



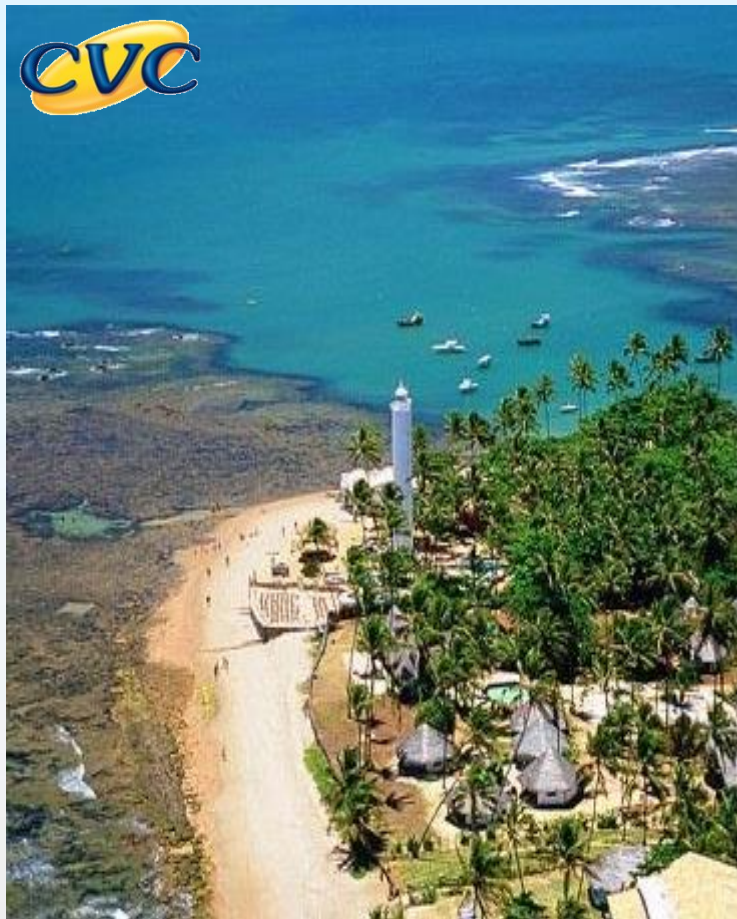
Divulgação de Resultados 2T15

06 de Agosto 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).





1 Eventos Recentes

2 Resultados do 2T15 / 1S15

3 Seção de Perguntas e Respostas



CVC tem apresentado fortes resultados financeiros desde o início de 2013

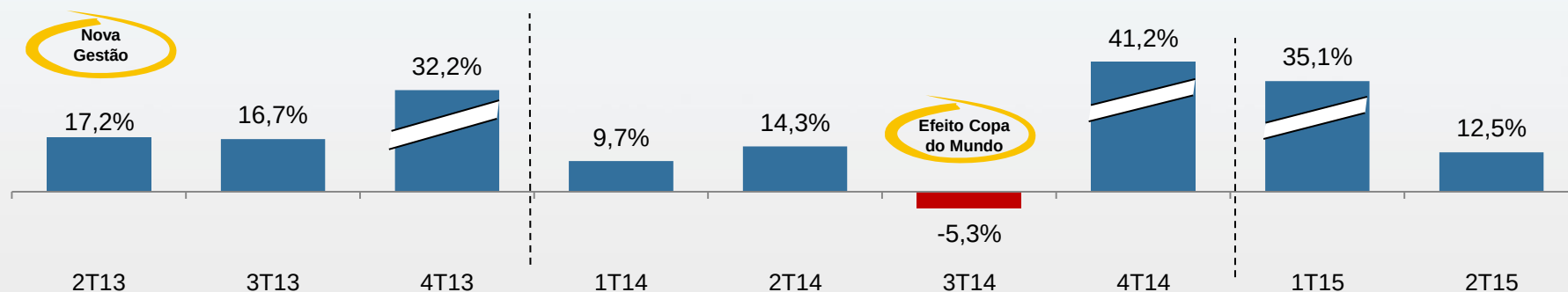


Modelo de negócio resiliente: Apesar do cenário macroeconômico desafiador, a CVC apresentou forte crescimento em 8 dos últimos 9 trimestres

Reservas Confirmadas*



Lucro Líquido Ajustado*



Iniciativas Recentes



Descrição

➤ Plano de expansão de lojas

- 15 novas lojas no 2T15
- 105 novas lojas nos últimos 12 meses
- 934 Lojas Exclusivas

➤ Crescimento Vendas Mesmas Lojas

- 6,8% no 2T15

➤ Nova Plataforma de TI

- Roll-out completo nos 3 canais (lojas exclusivas, canal multimarca e canal on-line)

➤ Gestão de Produto

- Portfolio de produtos e vitrines das lojas adaptados para destinos domésticos e pacotes de curta duração
- Aumento no número de hotéis corporativos (+800 hotéis)

Serviços de Valor Agregado (SVAs)



Vendas de SVAs cresceram +22% no 2T



Reforçar a nossa presença no segmento de Eventos

- Assinatura de um novo contrato de franquia no segmento de eventos com uma executiva com vasta experiência neste segmento
- Sinergias com outros produtos (hotéis e bilhetes aéreos)
- Foco em grandes empresas e grupos de afinidade

Aumento do portfólio de produtos: parceria com Expedia® Affiliate Network

- Acordo comercial com a Expedia® Affiliate Network para acessar seu portfólio internacional de hotéis (+200k hotéis ao redor do mundo)
- Aumento da nossa competitividade no segmento internacional



Plataforma Online: melhoria nas reservas e na taxa de conversão



Aceleração do Crescimento de Vendas

- 27,7% de crescimento no 2T15 versus ano anterior

Nova Plataforma

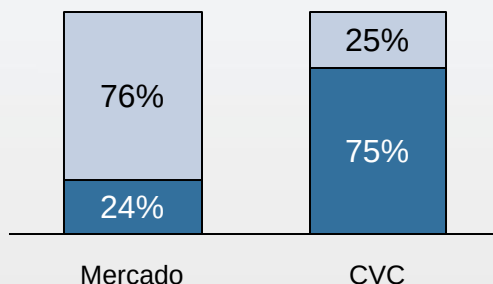
- Melhoria na experiência do usuário e nos motores de busca
- Processo de estabilização concluído

The screenshot shows the 'PACOTES' (Packages) section of the CVC website. It features a search form with tabs for 'MONTE SUA VIAGEM' (Build your trip) and 'PACOTE CVC'. The form includes fields for 'Origem' (Origin) and 'Destino' (Destination), both set to 'São Paulo - São Paulo / BR, B' and 'Rio de Janeiro - Rio de Janeiro' respectively. It also has date pickers for 'Ida' (Outbound) and 'Volta' (Return), set to '17/06/2015' and '01/07/2015'. There are checkboxes for 'Somente voos diretos' (Only direct flights) and a 'SOMENTE VOOS DIRETOS' button. Below the form, there are dropdowns for 'Quantidade de quartos' (Number of rooms) set to '1' and 'Quarto 1' (Room 1) set to '2'. There are also dropdowns for 'Adultos (+12 anos)' (Adults) set to '2' and 'Crianças (0 a 11 anos)' (Children) set to '0'. A large orange 'BUSCAR' (Search) button is at the bottom right.

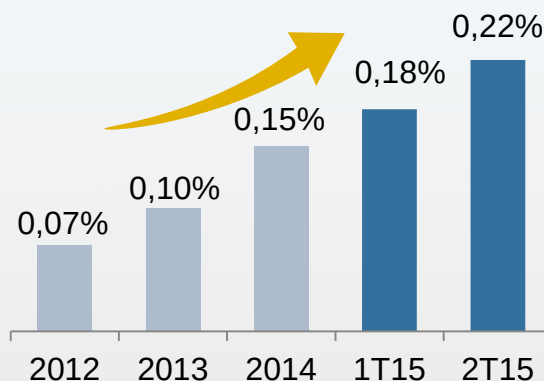
The banner is titled 'FÉRIAS DE JULHO CVC' (July Holidays CVC). It features a couple smiling in front of a scenic waterfall. The text reads: 'NA CVC, MOMENTOS QUE VALEM MUITO CUSTAM POUCO.' (At CVC, moments that are worth a lot cost little). Below the image, it says 'OFERTAS EM ATÉ 10X SEM JUROS' (Offers in up to 10x without interest) and 'COMPRE AGORA' (Buy now). At the bottom, it mentions 'Publicado em 23/04/15, às 10h • sujeito a disponibilidade e alteração' (Published on 23/04/15, at 10h • subject to availability and change).

Mix de Produtos

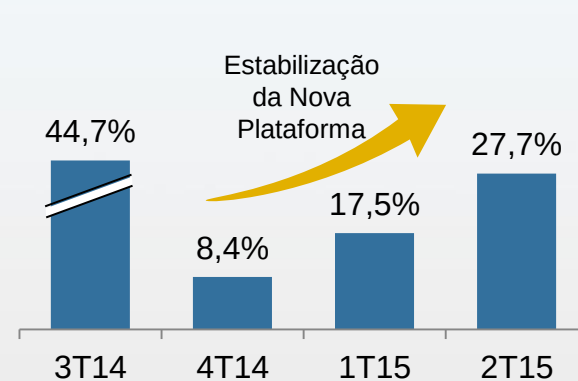
- Bilhete Aéreo
- Pacote + Outros



Taxa de Conversão do Site



Crescimento do Canal Online





Situação Atual

- A CVC firmou uma parceria com a EF Education First (maior provedora de educação internacional do mundo)
- Nova parceria com 22 escolas de idiomas
- 3.500 membros da força de vendas CVC já treinados
- Curva de aprendizado: maior envolvimento do time de treinamento junta a força de vendas
- Pico da temporada de vendas começa em agosto e vai até meados de Outubro
- Google: 1ª marca na busca orgânica
- Facebook: Página dedicada lançada em 01 de julho



Próximos Passos

- Lançamento da campanha de marketing em julho
 - Mídias: TV, trailers de cinema, revista, jornal e rádio
 - Feiras B2C por 8 capitais no Brasil no mês de setembro





Estrutura do Negócio

- Aquisição do controle acionário (51%)
- Preço máximo de R\$228mm (vinculado a EBITDA de 2014 e LTM)
- *Valuation* implícito: 5,6x EBITDA e 8,5% P/E
- CVC detém uma opção de compra para os 49% restantes, exercível entre 2015-2017
- Vendedores detém uma opção de venda exercível entre 2018-2021, vinculada ao alcance de determinadas metas de EBITDA

Desenvolvimentos Recentes

- Data estimada para a conclusão do negócio: Agosto de 2015 (revisão das demonstrações financeiras)
- Rextur Advance começou a vender hotéis do segmento domésticos em julho (*roll out* para todos os agentes em agosto)

Resultados Financeiros

Resultados - R\$ 000	2012A	2013A	2014A
Vendas	2.288,1	3.009,1	3.233,4
% crescimento	34,2%	31,5%	7,5%
Receita Líquida	114,6	150,4	162,8
% crescimento	30,3%	31,2%	8,2%

R\$ 000 - Jun	YTD14	YTD15	Var %
Vendas	1.580,3	1.512,8	-4,3%

Impactado pela queda do tráfego corporativo



Atualização Submarino Viagens



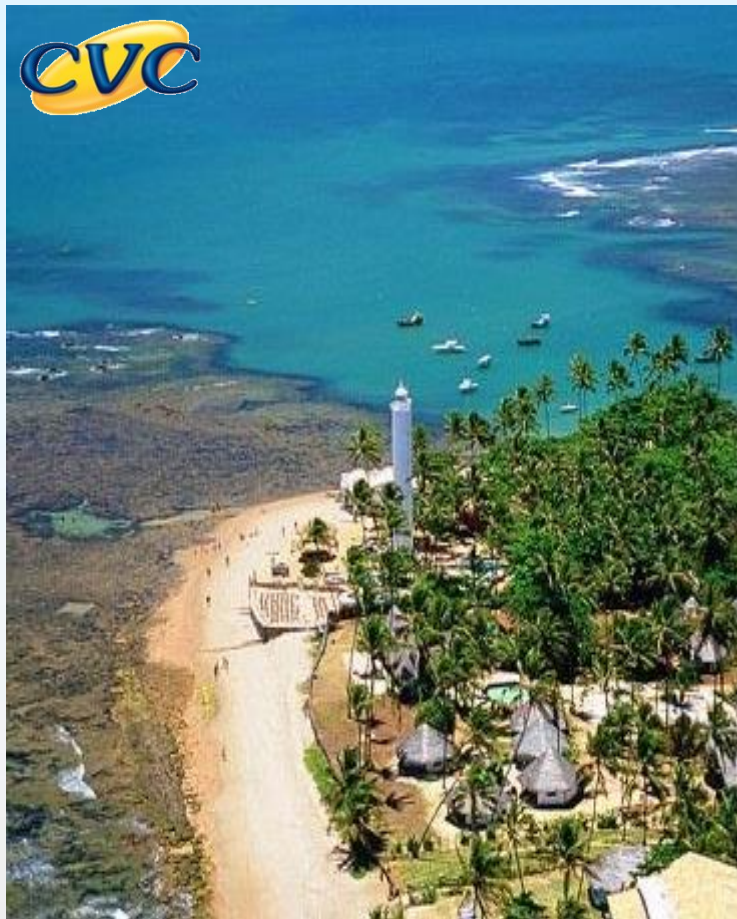
Estrutura do Negócio

- Aquisição de 100% da B2W Viagens e direito de uso da marca "Submarino Viagens" por 10 anos
- Transação limitada a R\$80 milhões
- Expectativa de conclusão da operação no 3T15 (a Companhia será adquirida sem dívida)
- Condições de Pagamento: 10 anos, com carência de 1 ano

Situação Atual

- CADE aprovou a operação sem restrições
- *Due Diligence* confirmatória em andamento (conclusão prevista para agosto)
- Conclusão da implementação da nova plataforma B2W Viagens
- Plano de integração em fase de preparação





1 Eventos Recentes

2 Resultados do 2T15 / 1S15

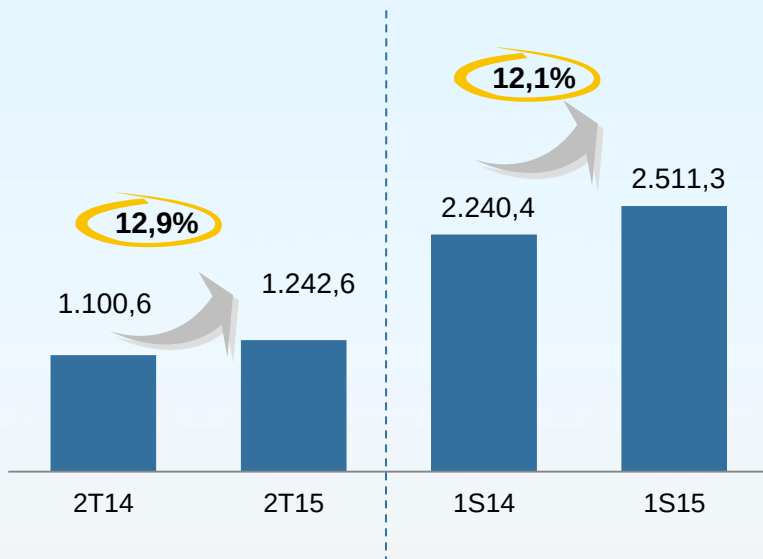
3 Seção de Perguntas e Respostas



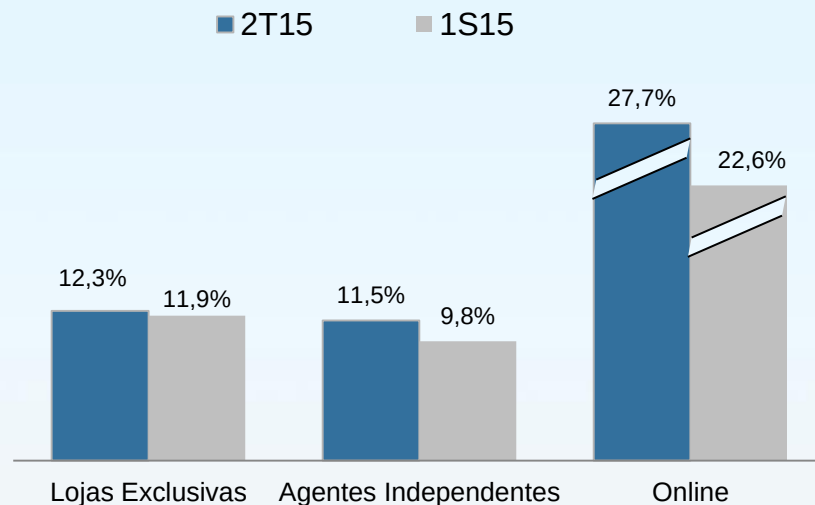
Reservas Confirmadas: crescimento consistente em todos os canais em 2015



Reservas Confirmadas (R\$ milhões)



Reservas Confirmadas por Canal (Ano vs. Ano)



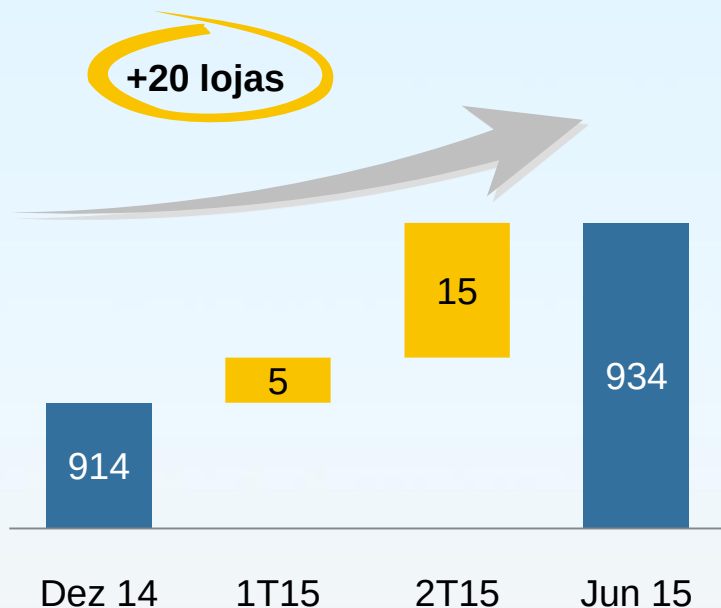
- Forte crescimento das vendas em todos os canais, apesar do cenário macroeconômico desafiador
- Reservas confirmadas através do canal agentes independentes continuam apresentando crescimento, ocasionado pela adição de um time dedicado ao canal e um *mix* de produto mais favorável
- O Canal Online retomou o crescimento em 2015, com incremento da taxa de conversão após a estabilização da nova plataforma



Desempenho das Vendas

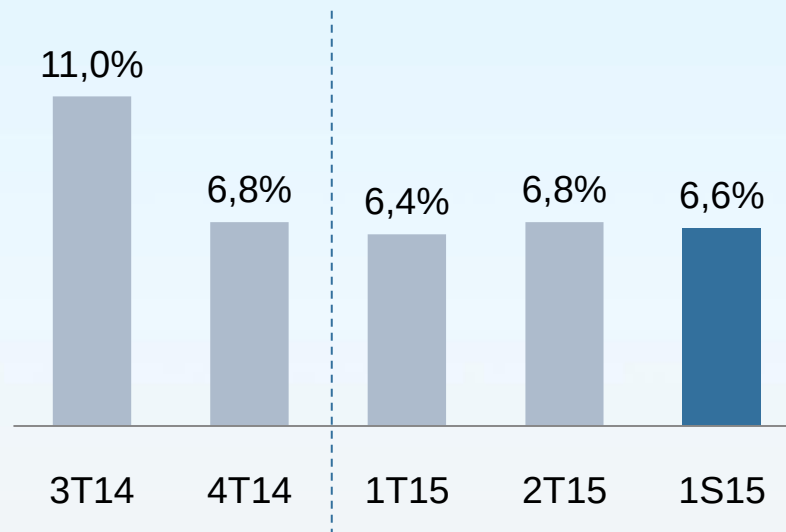


Expansão de Lojas (# lojas)



105 aberturas líquidas
nos últimos 12 meses

Crescimento Vendas nas Mesmas Lojas (%)



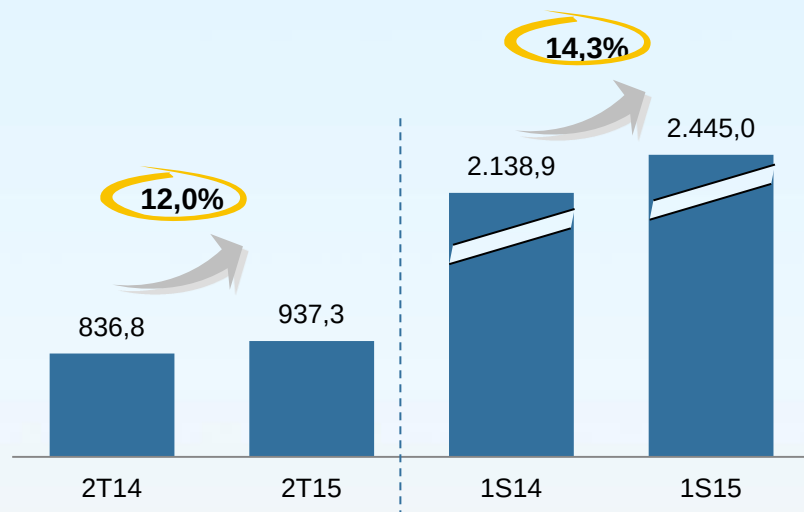
- Abertura de 15 novas lojas no 2T15 (105 nos últimos 12 meses), atingindo 934 lojas em 30 de Junho de 2015
- Crescimento consistente das Vendas das Mesmas Lojas após a Copa do Mundo da FIFA realizada em Junho/Julho de 2014



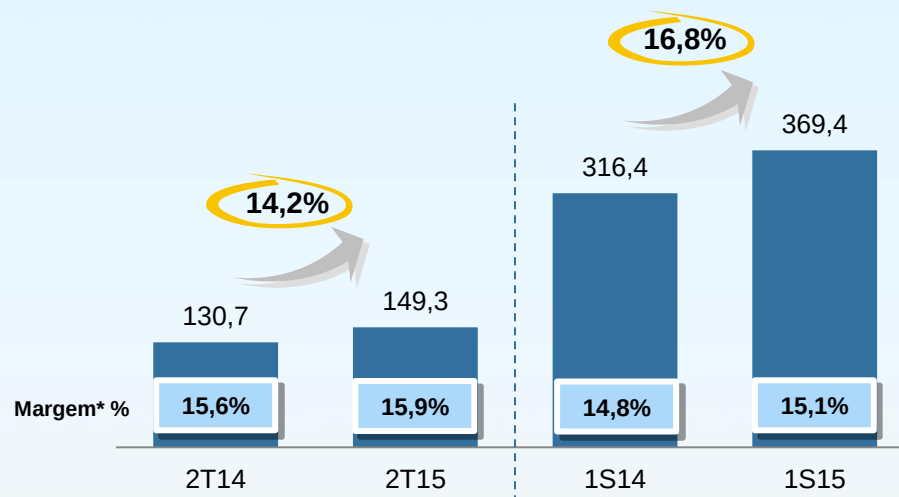
Forte crescimento das Reservas Embarcadas com melhoria das margens devido a um *mix* de produto mais favorável



Reservas Embarcadas (R\$ milhões)



Receita Líquida (R\$ milhões)



- Crescimento oriundo de várias ações promocionais implementadas por nossos fornecedores e por várias iniciativas de vendas e marketing executadas pela CVC.
- Incremento na margem relacionado a um *mix* de produto mais favorável



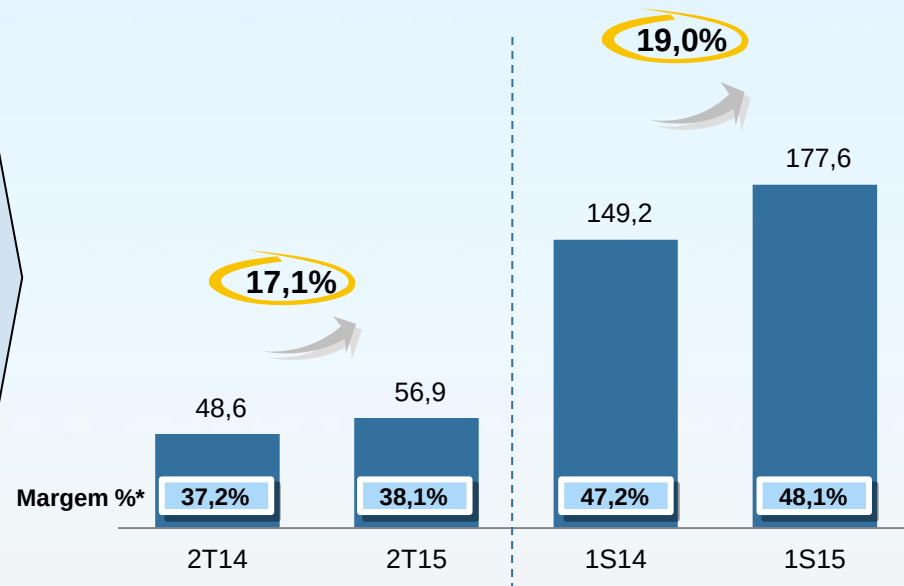
Forte crescimento do EBITDA impulsionado pelo crescimento da receita e diluição de custos



Reconciliação do EBITDA Ajustado

R\$ mm	2T14	2T15	1S14	1S15
EBITDA	42,5	52,4	140,0	165,2
(+) Desp. com Pag. Baseados em Ações	5,1	4,5	7,0	9,7
(+) Despesas com M&A				1,9
(+) Itens Extraordinários**	1,0		2,2	0,8
EBITDA Ajustado	48,6	56,9	149,2	177,6

EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



- Crescimento do EBITDA Ajustado de 17,1% e 19,0% no 2T15 e 1S15, respectivamente
- Itens não-recorrentes no 2T15 limitado à despesas com pagamento baseados em ações

* Sobre a Receita Líquida

** Bônus e perdas não recorrentes



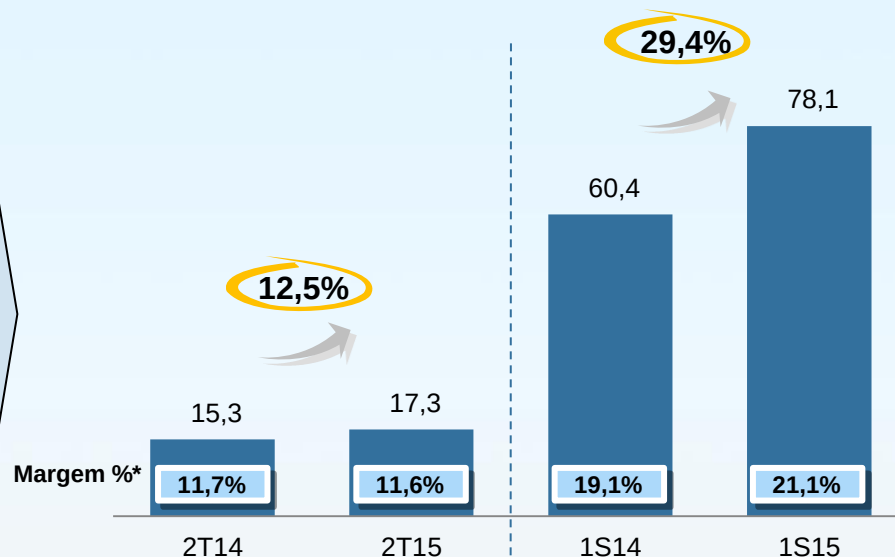
Lucro Líquido



Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado

R\$ mm	2T14	2T15	1S14	1S15
Lucro Líquido	8,2	10,3	47,5	62,6
(+) Desp. com Pag. Baseados em Ações	5,1	4,5	7,0	9,7
(+) Despesas com M&A				1,3
(+) Bônus Extraordinários	0,6		3,0	0,7
(+) Amortização Contrato com Franqueados	1,4	2,5	2,8	3,8
Lucro Líquido Ajustado	15,3	17,3	60,4	78,1

Lucro Líquido Ajustado (R\$ milhões)



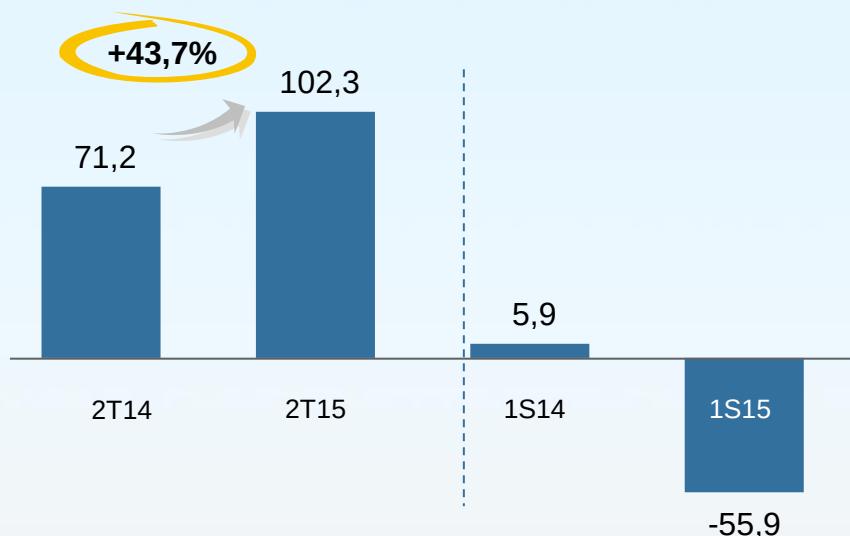
- Crescimento do Lucro Líquido Ajustado de 12,5% e 29,4% no 2T15 e 1S15, respectivamente
- Crescimento no 2T15 impulsionado por resultados operacionais, minimizando o aumento da taxa de juros e o aumento das despesas financeiras relacionadas a financiamentos através de cheques/boletos (devido ao crescimento das vendas no período)



CVC gerou fluxo de caixa operacional de cerca de R\$102 mm no 2T15, com melhoria no capital de giro



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



Composição do Fluxo de Caixa Operacional (R\$ milhões)

Fluxo de Caixa - R\$ mm	2T15	1S15
Contas a receber ²	13,6	1,7
Adiantamento a fornecedores	(97,3)	(94,0)
Outros (net) ³	(50,7)	(65,0)
Vendas antec. de pacotes tur.	233,1	64,8
Fornecedores	(38,4)	(96,2)
Var. Capital de Giro	60,2	(188,6)
Lucro líquido	10,3	62,6
Ajustes para reconcilar Lucro Líq.	40,4	87,2
Capex	(8,7)	(17,1)
Fluxo de Caixa Operacional	102,3	(55,9)

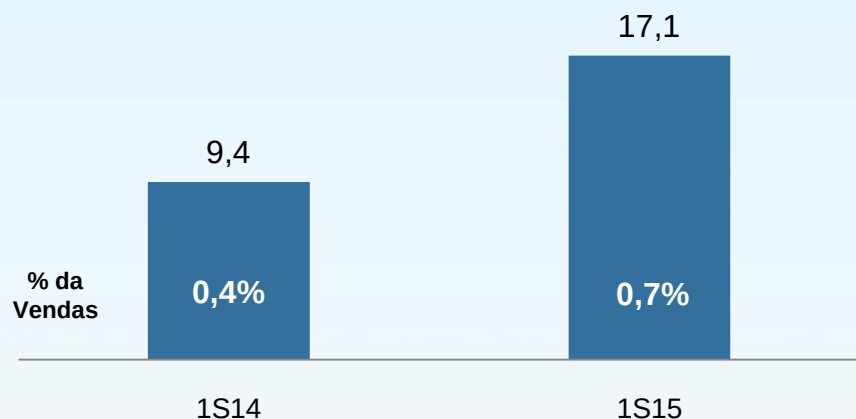
- Crescimento do fluxo de caixa operacional do 2T15 impulsionado pela maior eficiência na utilização do capital de giro em comparação com o trimestre anterior
- Fluxo de Caixa Operacional do 1S15 impactado pelo comportamento atípico do capital de giro do 1T15 devido à redução na diferença média entre a data da compra e a data do embarque



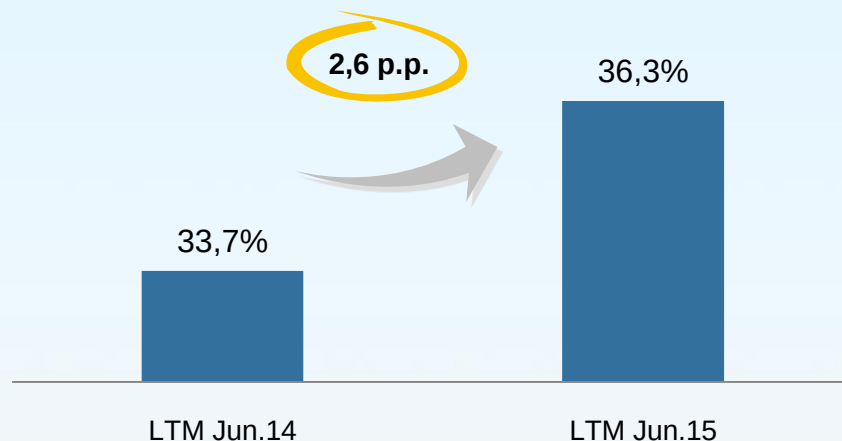
Crescimento de 2,6 pp no ROIC, atingindo 36,3% nos último doze meses findos em junho de 2015



Capex* (R\$ milhões)



ROIC⁽¹⁾ (%)



- Investimentos de R\$17,1 milhões, aumento de R\$ 7,7 milhões versus 1H14, principalmente devido ao aumento de infraestrutura
- O Retorno Sobre o Capital Investido foi de 36,3% nos últimos 12 meses findos em junho 2015, 2,6 p.p. superior ao do mesmo período do ano anterior, impulsionado pelo crescimento do EBIT e redução do ativo imobilizado

(1) ROIC: Lucro Líquido operacional depois dos impostos dividido pelo Capital investido
(Ativo Imobilizado + Capital de giro)

* Não inclui contratos de exclusividade

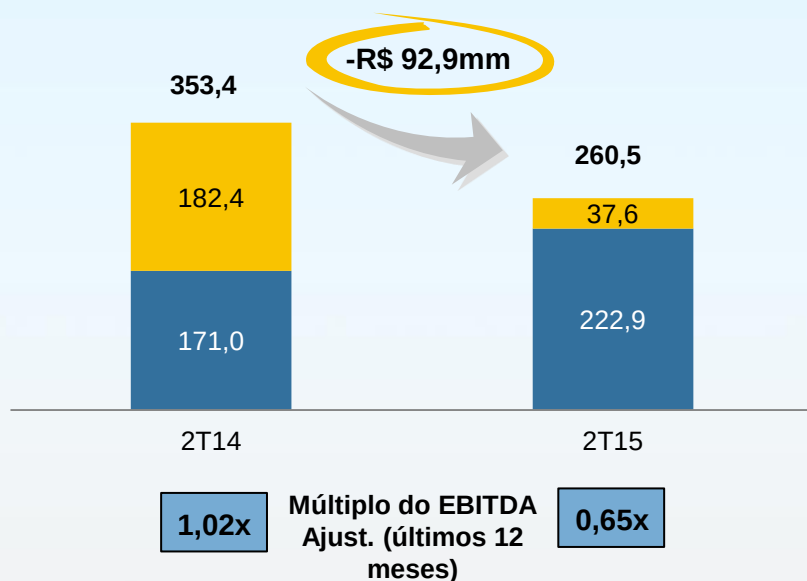


Queda de R\$92,9 milhões no endividamento líquido

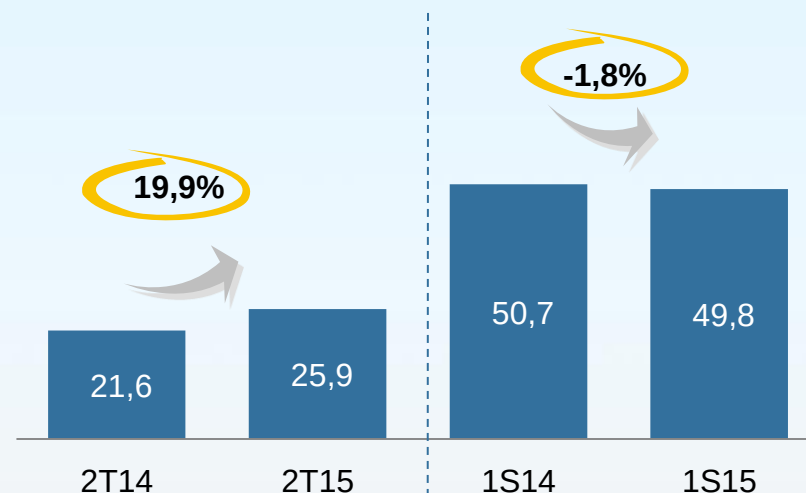


Endividamento Líquido (R\$ milhões)

■ Dívida Líquida ■ Antecipação de Recebíveis

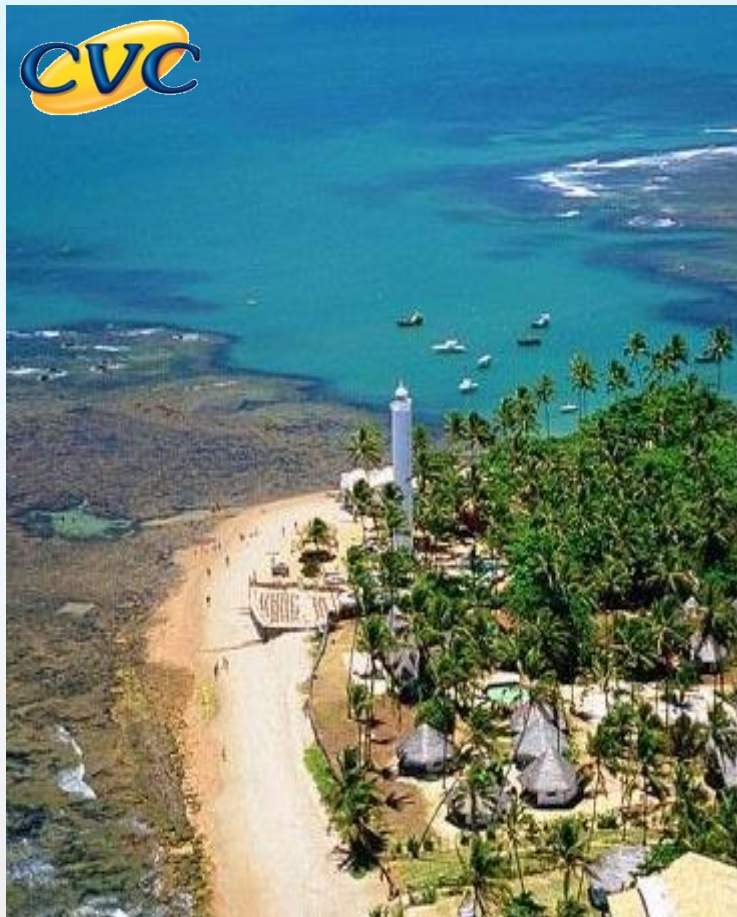


Despesas Financeiras Líquidas (R\$ milhões)



- Aumento das despesas financeiras devido ao crescimento das reservas confirmadas (levando a maiores despesas com financiamentos através de cheques/ boletos bancários) e ao aumento da taxa de juros (CDI)
- A comparação das despesas financeiras do 2T15 vs ano anterior foi impactada uma vez que o *earn-out* devido ao acionista fundador em 2T14 (R\$102,2 mm) era ajustado pelo IGP-M, que foi negativo naquele período





1 Eventos Recentes

2 Resultados do 2T15 / 1S15

3 Seção de Perguntas e Respostas

