

RESULTADOS | 3T21

Teleconferência de Resultados 3T21

Terça-feira, 16 de novembro de 2021
Português e Inglês: 14:00 (BRT) | 12:00 am (EDT)
com tradução simultânea

Português: +55 11 4210-1803 / +55 11 4090-1621
Inglês: +1 844 204-8942

Santo André, 12 de novembro de 2021: CVC Brasil Operadora e Agência de Viagens S.A. (B3: CVCB3) informa aos seus acionistas e demais participantes do mercado os resultados do terceiro trimestre de 2021 (3T21). 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 demonstrações financeiras e notas explicativas para o período de nove meses findos em 30 de setembro de 2021.

O portfólio de Unidades de Negócios da Companhia é composto por:



Destaques do período

R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Reservas Confirmadas	2.918,4	1.671,6	74,6%	1.042,0	180,1%	5.922,9	4.513,7	31,2%
Reservas Totais	2.597,9	1.393,1	86,5%	654,7	296,8%	5.371,7	4.855,4	10,6%
Receita Líquida	230,4	115,5	99,4%	62,0	271,4%	511,8	354,6	44,3%
Margem Líquida	8,9%	8,3%	0,6p.p	9,5%	-0,6p.p	9,5%	7,3%	2,2p.p
EBITDA - Ajustado	(33,3)	(130,8)	74,6%	(135,3)	75,4%	(227,5)	(325,0)	30,0%
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado	(81,9)	(176,2)	53,5%	(201,9)	59,4%	(342,4)	(534,0)	35,9%

1. Sumário do desempenho do 3º trimestre de 2021

- As Reservas Confirmadas cresceram novamente em ritmo acelerado (180% quando comparadas ao mesmo trimestre do ano anterior ou 75% frente ao 2º trimestre de 2021), influenciada positivamente pela retomada de planos de viagens e avanço da vacinação no Brasil e na Argentina.
- Na operação Brasil, Reservas Confirmadas alcançaram 64% do montante reportado no 3T19, com destaque para setembro, 72% na comparação com o mesmo mês de 2019: 92% em destinos domésticos e 44% nos internacionais, este último com pronunciada progressão ao longo do trimestre, também favorecido pela redução das restrições para admissão de viajantes pelos países bem como pelo gradual aumento da disponibilidade de malha aérea.
- Recuperação do *take rate* frente ao 2T21, o qual avançou 0,6 p.p. para 8,9%, com maior participação no embarque, de vendas realizadas este ano, as quais possuem margem mais elevadas daquelas realizadas pré-pandemia, ainda que o mix de aéreo tenha sido maior no 3T21, especialmente na Unidade B2B. Custos incorridos com cancelamentos e remarcações foram menores no 3T21 do que no trimestre anterior. A Receita Líquida do 3T21 foi 99% superior ao 2T21, impactada por crescimento dos embarques no Brasil para destinos domésticos e, ao final do trimestre, para destinos internacionais, além do aumento de margem (*take rate*). Na Argentina, houve crescimento de 71% nas reservas totais frente ao 2T21, porém com menor margem, dado o crescimento do mercado doméstico por estímulos governamentais.
- O EBITDA Ajustado foi negativo em R\$ 33,3 milhões no 3T21 (ante R\$ 130,8 milhões do 2T21), beneficiado pelo crescimento da receita (99%) e controle de despesas gerais e administrativas, por economia com serviços de terceiros e redução temporária de jornada, que regrediram 2,8% no período.

2. Comentários da Administração

O terceiro trimestre de 2021 continuou a evidenciar a retomada do setor de turismo, com evoluções nas vendas e embarques de viagens domésticas, bem como no anúncio de menores restrições a entrada em países com forte potencial turístico, que começam a registrar forte aumento do interesse por parte de viajantes.

O índice de atividades turísticas apresenta crescimento há 4 meses consecutivos, de acordo com a Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), divulgada em outubro pelo Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE). Em agosto último, o índice foi 4,6% superior ao mês anterior, apresentando crescimento de 11,5% no acumulado do ano.

Dois fatores, em particular, contribuem para essa retomada: (i) o rápido avanço da vacinação, no Brasil e Argentina (onde ao menos 75% e 77% da população, respectivamente, já receberam ao menos uma dose, de acordo com o website *WorldinData.com*) e seus resultados decorrentes, com baixo número de novos casos, internações e óbitos, e (ii) a sinalização, por parte das principais companhias aéreas, de alto crescimento de disponibilidade de voos para o quarto trimestre e reestabelecimento de rotas em 2022.

Tal como observado no 3T21, reservas confirmadas novamente apresentaram volume maior que o de embarques, importante sinalização da retomada da confiança de viajantes. Os embarques tendem a ocorrer em maior proporção a partir do final do ano, quando inicia-se o período de férias, e devem produzir maior reconhecimento de receita, especialmente no B2C onde este reconhecimento se dá preponderantemente no momento do embarque.

Dessa forma, adentramos o quarto trimestre otimistas com o desempenho do turismo doméstico, cujo as vendas já são similares às observadas no mesmo período de 2019, e antevendo um crescimento mais acelerado das vendas para destinos no exterior, à semelhança do verificado no turismo doméstico meses atrás. A conclusão do aumento de capital propiciou reforço de caixa para sustentar as operações nos próximos meses e permanecemos atentos ao ritmo da retomada e eventuais necessidades adicionais de financiamento.

Acreditamos que a CVC Corp segue bem posicionada e preparada para a retomada do turismo doméstico e internacional, com posição privilegiada no mercado. Lançamos em outubro o novo conceito de loja da CVC, o qual será adotado por toda rede nos próximos anos, e retomamos planos de expansão da rede. Ademais, o início da migração das marcas do B2B e a aquisição remanescente do capital da VHC e da Ola são importantes passos na execução do nosso planejamento de longo prazo, que se somará a outras importantes entregas nos próximos trimestres a fim de propiciar melhor experiência de compra, nível de serviço, crescimento de vendas e rentabilidade para CVC Corp.

3. Principais eventos do período

Homologação do aumento de capital e pagamento de debêntures

Em 31 de agosto foi concluída a homologação de aumento de capital no valor de R\$ 454,2 milhões por meio da emissão de aproximadamente 23,8 milhões de novas ações ordinárias. Do valor captado, R\$ 202,3 milhões foram destinados ao pagamento de dívidas, tendo sido quitadas, em 3 de setembro, integralmente a 3ª emissão de Debêntures (negociada sob o código CVCB13), 10% da primeira e da segunda séries da 4ª emissão de Debêntures (CVCB14 e CVCB24) e da 5ª emissão de Debêntures (CVCB15).

O montante remanescente permaneceu em caixa para o desenvolvimento das iniciativas estratégicas da Companhia no longo prazo e em capital de giro para sustentação da organização frente a retomada das operações no setor de turismo.

Todos os documentos referentes ao aumento de capital encontram-se à disposição no *website* da Companhia e da CVM.

Elevação do *rating* de crédito da CVC Corp para brBB

Em 19 de agosto, a agência de classificação de riscos Standard and Poor's (S&P) elevou o *rating* corporativo da CVC Corp de brB para brBB na Escala Nacional Brasil, com perspectiva estável.

Aquisição do capital remanescente da VHC

Em 12 de agosto, a companhia adquiriu parcela remanescente do capital da VHC. Concomitantemente, Maurício Teles Montilha, até então Diretor Executivo de Finanças e de Relações com Investidores da CVC Corp, foi indicado para a posição de CEO da VHC e Fabio Cardoso, fundador e Presidente da VHC, passou a atuar como *Chief Operating Officer* (COO).

Mudanças na Diretoria de Finanças e Relações com Investidores

Marcelo Kopel foi eleito, em primeiro de setembro, Diretor de Finanças e de Relações com Investidores da CVC Corp, em substituição a Maurício Teles Montilha. Marcelo é graduado em Administração de Empresas pela FAAP, possui experiência prévia em empresas como o Nubank, Itaú Unibanco, Redecard, Credicard, Bank of America e ING Group.

Aprovação do Plano de Incentivo de Longo Prazo Baseado em Ações da Companhia (Plano ILP)

Em 28 de agosto, os acionistas da CVC Corp aprovaram em Assembleia Geral Extraordinária o Plano ILP, que tem por objetivo (i) atrair, reter e motivar os colaboradores da Companhia, nos níveis de diretor, gerente executivo, gerente, coordenador e especialista; (ii) alinhar os interesses dos participantes aos interesses dos acionistas da Companhia no êxito e na consecução dos objetivos sociais da mesma; e (iii) ampliar os níveis de comprometimento com a geração de resultados sustentáveis da Companhia. Este Plano ILP compreende 4 concessões anuais (entre 2021 e 2024), cada qual com três anos de *vesting period*. O montante total pode chegar a, no máximo, 1,8% do total do capital social da Companhia.

Os documentos referentes ao Plano ILP encontram-se disponíveis para consulta no *website* da Companhia e da CVM.

4. Eventos Subsequentes

Evolução no *go-to-market*: novo projeto de loja da CVC e unificação das marcas da Unidade B2B

Em 19 de outubro, a CVC apresentou sua nova loja conceito no shopping Cidade São Paulo, localizado na Av. Paulista, concebida de maneira a atender os diferentes perfis de clientes. Além disso, o modelo novo está em linha com o RePrograma, compromisso da CVC Corp com a sustentabilidade e diversidade, lançado este ano. A estimativa é de que o processo de conversão da rede de lojas aconteça de forma acelerada nos próximos 24 meses.

Ainda em outubro, foi iniciado, no B2B, processo de unificação das marcas Visual, Esferatur, Trend e RexturAdvance, a qual se tornará um importante *one-stop shop*, mas mantendo pontos fortes da operação de cada marca, de maneira a aprimorar a oferta de serviços a agentes de viagem e promover importantes melhorias operacionais e de *back office*. Esse processo de integração se estenderá pelos próximos trimestres.

Incidente Cibernético relacionado a ataque externo

Em 02 de outubro a CVC Corp sofreu um ataque em seu ambiente de tecnologia da informação e prontamente acionou seus protocolos internos de segurança da informação. A Companhia permaneceu focada, ao longo da primeira quinzena do mês, na recuperação após o incidente e na retomada das operações, a qual se deu a partir do dia 14 de outubro. Não foi constatado

vazamento de dados, inclusive pessoais, da Companhia, suas controladas, seus clientes, fornecedores, franqueados, agentes de viagens e/ou seus parceiros.

Aquisição do capital remanescente da Ola

Em 29 de outubro, a companhia adquiriu as ações remanescentes da Ola S.A., na Argentina (60% iniciais foram adquiridos em 2018). Com essa operação, a CVC Corp passa a deter integralmente o capital de todas as suas empresas que operam na Argentina possibilitando, assim, (i) aumentar sua presença em um relevante mercado latino-americano e (ii) avançar na integração com as demais empresas, buscando importantes sinergias e fortalecimento da operação.

A Argentina é um mercado-chave para a CVC Corp, com papel central em sua estratégia de se posicionar para melhor captura dos ganhos decorrentes da retomada do setor de turismo.

5. Resultado Consolidado da CVC Corp

Por decorrência dos efeitos da pandemia da COVID-19 nos resultados da companhia a partir do 2T20, a Administração acredita que, por vezes, comparações com o 3T20 podem não auxiliar no entendimento do desempenho da companhia e, dessa forma, certos comentários desse relatório tomam como referência o 2T21, como forma de medir a evolução sequencial, ou 2019, como referência de um ano sem grandes eventualidades.

	R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Reservas Confirmadas		2.918,4	1.671,6	74,6%	1.042,0	180,1%	5.922,9	4.513,7	31,2%
Reservas Totais		2.597,9	1.393,1	86,5%	654,7	296,8%	5.371,7	4.855,4	10,6%
Receita Líquida		230,4	115,5	99,4%	62,0	271,4%	511,8	354,6	44,3%
Margem Líquida		8,9%	8,3%	0,6p.p	9,5%	-0,6p.p	9,5%	7,3%	2,2p.p
EBITDA		(19,5)	(123,8)	84,3%	(141,8)	86,3%	(199,6)	(1.080,7)	81,5%
Margem EBITDA		-8,5%	-107,1%	98,7p.p	n.a.	n.a.	-39,0%	n.a.	n.a.
EBITDA - Ajustado		(33,3)	(130,8)	74,6%	(135,3)	75,4%	(227,5)	(325,0)	30,0%
Margem EBITDA Ajustado		-14,4%	-113,3%	98,8p.p	n.a.	n.a.	-44,5%	-91,7%	47,2p.p
Lucro (Prejuízo) Líquido		(83,8)	(175,6)	52,3%	(215,6)	61,1%	(340,9)	(1.619,3)	78,9%
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado		(81,9)	(176,2)	53,5%	(201,9)	59,4%	(342,4)	(534,0)	35,9%
Margem sobre Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado		-35,5%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	-66,9%	n.a.	0p.p
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado por ação		(0,36)	(0,88)	58,4%	(1,17)	68,8%	(1,52)	(3,09)	50,7%

As Reservas Confirmadas da CVC Corp apresentaram crescimento de 74,6% ante ao 2T21 (180,1% em comparação com 3T20), com crescimento consistente em viagens domésticas no Brasil e na Argentina, e crescimento mais pronunciado de reservas para destinos internacionais, em especial no final do trimestre, pelas sinalizações de menores restrições de entrada em países como Chile, Estados Unidos e também União Europeia, e aumento de disponibilidade de voos. No Brasil, destaca-se a aprovação governamental para a temporada de cruzeiros 2021/22 e a proximidade com a alta temporada (que compreende as festas de fim de ano e férias escolares),

que aumentaram a demanda no período, enquanto que na Argentina, houve sucesso na campanha de vendas “*Travel Sale*” e estímulos, por parte do governo, para fomento do turismo nacional.

As Reservas Totais cresceram 86,5% quando comparadas ao 2T21 fruto dos fatores mencionados acima e do forte desempenho do B2B, que novamente apresentou crescimento mais acelerado.

No 3T21, o EBITDA Ajustado da Companhia aumentou 74,6% em comparação com o 2T21, resultado do aumento da Receita Líquida (+99,4%) por aumento de embarques, detalhado acima, e do aumento do *take rate*, em especial no B2C, função de menores impactos de cancelamentos e remarcações e embarque de vendas realizadas este ano, com rentabilidade superior àquelas feitas pré-pandemia. Estes fatores foram parcialmente compensados, na comparação com o 2T21, por maior participação do B2B dado seu crescimento mais acelerado e por maior participação de vendas de bilhetes aéreos.

Despesas Financeiras

	R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Despesas Financeiras		(40,2)	(31,8)	26,5%	(16,2)	147,9%	(104,0)	(99,5)	4,4%
Despesa Financeira		(33,8)	(27,7)	22,2%	(26,2)	29,1%	(85,9)	(88,6)	-3,1%
Juros das Aquisições		(1,7)	(0,9)	89,0%	(0,7)	130,3%	(3,9)	(3,8)	1,8%
Outros		(4,7)	(3,3)	45,2%	10,7	-144,2%	(14,2)	(7,2)	98,5%
Receitas Financeiras		22,5	15,8	42,2%	14,3	57,4%	45,2	27,9	62,4%
Despesas financeiras (líquido)		(17,7)	(16,0)	10,9%	(1,9)	827,3%	(58,7)	(71,7)	-18,1%
Variação Cambial		11,2	(12,2)	-191,7%	(4,9)	329,0%	19,8	45,9	-56,8%
Fee do Boleto - Financeiras		(7,4)	(6,9)	6,7%	(4,6)	62,3%	(20,7)	(19,1)	8,2%
Despesas financeiras Totais - Ajustada		(13,9)	(35,1)	-60,4%	(11,4)	22,3%	(59,6)	(44,9)	32,7%

No 3T21, as Despesas Financeiras Totais Ajustadas totalizaram R\$ 13,9 milhões, inferior ao 2T21 devido, principalmente, ao impacto positivo nas contas correntes mantidas em moeda estrangeira e posições compradas de derivativos em dólar que se beneficiaram da alta ocorrida entre os trimestres

Nos nove meses de 2021, as Despesas Financeiras Totais Ajustadas somaram R\$ 59,6 milhões, crescimento de 32,7% em comparação ao 9M20, devido principalmente a impacto positivo de *mark-to-market* de contratos do hedge e crescimento de Outras Despesas Financeiras, essencialmente composto de atualização de contingências.

Investimentos

R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Investimentos (Capex)	26,8	23,5	14,2%	32,2	-16,7%	72,3	83,2	-13,1%
Aquisição de Controladas	-	0,8	n.a.	-	n.a.	0,8	-	n.a.
Receita Líquida	230,4	115,5	99,4%	62,0	271,4%	511,8	354,6	44,3%
% Receita Líquida	11,6%	20,3%	-8,7p.p	51,9%	-40,2p.p	14,1%	23,5%	-9,3p.p

Os investimentos totalizaram R\$ 26,8 milhões no 3T21 e concentram-se na aceleração dos projetos para digitalização, eficiência operacional e suporte às operações.

No 3T21, a Companhia realizou diversos investimentos em tecnologia. As iniciativas estão presentes no site CVC, nos aplicativos B2B e B2C e em conexões com parceiros. Nossas equipes desenvolveram melhorias no acesso dos Apps e área de clientes nos sites, melhorias no design e navegabilidade a fim de melhorar a experiência do cliente, além de implementação do motor de precificação dinâmica de hotelaria para CVC.

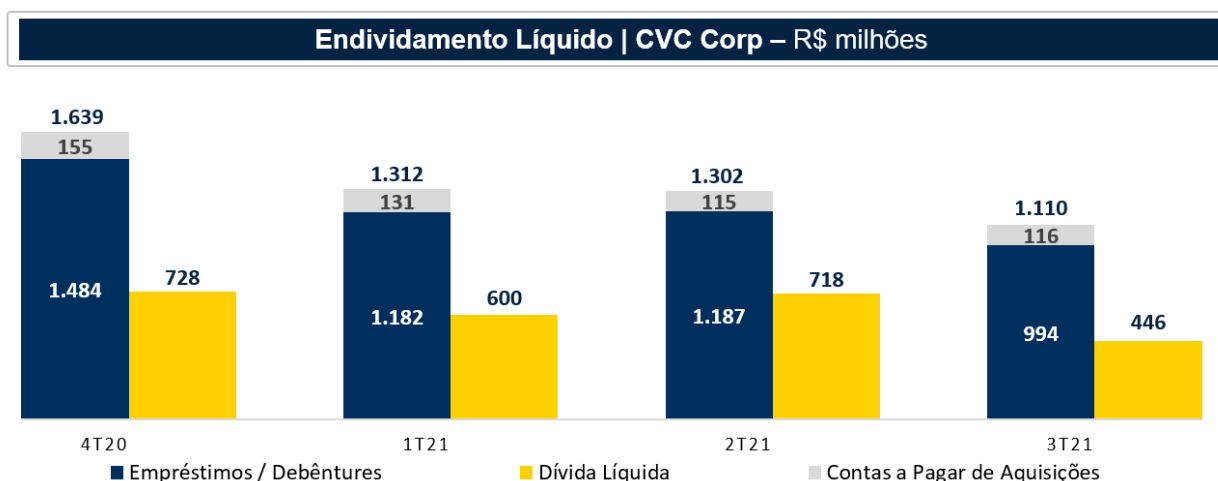
Fluxo de Caixa

	9M21	9M20
Resultado do período	(340,9)	(1.619,3)
Ajustes itens não caixa	125,3	1.432,0
(Aumento) / redução no capital de giro	(120,1)	1.429,2
Caixa Operacional	(335,7)	1.242,0
Capex	(73,1)	(83,2)
Caixa Operacional líquido de Capex	(408,8)	1.158,8
Empréstimos	(547,7)	59,5
Aumento de capital e Aquisição de ações Tesouraria	808,6	294,6
Juros pagos	(50,6)	(47,5)
Outros	(48,8)	(183,5)
Caixa nas atividades de financiamento	161,5	123,0
Fluxo de Caixa no Período	(247,3)	1.281,8
Caixa início do período	910,8	365,7
Caixa final do período	663,5	1.647,6

Para fins gerenciais, a companhia adiciona ao capital de giro os recebíveis antecipados.

Nos primeiros nove meses de 2021 as atividades operacionais da companhia consumiram R\$ 335,7 milhões de caixa, pelo crescimento acelerado dos embarques neste período e impactos pelos efeitos produzidos pela Covid-19 nos resultados (tais como custos com cancelamentos e despesas com reembolsos). Para financiar a operação, bem como suportar a operação nos próximos meses, foram realizados dois aumentos de capital em 2021, sendo que parte dos recursos levantados foram também destinados ao pagamento de juros e quitação de dívidas e, outra parte, para investimento em iniciativas estratégicas da Companhia.

O caixa em 30 de setembro somava R\$ 663,5 milhões, 9,5% superior ao caixa observado na mesma data de 2020, com impacto de aproximadamente R\$ 15 milhões de antecipação de recebíveis no período. Na mesma data, a dívida bruta somava R\$ 1,1 bilhão (ante R\$ 1,3 bilhão ao final do 2T21), esta beneficiada pelo aumento de capital no valor de R\$ 454,2 milhões ocorrido no trimestre (mais detalhes na seção “Principais Eventos do período”).



6. Resultado das Operações no Brasil

R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Reservas Confirmadas - Brasil	2.557,5	1.460,9	75,1%	874,0	192,6%	5.225,9	3.731,3	40,1%
Reservas Totais - Brasil	2.237,0	1.182,4	89,2%	570,3	292,3%	4.674,8	4.138,7	13,0%
Receita Líquida - Brasil	204,7	90,2	127,0%	56,9	259,5%	444,6	301,2	47,6%
Margem Líquida	9,2%	7,6%	1,5p.p	10,0%	-0,8p.p	9,5%	7,3%	2,2p.p
EBITDA - Brasil	(10,0)	(125,3)	92,0%	(124,7)	92,0%	(166,4)	(597,5)	72,1%
Margem EBITDA	-4,9%	-139,0%	134,1p.p	-138,3%	133,5p.p	-37,4%	n.a.	n.a.
EBITDA - Ajustado	(23,8)	(132,4)	82,1%	(118,2)	79,9%	(194,3)	(275,7)	29,5%
Margem EBITDA	-26,3%	-146,8%	120,5p.p	-131,1%	104,8p.p	-43,7%	-91,5%	47,8p.p
Lucro Líquido Ajustado - Brasil	(62,9)	(155,9)	59,7%	(158,6)	60,4%	(264,2)	(431,4)	38,8%
Margem Lucro Líquido Ajustado	-69,7%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	-59,4%	-143,2%	83,8p.p

Resultado Operacional

R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
B2C	1.249,9	790,4	58,1%	452,4	176,3%	2.730,8	1.882,4	45,1%
B2B	1.307,6	670,5	95,0%	421,6	210,1%	2.495,1	1.848,8	35,0%
Reservas Confirmadas Brasil	2.557,5	1.460,9	75,1%	874,0	192,6%	5.225,9	3.731,3	40,1%

As Reservas Confirmadas da CVC Corp Brasil no 3T21 cresceram 75,1% em relação ao 2T21, atingindo o equivalente a 64% das Reservas Confirmadas do 3T19. O segmento B2B apresentou novamente crescimento acelerado, pautado no crescimento de vendas (95% vs 2T21) e do número de clientes atendidos, enquanto o B2C apresentou crescimento consistente (58% vs

2T21) e registrou aumento no volume de vendas para a temporada de cruzeiros 2021/22, que já conta com 96 cruzeiros programados.

Em ambos os negócios, B2B e B2C, observa-se forte aumento, frente a meses anteriores, pela procura por viagens, favorecidas principalmente pelo aumento da confiança, decorrente também do avanço do programa de vacinação no país, maior proximidade da alta temporada e para viagens internacionais, com retomada progressiva ao longo do trimestre, face ao relaxamento de restrições à entrada em países de grande procura de turistas.

Os nove primeiros meses de 2021 apresentaram crescimento de 40,1% ante aos 9M20, essencialmente pela expressiva retomada das operações no trimestre, principalmente no B2B, sendo grande parte dos nove meses de 2020 impactado pelos efeitos da pandemia.

Passageiros

Milhares	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Passageiros¹	2.454	1.487	64,9%	845	n.a.	5.568	3.913	42,3%

¹ Passageiros embarcados no caso de CVC, Trend, Visual e Experimento. Passageiros que compraram a viagem através da RexturAdvance, Esferatur e Submarino Viagens

Durante o 3T21 foram embarcados aproximadamente 2,5 milhões de passageiros ante aproximadamente 1,5 milhão no 2T21 (crescimento de 64,9%). O ticket médio apresentou melhora significativa no período atingindo R\$ 912 no 3T21, contra R\$ 795 no 2T21 e 675 no 3T20. Alguns fatores impactaram o ticket médio no período, como aumento do preço médio de bilhetes aéreos, dentre eles o aumento gradativo de viagens internacionais que possuem, de maneira geral, *ticket* médio maior, além de outras condições de mercado.

O número de passageiros embarcados nos nove primeiros meses do ano cresceu 42,3% comparado ao mesmo período de 2020, em virtude da retomada das vendas e flexibilização de medidas.

Receita

R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Reservas Totais	2.237,0	1.182,4	89,2%	570,3	292,3%	4.674,8	4.138,7	13,0%
B2C	956,9	523,4	82,8%	181,3	n.a.	2.170,3	2.193,2	-1,0%
B2B	1.280,1	659,0	94,2%	388,9	229,1%	2.504,5	1.945,6	28,7%
Receita Líquida	204,7	90,2	127,0%	56,9	259,5%	444,6	301,2	47,6%
B2C	126,7	38,3	231,2%	21,4	n.a.	267,6	180,4	48,3%
B2B	78,0	51,9	50,3%	35,5	119,8%	177,0	120,9	46,5%
Margem	9,2%	7,6%	1,5p.p.	10,0%	-0,8p.p.	9,5%	7,3%	2,2p.p.
Margem B2C	13,2%	7,3%	5,9p.p.	11,8%	1,4p.p.	12,3%	8,2%	4,1p.p.
Margem B2B	6,1%	7,9%	-1,8p.p.	9,1%	-3,0p.p.	7,1%	6,2%	0,9p.p.

As reservas totais da CVC Brasil no 3T21 aumentaram 89,2% em comparação com o 2T21, totalizando R\$ 2,237,0 milhões. No B2C, o crescimento de 82,8% está relacionado ao crescimento no número de embarques no período de férias de julho, retirada de restrições ao trânsito de pessoas existente no 2T21 (quando o país foi atingido pela 2ª onda da Covid) e efeitos positivos decorrentes da progressão da vacinação, que estimulou pessoas a retomarem planos de viagens, principalmente em destinos nacionais. No B2B, o crescimento de 94,2% no trimestre deve-se ao aumento de vendas para agências multimarcas, apresentando um mix com maior participação de aéreo.

A Receita Líquida no 3T21 apresentou crescimento de 127,0% em comparação ao 2T21 devido ao aumento do embarque de passageiros e do ticket médio, além de melhor margem no período. Adicionalmente ao crescimento de embarques, a margem da operação Brasil alcançou 9,2%, ou 1,5 p.p maior que no trimestre imediatamente anterior, bastante influenciada por menor volume de multas e perdas com cancelamentos bem como por menor participação, no embarque, de vendas realizadas pré-pandemia (com margem inferior às vendas correntes). O crescimento da margem do B2C deve-se principalmente a menores custos de cancelamentos e remarcações em comparação ao 2T21. No B2B, a margem apresentou retração de 1,8 p.p em virtude do aumento de bilhetes aéreos no mix de venda e oscilações temporárias de condições comerciais fruto de negociações pontuais.

Na comparação com os 9 primeiros meses de 2020, a Receita Líquida cresceu 47,6% devido principalmente aos efeitos citados acima ocorridos no trimestre, que representa 46% do resultado do período.

Despesas Operacionais

	R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Despesas de Vendas		(26,5)	(16,1)	64,6%	(13,5)	96,0%	(59,5)	(116,3)	-48,8%
Despesas Gerais e Administrativas		(152,6)	(153,6)	-0,7%	(141,6)	7,8%	(456,7)	(377,5)	21,0%
Outras Despesas Operacionais		(42,0)	(45,9)	-8,4%	(15,5)	170,5%	(102,0)	(73,6)	38,6%
Despesas Operacionais Recorrentes		(221,1)	(215,6)	2,5%	(170,6)	29,6%	(618,3)	(567,4)	9,0%
Fee do Boleto - Financeiras		(7,4)	(6,9)	6,7%	(4,6)	62,3%	(20,7)	(19,1)	8,2%
Despesas Operacionais com fee de boleto		(228,5)	(222,6)	2,7%	(175,2)	30,4%	(638,9)	(586,5)	8,9%
Itens não recorrentes		6,4	0,1	n.a.	(11,1)	-157,7%	7,3	(331,2)	-102,2%
Depreciação e Amortização		(28,1)	(30,3)	-7,1%	(36,8)	-23,5%	(89,6)	(111,5)	-19,6%
Despesas Operacionais		(250,2)	(252,7)	-1,0%	(223,0)	12,2%	(721,3)	(1.029,1)	-29,9%

As Despesas Operacionais Recorrentes totalizaram R\$ 221,1 milhões no 3T21 apresentando ligeiro aumento de 2,5% em comparação ao 2T21. Ainda que o crescimento de Receita no mesmo período tenha sido de 127,0%, as Despesas Gerais e Administrativas mantiveram-se estáveis (redução de 0,7%), sendo impactadas pela redução temporária de jornada de trabalho, nos meses de julho e agosto e manutenção dos gastos com consultorias e serviços de TI.

O volume de reembolsos processados no 3T21 gerou um impacto de R\$ 30,8 milhões no 3T21, montante similar ao observado no 2T21 e registrado na rubrica de Outras Despesas Operacionais, sendo ambos majoritariamente compostos por viagens a destinos no exterior.

O saldo em créditos de viagens gerados por conta dos efeitos da Covid-19 era de R\$ 829,9 milhões no final do 3T21, R\$ 76,2 milhões inferior ao saldo do final de junho. A Administração acredita poder acelerar o agendamento e embarques destes nos próximos meses, valendo-se do maior acesso a destinos no exterior, regras mais claras quanto a admissão e do aumento da malha aérea.

Na comparação com o 3T20, houve aumento de 7,8% nas Despesas Gerais e Administrativas, devido ao aumento de gastos no reforço das áreas internas de Governança, Clientes e Tecnologia da Informação.

A seguir, apresentamos a abertura das Despesas de Vendas:

	R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Despesas de Vendas		(26,5)	(16,1)	64,6%	(13,5)	23,2%	(59,5)	(116,3)	-55,5%
Provisão para perda - PCLD		2,6	4,5	-43,4%	1,1	-125,1%	11,0	(36,9)	-76,6%
Marketing		(15,6)	(12,9)	20,7%	(9,4)	155,5%	(38,2)	(45,8)	-59,2%
Custo do Cartão de Crédito		(13,5)	(7,7)	74,6%	(5,2)	158,8%	(32,3)	(33,6)	-58,3%

Despesas com Vendas avançaram 64,6% no 3T21 frente ao 2T21 por maiores despesas com marketing e de processamento de cartões de crédito, porém com crescimento inferior ao da receita. Provisões para perdas de crédito com liquidação duvidosa (PCLD) apresentaram

reversão neste trimestre, devido a recuperações de créditos em atraso, tanto no B2C como no B2B.

Nos primeiros nove meses do ano, esses movimentos são acentuados por maior montante de reversões de PCLD, constituídas em grande parte no ano anterior, e menores investimentos em marketing, além de melhores negociações para processamento de pagamentos com cartão de crédito.

Índice de cobertura do saldo da carteira própria

No 3T21, a carteira própria atingiu R\$ 159,0 milhões, dos quais, apenas 36% (R\$ 57,5 milhões) são vendas pré-covid (até março/2020). Em linha com a política de crédito mais conservadora adotada pela Companhia, o provisionamento dessa carteira pré-Covid chega a 93,5%, em função da redução significativa do montante ao longo do ano de 2021, restando créditos com maior risco de inadimplência. No trimestre, tivemos ainda um crescimento de 96,5% em nossa carteira pós-Covid, com créditos de melhor qualidade.

A inadimplência da carteira de financiamento próprio (a clientes do B2C), registrou melhora ao longo de 2021: 85% dos pagamentos têm ocorrido dentro do próprio mês, patamar superior, inclusive, a níveis usuais para Companhia pré-pandemia (entre 70% e 75%). Ao longo do ano de 2021, temos uma melhora gradual nos recebimentos dos vencimentos, período no qual a inadimplência média foi de 15%.

Meios de Pagamento

	4T19	1T20	2T20	3T20	4T20	1T21	2T21	3T21
À Vista	19%	16%	15%	21%	24%	16%	21%	22%
Cartão de Crédito	46%	41%	32%	46%	41%	38%	53%	51%
Financeiras	27%	30%	32%	23%	32%	40%	17%	19%
Financiamento Próprio	8%	14%	20%	11%	3%	6%	9%	9%

O comportamento das vendas à vista e em cartão de crédito no decorrer dos trimestres reforça o incentivo por uso de outros meios de pagamento que, por sinal, fez a política de crédito resultar em melhoria na inadimplência e no risco de carteira.

EBITDA

R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Lucro Líquido ou (Prejuízo)	(64,8)	(155,3)	58,3%	(172,2)	62,4%	(262,6)	(1.058,3)	75,2%
(-) Despesas Financeiras	(20,8)	(36,0)	42,2%	(9,1)	-127,7%	(70,5)	(45,6)	-54,6%
(-) Imposto de renda e contribuição social	(5,9)	36,2	-116,3%	(1,6)	-270,6%	63,9	(303,7)	121,0%
(-) Depreciação e amortização	(28,1)	(30,3)	7,1%	(36,8)	23,5%	(89,6)	(111,5)	19,6%
EBITDA	(10,0)	(125,3)	92,0%	(124,7)	92,0%	(166,4)	(597,5)	72,1%
(-) Itens não recorrentes	6,4	0,1	n.a.	(11,1)	157,7%	7,3	(341,0)	102,1%
(+) Fee do Boleto - Financeiras	(7,4)	(6,9)	-6,7%	(4,6)	-62,3%	(20,7)	(19,1)	-8,2%
EBITDA Ajustado Brasil	(23,8)	(132,4)	82,1%	(118,2)	79,9%	(194,3)	(275,7)	29,5%
Margem EBITDA Ajustado Brasil	-11,6%	-146,8%	135,2p.p	n.a.	n.a.	-43,7%	-91,5%	47,8p.p

No 3T21, o EBITDA Ajustado da operação no Brasil foi negativo em R\$ 23,8 milhões em comparação com os R\$ 132,4 milhões negativos no 2T21 (aumento de 82,0%) e R\$ 118,2 milhões negativos no 3T20 (crescimento de 79,9%), devido principalmente ao aumento de 65,3% no resultado do período em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior e aumento do *take rate* do período. O crescimento dos Não Recorrentes no período deve-se principalmente à reversão de Contingências não materializadas e gastos com consultoria e outros serviços.

Nos primeiros nove meses de 2021, o EBITDA Ajustado foi R\$ 194,3 milhões negativo, recuperação de 29,5% na comparação com o 9M20, principalmente pelo aumento da receita no período devido à retomada das viagens.

Lucro Líquido

R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Lucro (Prejuízo) Líquido	(64,8)	(155,3)	58,3%	(172,2)	62,4%	(262,6)	(1.058,3)	75,2%
(-) Itens não recorrentes	6,4	0,1	n.a.	(11,1)	157,7%	7,3	(341,0)	102,1%
(-) Despesas Financeiras não recorrentes	(0,6)	(0,5)	-23,3%	-	n.a.	(1,5)	-	n.a.
(-) Amortização de Franquias	-	(0,7)	n.a.	(2,6)	n.a.	(0,7)	(7,7)	90,5%
(-) IR/CS Diferido Não Recorrente	(7,7)	1,7	-548,7%	-	n.a.	(3,5)	(278,2)	98,8%
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado	(62,9)	(155,9)	59,7%	(158,6)	60,4%	(264,2)	(431,4)	38,8%
Margem Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado	-30,7%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	-59,4%	-143,2%	83,8p.p

No 3T21, as operações no Brasil apresentaram um prejuízo líquido ajustado de R\$ 62,9 milhões em oposição a R\$ 155,9 milhões no 2T21 e R\$ 158,6 milhões no 2T20. No 9M21, o prejuízo líquido ajustado foi de R\$ 264,2 milhões ante R\$ 431,4 milhões na comparação com o mesmo período do ano anterior.

No terceiro trimestre de 2021, foram revertidas provisões de reestruturação e contingências não materializadas, constituídas em trimestres anteriores, parcialmente compensadas por gastos com consultoria e serviços de terceiros ligados a projetos de TI e custos incorridos no aumento de capital não reconhecidos no patrimônio líquido.

7. Resultado das Operações na Argentina

	R\$M	3T21	2T21	vs 2T21	3T20	vs 3T20	9M21	9M20	vs 9M20
Reservas Confirmadas		360,9	210,7	71,3%	168,0	114,8%	697,0	782,4	-10,9%
Reservas Totais		360,9	210,7	71,3%	84,5	327,3%	697,0	716,6	-2,7%
Receita Líquida		25,6	25,3	1,1%	5,1	n.a.	67,2	53,4	26,0%
Margem Líquida		7,1%	12,0%	-4,9p.p	6,0%	1,1p.p	9,6%	7,4%	2,2p.p
EBITDA		(9,5)	1,5	n.a.	(17,0)	44,2%	(33,2)	(483,1)	93,1%
Margem EBITDA		-37,5%	6,1%	-43,6p.p	n.a.	n.a.	-49,4%	n.a.	n.a
EBITDA - Ajustado		(9,5)	1,5	n.a.	(17,0)	44,2%	(33,2)	(49,4)	32,8%
Margem EBITDA Ajustado		-37,0%	6,1%	-43,2p.p	n.a.	n.a.	-49,4%	-92,6%	43,2p.p
Lucro (Prejuízo) Ajustado		(19,0)	(20,3)	6,1%	(43,3)	56,1%	(78,2)	(102,6)	23,8%
Margem sobre Lucro (Prejuízo) Ajustado		-74,2%	-79,9%	5,7p.p	n.a.	n.a.	-116,4%	n.a.	n.a.

As vendas na Argentina foram impactadas positivamente no 3T21 devido à ação “Travel Sale”, evento que ofereceu descontos e opções diferenciadas para viagens nacionais e internacionais. O sucesso da ação deve-se também ao auxílio *PreViaje*, oferecido pelo Governo que oferece 50% de *cashback* para viagens domésticas com embarque nos próximos meses, e ao Aloha 12, plano de financiamento do governo para compras online, via cartão de crédito com financiamento em até 30 parcelas.

As Reservas Confirmadas na Argentina somaram R\$ 360,9 milhões no 3T21, aumento de 71,3% em comparação ao 2T21 influenciadas pelos fatores mencionados acima.

No 3T21 a Margem Líquida reduziu 4,9 p.p. em comparação ao trimestre anterior, impactada pelo mix de produtos, com menor volume de viagens internacionais no período em virtude de maiores restrições ao trânsito de passageiros e aumento das limitações de voos entre junho e setembro.

A receita líquida foi de R\$ 25,6 milhões no 3T21, praticamente estável em comparação ao 2T21 em virtude de menores embarques no período devido a maiores restrições, conforme citado acima. As variações nas Despesas Administrativas, assim como outros fatores operacionais, tiveram efeito no Ebitda Ajustado, que no trimestre foi negativo em R\$ 9,5 milhões.

Nos 9M21 o Ebitda Ajustado cresceu 32,8% devido principalmente ao crescimento da Receita no período (+26,0%), somando R\$ 33,2 milhões em comparação a R\$ 49,4 milhões no mesmo período do ano anterior. Nos 9M20 o Ebitda teve impacto de R\$ 487,4 milhões de Impairment, referentes a ativos intangíveis oriundos do processo de aquisição de empresas.

Balanco Patrimonial - CVC Corp (R\$ milhões)

Ativo	30/09/2021	31/12/2020	30/09/2020
Ativo Circulante			
Caixa e equivalentes de caixa	663,5	910,8	1.647,6
Instrumentos financeiros derivativos	0,2	1,9	30,2
Títulos e valores mobiliários	107,2	37,0	-
Contas a receber	1.541,9	1.147,7	987,7
Adiantamentos a fornecedores	755,4	829,6	712,9
Despesas antecipadas	48,3	29,2	28,7
Impostos a Recuperar	111,6	125,7	136,0
Outras contas a receber	83,9	42,3	44,0
Total do ativo circulante	3.312,0	3.124,2	3.587,0
Ativo Não Circulante			
Contas a receber de clientes	-	0,4	0,3
Contas a receber aquisição investida - partes relacionadas	6,7	4,7	6,9
Despesas pagas antecipadamente	25,4	9,5	10,5
Impostos diferidos	663,6	596,2	-
Depósito Judicial	98,4	87,6	96,7
Outros	11,1	20,7	30,0
Ativo imobilizado	29,8	40,7	47,7
Ativo intangível	1.111,0	1.170,5	1.210,3
Ativos de Direito de Uso	35,1	42,1	68,6
Total do ativo não circulante	1.981,1	1.972,4	1.470,9
Total do Ativo	5.293,0	5.096,6	5.057,8

Passivo	30/09/2021	31/12/2020	30/09/2020
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	-	-	509,4
Debentures	202,4	353,6	1.520,4
Instrumentos Financeiros	-	28,2	-
Fornecedores	553,1	491,8	347,7
Contas a pagar - Aquisição de Investidas	26,6	40,2	41,4
Contratos a embarcar antecipados	2.210,3	1.995,6	2.030,0
Salários e encargos sociais	137,2	138,9	110,3
Impostos de Renda e CS corrente	6,2	7,6	46,9
Impostos e contribuições a pagar	60,6	51,8	46,6
Contas a pagar de aquisição de controlada	4,0	4,1	4,1
Passivo de arrendamento	13,1	9,0	21,5
Outras contas a pagar	77,9	96,7	111,7
Total do Passivo Circulante	3.291,5	3.217,4	4.789,9
Passivo Não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	-	425,6	-
Debentures	791,2	729,2	-
Contas a pagar aquisição investidas	32,6	48,6	47,1
IR & CS Diferidos	-	2,5	26,0
IR & CS a pagar	44,1	28,2	-
Provisão para demandas judiciais e adm.	286,4	311,2	355,5
Contas a Pagar de aquisição de controlada	63,4	62,1	61,8
Passivos de Arrendamento	28,4	42,1	56,0
Contratos a embarcar antecipados	217,8	154,6	17,1
Outros	16,4	17,4	20,1
Total do passivo não circulante	1.480,1	1.821,6	583,5
Total do Passivo e Patrimonio Líquido	5.293,0	5.096,6	5.057,8

Patrimônio Líquido	30/09/2021	31/12/2020	30/09/2020
Capital social	1.371,7	960,9	957,9
Reservas de capital	475,7	99,5	-
Ágio em Transição de Capital	-	184,3	-
Reservas de lucros	-	-	318,5
Outros Resultados abrangentes	64,0	64,1	66,8
Lucros acumulados	-	1.207,2	-
Ações em Tesouraria	-	0,1	-
Participação dos acionistas não controladores	1,7	12,1	16,5
Total do patrimônio líquido	521,5	57,7	315,6

DRE Contábil – CVC Corp (R\$ milhões)

DRE - CVC Corp - Contábil	R\$MM	3T21	2T21	3T20
Receita Líquida (Lucro Bruto)		230,4	115,5	62,0
Vendas		(40,0)	(35,0)	(17,7)
Perda Estimada por Valor Recuperável		2,0	4,5	0,9
Geral e Administrativa		(186,9)	(167,3)	(170,3)
Depreciação e Amortização		(47,2)	(50,0)	(79,6)
Outras Despesas Operacionais		(25,0)	(41,5)	(16,6)
Lucro (Prejuízo) antes dos Resultados Financeiros		(66,7)	(173,7)	(221,3)
Despesa Financeira (líquido)		(13,9)	(35,1)	(11,7)
Lucro (Prejuízo) Líquido Antes do Imposto de Renda e Contribuição Social		(80,6)	(208,8)	(233,1)
Imposto de Renda e Contribuição Social - Corrente		(0,0)	(0,1)	(0,0)
Imposto de Renda e Contribuição Social - Diferido		(3,2)	33,4	17,5
Lucro (Prejuízo) Líquido do Exercício		(83,8)	(175,6)	(215,6)
Lucro líquido atribuível aos acionistas controladores		-81,0	-171,0	-212,2
Lucro líquido atribuível aos acionistas não controladores		-2,8	-4,6	-3,4

Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade, apresentamos abaixo a abertura dos principais efeitos não recorrentes que impactaram significativamente o resultado da Companhia.

R\$M	CVC CORP				
Efeitos não recorrentes	3T21	2T21	3T20	9M21	9M20
Impacto Receita Covid	-	-	-	-	(5,6)
Avianca	-	-	-	-	(4,2)
PDD Covid	-	-	-	-	(40,9)
Consultoria e Serviços	(10,0)	(3,7)	-	(20,1)	-
Contingências não Materializadas	12,2	-	-	12,2	-
Rebates	4,1	-	-	4,1	-
Outros	-	3,8	-	11,0	(0,8)
Impairment Intangíveis	-	-	(11,1)	-	(723,2)
Impacto EBITDA	6,4	0,1	(11,1)	7,3	(774,7)
Amortização de Franquias	-	(0,7)	(2,6)	(0,7)	(7,7)
Impacto Depreciação e Amortização	-	(0,7)	(2,6)	(0,7)	(7,7)
Despesas Financeiras	(0,6)	(0,5)	-	(1,5)	-
IR/CS Diferido	(7,7)	1,7	-	(3,5)	(302,8)
Impacto IR/CS Diferido	(7,7)	1,7	-	(3,5)	(302,8)
Impacto Lucro (Prejuízo) Líquido - Total	(1,9)	0,6	(13,6)	1,6	(1.085,2)

Glossário

B2B: Esferatur, Trend, Visual, RexturAdvance e VHC.

B2C: CVC, Experimento, Submarino Viagens.

Bibam: Marcas Biblos e Avantrip

Contratos a embarcar: Desde o início da pandemia, a Companhia vem oferecendo a remarcação das reservas e dos serviços que foram adiados ou a concessão de crédito para uso ou abatimento na compra futura de outras reservas ou serviços de turismo, segundo a conveniência do próprio consumidor (o valor contabilizado é líquido de penalidades ou multas por cancelamento). Conforme Nota Explicativa 21 da Demonstração Financeira da Companhia.

CVC Argentina: Composto pelas marcas Almundo, Avantrip, Biblos e Ola Transatlantica

CVC Brasil: Composto pelas marcas CVC, Experimento, Submarino Viagens, Esferatur, Trend, Visual, VHC e RexturAdvance.

CVC Corp: Conjunto de Unidades de Negócios que compõem o Grupo, com todas as suas marcas.

CVC Lazer: Lojas da marca CVC voltadas para B2C.

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

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

EBITDA Ajustado: ajustado é calculado excluindo-se do lucro líquido ou (Prejuízo) do exercício os seguintes efeitos: (i) Itens não recorrentes; (ii) Fee do boleto - Financeiras; (iii) Resultado financeiro líquido; (iv) Imposto de renda e contribuição social; e (v) Despesas com depreciação e amortização. O EBITDA ajustado não é uma medida contábil utilizada nas práticas contábeis adotadas no Brasil ou pelo IFRS, e não deve ser considerado como uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou como uma alternativa ao fluxo de caixa na condição de indicador de liquidez. Nossa definição de EBITDA ajustado pode não ser comparável ao EBITDA ajustado conforme definido por outras empresas.

Juros das Aquisições: Juros acumulado relacionado a aquisição da RexturAdvance, Submarino Viagens e Experimento

Lucro líquido ajustado: é calculado por meio do lucro líquido, ajustado por itens considerados como não recorrentes.

Margem EBITDA: consiste no EBITDA sobre a Receita Líquida.

Margem EBITDA Ajustado: consiste no EBITDA Ajustado sobre a Receita Líquida.

Margem líquida / take rate: resultado da divisão da receita líquida pelas reservas totais.

Não recorrentes: Os itens não recorrentes de 2020 se concentram em três grandes blocos, sendo eles; (i) Impactos COVID, compostos por receita, PDD e despesas COVID (ex. repatriação de clientes); (ii) Impairment, Ajustes do impairment do ágio que estavam sendo lançados sobre itens baixados em duplicidade. itens que entendemos como não recorrentes ou que não afetam a nossa geração de caixa, como (i) Impactos referente ao COVID-19; (ii) impairment de intangíveis; (iii) contingências não materializadas; entre outros que podem ser verificados na seção de Não Recorrentes deste Release.

Receita líquida: é o resultado das receitas de intermediação menos o custo dos serviços prestados, identificados nas Demonstrações Financeiras como Lucro Bruto.

Reservas confirmadas: resultado de novas vendas reagendamentos líquidos de cancelamentos no período.

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

Reservas Totais Argentina: Reservas Confirmadas para a Biblos + Reservas Embarcadas para a Ola Transatlantica

Aviso Legal

Algumas das afirmações aqui contidas se baseiam nas hipóteses e perspectivas atuais da Administração da Companhia que poderiam ocasionar variações materiais entre os resultados,

performance e eventos futuros. Estas perspectivas incluem resultados futuros que podem ser influenciados por resultados históricos, investimentos.

Os resultados reais, desempenho e eventos podem diferir significativamente daqueles expressos ou implicados por essas afirmações, como um resultado de diversos fatores, tais como condições gerais e econômicas no Brasil e outros países; níveis de taxa de juros e de câmbio, renegociações futuras ou pré-pagamento de obrigações ou créditos denominados em moeda estrangeira, mudanças em leis e regulamentos e fatores competitivos gerais (em base global, regional ou nacional).