



Apresentação dos Resultados do 4T14

6 de Fevereiro de 2015



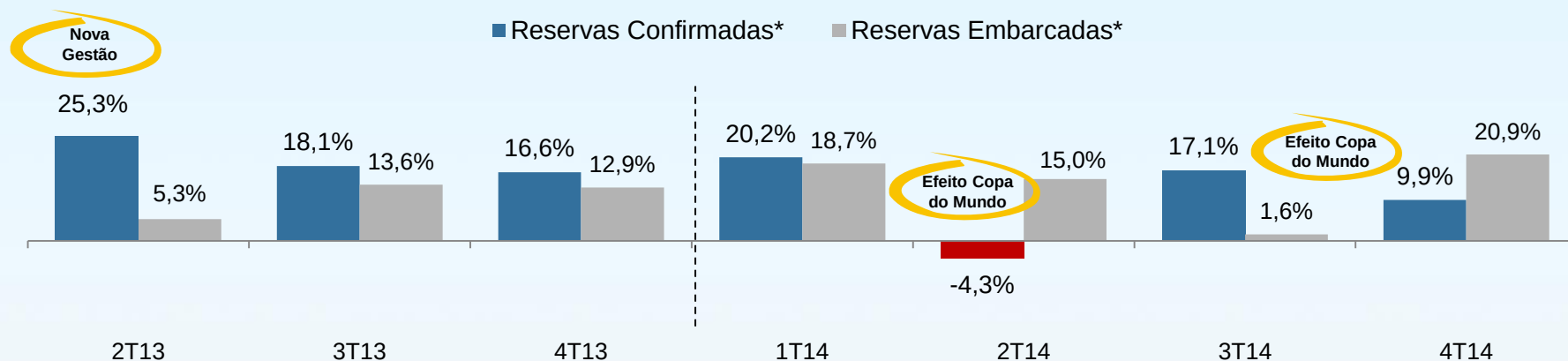
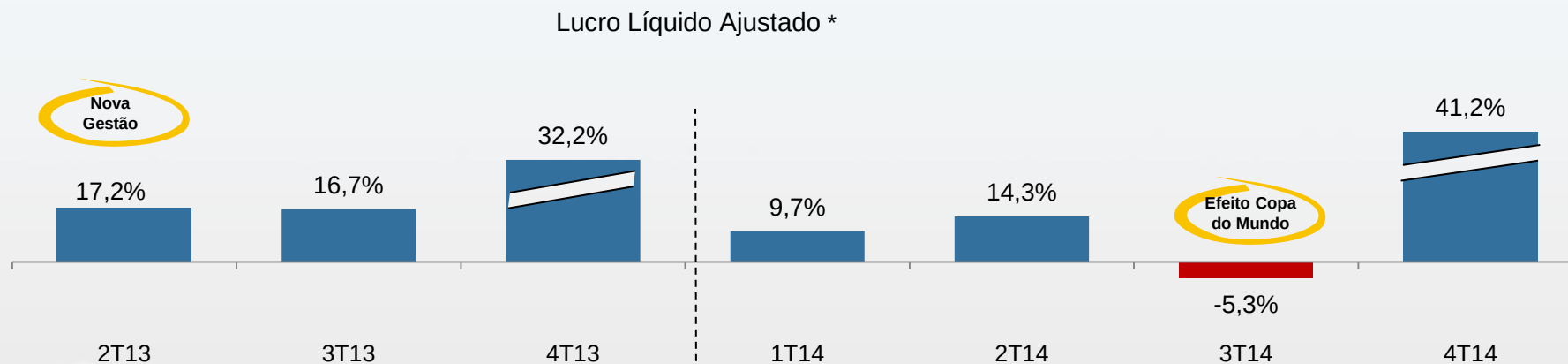
Algumas das afirmações aqui contidas se baseiam nas hipóteses e perspectivas atuais da administração da Companhia que poderiam ocasionar variações materiais entre os resultados, performance e eventos futuros. Estas perspectivas incluem resultados futuros que podem ser influenciados por resultados históricos, 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).



CVC vem apresentando fortes resultados financeiros desde o início de 2013



Desde o início da nova administração em março de 2013, a CVC apresentou 6 trimestres com forte crescimento de um total de 7 trimestres (1 trimestre afetado pela Copa do Mundo da FIFA)



Crescimento das Reservas Confirmadas em Novembro, Dezembro e Janeiro em linha com o crescimento histórico



Desenvolvimentos recentes

Plano de Expansão de lojas

- 63 lojas abertas no 4T14
- 120 lojas abertas em 2014 (líquidas de fechamentos)

Vendas das mesmas lojas (SSS)

- Crescimento de 6,8% no 4T14

Vendas Online

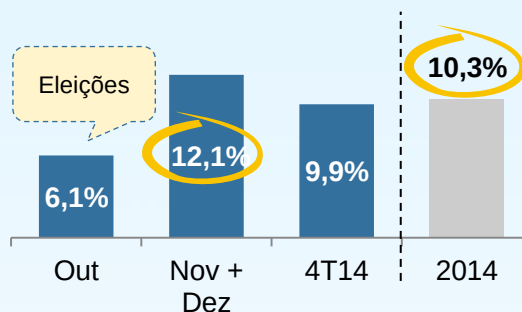
- Crescimento de 44,7% em 2014

Marketing e Produtos

- Desenvolvimento de 80 materiais promocionais para os principais destinos (mais de 6 milhões de brochuras)
- Aumento da oferta de hotéis para viagens de curta duração e de negócios
- Negociação direta com 900 hotéis no exterior (200 em Dez. 2013)

Crescimento das Reservas Confirmadas versus ano anterior

✓ Forte recuperação após as eleições presidenciais



Black Friday (Nov. 2014)



Melhor dia de vendas da história da CVC

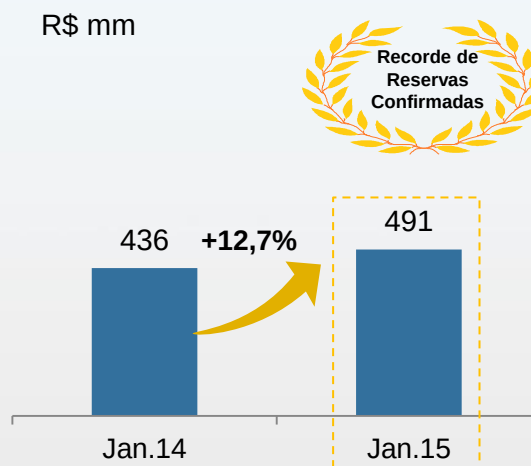
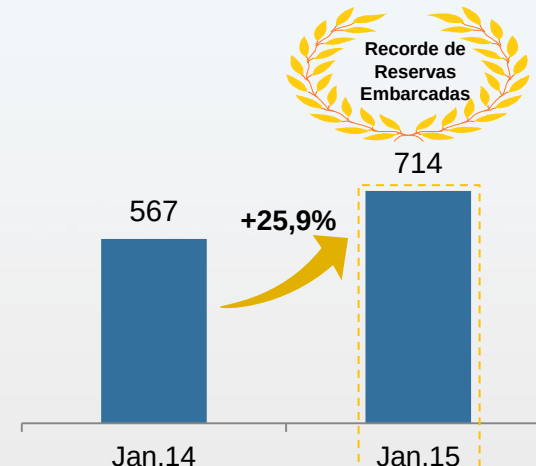
R\$ 23,4MM

Melhor fim de semana de vendas da história da CVC

R\$ 34,4MM

Jan. 2015: Melhor mês da história da CVC (reservas confirmadas e embarcadas)

R\$ mm



Nova plataforma online e ampliação do portfolio de produtos contribuíram para o crescimento de 45% em 2014



Desenvolvimentos em 2014

Nova Area Online

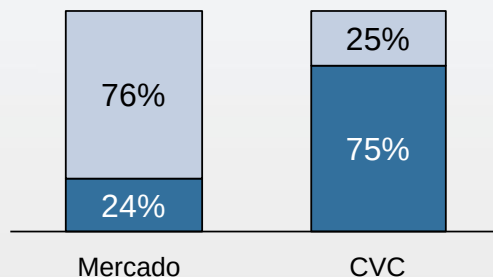
- Crescimento de 80% em viagens curtas para destinos nacionais vs. 2013

Nova Plataforma

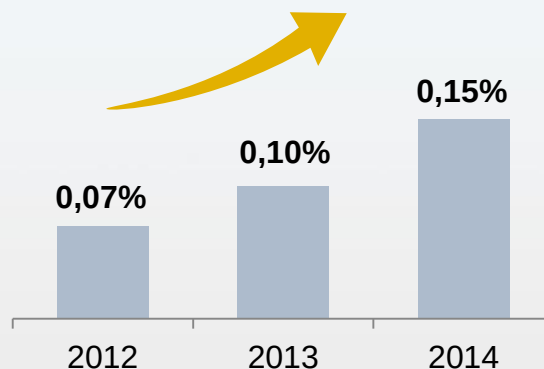
- Aperfeiçoamento da experiência do usuário e de ferramentas de busca
- Processo de estabilização finalizado na segunda quinzena de dezembro

Mix de Produtos

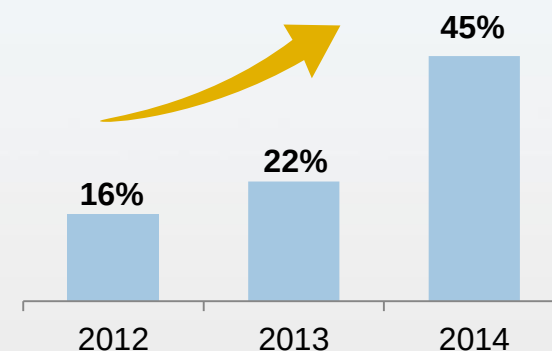
- Bilhetes Aéreos
- Pacotes + Outros



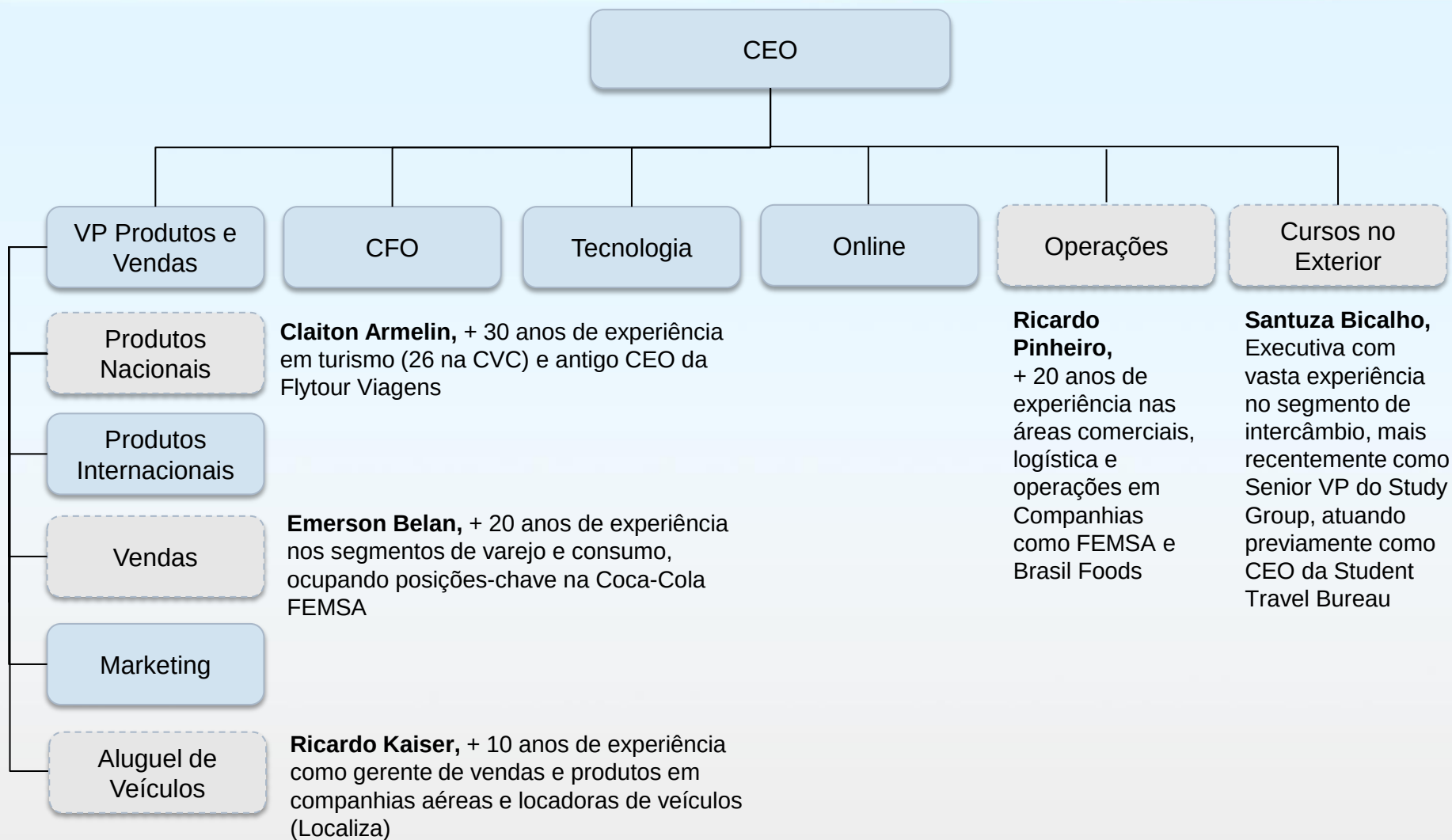
Taxa de conversão do website



Crescimento das vendas online



Reforçando a estrutura corporativa



Aquisição* de participação de 51% na Duotur



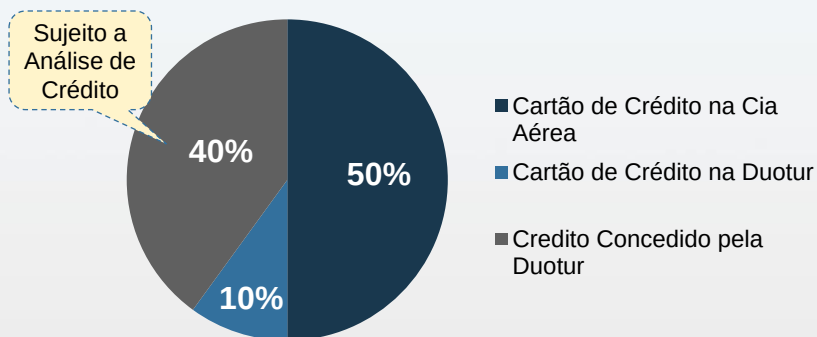
Duotur

- Líder do mercado de consolidação de passagens aéreas, com *market share* de aproximadamente 25%
- Clientes finais viajando principalmente a negócios (70%)
- 40 filiais, atendendo ~ 5,000 agentes independentes
- Plataforma tecnológica líder no segmento B2B para a indústria de turismo

Racional para a parceria

- *Cross-sell* de produtos CVC
 - Hotéis
 - Aluguel de automóveis
- Alavancar o relacionamento com companhias aéreas internacionais (as quais representam ~ 47% do seu volume)
- Alavancar a plataforma tecnológica da Duotur
- Consolidar a liderança de mercado

Meios de Pagamento



Inadimplência

Valores em R\$ milhões - 2013

	Duotur	Boleto Interno
Reservas Confirmadas	3.000,0	1.200,0
% Análise de Crédito pela Duotur		40%
PDD	4,9	4,9
% sobre Reservas Confirmadas	0,16%	0,41%
Receita Líquida	202,5	81,0
% sobre Receita Líquida	2,42%	6,04%



* Sujeita a aprovação pelo CADE



Intercâmbio: Mercado rentável e com forte crescimento



Mercado de Intercâmbio*



- Mercado de ~ R\$1,3 bilhões
- CAGR: ~ 20% (2003-2013)
- Aproximadamente 50 empresas
- Top 2 players correspondem a ~ 40% do mercado

Nova Unidade de Negócios



- Desenvolvimento interno, liderado por uma executiva com grande experiência no segmento (antiga CEO da Student Travel Bureau)
- Alavancar a força da marca CVC, sua rede de distribuição e condições comerciais favoráveis
- Foco em cursos de curta duração, voltados a profissionais acima de 18 anos

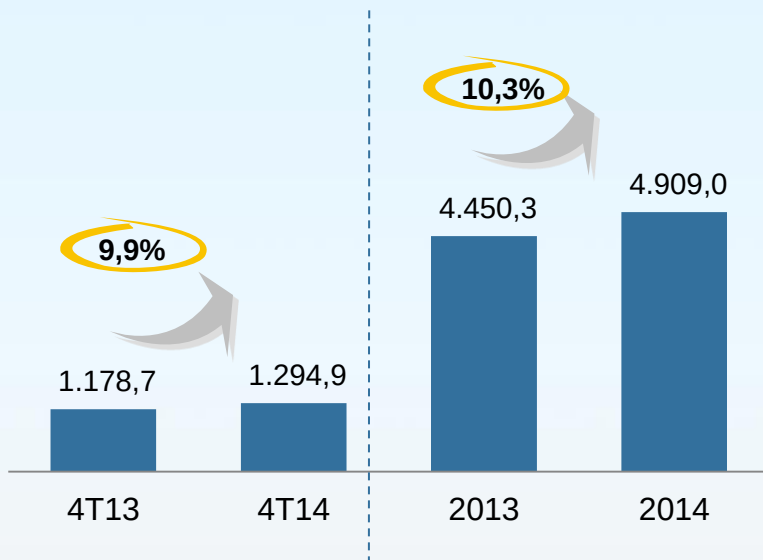
Objetivo: Alavancar as fortalezas da CVC para entrar em um mercado rentável



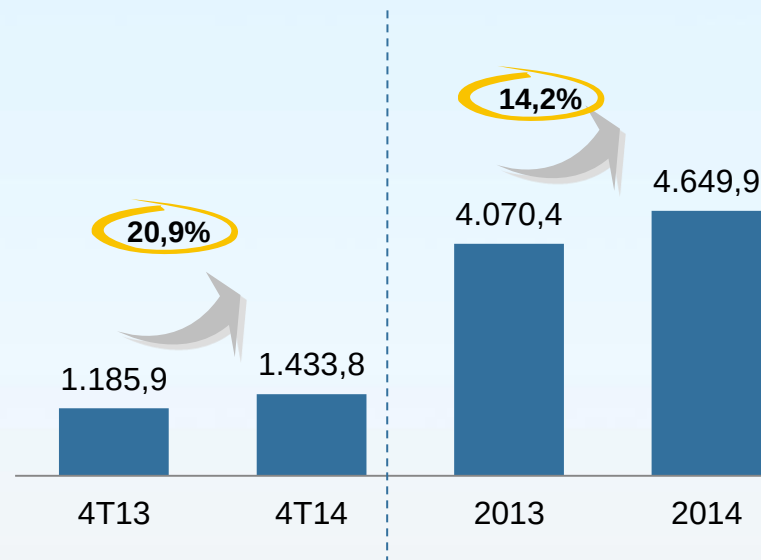
Reservas Embarcadas e Confirmadas com crescimento acima de 10% em 2014



Reservas Confirmadas (R\$ milhões)



Reservas Embarcadas (R\$ milhões)



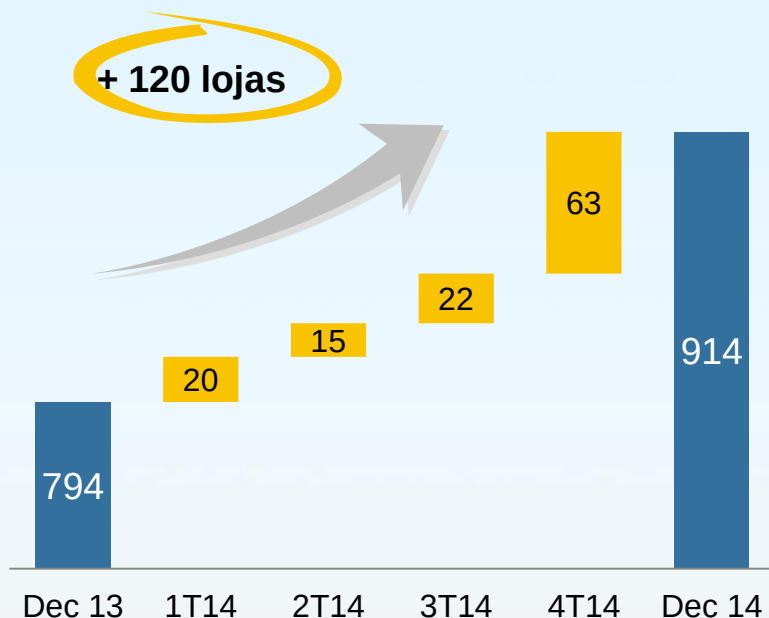
- Crescimento de duplo dígito nas reservas confirmadas e embarcadas em 2014, apesar do ambiente econômico desafiador e de vários eventos não recorrentes que impactaram o segmento de viagens
- Reservas confirmadas apresentaram recuperação em Novembro e Dezembro, mitigando o impacto negativo das eleições presidenciais em Outubro
- Forte crescimento das reservas embarcas no 4T14, devido a várias iniciativas de marketing e vendas bem como a postergação das férias de julho (quando o Brasil sediou a Copa do Mundo da FIFA)



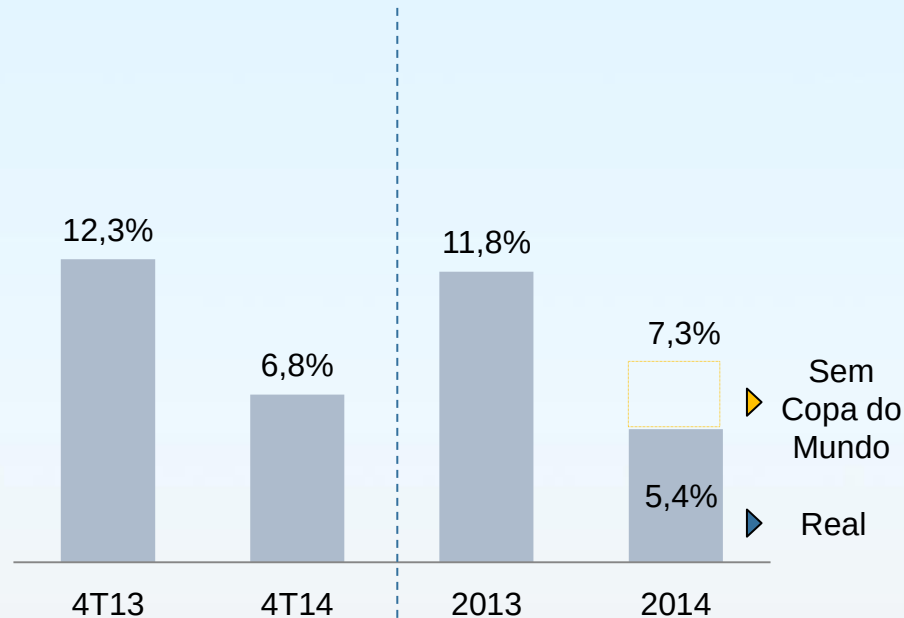
Forte crescimento de abertura de lojas e vendas nas mesmas lojas impulsionando tendência positiva de vendas



Expansão das lojas (# lojas)



Crescimento vendas das mesmas lojas (%)



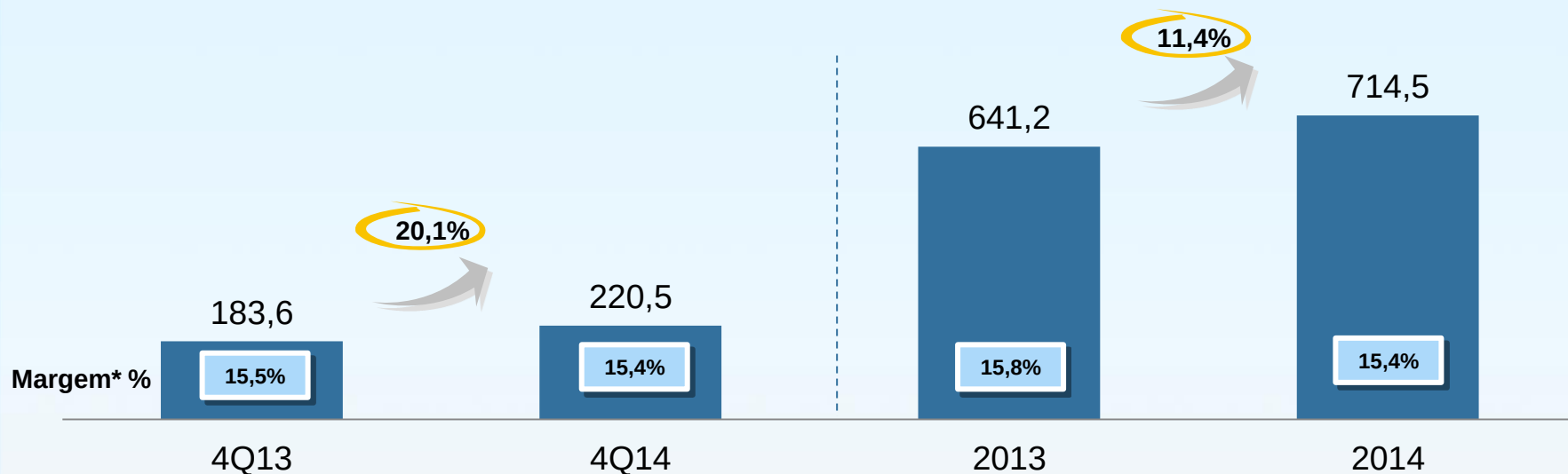
- Abertura de 63 lojas no 4T14 e 120 em 2014 (líquido de fechamentos), acima do nosso objetivo de 100 aberturas por ano
- Crescimento de 6,8% das vendas das mesmas lojas no 4T14 e 5,4% em 2014 (ou 7,3% em 2014, excluindo o efeito negativo da Copa do Mundo da FIFA)



Crescimento de 20% na receita líquida no 4T14 e 11% em 2014



Receita Líquida (R\$ milhões)



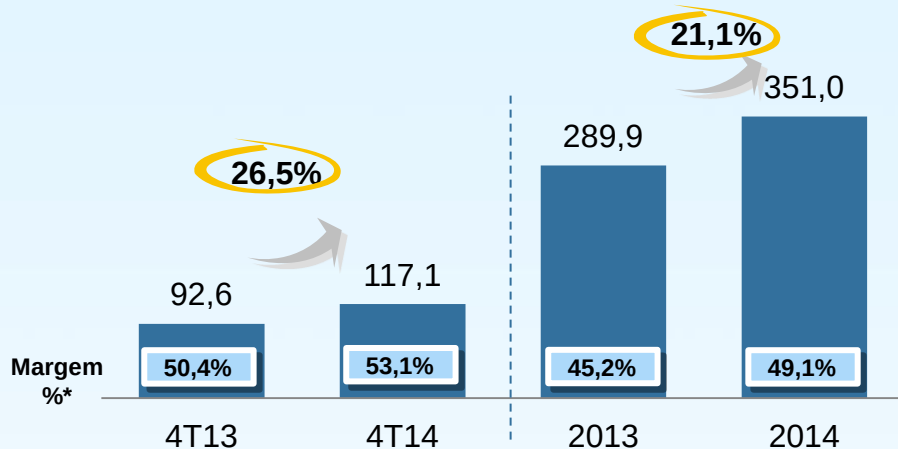
- Forte crescimento da receita líquida no 4T14, impulsionado pelo crescimento das reservas embarcadas
- Margem do 4T14 praticamente em linha com a do 4T13 (mix similar)
- Queda de 40 bps. na margem em 2014 devido à maior participação de produtos internacionais



Forte crescimento do EBITDA ocasionado pela tendência positiva das vendas e alavancagem em despesas operacionais

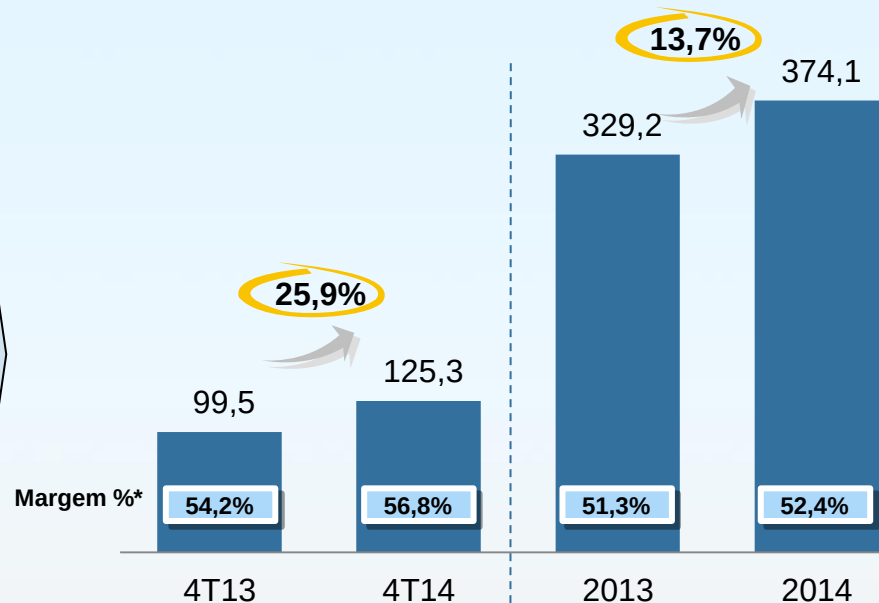


EBITDA (R\$ milhões)



R\$ mm	4T13	4T14	2013	2014
EBITDA	92,6	117,1	289,9	351,0
(+) Pag. Baseados em ações	6,4	5,2	14,3	17,3
(+) Despesas com consultoria			2,9	
(+) Despesas com M&A		2,1		2,1
(+) Pagamento de indenizações			7,9	
(+) Bônus extraordinários	0,5	0,8	5,2	3,5
(+) Perdas extraordinárias			1,0	0,2
(+) Custos com reestruturação			8,0	
EBITDA Ajustado	99,5	125,3	329,2	374,1

EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



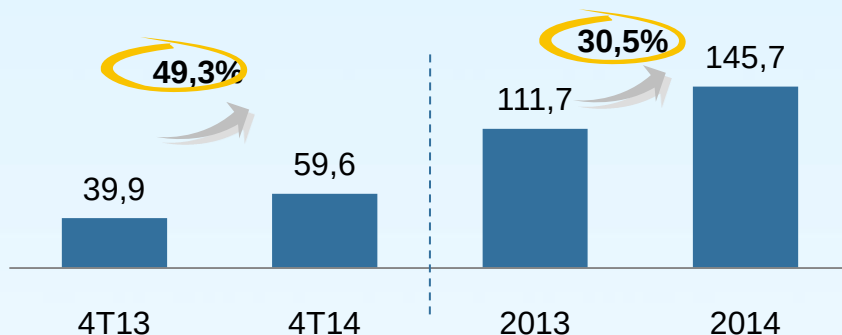
- Crescimento do EBITDA em 26,5% no 4T14 e 21,1% em 2014
- Crescimento do EBITDA Ajustado em 25,9% no 4T14 e 13,7% em 2014
- Aumento das margens EBITDA e EBITDA Ajustado devido a diluição de custos fixos



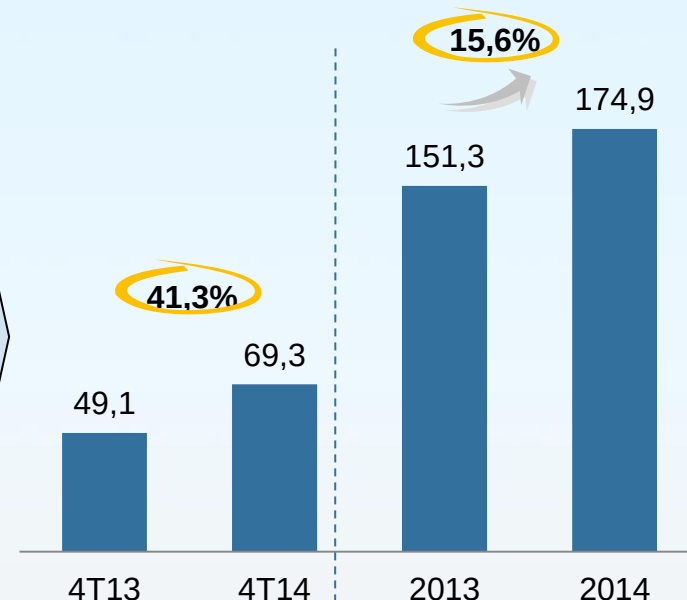
Crescimento do lucro impulsionado por menor crescimento das despesas financeiras



Lucro Líquido (R\$ milhões)



Lucro Líquido Ajustado (R\$ milhões)



R\$ mm	4T13	4T14	2013	2014
Lucro Líquido	39,9	59,6	111,7	145,7
(+) Pag. Baseados em ações	6,4	5,2	14,3	17,3
(+) Despesas com consultoria			2,0	
(+) Despesas com M&A		1,4		1,4
(+) Pagamento de indenizações			5,2	
(+) Bônus extraordinários	0,3	0,5	3,4	2,3
(+) Perdas extraordinárias			0,6	0,1
(+) Custos com reestruturação			5,3	
(+) Provisão earn-out	1,1	1,3	3,4	2,4
(+) Amortização contratos de franquia	1,4	1,4	5,4	5,6
Lucro Líquido Ajustado	49,1	69,3	151,3	174,9

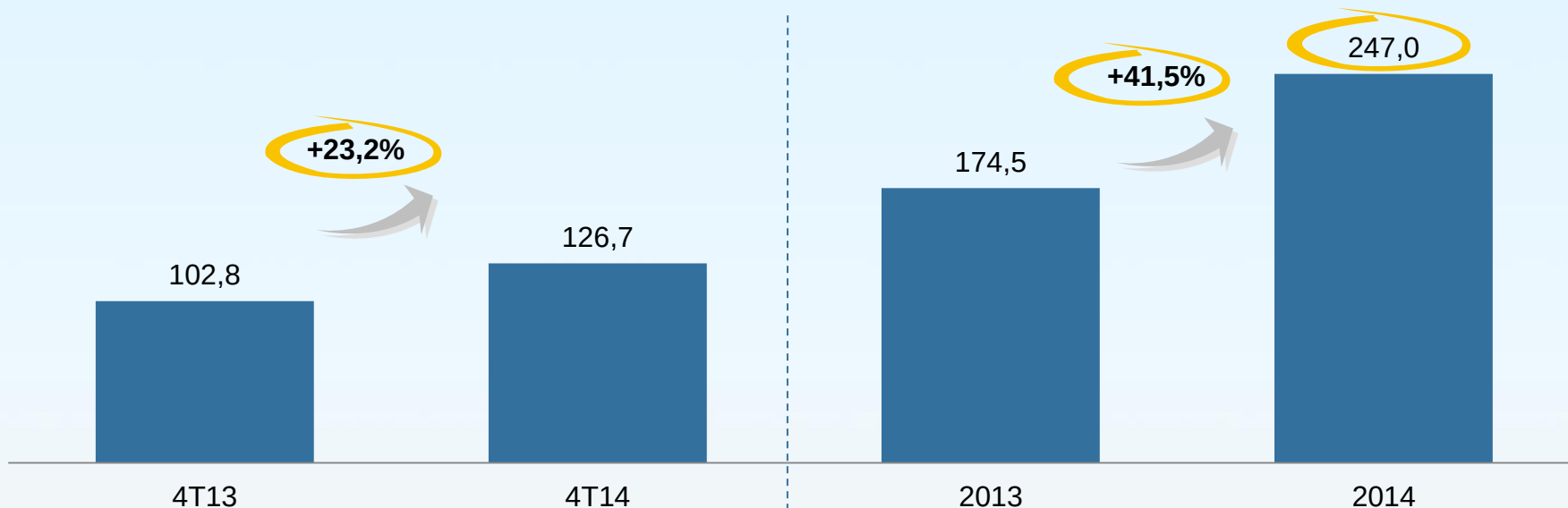
- Crescimento do lucro líquido em 49,3% no 4T14 e 30,5% em 2014
- Crescimento do lucro líquido ajustado em 41,3% no 4T14 e 15,6% em 2014
- Aumento de lucro líquido devido ao melhor resultado operacional e menor crescimento da despesa financeira



CVC gerou aproximadamente R\$250 milhões de fluxo de caixa operacional em 2014



Fluxo de Caixa Operacional⁽¹⁾ (R\$ milhões)



- Aumento do fluxo de caixa operacional, líquido de capex, devido ao crescimento do lucro líquido e a maior eficiência na utilização de capital de giro (redução de 27 para 24 dias)
- Fluxo de caixa utilizado principalmente para (i) pagamento de R\$144 milhões referente ao débito com o acionista fundador da Companhia (FIP GJP), (ii) pagamento de dividendos no valor de R\$29,2 milhões e (iii) redução de R\$50,9 no montante de recebíveis antecipados
- A CVC investiu R\$26,0 milhões in 2014, predominantemente em infraestrutura de TI, conexões com fornecedores e website

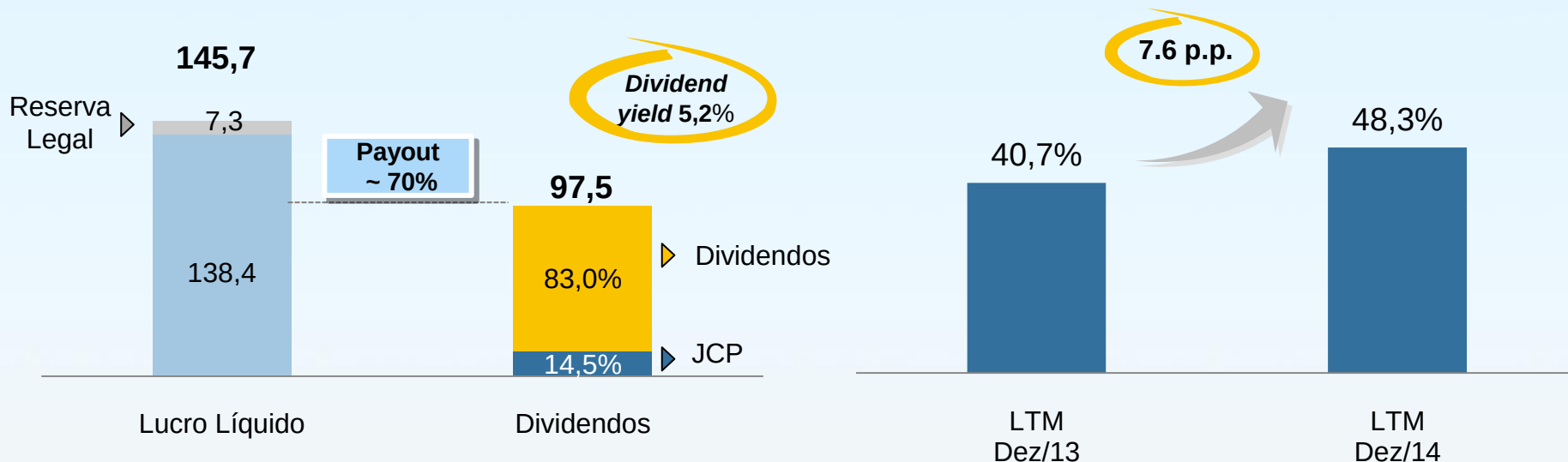


Distribuição de dividendos representando aproximadamente 70% do lucro líquido de 2014, correspondendo a um *dividend yield* de 5,2%



Dividendos (R\$ Milhões)

ROIC⁽¹⁾ (%)



- Considerando o pagamento de JCP no valor de R\$14,5 milhões em 23 de dezembro de 2014, o valor total de R\$97,5 milhões a ser distribuído como dividendo é equivalente a aproximadamente 70% do lucro líquido e a um *dividend yield* de aproximadamente 5,2% (com base no valor de mercado dos últimos 30 dias)
- O retorno sobre o capital investido foi de 48,3% nos últimos 12 meses encerrados em Dez/14, 7,6 p.p. superior a dos últimos 12 meses encerrados em Dez/13, devido ao crescimento do EBIT e redução de ativos, bem como a uma leve melhora no capital de giro

(1) ROIC: Lucro líquido operacional dividido pelo capital investido

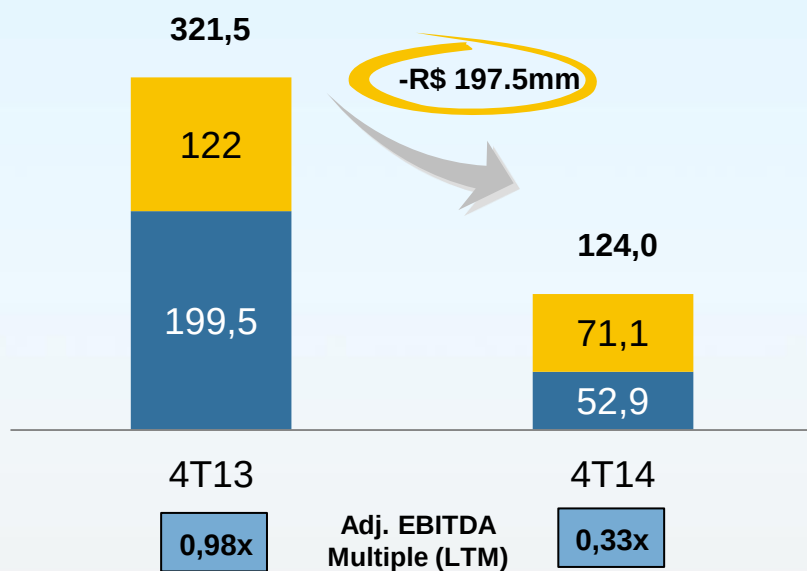


Queda de aproximadamente R\$200 milhões na dívida líquida em 2014



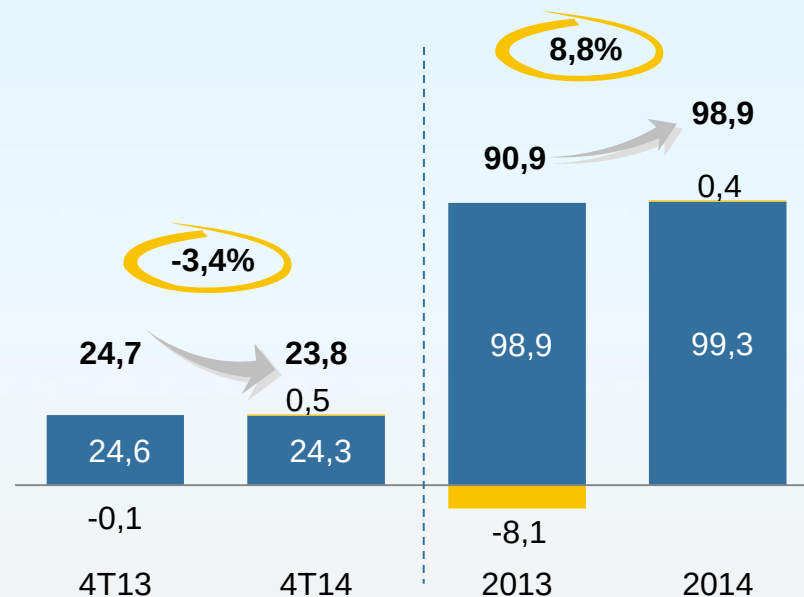
Endividamento (R\$ milhões)

■ Dívida Líquida ■ Antecipação de Recebíveis



Despesas financeiras (R\$ milhões)

■ Despesas Financeiras ■ Outros*



- Queda de R\$197,5 milhões na dívida líquida em 2014, devido principalmente ao pagamento do débito com o acionista fundador (GJP) e menor antecipação de recebíveis
- Queda de 3,4% nas despesas financeiras no 4T14, devido principalmente ao aumento das receitas financeiras

