	1.338
Own stores	4	4	4	4	4	4
Franchises	1.080	1.128	1.192	1.282	1.299	1.334
Experimento	53	53	53	55	55	55
Own stores	2	2	2	2	2	2
Franchises	51	51	51	53	53	53
Argentina	123	125	143	151	165	172
Almundo	123	125	143	151	165	172
Own stores	2	1	1	1	1	1
Franchises	121	124	142	150	164	171
Total CVC Corp	1.260	1.310	1.392	1.492	1.523	1.565

Divulgação de Resultados 2T25



Destacados Financieros y Operativos



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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

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

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

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



Teleconferencia de Resultados

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

Teleconferencia
[Haga clic aquí](#)



Relaciones con Inversionistas

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

Felipe Gomes
Rodrigo Táboas
Tiago Nishimura

La información operativa y financiera a continuación, excepto cuando se indica lo contrario, se presenta en millones de reales nominales y se elabora de acuerdo con las normas contables brasileñas, especialmente la Ley nº 6.404/76 y los dictámenes emitidos por el Comité de Dictámenes Contables ("CPC") y aprobados por la Comisión de Valores Mobiliarios ("CVM") y deben leerse en conjunto con los estados financieros y las notas explicativas del período finalizado el 30 de junio de 2025.

Sumario

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

Mensaje de la Administración

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Reservas Confirmadas y Reservas Consumidas

Reservas Confirmadas

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

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

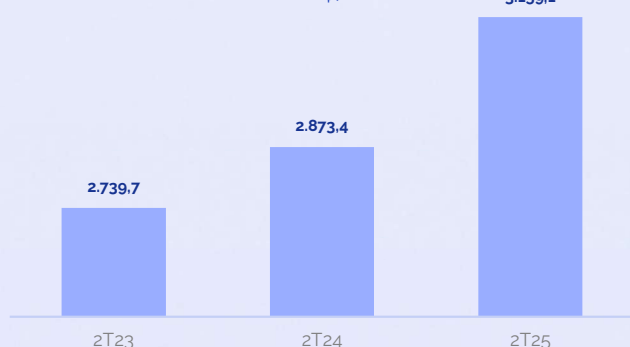


En Brasil, las Reservas Confirmadas aumentaron el 9,9% vs. 2T24 como resultado de los desempeños: (i) en el **B2B**, *Rextur Advance* tuvo su desempeño positivo relacionado con el plan de incorporación de clientes globales a su base, reforzando su posición como la mayor consolidadora aérea del país;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

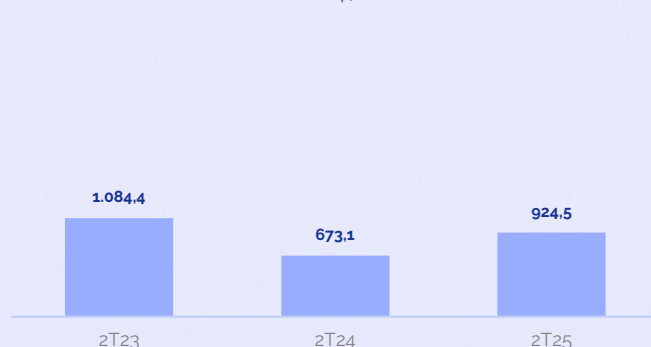


En Argentina, las Reservas Confirmadas aumentaron el 37%, manteniendo la trayectoria económica que viene observándose desde el segundo semestre de 2024, destacamos el fuerte desempeño de nuestra Consolidadora *Ola*, que registró fuerte desempeño en la comparación anual, principalmente, debido a la estrategia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

Reservas Confirmadas - Brasil (millones de R\$)



Reservas Confirmadas - Argentina (millones de R\$)



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

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

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

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

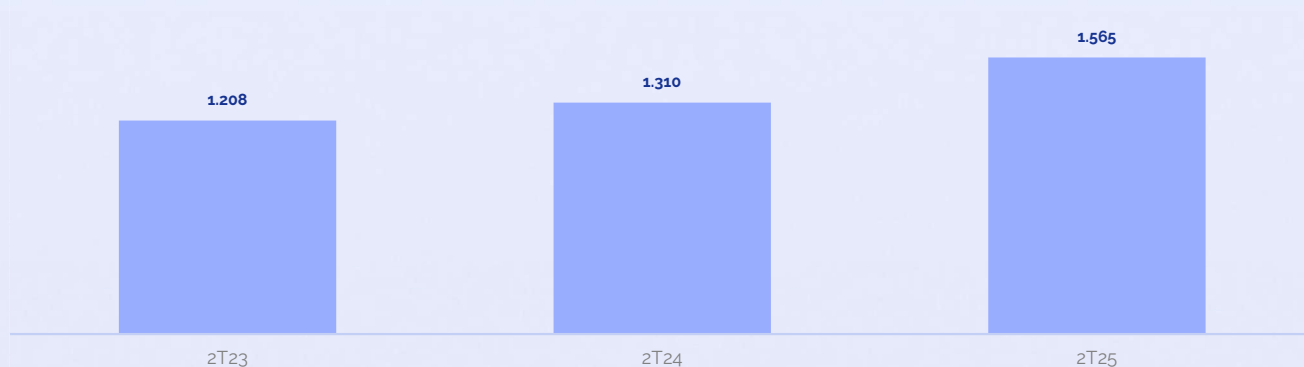
En este trimestre, tuvimos seis cierres de tiendas, cantidad alineada con el historial de CVC Lazer.

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

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

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

Total de Tiendas - CVC Corp



Productos Exclusivos - CVC Lazer

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

Reservas Consumidas

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

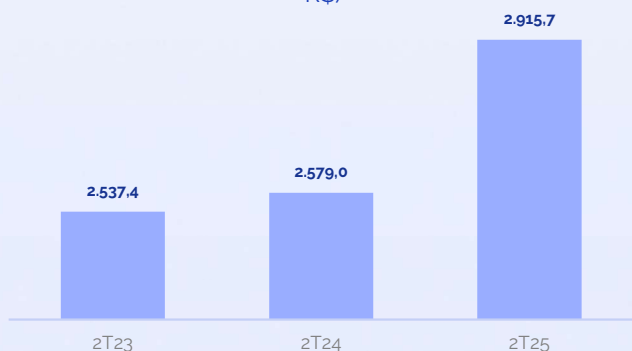


En Brasil, las Reservas Consumidas alcanzaron R\$ 2.915,7 millones en el 2T25, un avance del 13,1% año a año, resultado influenciado por el cambio de la dinámica del plazo de embarque entre B2C y B2B, dado que el B2B aumentó su participación en el mix operando con un plazo entre la compra y el embarque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

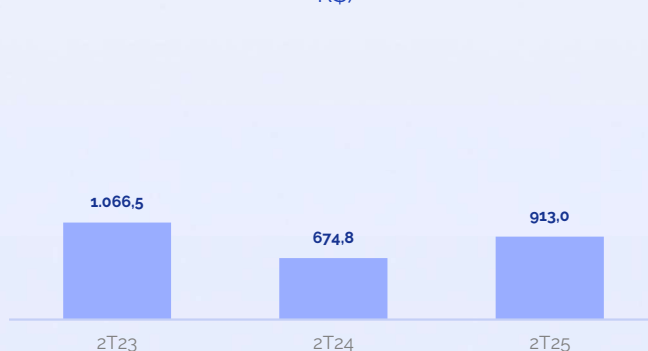


Las Reservas Consumidas de Argentina fueron de R\$ 913 millones en el 2T25, un aumento del 35,3% vs. 2T24, aun ante una fuerte base de comparación en el 2T24 (todavía reflejo de las ventas récord del 4T23). Destacamos el fuerte desempeño de Ola, marca que representa el segmento B2B en el país, que sigue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

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



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



Ingresos Netos y Take Rate

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

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

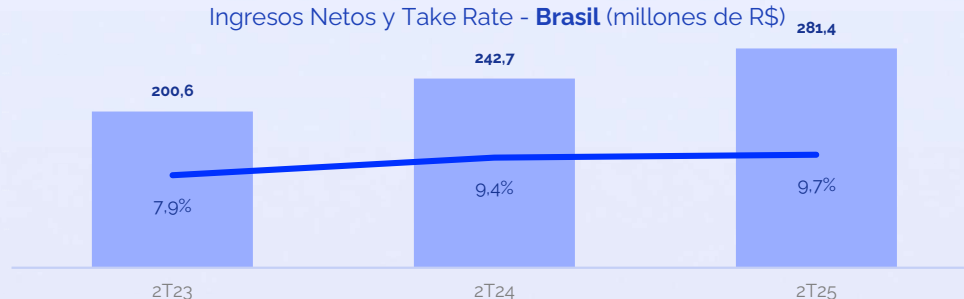


En Brasil, la comparación anual presenta **crecimiento del 16% de los Ingresos Netos**, con un **aumento de 0,3 p.p. en la Take Rate vs. 2T24**; dicho aumento se explica por la reducción de las ventas de cruceros en 2025, producto que tiene una *take rate* menor que la promedio, colaborando a una mejora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

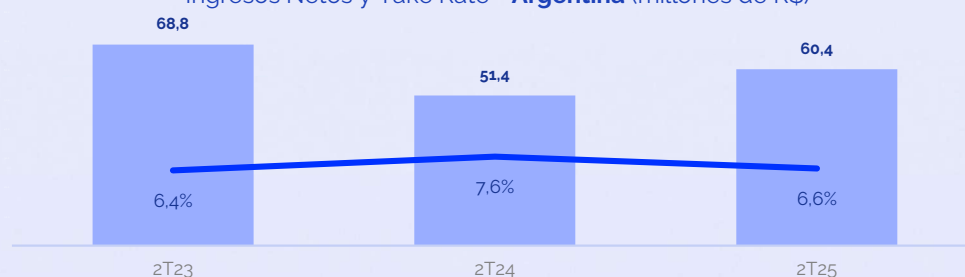


En Argentina, los Ingresos Netos **presentaron un crecimiento del 17,6%**, con *Take Rate* del 6,6%, caída de 1,0 p.p. vs. el 2T24, reflejo del aumento de la participación de Ola en el mix de ventas que, por su naturaleza B2B, tiene una *Take Rate* inferior a la de Almundo (B2C).

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



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



Gastos Operativos

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

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



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



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

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

Gastos de Ventas

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

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

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

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

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

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

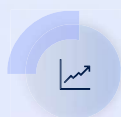
En la operación de **Argentina**, los gastos de ventas aumentaron R\$ 6,2 millones en la comparación anual; en el 2T24 hubo una fuerte reducción de los gastos de *marketing*, así como en otros gastos dirigidos a estímulo de ventas.

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

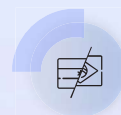


EBITDA

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



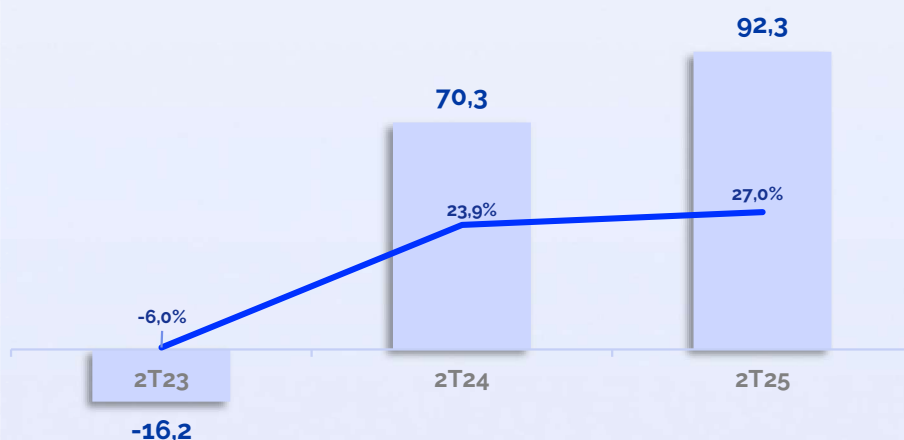
En el 2T25, CVC Corp registró **EBITDA ajustado de R\$ 92,3 millones con un margen del 27%**, presentando **crecimiento de R\$ 22 millones (+31,3%) y +3,1 p.p. vs. 2T24**. En el acumulado del año, el EBITDA ajustado alcanzó R\$ 197 millones, presentando **crecimiento de R\$ 40,5 millones (+25,8%), con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



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

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

(millones de R\$) EBITDA-A Mg EBITDA-A



Resultado Financiero

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

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

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

Depreciación y Amortización

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

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

Ganancia (Pérdida) Neta Ajustada

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

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

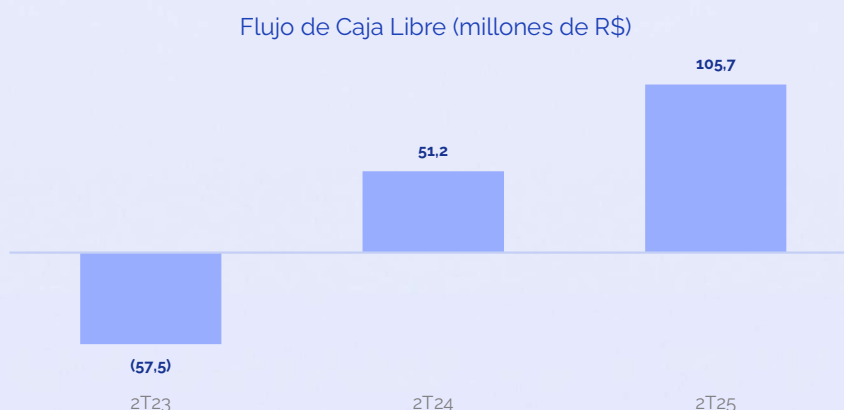
Flujo de Caja Gerencial

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

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

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

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



Endeudamiento General

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

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

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

ANEXOS

Anexo 1: Balance

R\$ Millones	2T25	4T24		2T25	4T24
Corriente	2.223,8	2.227,0	Corriente	2.551,0	2.531,7
Efectivo y equivalentes de	251.1	400.2	Debentures	9.5	9.5
Inversiones financieras	77.9	109.8	Instrumentos financieros	14.1	0.7
Instrumentos financieros	1.9	19.6	Proveedores	502.9	585.9
Cuentas por cobrar de clientes	1.070.8	924.3	Contratos anticipados para	1.726.2	1.638.7
Anticipos a proveedores	646.1	554.6	Salarios y cotizaciones a la	83.1	87.6
Gastos previstos	59.3	54.2	Impuesto sobre la renta y	0.1	0.8
Impuestos a recuperar	45.5	38.0	Impuestos y contribuciones a	19.2	27.8
Otras cuentas por cobrar	71.2	126.3	Cuentas por pagar para la	103.4	96.9
			Responsabilidad por	23.3	23.2
			Otras cuentas por pagar	69.1	60.5
No corriente	1.541.3	1.613.7	No corriente	745.7	777.3
Gastos previstos	1.2	2.8	Debentures	536.4	532.9
Impuestos a recuperar	23.9	15.4	Impuestos y contribuciones a	2.0	2.3
Impuesto sobre la renta diferido	529.3	530.6	Provisión para reclamaciones y	140.0	155.9
Depósitos judiciales	148.7	145.4	Cuentas por pagar para la	1.5	2.0
Otras cuentas por cobrar	0.7	0.8	Responsabilidad por	31.3	47.3
Inversiones	22.6	25.4	Contratos anticipados para	4.1	2.0
Activos fijos	766.0	829.8	Otras cuentas por pagar	30.4	35.0
Activos intangibles	48.9	63.5			
			Equidad	468.4	531.6
			Capital social	1.755.3	1.755.3
			Reservas de capital	1.240.0	1.233.2
			Fondo de comercio en	(183.8)	(183.8)
			Otros resultados integrales	62.4	75.3
			Autocartera	(3.5)	(0.1)
			Pérdidas acumuladas	(2.402.0)	(2.348.1)
Activos totales	3.765,1	3.840,6	Pasivos totales y capital	3.765,1	3.840,6

Anexo 2: Reconciliación – Estados Financieros

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

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

Anexo 3: Cuentas de resultado

R\$ Millones	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)	2T25	2T24	Δ (R\$)	Δ (%)
Ingresos netos por ventas	348,1	316,5	31,6	10,0%	669,8	669,8	(0,0)	0,0%
Costo de los servicios prestados	(6,3)	(22,5)	16,2	-72,1%	(22,8)	(58,4)	35,6	-60,9%
Utilidad Bruta (Ingresos Netos)	341,8	294,0	47,8	16,3%	647,0	611,4	35,6	5,8%
Ingresos (gastos) de explotación	(254,8)	(235,3)	(19,5)	8,3%	(516,9)	(469,7)	(47,2)	10,0%
Gastos de ventas	(80,9)	(49,6)	(31,3)	63,1%	(144,7)	(114,1)	(30,5)	26,8%
Gastos generales y administrativos	(192,4)	(190,0)	(2,3)	1,2%	(382,6)	(362,0)	(20,6)	5,7%
Otros ingresos (gastos) de explotación	18,4	4,3	14,1	325,2%	10,4	6,4	4,0	61,9%
EBITDA	87,0	58,7	28,3	48,1%	187,2	141,7	45,5	32,1%
(+) Elementos no recurrentes	5,3	11,6	(6,3)	-54,1%	9,8	14,8	(5,0)	-33,8%
EBITDA Ajustado	92,3	70,3	22,0	31,3%	197,0	156,5	40,5	25,9%
Depreciación y amortización	(55,8)	(58,6)	2,7	-4,6%	(107,7)	(108,4)	0,7	-0,6%
Resultado financiero	(74,8)	(16,6)	(58,2)	350,4%	(127,9)	(84,2)	(43,8)	52,0%
Pérdida antes del impuesto sobre la renta y la cotización social	(43,7)	(16,4)	(27,2)	165,5%	(48,4)	(50,8)	2,4	-4,8%
Impuesto sobre la renta y cotización social	(2,8)	(5,7)	3,0	-51,9%	(5,4)	(5,7)	0,3	-4,5%
Pérdida contable neta	(46,4)	(22,2)	(24,2)	109,3%	(53,9)	(56,5)	2,7	-4,7%
(+) Depreciación y amortización	55,8	58,6	(2,7)	-4,6%	107,7	108,4	(0,7)	-0,6%
(-) Adiciones a activos intangibles y fijos (efectivo)	(25,3)	(41,2)	15,9	-38,6%	(45,7)	(52,6)	6,9	-13,2%
Ganancia (Pérdida) contable neta	(15,9)	(4,8)	(11,1)	227,2%	8,1	(0,8)	8,9	n/a

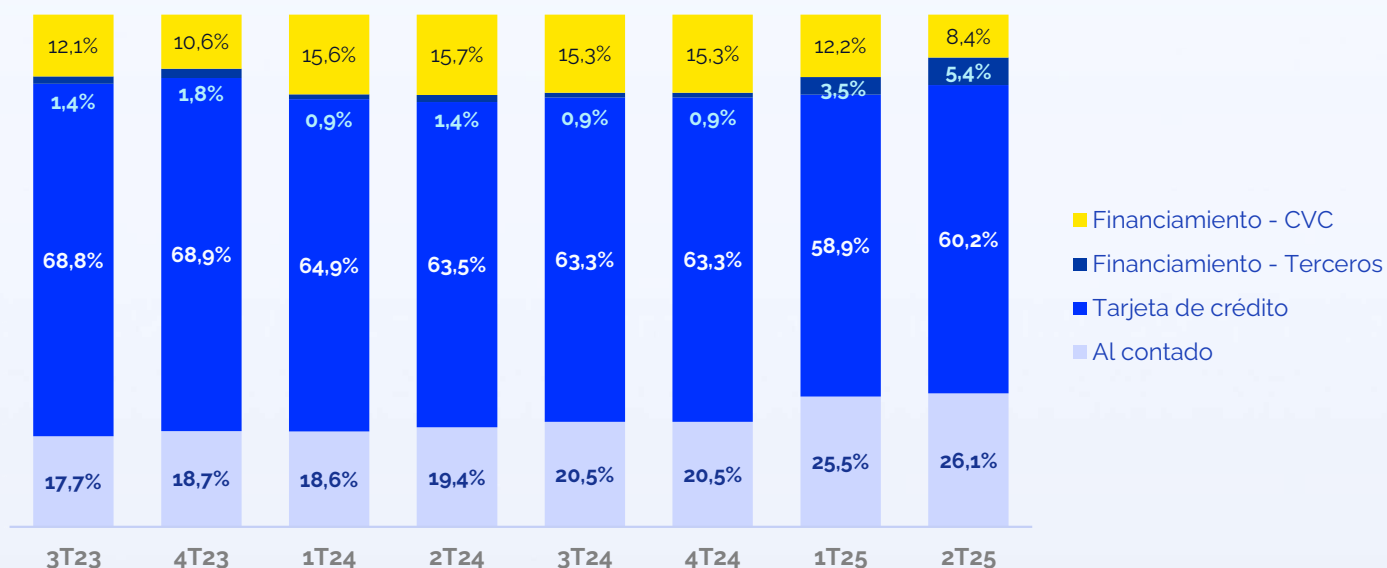
Anexo 4: Flujo de caja – Método indirecto (conciliación DFP)

R\$ Millones	DFP		Reclasificación		Divulgación de Resultado	
	2T25	2T24	2T25	2T24	2T25	2T24
Pérdida antes del impuesto sobre la renta y la cotización social	(43,7)	(16,4)			(43,7)	(16,4)
Depreciación y amortización	55,8	58,6			55,8	58,6
Pérdida por deterioro	6,3	4,8			6,3	4,8
Tipos de interés y variaciones monetarias y cambiarias	75,6	32,2			75,6	32,2
Equidad	-	-			-	-
Provisión (reversión) para reclamaciones judiciales y administrativas	8,4	(1,0)			8,4	(1,0)
Cambios en lo valor justo de los derivados	-	-			-	-
Baja por impairment	-	-			-	-
Retiro de activos fijos, intangibles y contratos de arrendamiento	0,1	(1,1)			0,1	(1,1)
Otras disposiciones	3,3	4,4			3,3	4,4
Ajustes para conciliar el resultado del ejercicio con el efectivo de las actividades operativas	149,6	97,8	-	-	149,6	97,8
Cuentas por cobrar de clientes	(162,3)	(245,3)			(162,3)	(245,3)
Efectos de la anticipación de créditos (incluidos los intereses)	-	-	102,4	84,3	102,4	84,3
Anticipos a proveedores	(52,1)	(71,5)			(52,1)	(71,5)
Titulos e valores mobiliarios	-	-			-	-
Proveedores	(64,8)	(37,8)			(64,8)	(37,8)
Contratos para enviar por adelantado	199,9	241,0			199,9	241,0
Variación de los impuestos a recuperar/recaudar	(9,4)	(8,3)			(9,4)	(8,3)
Liquidación de instrumentos financieros	(1,8)	0,4			(1,8)	0,4
Salarios y cotizaciones a la seguridad social	(13,7)	2,8			(13,7)	2,8
Impuesto sobre la renta y cotización social pagados	(0,2)	(0,1)			(0,2)	(0,1)
Demandas judiciales y administrativas	(9,6)	(9,3)			(9,6)	(9,3)
Variación en otros activos	30,8	54,3			30,8	54,3
Variación de otros pasivos	5,9	0,5			5,9	0,5
Reducción (aumento) de activos y pasivos	(77,3)	(73,3)	102,4	84,3	25,1	11,1
Efectivo neto de las actividades operativas	28,6	8,1	102,4	84,3	131,0	92,4
Activos fijos	(1,5)	(2,1)			(1,5)	(2,1)
Activos intangibles	(23,8)	(39,1)			(23,8)	(39,1)
Efectivo neto invertido en actividades de inversión	(25,3)	(41,2)	-	-	(25,3)	(41,2)
Flujo de caja libre	3,4	(33,1)	102,4	84,3	105,7	51,2
Captação de empréstimos / debêntures / derivativos	-	-			-	-
Liquidación de préstamos/debentures	-	-			-	-
Aumento de capital no exercício de ações	-	-			-	-
Pago por adquisición de acciones propias	(2,0)	-			(2,0)	-
Dividendos pagos	-	-			-	-
Intereses pagados	(49,6)	(152,8)			(49,6)	(152,8)
Efectos de la anticipación de créditos (incluidos los intereses)	-	-	(102,4)	(84,3)	(102,4)	(84,3)
Adquisición de filiales	(0,2)	(14,1)			(0,2)	(14,1)
Pago de alquileres	(6,4)	(4,9)			(6,4)	(4,9)
Efectivo neto (invertido) de las actividades de financiación	(58,2)	(171,8)	(102,4)	(84,3)	(160,6)	(256,1)
Variación del tipo de cambio: efectivo y equivalentes de efectivo	(4,9)	8,9			(4,9)	8,9
Aumento (disminución) de efectivo y equivalentes netos de efectivo	(59,8)	(196,0)	-	-	(59,8)	(196,0)
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año	400,2	482,8			400,2	482,8
Efectivo y equivalentes de efectivo al cierre del ejercicio	251,0	244,1			310,9	440,2

Anexo 5: Flujo de Caja – Método Indirecto

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

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



Anexo 7: Evolucion de la red de tiendas

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