



Divulgação Resultados 1T14

06 de Maio de 2014



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).



Destaques– 1T 2014



Iniciativas 1T14

Vendas lojas exclusivas

- 81 lojas abertas nos últimos 12M
- Crescimento das vendas das mesmas lojas: + 13,2%

Vendas online

- +125,4 % vs 1Q13
- Criação de área de produtos online com foco em viagens de curta duração

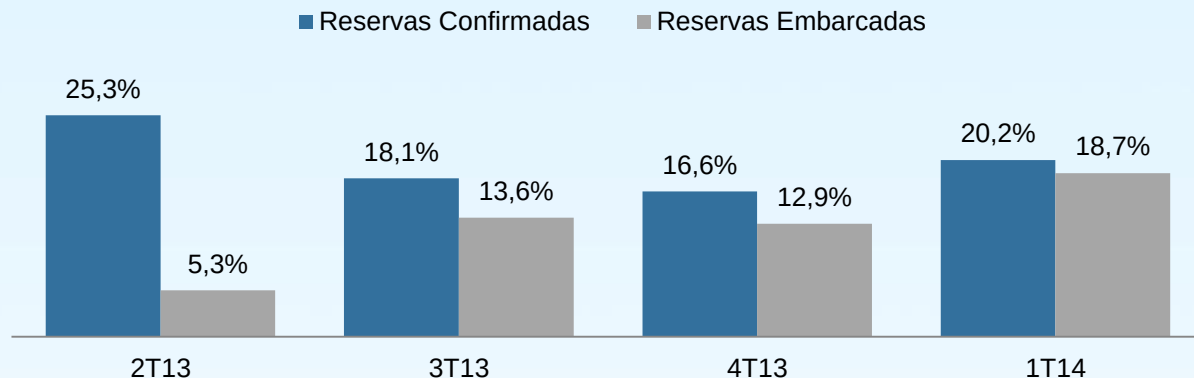
Produto

- Novos produtos: circuitos europeus e costa da Bahia
- Novos Materiais promocionais sobre os principais destinos
- Mega Promo com cias aéreas
- Parceria com cadeia de hotéis

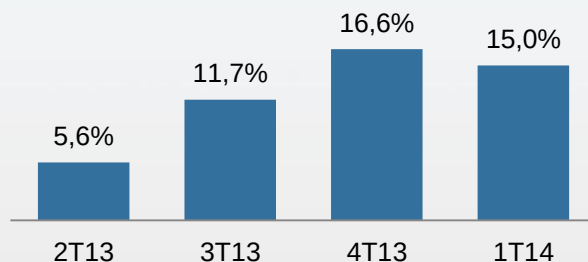
Branding

- Uma das 50 marcas mais valiosas do Brasil segundo Brand Analytics e Millward Brown

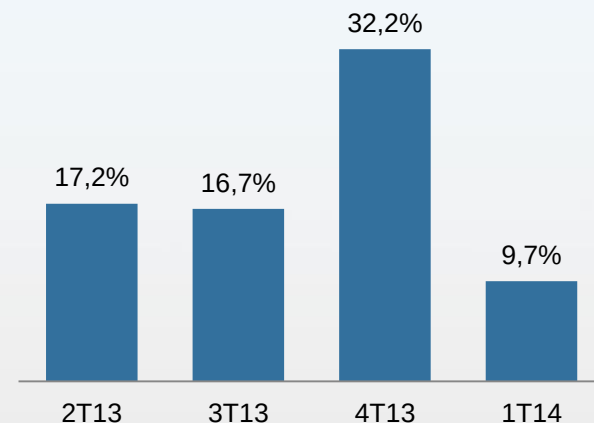
Historico das Reservas Confirmadas e Embarcadas (*)



EBITDA Ajustado (*)



Lucro Líquido Ajustado (*)



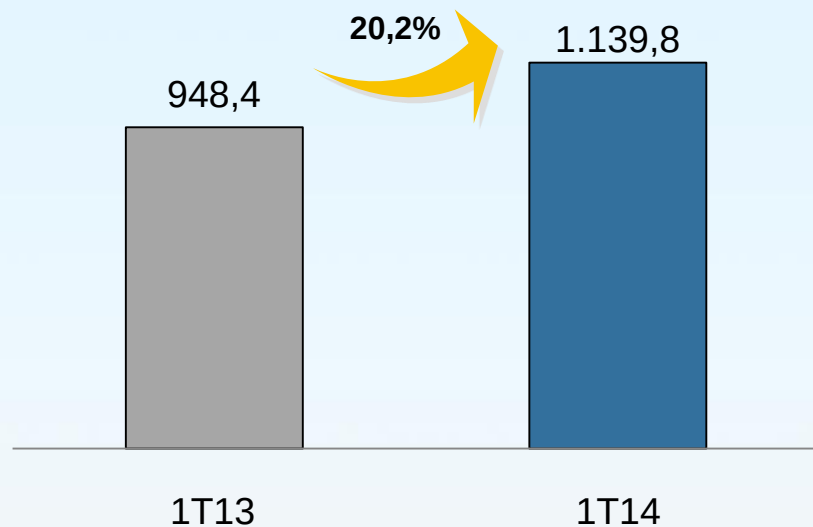
(*) Ano vs. Ano



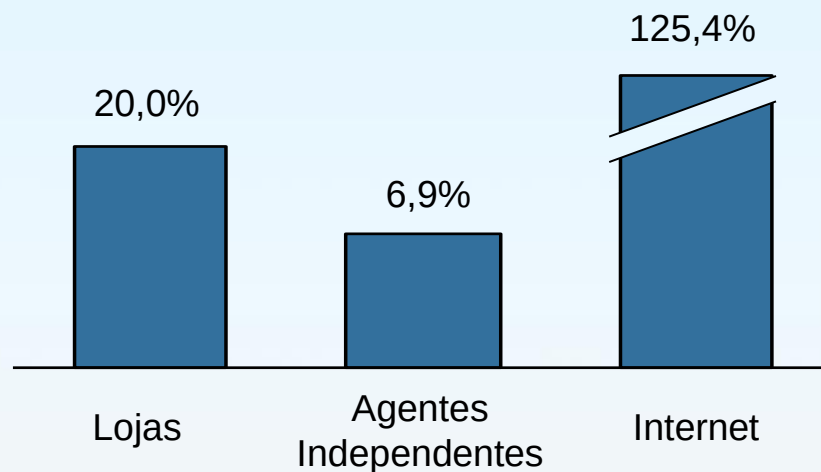
Reservas Confirmadas – 1T 2014



Total das Reservas Confirmadas (Ano vs. Ano)



Reservas Confirmadas por Canal (Ano vs. Ano)



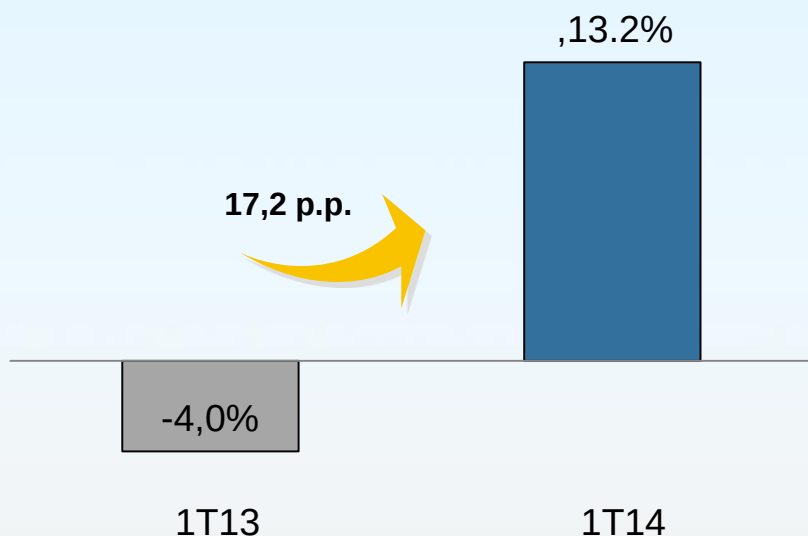
- No 1T14, as reservas confirmadas aumentaram 20,2%, com crescimento em todos os canais.
- Aumento significativo das vendas online (125,4%), reforçando a importância deste canal na nossa estratégia de longo prazo.



Desempenho de Vendas



Crescimento das Vendas nas Mesmas Lojas (%)



Abertura de Lojas (# de lojas)



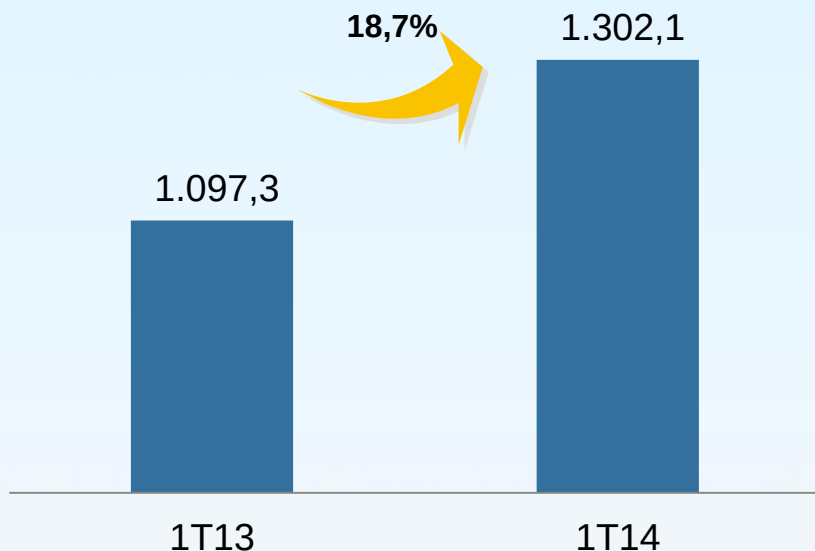
- Crescimento das vendas nas lojas físicas ocasionado pelo aumento das vendas das mesmas lojas e pela abertura de pontos de venda



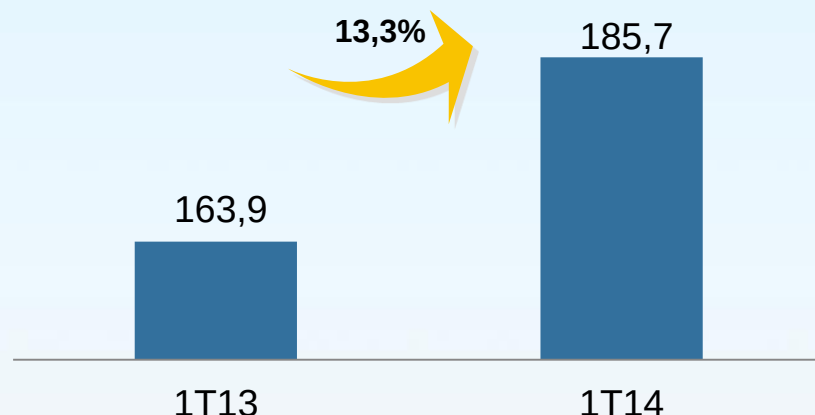
Reservas Embarcadas e Receita Líquida



Reservas Embarcadas (R\$ milhões)



Receita Líquida (R\$ milhões)



% das Reservas Embarcadas

14,9%

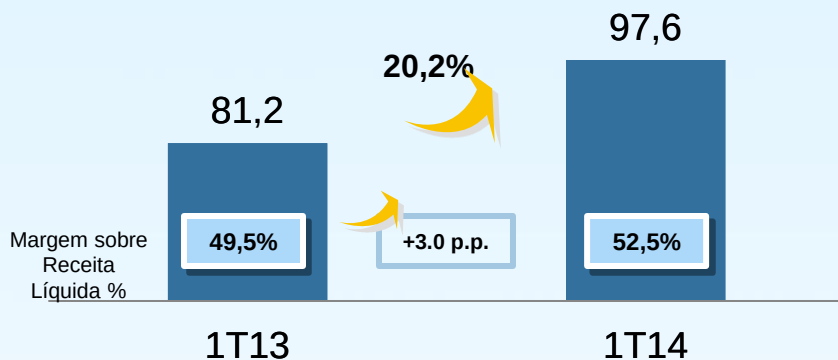
14,3%

- Forte crescimento das reservas embarcadas
- Maior participação de embarques do segmento Internacional, o que ocasionou maior ticket médio e uma menor margem % de intermediação*

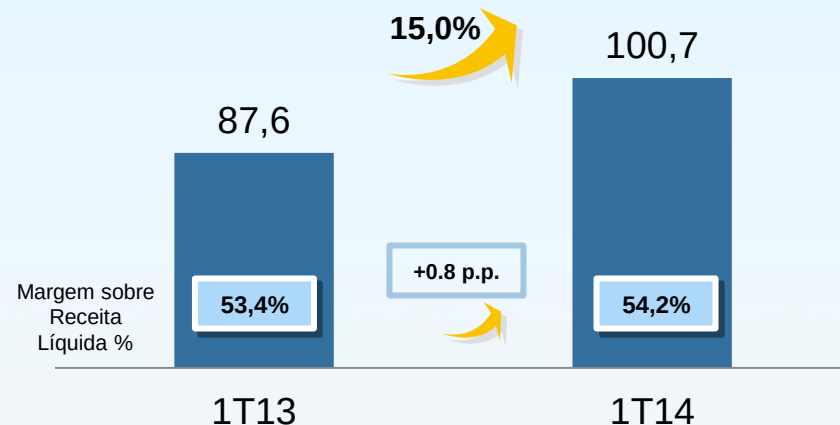




EBITDA (R\$ milhões)



EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



R\$ mm	1Q13	1Q14	Var.
EBITDA	81.2	97.6	20.2%
(+) Desp. com Stock Options	(2.8)	1.9	
(+) Desp com consultorias	1.7		
(+) Pagamento de Indenizações	5.6		
(+) Bônus Extradionários	1.6	1.2	-24.1%
(+) Perdas Extraordinárias	0.3		
EBITDA Ajustado	87.6	100.7	15.0%

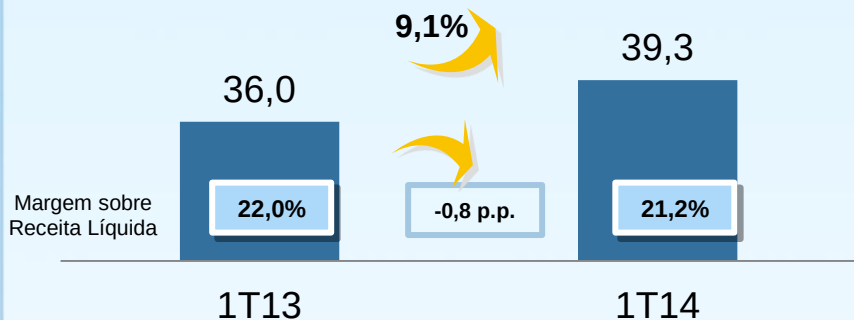
- Itens não recorrentes limitados a opções de ações e bônus extraordinários
- Aumento de margem decorrente da diluição de despesas



Lucro Líquido

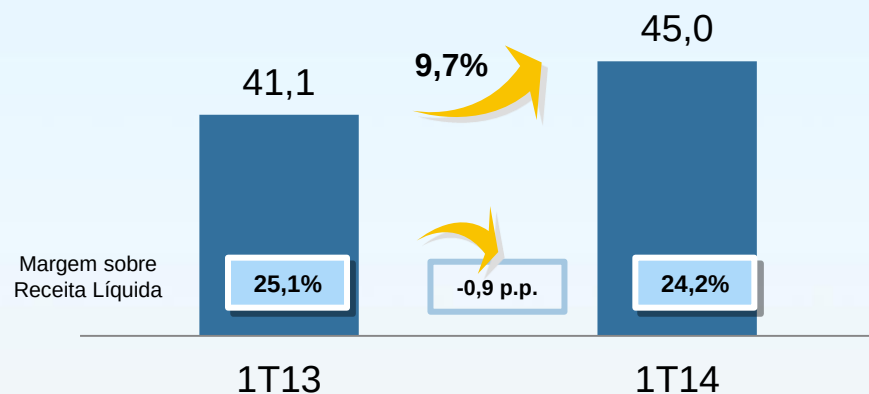


Lucro Líquido (R\$ milhões)



R\$ mm	1T13	1T14	Var.
Lucro Líquido	36,0	39,3	9,1%
(+) Desp. com Pag. Baseados em Ações	-2,8	1,9	
(+) Despesas de Consultorias	1,1		
(+) Pagamento de Indenizações	3,7		
(+) Bônus Extradionários	1,1	0,8	-24,1%
(+) Perdas Extraordinárias	0,2		
(+) Provisão para Pagamento de Earn-Out	0,5	1,6	
(+) Depreciação e Amortização	1,2	1,4	13,0%
Lucro Líquido Ajustado	41,1	45,0	9,7%

Lucro Líquido Ajustado (R\$ milhões)



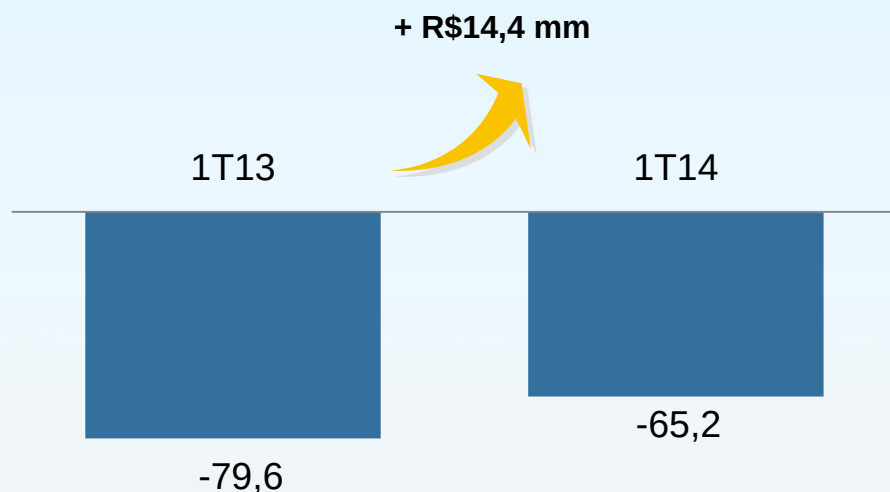
▪ Número limitado de itens não-recorrentes



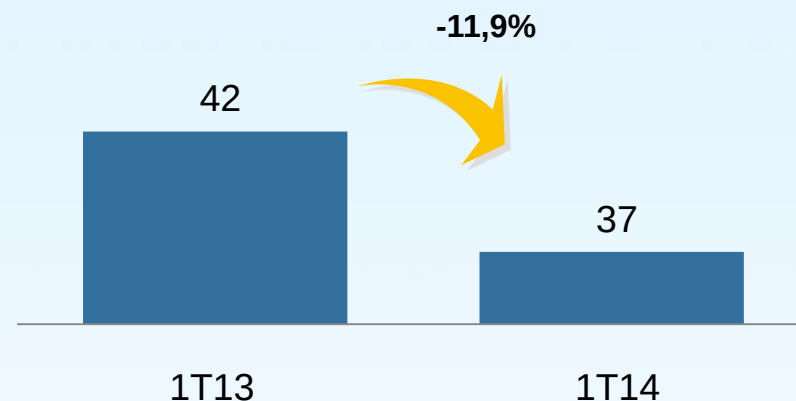
Geração de Fluxo de Caixa e Capital de Giro



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



Capital de Giro (dias)



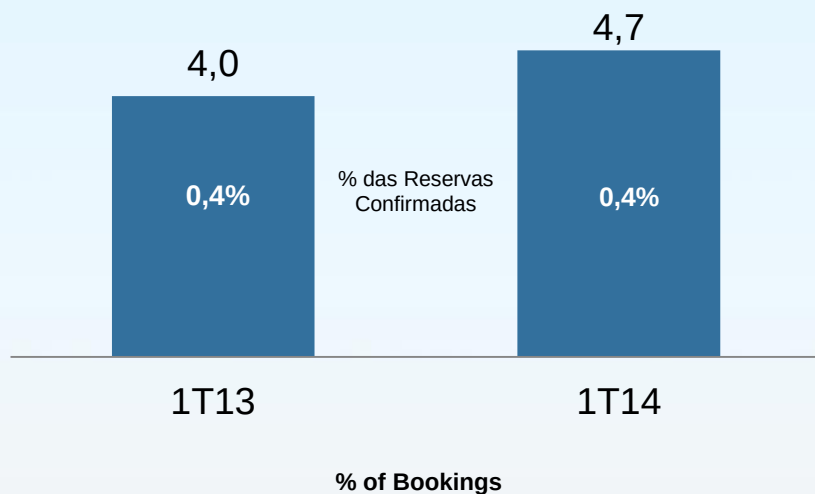
- Melhora do fluxo de caixa ocasionado pelo crescimento do lucro líquido e maior eficiência na utilização do capital de giro
- Fluxo operacional do 1Q impactado pelo pagamento dos fornecedores relativo a alta temporada



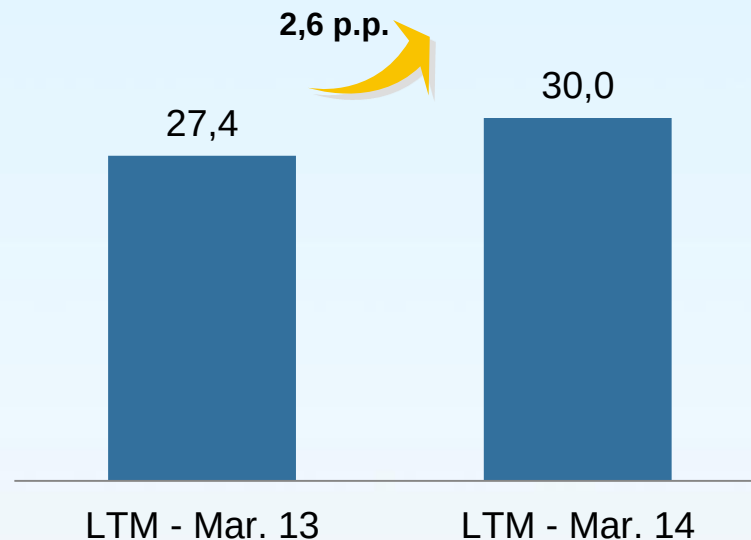
Investimento e Retorno



Capex (R\$ Milhões)



ROIC⁽¹⁾ (%)



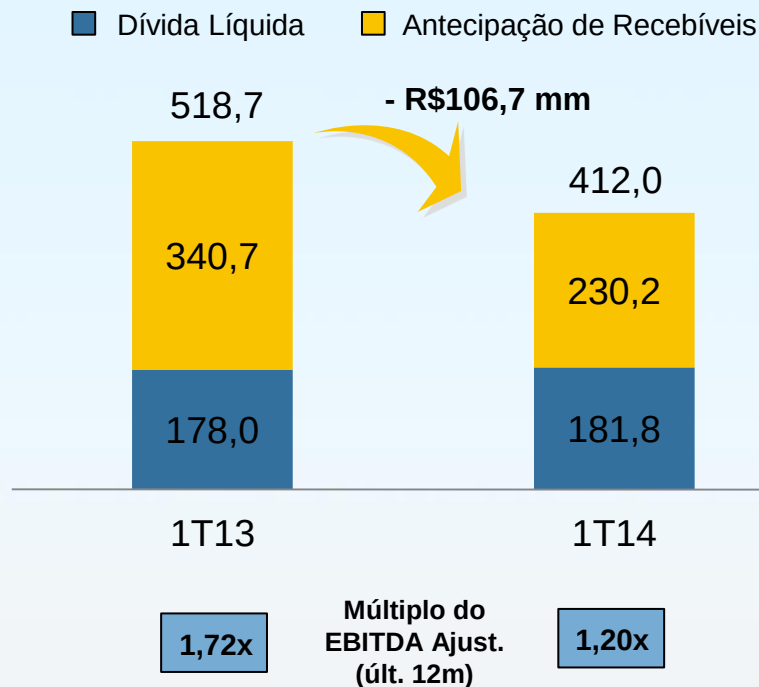
- Retorno sobre o capital investido foi de 30,0% no LTM, 2,6 p.p. superior ao do ano anterior devido ao crescimento do EBIT, redução de ativos imobilizados e maior eficiência na utilização do capital de giro



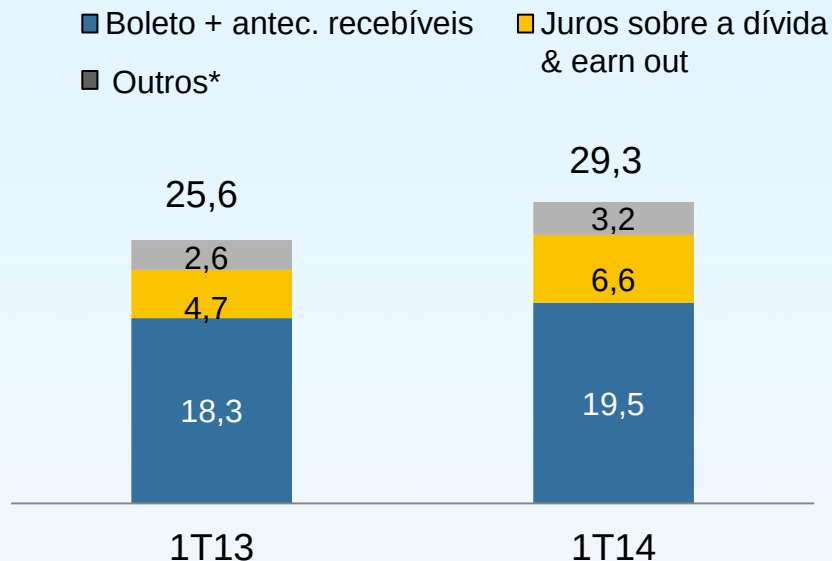
Desempenho Financeiro



Dívida (R\$ Milhões)



Despesas Financeiras (R\$ Milhões)



* Principalmente variação cambial

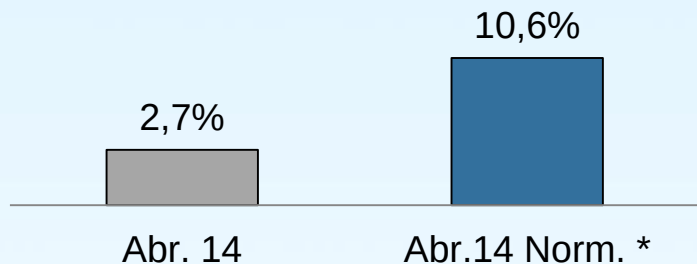
- A queda no total de recebíveis antecipados está relacionada à interrupção da antecipação de cheque e boleto bancários. Atualmente, antecipamos recebíveis de cartão de crédito com taxas e prazos inferiores
- Aumento das despesas financeiras devido ao aumento da SELIC e do IGPM e taxas relacionadas ao pagamento através de cheques/boletos, ocasionado pelo aumento de 20,2% das vendas no período



Reservas confirmadas – Abril 2014



Crescimento das vendas afetado por dois fatores principais



* Normalizado pelo efeito dos feriados

1 Menos dias úteis devido a feriados

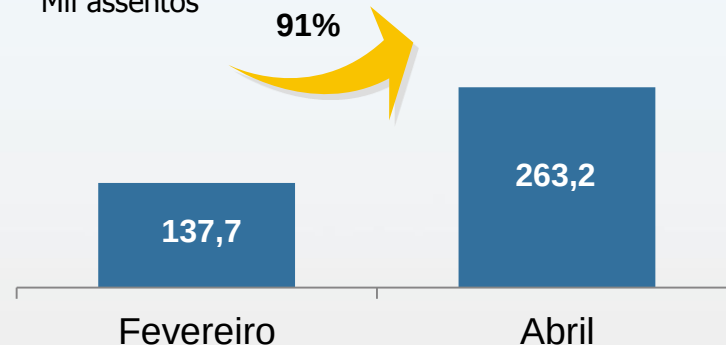
- Páscoa
- Tiradentes
- São Jorge (local – Rio de Janeiro)

2 Forte base de comparação

- Em março de 2013 nosso CEO Sr. Falco ingressou na Companhia e imediatamente dobrou a quantidade de assentos disponíveis.
- Crescimento de 24,5% e 25,3% YoY em Abr.13 and 2T13, parte deste crescimento oriundo de vendas reprimidas.

Assentos disponíveis em 2013 (Pacotes ¹)

Mil assentos



Nota:

1 Assentos disponíveis para os próximos 6 meses





Contatos

Fone: +55 11 2123 2119

E-mail: ri@cvc.com.br

www.cvc.com.br/ri