



# Apresentação dos Resultados **4T19 & 2019**

1 de Setembro de 2020

---

# Aviso Importante

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).

# Agenda



①

**Destques**

Resultado 4T19 & 2019 | Brasil

②



Resultado 4T19 & 2019 | Argentina

③



Resultado 4T19 & 2019 | CVC Corp

④



Q&A

⑤



# Destaques

## Nova Gestão e Estrutura Administrativa

- Mais foco e eficiência

## Novas Iniciativas

- Uma empresa: relacional, omnicanal, mais eficiente com oportunidades adjacentes

## Digitalização

- Pilar da nova estratégia com entregas no curto prazo

## Modelo de negócios resiliente

- Apesar dos desafios, Geração de Caixa de R\$261M vs. consumo de -R\$78M em 2018

## Capitalização

- Totalizando aproximadamente R\$ 295,1M (97,8%).

## COVID-19 e Retomada

- A pandemia trouxe importantes impactos ao setor de turismo e à Companhia no curto prazo
- A retomada deve ser lenta, mas a CVC deve ser a Protagonista da retomada

# Destaques Financeiros

	2019	4T19
RESERVAS CONFIRMADAS	R\$17,3 Bi +9% pro forma	R\$4,7 Bi +8% pro forma
EBITDA NORMALIZADO	R\$404,3 MM -16% pro forma	R\$19 MM -85% pro forma
LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO	R\$47,4 MM -69% pro forma	-R\$62 MM vs. R\$47 MM 4T18 pro forma

## GERAÇÃO CAIXA OPERACIONAL

**R\$261 MM**  
vs. -R\$78 MM 2018

## CAPITAL DE GIRO

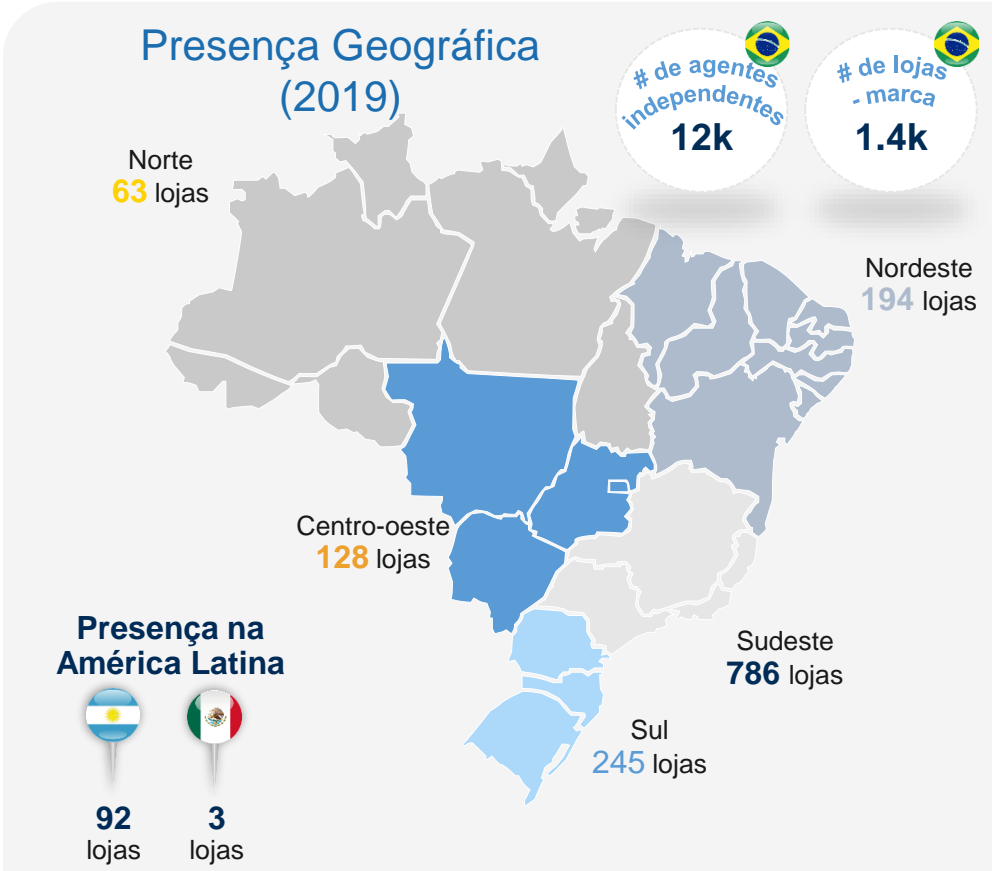
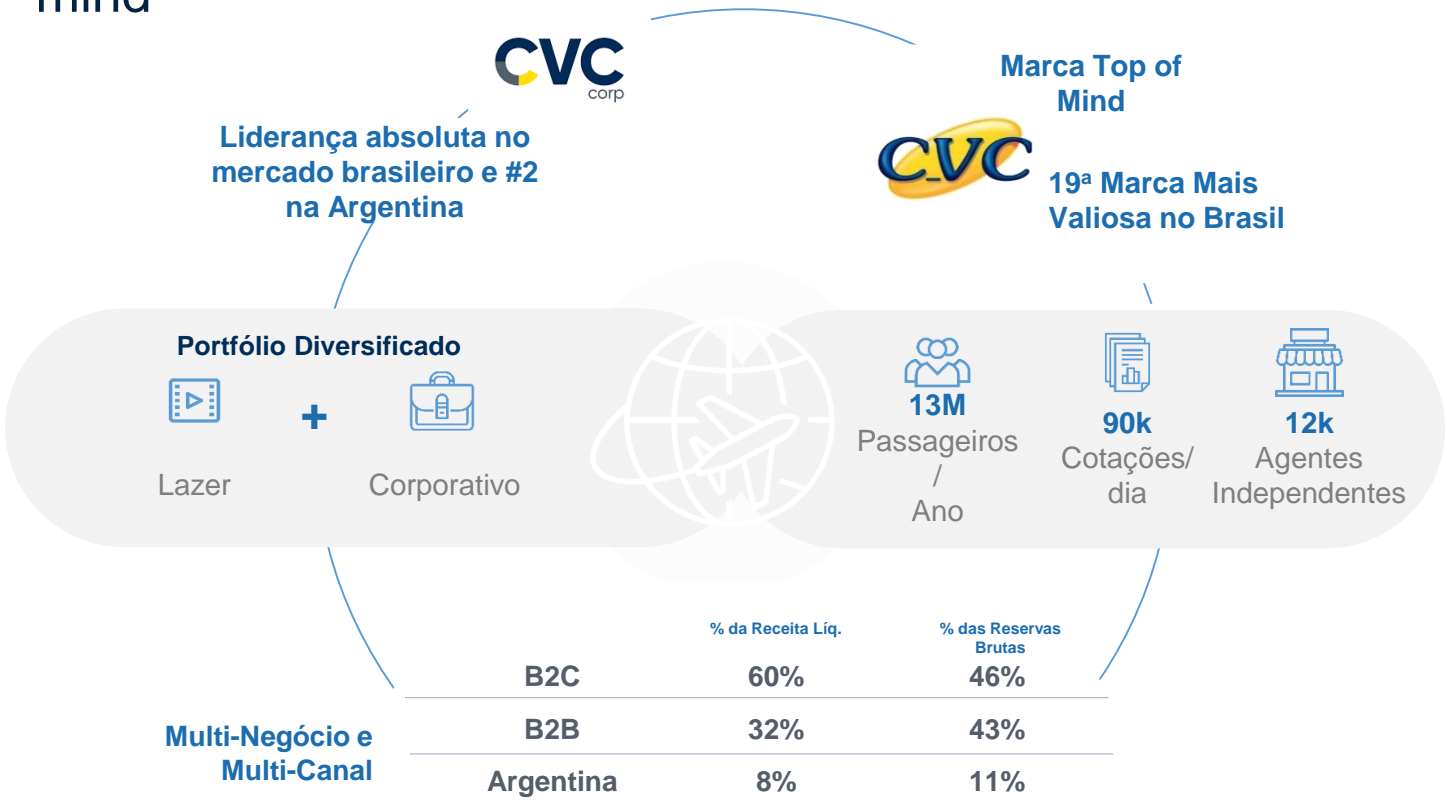
**17 dias**  
-16 dias vs. 4T18



# Visão Geral da CVC Corp



A CVC Corp é a maior plataforma de viagens do Brasil, com presença em todo o país e marcas top-of-mind



Escala		Lucratividade e Retorno		
<b>R\$17,3 Bi</b> Reservas Confirmadas 2019	<b>R\$1,6 Bi</b> Receita Líquida 2019	<b>9,1%</b> Take Rate 2019	<b>R\$404 MM</b> EBITDA Normalizado <sup>1</sup> 2019	<b>26%</b> Margem EBITDA Ajust. <sup>1</sup> 2019
				<b>18%</b> ROIC 2019

# Vantagens Competitivas da CVC Corp



Oferecemos o melhor serviço ao cliente através de nossa plataforma multissegmento escalável, atendendo de clientes corporativos a famílias em férias

## ESCALA, ESCALA, ESCALA

A CVC possui capilaridade nacional única e relacionamento diferenciado com fornecedores da indústria do turismo

## FORÇA DA MARCA

Marca top-of-mind em todas as classes sociais e idades

## EXPERTISE DO NEGÓCIO

Independente do canal, clientes prezam atendimento. A CVC Corp é o benchmark para viagens com atendimento no Brasil: somos especialistas em realizar os sonhos dos nossos clientes

## VIAGENS PARA TODOS

A CVC criou uma plataforma 360 para democratizar as viagens para todos os clientes, com aumento da lucratividade da Companhia através da oferta serviços financeiros

Possuímos a plataforma **MAIS COMPLETA e PREPARADA** para navegar a recuperação do mercado de turismo no Brasil

# Novo Management

Experiência, liderança e foco no cliente



**Leonel Dias de Andrade Neto**

CEO desde abril/2020

24 anos de experiência  
+ de 14 como CEO



**Maurício Teles Montilha**

CFO desde janeiro/2020

30 anos de experiência  
+ de 20 como CFO



Em linha com a visão de futuro da CVC Corp, implementamos importantes **mudanças na Estrutura Administrativa**, de forma a refletir nosso foco no cliente e em sua jornada

## Unidades de Negócios

B2C – CVC, CVC.com, Submarino Viagens, Al mundo Br e Experimento

B2B – RexturAdvance, Esferatur, Trend, VHC e Visual

## Suporte a Negócios e Clientes

Sourcing: produtos terrestres, aéreo e internacional

Clientes: CRM, pricing e revenue management e qualidade

Desenvolvimento de Negócios: planejamento estratégico e novas receitas/negócios

# O que vem pela frente?



## Relacionamento com Clientes

De relacionamento  
**Transacional** para **Relacional**

Experiência de **viagem**  
**perfeita**

**Inspirar** nossos clientes a  
**planejar** novas viagens

Ser parte da **jornada de**  
**inspiração** para nova viagem



## Ganhos de Eficiência

**Integrar** unidades de  
negócio

Mapeamento de **processos**  
**internos** que podem ser  
**aprimorados**

**Upgrade de sistemas /**  
**software** para aumentar a  
**produtividade**

**Uso de software** para  
relacionamento com  
**fornecedores**



## Plataforma Omnichannel

**Integrar** os sistemas dos  
**canais varejo (lojas) e online**  
para oferecer uma  
verdadeira **experiência**  
**omnichannel** para nossos  
clientes

**Acelerar** nosso **canal online**,  
alavancando o expertise da  
**Almundo**



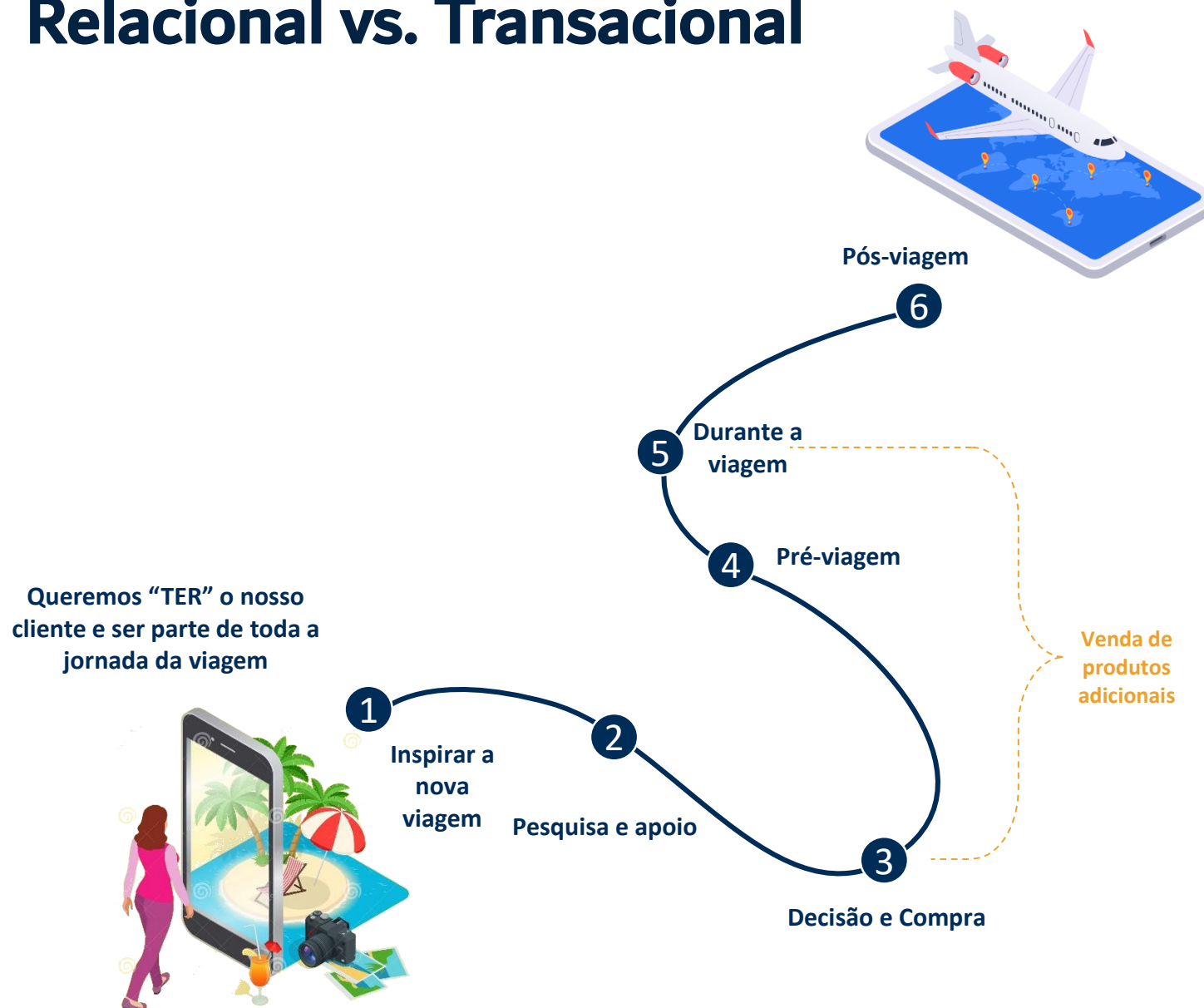
## Oportunidades Adicionais

Oferta de **ampla variedade de**  
**produtos complementares**

**Consolidar** o fragmentado  
**mercado B2B**



# Experiência do Consumidor: Relacional vs. Transacional



## Iniciativas Relacionais

### Desenvolvimento de Marca e Consumidor

Entender o **perfil do consumidor** e expectativas, entrega da **melhor proposta de valor** e **assistência** desde a compra até o momento pós-viagem

### Produtos exclusivos e experiências excepcionais

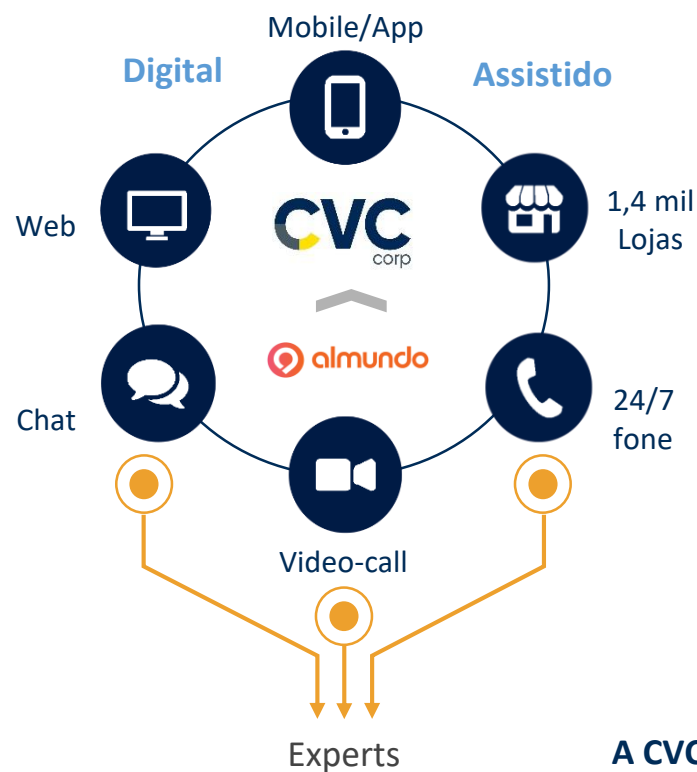
Adição de **produtos exclusivos** no portfolio que trazem **experiências diferenciadas**, que permitem **melhores margens** e **impacto positivo na marca**

### Omnicanalidade e Capilaridade

**Integração** e **sinergia** dos canais (físico e digital), oferecendo aos **clientes** a **melhor experiência de compra**

# Modelo Omnicanal

Transformando a experiência digital criando uma clara vantagem competitiva  
vs. um player puramente digital (OTAs)



A CVC Corp usará os dados obtidos na sua plataforma para conduzir uma estratégia de preços dinâmica

# Distorções Contábeis



Durante a preparação das DFs de 2019, a Companhia constatou distorções na contabilização de valores transferidos aos fornecedores de serviços turísticos referentes às receitas próprias de tais fornecedores, em ajustes indevidos de margens na intermediação de serviços turísticos e em lançamentos sistêmicos incorretos não corrigidos adequadamente os quais causaram um aumento das margens da Companhia.

## IMPACTO NAS DFs DE 31 DEZ 2018 e 2019

**R\$117,0 MM**

2019

redução na receita líquida e aumento da despesa de variação cambial. Essa redução foi substancialmente causada por ajustes nas contas de adiantamentos a fornecedores, fornecedores e contratos a embarcar antecipados de pacotes turísticos

**R\$111,9 MM**

2018

## EXERCÍCIOS ANTERIORES A 2018

**R\$133,4 MM**

redução do patrimônio líquido em 1 jan 2018 e esta reduções foram substancialmente causadas por ajustes nas contas de Adiantamentos a Fornecedores e Contratos a Embarcar Antecipados de Pacotes Turísticos

## Impacto Avianca

**2019**

R\$8,5 MM em 4T19 | R\$143,2 em 2019

Impacto estimado para 2020 inferior a R\$15MM, portanto abaixo da indicação inicial de impacto adicional de R\$30-40 MM

# COVID-19

Implementamos com **agilidade** ações para preservar nossa **saúde financeira**

- o Redução de 50% da jornada de trabalho, congelamento de banco de horas e proibição de horas extras adicionais
- o Redução de 50% do salário da Diretoria Executiva e Conselho
- o Suspensão de novas contratações e promoções
- o Postergação de todos projetos e investimentos não prioritários e suspensão de todos os investimentos em marketing
- o Negociação das condições de empréstimos e financiamentos e de pagamentos com os fornecedores
- o Despesas recorrentes de 1 abril a 1 julho de aprox. R\$52 MM/mês

**Sólida situação financeira** para navegar a crise

**R\$950 MM+**

Caixa & equivalentes – Jun/20



## Impactos Subsequentes ao COVID-19

### Impairment

Entre R\$400M e R\$600M (Concentrado na Argentina): Baixa de ativos de empresas adquiridas

### Reversão de impostos diferidos ativos

R\$335M: provisão para perda de créditos de impostos diferidos, que pode ser revertida a qualquer momento

### Cancelamentos e Reembolsos

R\$96M: impacto de cancelamentos até 30 de junho

R\$13M: despesas não recuperáveis (comissões de tarifa de cartão de crédito)

R\$3M: custo de repatriação de clientes durante a pandemia

### Inadimplência

R\$72M: aumento do risco de inadimplência pela situação econômica

### Outras Perdas

R\$16M: perdas de contratos com fornecedores pagos antecipadamente (aéreo, hotel e marítimo)

### Exposição Aérea

R\$380M: bilhetes já pagos que podem gerar perda caso alguma companhia encerre suas operações sem honrar ou transferir estes bilhetes



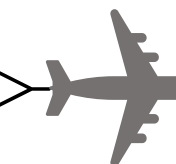
# Agenda

Destaques ①

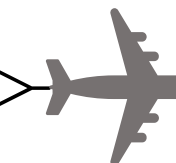


② Resultados 4T19 - Brasil

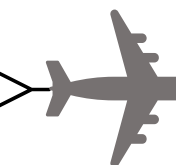
Resultado 4T19 & 2019 | Argentina ③



Resultado 4T19 & 2019 | CVC Corp ④



Q&A ⑤



# Nova apresentação das unidades de negócios

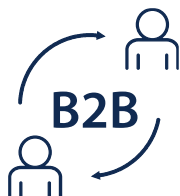


Facilitar o acompanhamento do desempenho da CVC Corp pelo Mercado

Alinhamento com visão interna da CVC Corp

Comprometimento com a transparência

**B2C**



**ARGENTINA**



## BRASIL Consolidado

Abertura por linha de negócio dos principais indicadores operacionais:

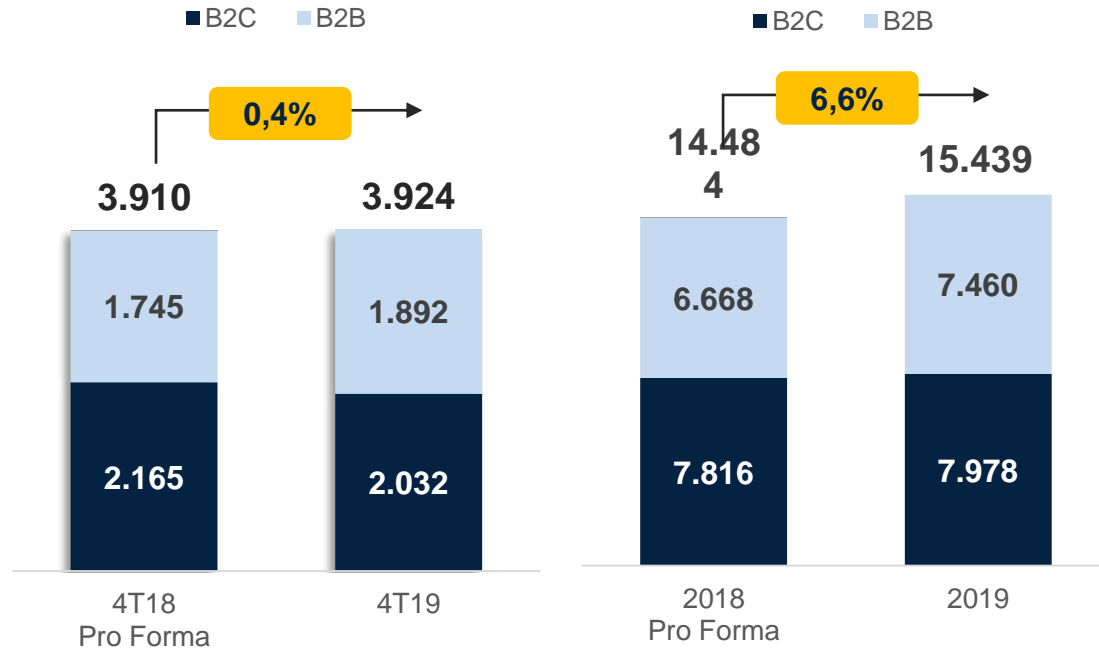
**Reservas Confirmadas**

**Take-rate**

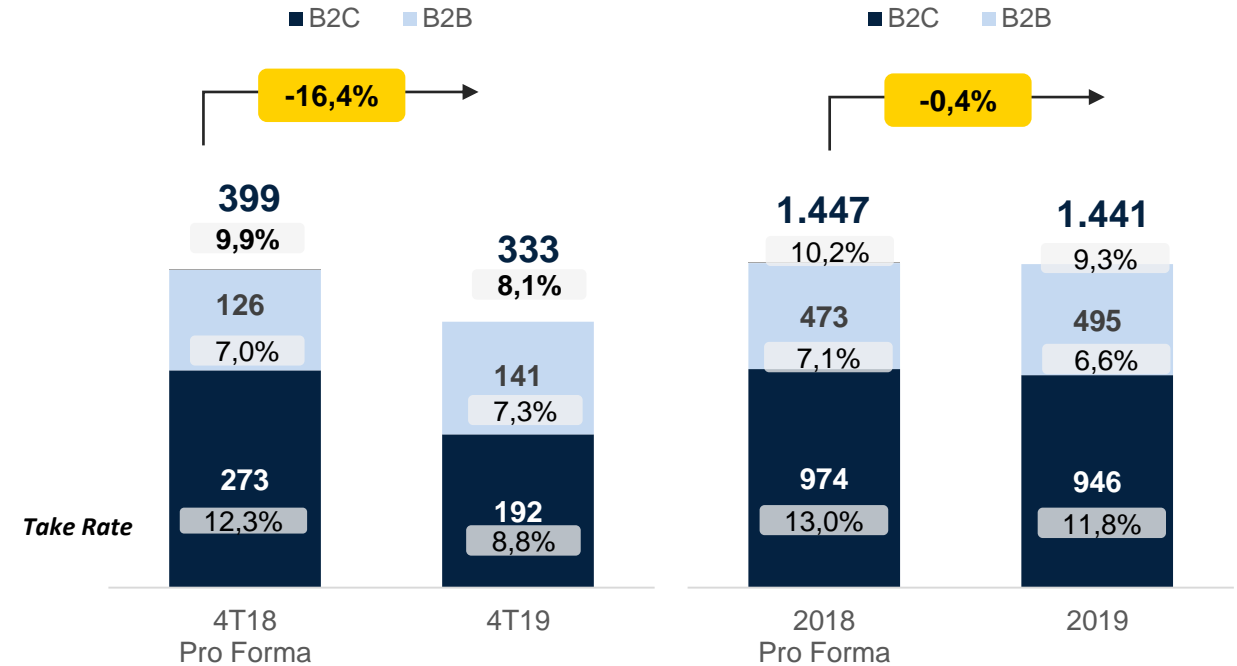
# Receita Líquida | BR



## Reservas Confirmadas | BR



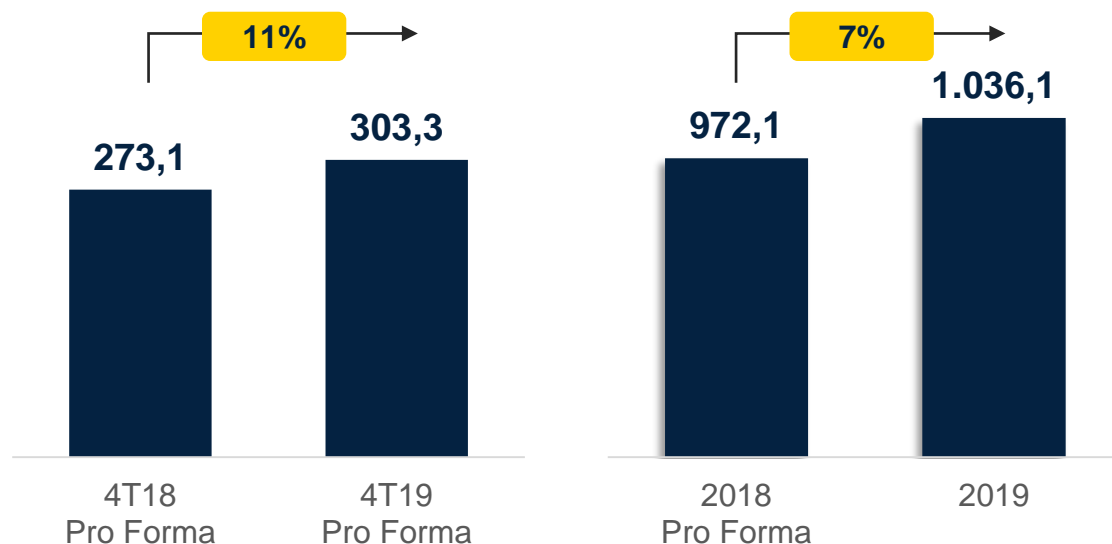
## Receita Líquida | BR - R\$ milhões



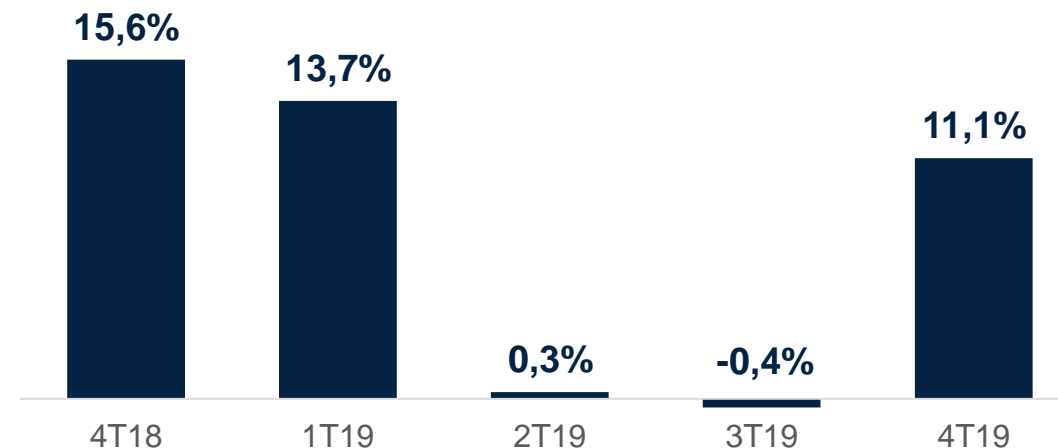
- Receita líquida de R\$ 333,4 milhões, -16,4% (ou -R\$65 milhões) no 4T19
- Take-rate CVC Corp BR (-1,8 p.p.):
  - Crescimento do mix de reservas confirmadas no B2B com menor take-rate percentual
  - Encerramento das operações da Avianca, pressionando principalmente o segmento online
  - Reposicionamento de preços CVC

# Despesas Operacionais | BR

## Despesas Operacionais recorrentes<sup>1</sup> | BR – R\$ milhões



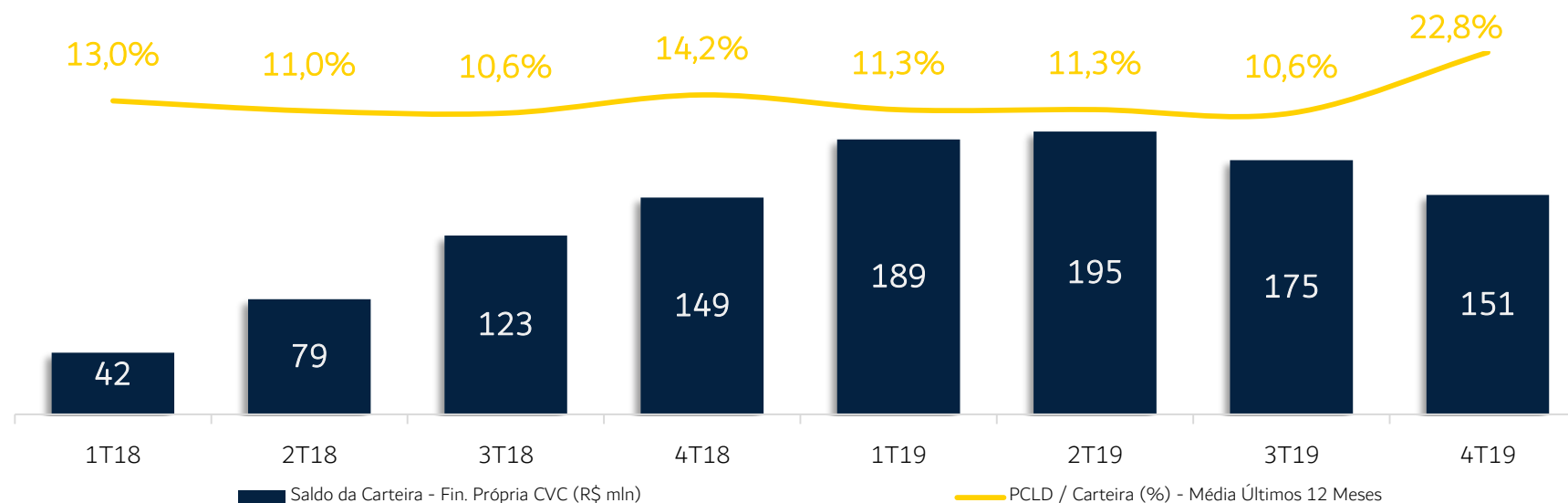
## Evolução das Despesas recorrentes<sup>1</sup> | BR – %



- Despesas +11% no 4T19:
  - G&A: aumento de 6,8%, incluindo consultorias
  - Aumento das despesas de vendas de +3,7% em 4T19, principalmente relacionadas à marketing
  - Crescimento na linha de outras despesas +63,5% devido ao maior número de processos cíveis ➔ e aumento em provisão para contingências

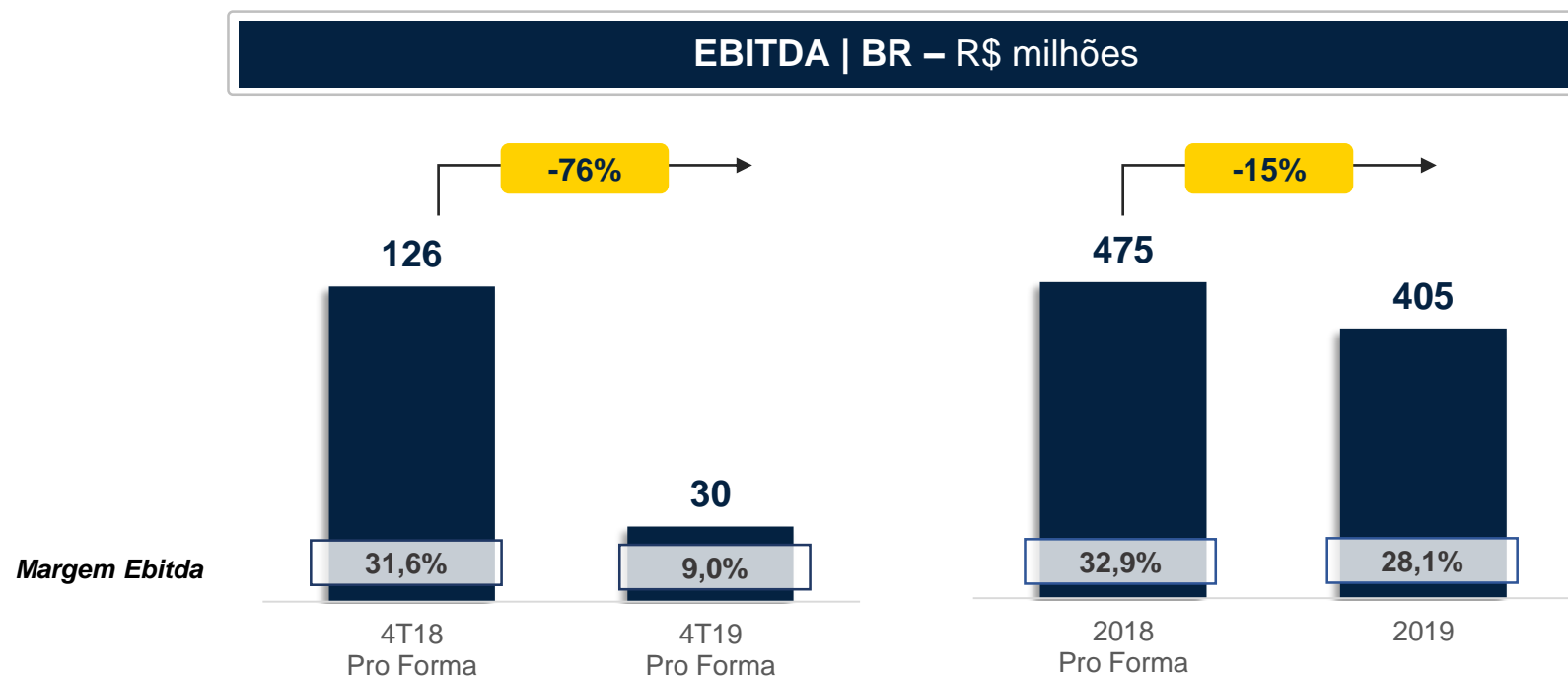


# Financiamento Próprio | BR

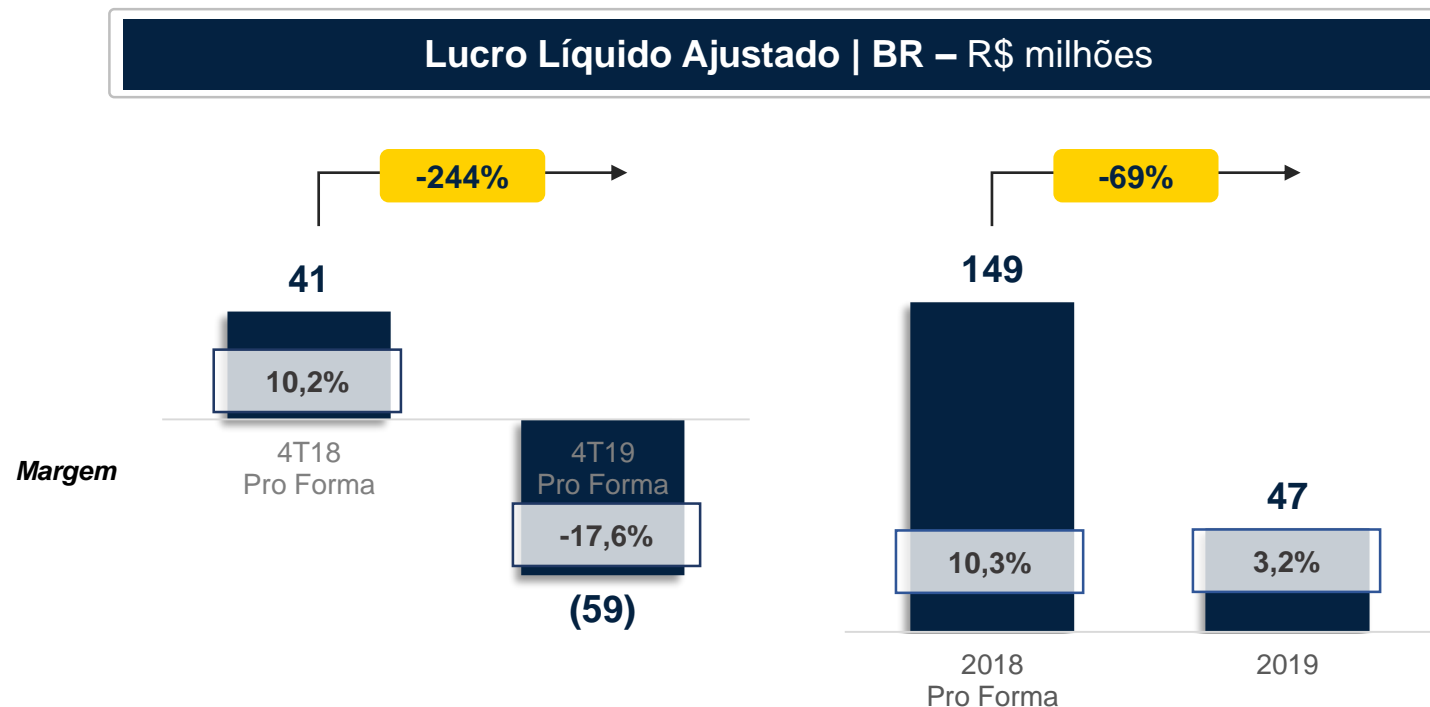


% Fin. Próprio:	5%	7%	9%	9%	11%	10%	8%	8%
-----------------	----	----	----	----	-----	-----	----	----

- A Companhia continua aperfeiçoando os processos, sistemas e informações relacionadas a gestão de crédito e cobrança
- Aumento da cobertura de provisão de perda sobre o saldo da carteira, em função de uma política de provisão mais conservadora
- Participação do financiamento próprio manteve-se estável frente ao 3T19 em 8%
  - Aprovação das Financeiras: +2,2pp
  - Cartão de crédito: ligeira redução
  - Pagamento à vista: estável



- No 4T19, o EBITDA Normalizado, excluindo os efeitos extraordinários, caiu -76,1% versus o 4T18 Pro Forma, com redução de -22,6p.p. na margem, principalmente pela redução na receita líquida, em função do menor número de reservas e menor take-rate
- Em 2019, houve uma redução do EBITDA Normalizado de 14,7%, em função do aumento das despesas operacionais recorrentes em 7,5% principalmente pelo aumento das despesas com vendas (marketing e PDD) e “outras despesas” (maior número de processos cíveis → aumento em provisão para contingências)
- Efeito extraordinário relacionado à Avianca totalizou R\$8,5 milhões no 4T19 e R\$ 142,6 milhões em 2019, referente a reembolsos, reacomodações e provisões para contingências



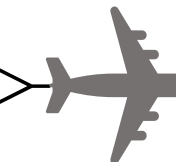
- Além dos impactos que afetaram o EBITDA, a variação no Lucro Líquido 4T19 vs. o 4T18 pro forma teve o impacto de gastos com impostos (vs. reversão em 2018) e aumento nas despesas de depreciação e amortização, em função de maiores investimentos e empresas adquiridas no período
- Em 2019, houve uma redução Pro Forma do Lucro Líquido Ajustado de 69%, em função do aumento das despesas financeiras e maiores despesas de depreciação e amortização, parcialmente mitigadas por menores gastos de impostos

# Agenda

Destques ①

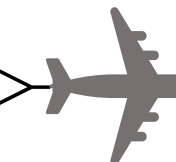


Resultado 4T19 & 2019 | Brasil ②

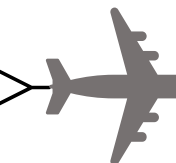


**③ Resultado 4T19 & 2019 | Argentina**

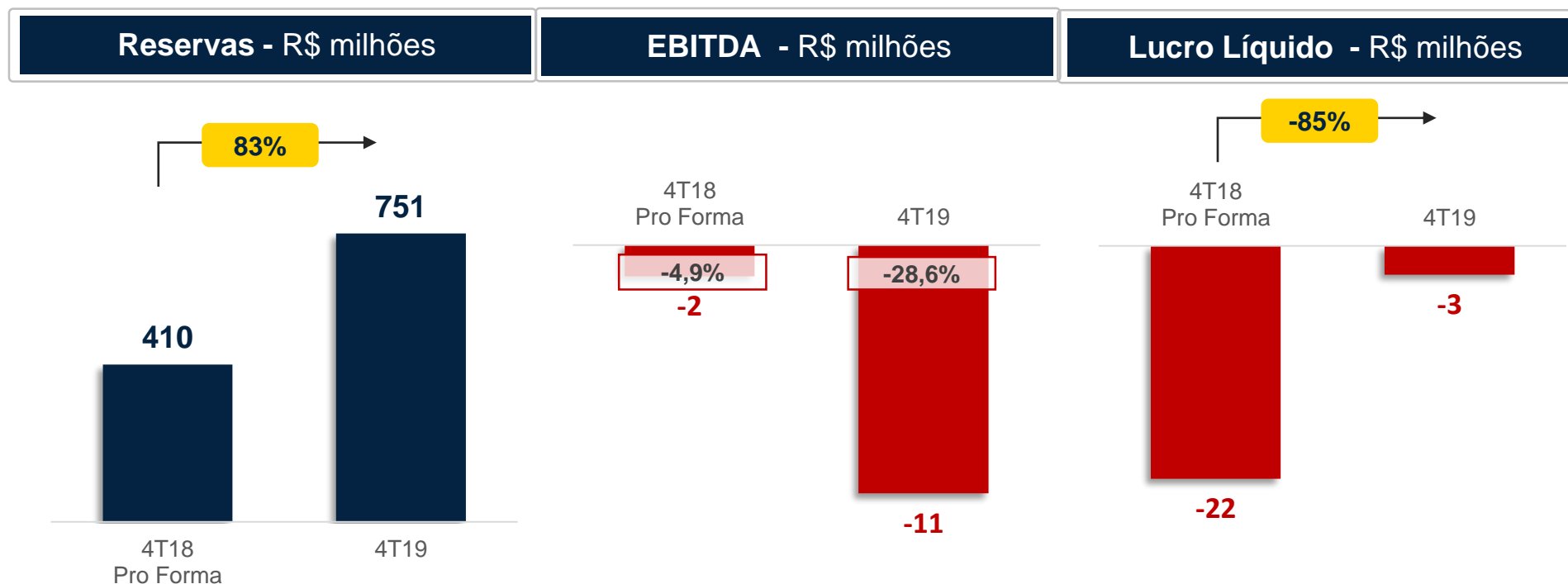
Resultado 4T19 & 2019 | CVC Corp ④



Q&A ⑤

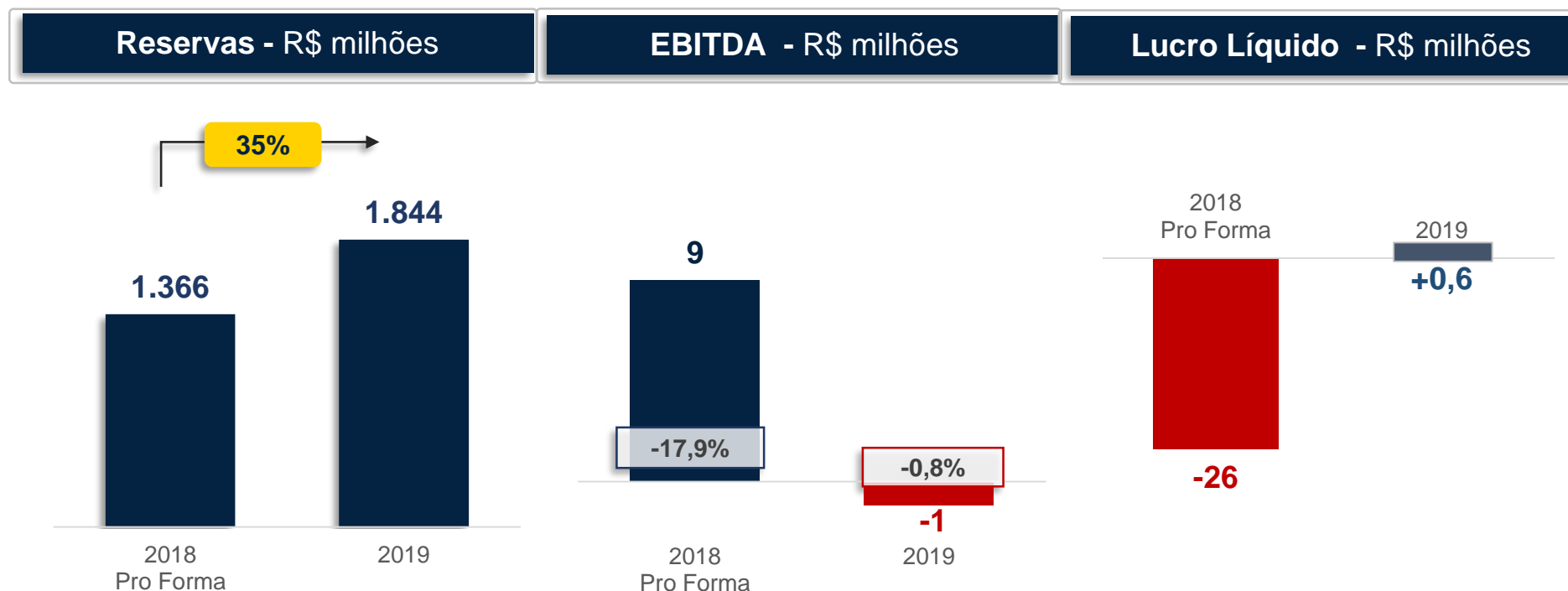






- Crescimento das reservas em R\$ reflexo da antecipação de compra dos argentinos frente à mudanças de impostos sobre viagens que tiveram efeito a partir de janeiro/2020 compensando a desvalorização cambial ocorrida em agosto/2019
- Já o EBITDA foi negativo em R\$11,3 milhões, em função da redução no take rate e maiores despesas operacionais.
- O Prejuízo reportado no trimestre foi de -R\$3,2 milhões em comparação a -R\$21,1 milhões no 4T18 pro forma

# Argentina | 2019



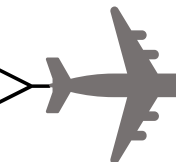
- Crescimento das reservas em R\$ reflexo da antecipação de compra dos argentinos frente à mudanças de impostos sobre viagens que tiveram efeito a partir de janeiro/2020 compensando a desvalorização cambial ocorrida em agosto/2019.
- Já o EBITDA foi negativo em R\$1,0 milhão, em função da redução no take rate e maiores despesas operacionais.
- O Lucro reportado no ano, no entanto, foi de: R\$0,6 milhões em comparação a -R\$26,2 milhões em 2018

# Agenda

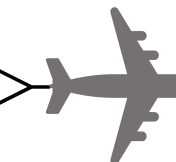
Destaques ①



Resultado 4T19 & 2019 | Brasil ②

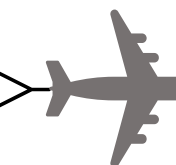


Resultado 4T19 & 2019 | Argentina ③



**④ Resultado 4T19 & 2019 | CVC Corp**

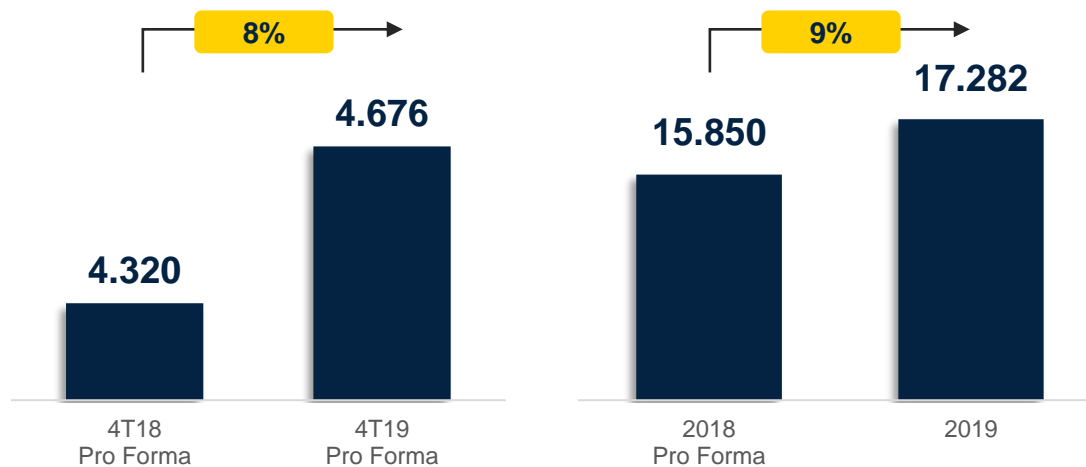
Q&A ⑤



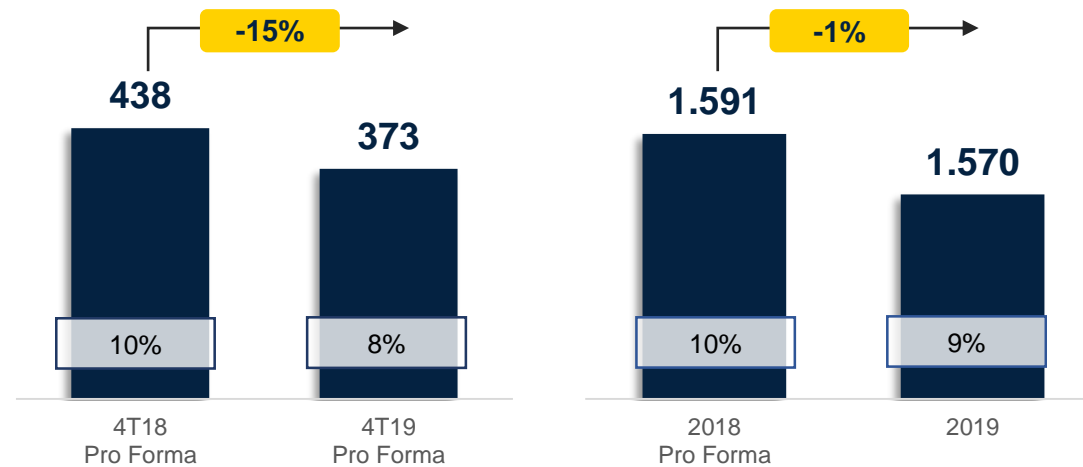
# Resultados CVC Corp



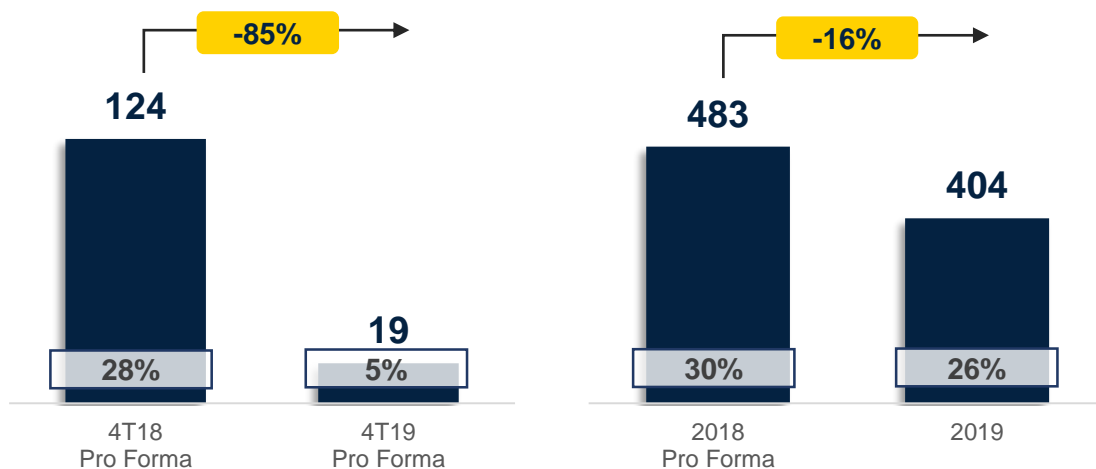
## Reservas – R\$ milhões



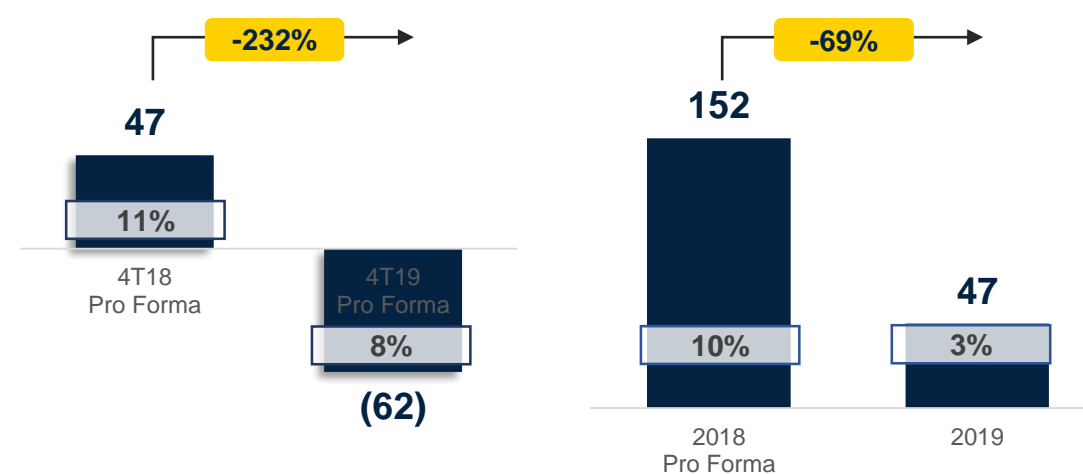
## Receita Líquida – R\$ milhões



## EBITDA Normalizado<sup>1</sup> – R\$ milhões

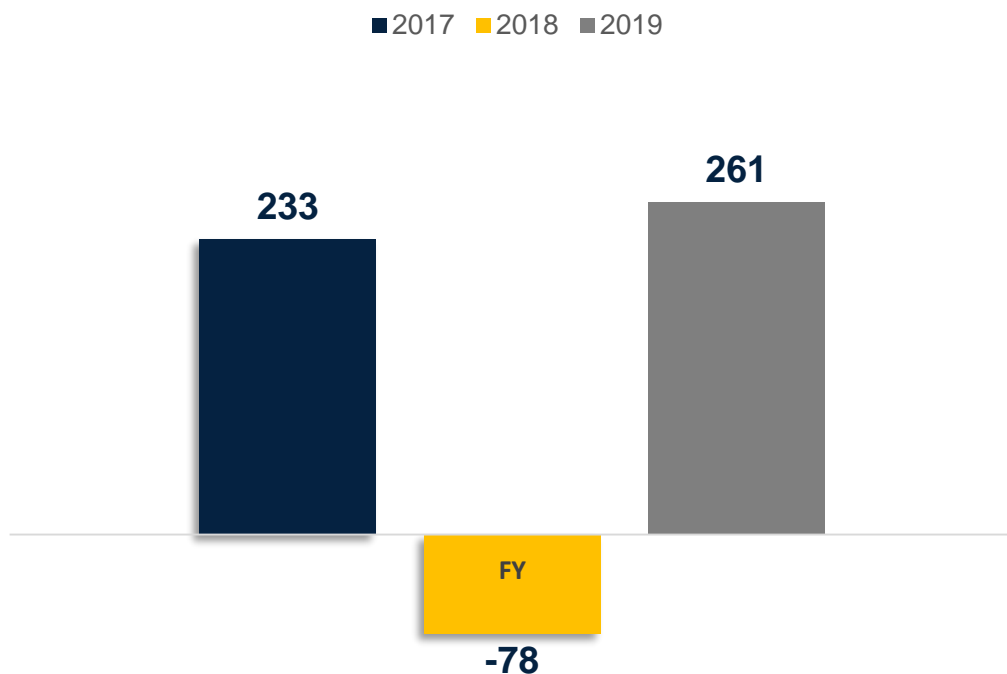


## Lucro Líquido - R\$ milhões



# Geração de Caixa de R\$ 261 milhões em 2019

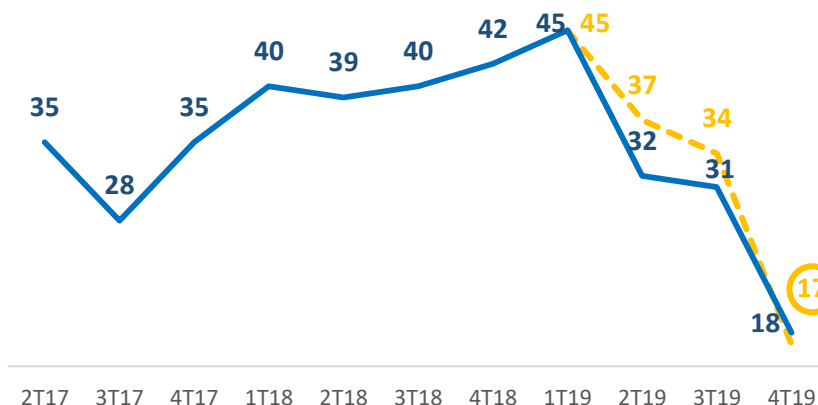
## Geração de Caixa Operacional - R\$ milhões



## Dias de Capital de Giro

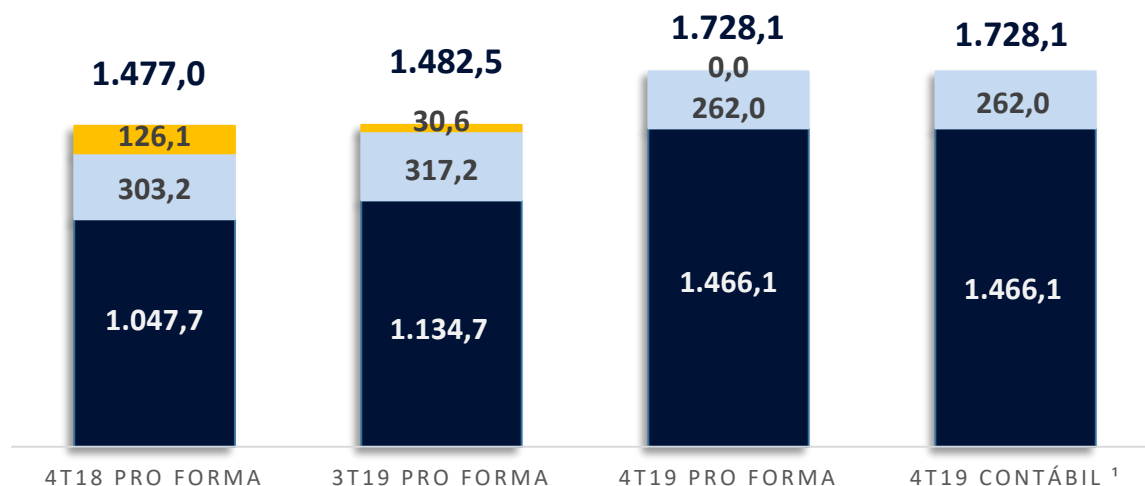
<b>CVC corp</b>	4T19	4T18
Contas a Receber	64	86
Fornecedores	-21	-19
Adiantamento a Fornecedor	15	18
Contratos a embarcar antecipados	-41	-52
Despesas Antecipadas	2	2
Outros (net)	-2	-3
<b>Total Dias de Capital de Giro</b>	<b>17</b>	<b>32</b>

## Evolução Capital de Giro - Em Dias



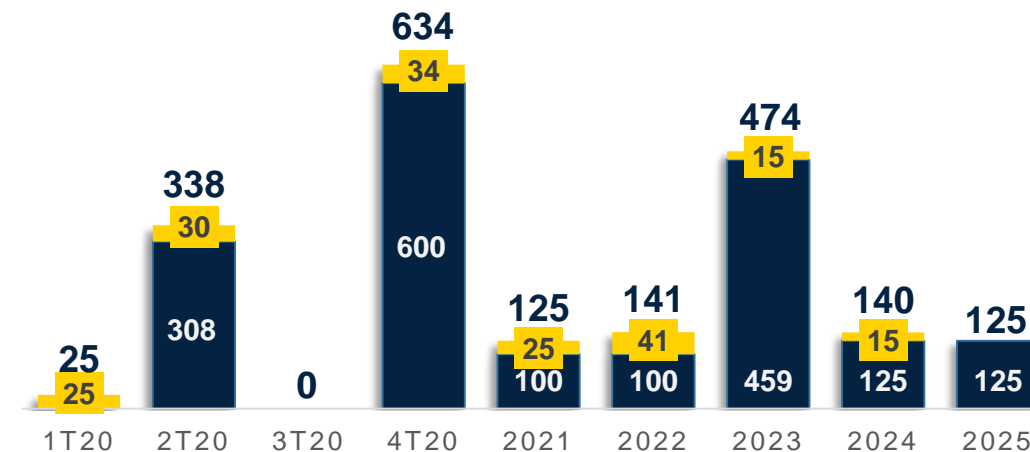
# Endividamento

■ Dívida Líquida   ■ Contas a Pagar de Aquisições   ■ Recebíveis Descontados

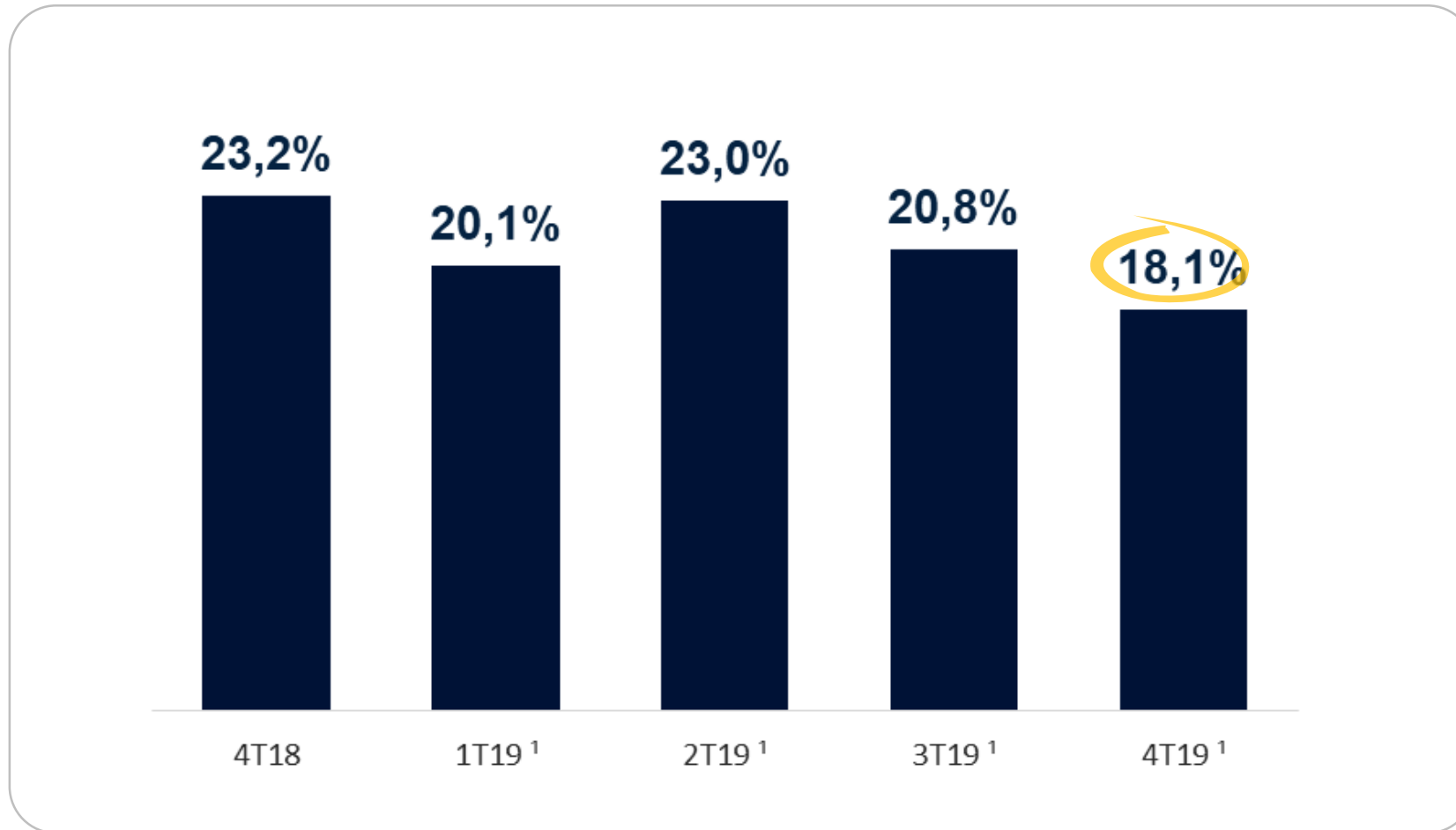


## Perfil da Dívida

■ Dívidas Bancárias   ■ M&A



- Aumento da alavancagem em função da Aquisição da Almundo em Novembro: +0,74x (Comparado ao 3T19)
- Rolagem do vencimento de R\$300M do 2T20 concluída – 2,5 anos, CDI+1,5%



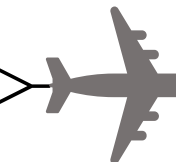


# Agenda

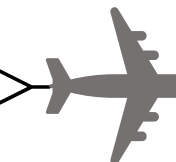
Destaques ①



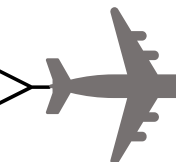
Resultado 4T19 & 2019 | Brasil ②



Resultado 4T19 & 2019 | Argentina ③



Resultado 4T19 & 2019 | CVC Corp ④



⑤ Q&A



# Results Presentation 4Q19 & 2019

September 1st, 2020



# Disclaimer

## Forward Looking Statements

Certain statements contained herein are forward-looking statements based on Management's current estimates regarding future performance that may result in material differences regarding future results, performance and events. These prospects include future results that may be affected by historical results and investments.

In fact, actual results, performances or events may differ materially from those expressed or implied by the forward-looking statements, as a result of several factors, such as the general and economic conditions in Brazil and other countries, interest rate and exchange rate levels, future rescheduling or prepayment of debt denominated in foreign currencies, changes in laws and regulations and general competitive factors (on a global, regional or national basis).

# Agenda



## ① Highlights

4Q19 & 2019 Results | Brazil ②



4Q19 & 2019 Results | Argentina ③



4Q19 & 2019 Results | CVC Corp ④



Q&A ⑤



# Highlights

## New Management and Administrative Structure

- More focus and efficiency

## New Strategic Plan

- One company: relational, omnichannel, more efficient with adjacent opportunities

## Digitalization

- Pillar of the new strategy with short-term deliveries

## Resilient Business Model

- Despite the challenges, Cash Generation of R\$261 MM vs. consumption of -R\$78 MM in 2018

## Capitalization

- Total of approximately R\$295.1 MM (97.8%)

## COVID-19 and Recovery

- The pandemic had a significant impact on the tourism industry and the Company in the short term
- The recovery is expected to be slow, but CVC is poised to play the main role in the recovery

# Financial Highlights

	2019	4Q19
BOOKINGS	R\$17.3 Bi +9% pro forma	R\$4.7 Bi +8% pro forma
ADJUSTED EBITDA	R\$404.3 MM -16% pro forma	R\$19 MM -85% pro forma
ADJUSTED NET INCOME	R\$47.4 MM -69% pro forma	-R\$62 MM vs. R\$ 47 MM 4Q18 pro forma
OPERATING CASH GENERATION	R\$261 MM vs. -R\$78 MM 2018	WORKING CAPITAL 17 days -16 days vs. 2018



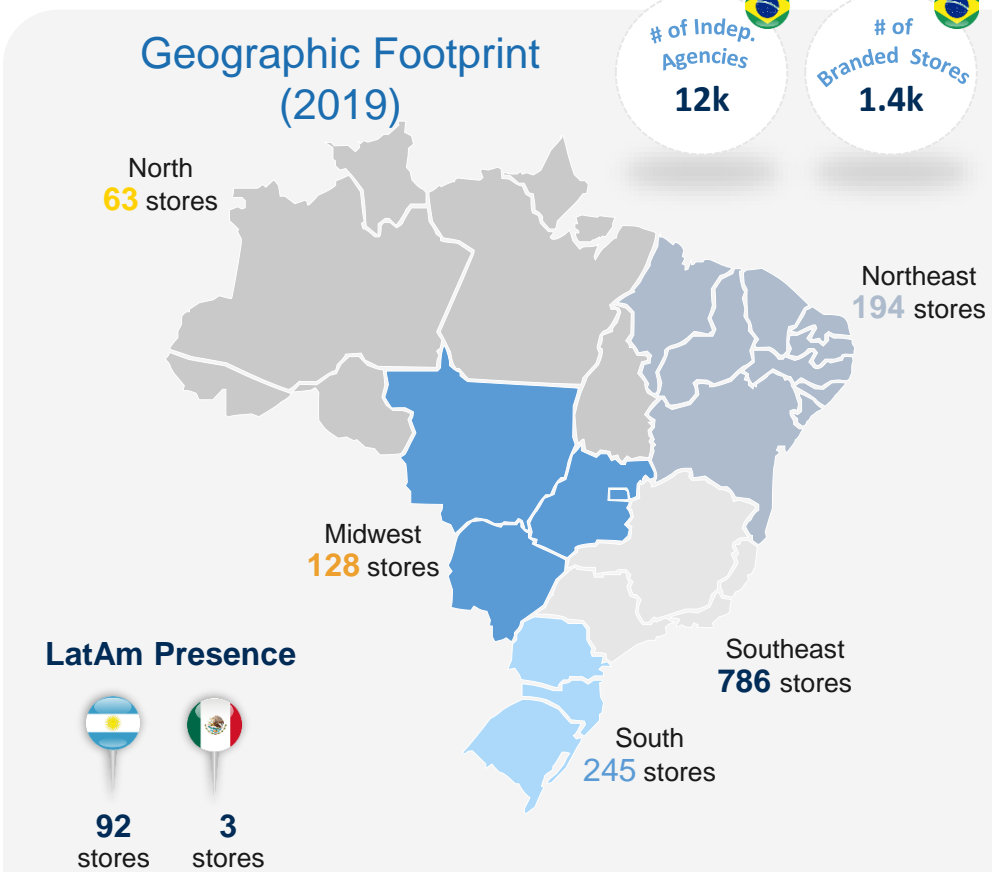
# CVC Corp at a glance



CVC Corp is the largest travel platform in Brazil, with nation-wide footprint and top-of-mind brands



	% of Net Revenue	% of Gross Bookings
B2C	60%	46%
B2B	32%	43%
Argentina	8%	11%



## Scale

**R\$17.3 Bi** Gross Bookings 2019

**R\$1.6 Bi** Net Revenue 2019

## Profitability and Return Level

**9.1%** Take Rate 2019

**R\$404 MM** Normalized EBITDA<sup>1</sup> 2019

**26%** Adjust. EBITDA<sup>1</sup> Margin 2019

**18%** ROIC 2019

Note: [1] Adjusted by non-recurring items; , extraordinary effect of Avianca and bank slip fees.

# CVC Corp's Competitive Advantages



We offer the best customer assistance with our scalable multi-segment platform, attending from corporate customers to families on vacation

## SCALE, SCALE, SCALE

CVC has a unique national capillarity and singular relationship with tourism industry suppliers

## BUSINESS EXPERTISE

Regardless of the sales channel, customers value assistance. CVC Corp is the benchmark for assisted trips in Brazil

## BRAND EQUITY

Top-of-mind brand across all social classes and ages

## TRAVEL FOR ALL

CVC created a 360 platform to democratize travel to all customers, increasing the Company's profitability through its financial services

We have **THE MOST COMPLETE** and **PREPARED** platform to navigate the recovery of the tourism market in Brazil



# New Management



Experience, leadership and focus on the customer



**Leonel Dias de Andrade Neto**

CEO since April/2020

24 years of experience  
+14 as CEO



**Maurício Teles Montilha**

CFO since January/2020

30 years of experience  
+12 as CFO



In line with CVC Corp's vision for the future, we implemented important **changes in the Administrative Structure** to reflect our focus on the customers and their journey.

## Business Units

B2C – CVC, CVC.com, Submarino Viagens, Al mundo Br and Experimento

B2B – RexturAdvance, Esferatur, Trend, VHC and Visual

## Business and Customers Support

Products: land, air and international products

Clients: CRM, pricing and revenue management and quality

Business Development: strategic planning and new revenues/businesses

# What's next?



## Relationship with Customers

**Transaction** to **Relational** relationship

**Seamless travel** experience

**Inspire** our customers to **plan** new trips

Be part of the **inspirational journey** for a new trip



## Efficiency Improvement

**Integrate** business units

Mapping of **internal processes** that could be improved

**Systems / software upgrades** to increase productivity

**Use of software** for relationship with suppliers



## Omnichannel Platform

**Integrate B&M** and **online channel's** systems to offer a truly **omnichannel experience** to our customers

**Accelerate** our **online channel** business leveraging on **Almundo's** expertise

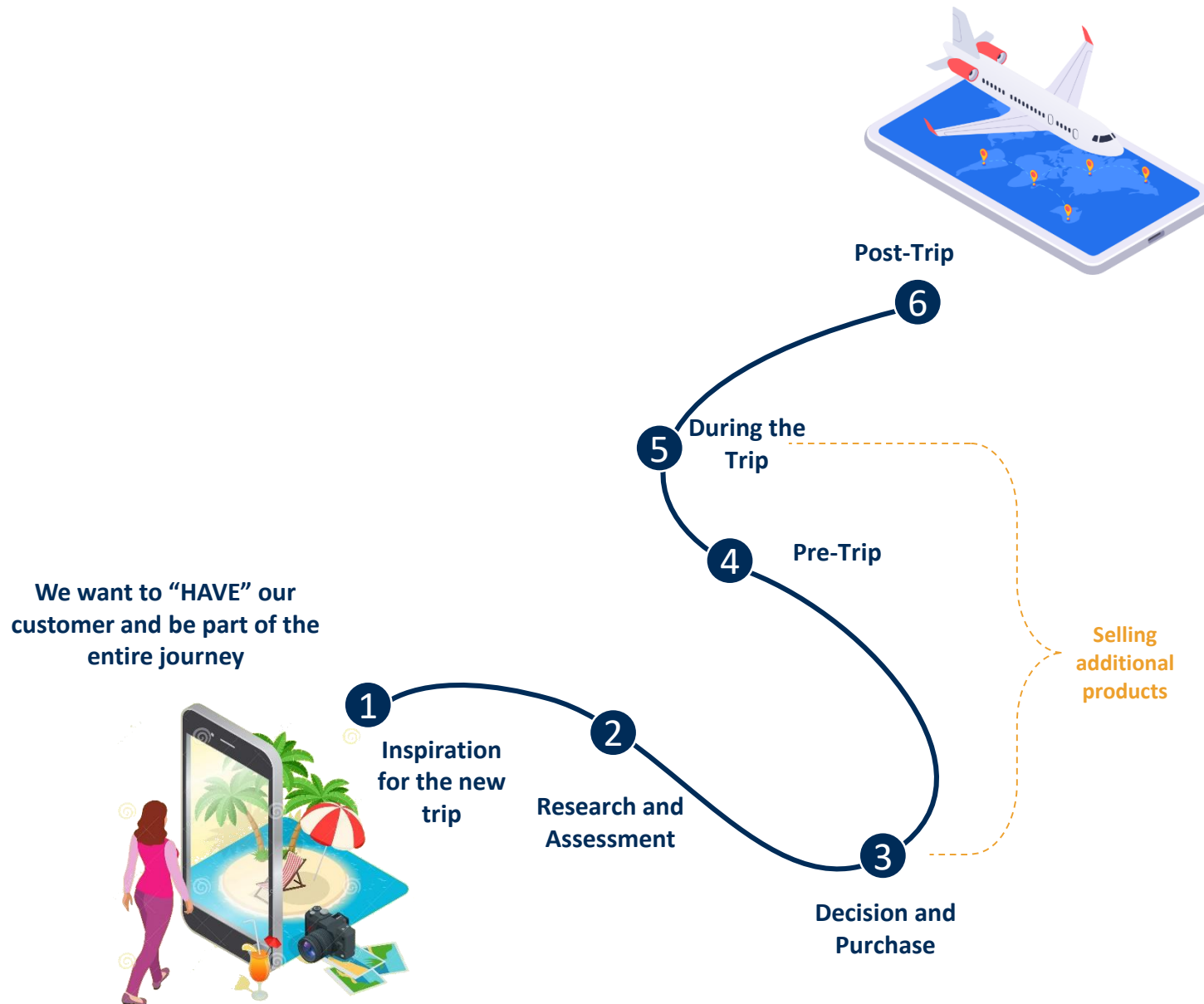


## Additional Opportunities

We should offer a **wide set** of **complementary products**

**Consolidate** the fragmented **B2B market**

# Customer Experience – from transactional to relational



## Relational Approach Initiatives

### Consumer and Brand Development

Understand the **customer profile** and **expectations**, delivery of **better value proposition** and **assistance** from the **purchase** to **post-trip** moment

### Exclusive Products and Exceptional Experiences

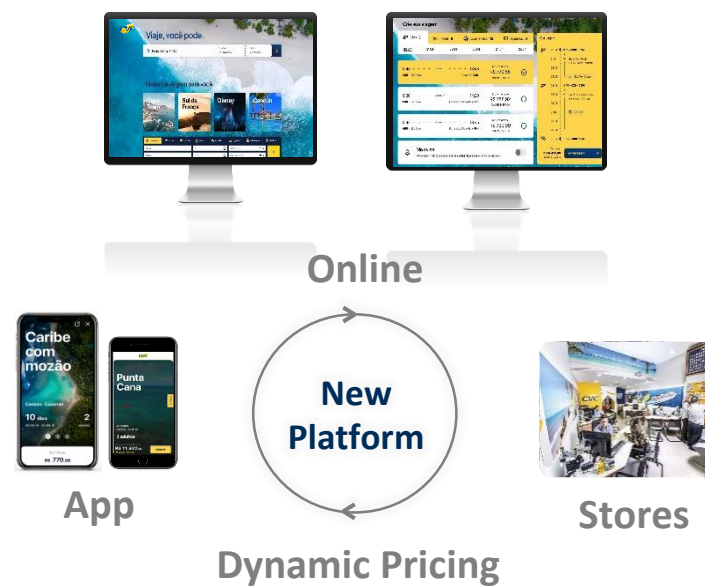
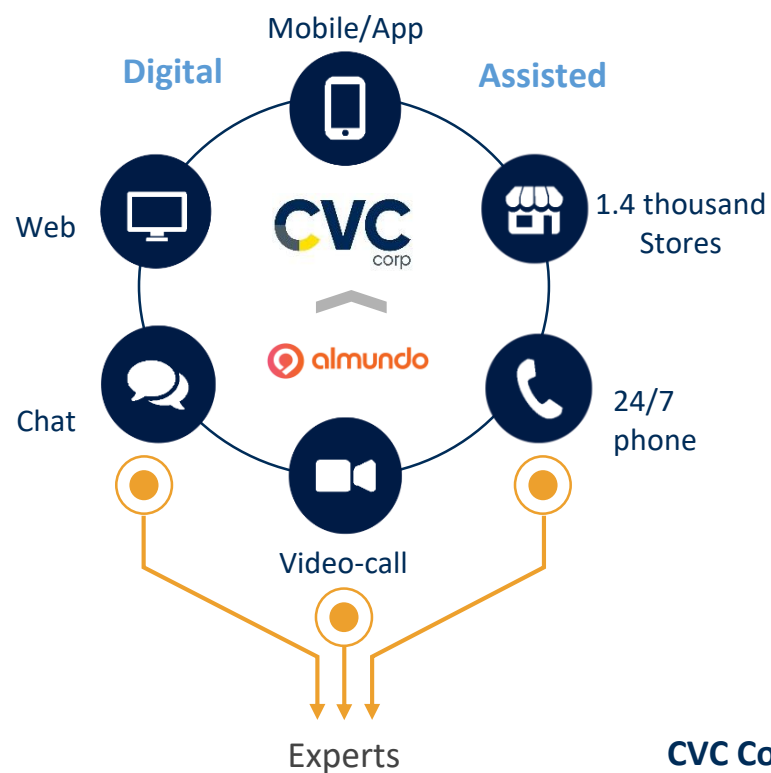
Add **exclusive products** to the portfolio that bring **unique experiences**, allowing for **higher margins** and **positive impact** on the brand

### Omnichannel and Capilarity

**Integrated** and **synergistic** use of business models / channels (OTA and Stores), providing the **customer** with the **best purchase experience**

# Omnichannel Model

Transforming the digital experience creating a clear competitive advantage vs. a pure digital player (OTAs)



CVC Corp will use data gathered within its platform to conduct an integrated omnichannel dynamic pricing strategy

# Accounting error

During the elaboration of its financial statements for the fiscal year of 2019, evidence of errors in the accounting of amounts transferred to tourism service providers related to the revenues of such providers, in undue adjustments in the margin of tourism services intermediation, and incorrect accounting entries not properly corrected that resulted in an increase in the Company's margins.

## IMPACT ON FINANCIAL STATEMENTS DATED DEC 31 2018 & 2019

**R\$117.0 MM**

2019

**R\$111.9 MM**

2018

Reduction in net revenue and an increase in expenses with foreign exchange variation. These reductions were mainly caused by adjustments in the accounts advancement to suppliers and advanced travel agreements.

## PREVIOUS YEARS TO 2018

**R\$133.4 MM**

reduction in shareholder's equity on Jan 1, 2018, resulting mostly from adjustments in the lines Advances to Suppliers and advanced travel agreements



## Avianca Impact

**2019**

R\$8.5 MM 4Q19 | R\$143.2 2019

Estimated impact for 2020 is less than R\$15 MM, below the initial indication of additional impact of R\$30-40 MM

# COVID-19

We implemented with **agility** actions to preserve our **financial health**

- 50% reduction in working hours, freezing of overtime bank and prohibiting additional overtime
- 50% reduction in the salary of the Executive Board and Board of Directors
- Suspension of new hires and promotions
- Postponement of all non-priority projects and investments and suspension of all marketing investments
- Renegotiation of terms and conditions of payments to suppliers
- Recurring expenses from April 1 to July 1 of approx. R\$52 MM/ month

**Solid financial situation to navigate the crisis**

**R\$950 MM+**

Cash & Equivalents – Jun/20



## COVID-19: Subsequent impacts

### Impairment

Between R\$400M – R\$600M (Concentrated in Argentina): Write-down of assets of acquired companies

### Reversion of deferred taxes.

R\$335M: provision for deferred tax credits loss, which can be reversed at any time

### Cancellations and Refunds

R\$96 MM: impact of cancellations until June 30

R\$13 MM: non-recoverable expenses (credit card fee commissions)

R\$3 MM: cost of repatriation of customers during the pandemic

### Default

R\$72 MM: increased risk of default due to the economic situation

### Other Losses

R\$16 MM: loss of contracts with prepaid suppliers (air, hotel and sea)

### Exposure to Airlines

R\$380 MM: tickets already paid that can result in losses if any company ceases its operations without honoring or transferring these tickets

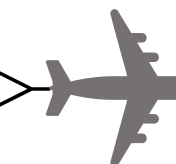
# Agenda

Highlights ①

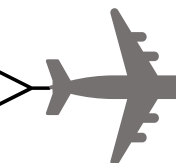


② **4Q19 & 2019 Results - Brazil**

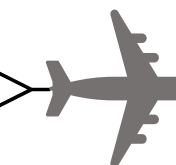
4Q19 & 2019 Results | Argentina ③



4Q19 & 2019 Results | CVC Corp ④



Q&A ⑤





# New presentation of business units



Easier for the market to follow the performance of CVC Corp

Alignment with CVC Corp’s internal vision

Commitment to transparency



**Consolidated BRAZIL**

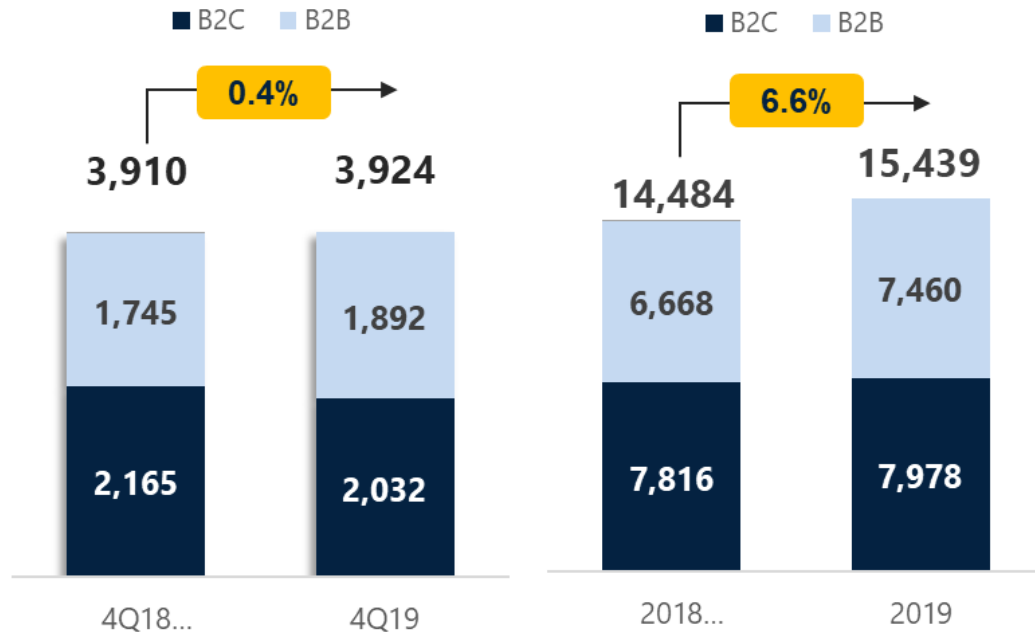
Opening of the main operational indicators by business line:

**Gross Bookings**

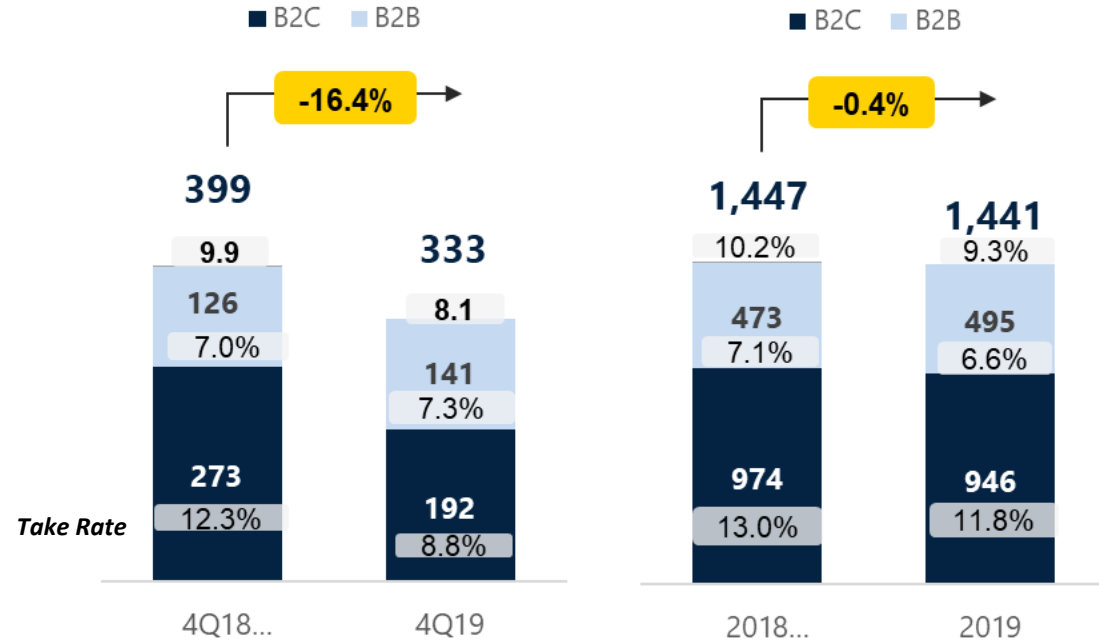
**Take-rate**

# Net Revenue | BR

## Bookings | BR



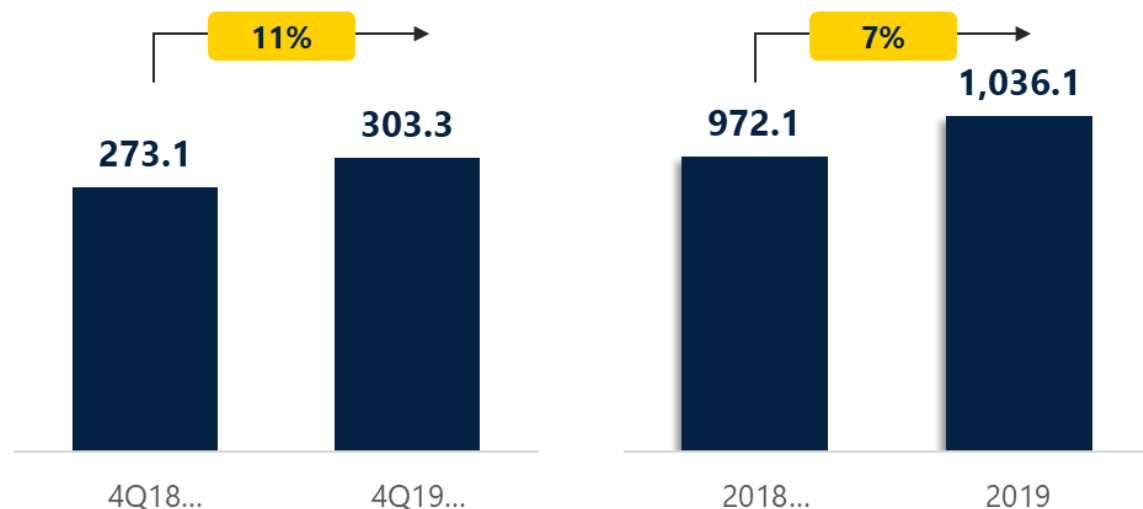
## Net Revenue | BR - R\$ milhões



- Net revenue of R\$ 333.4 million, -16.4% (or -R\$65 million) in 4Q19
- Take-rate CVC Corp BR (-1.8 p.p.):
  - Increased share in bookings of the B2B segment, which has a lower take-rate
  - Closure of Avianca's operations, pressuring CVC's online segment
  - CVC price repositioning

# Operating Expenses | BR

Recurring operating expenses<sup>1</sup> | BR – R\$ million



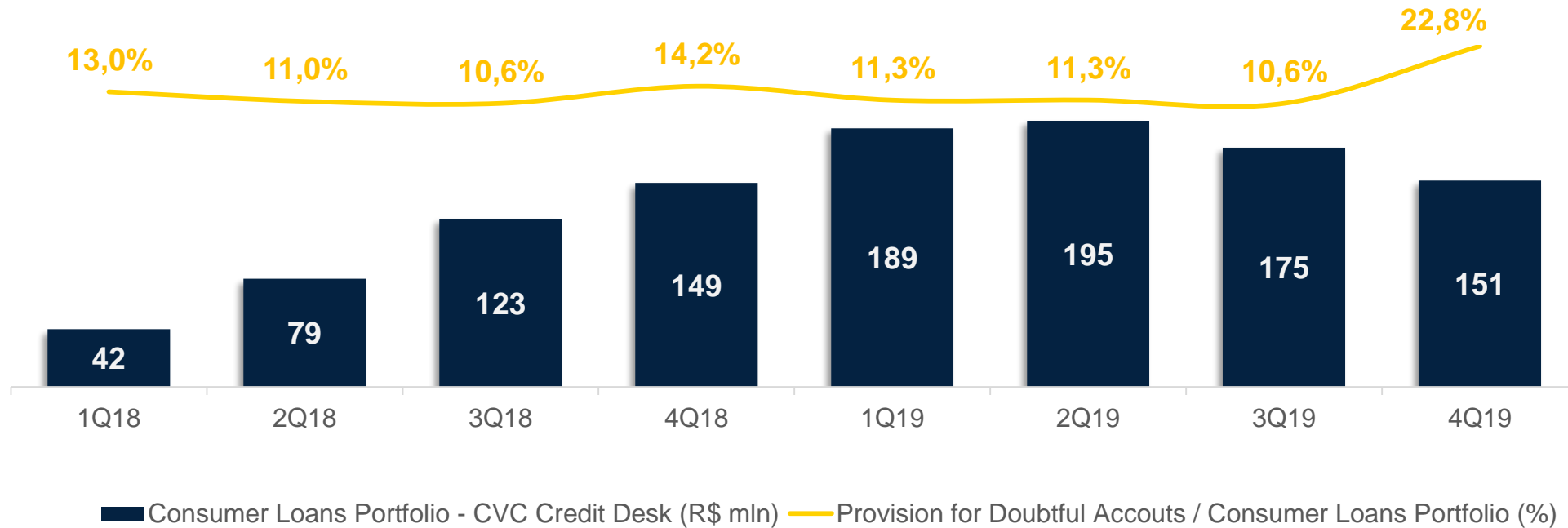
Recurring expenses growth<sup>1</sup> | BR – %



- Expenses +11% in 4Q19:
  - G&A: increase of 6.8%, including consulting services
  - +3.7% increase in selling expenses in 4Q, mainly related to marketing
  - +63.5% increase in other expenses due to higher number of civil lawsuits → and increase in provision for contingencies

<sup>1</sup> including bank fee slips

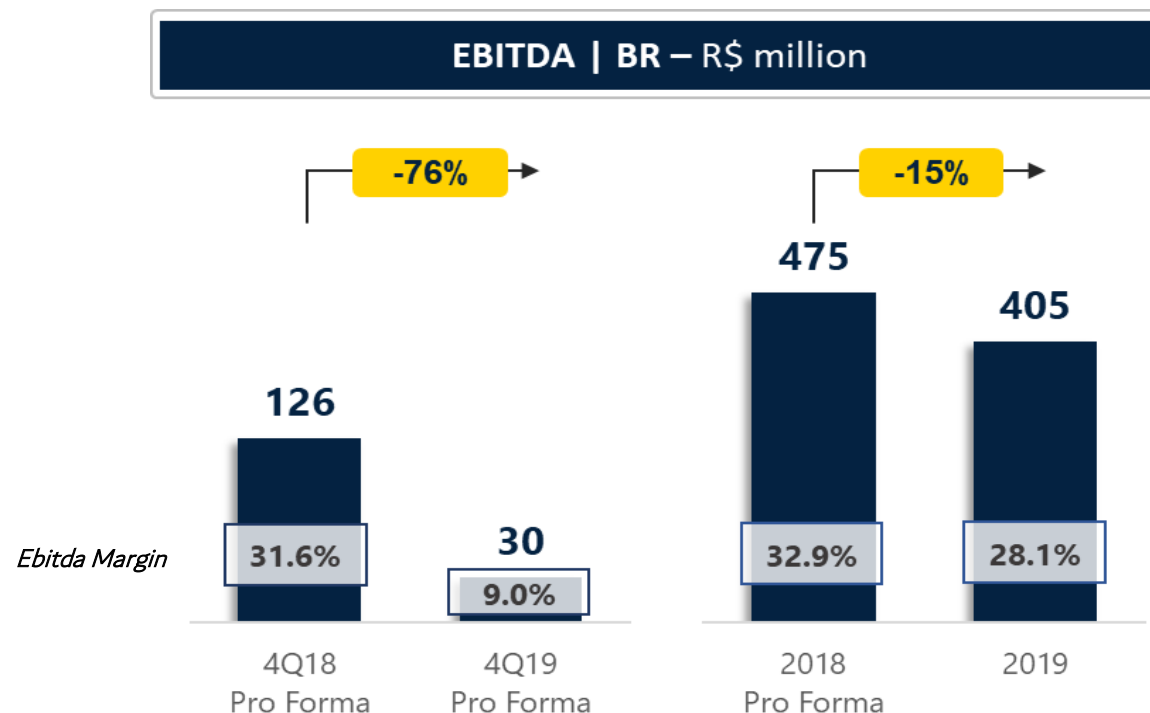
# Own Financing | BR



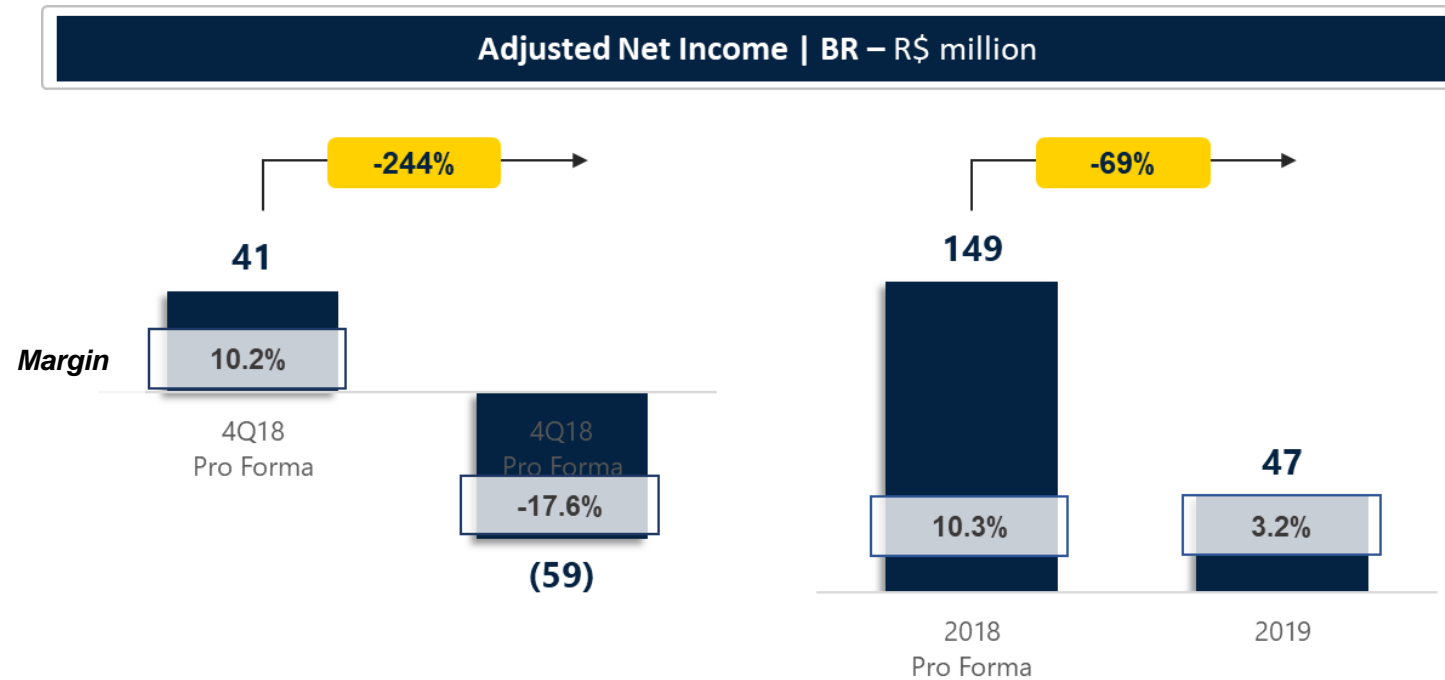
% Own Fin.:  
8%

5%	7%	9%	9%	11%	10%	8%
----	----	----	----	-----	-----	----

- The Company continues to improve the processes, systems and information related to credit management and collection tools
- Increase in the coverage of provision for losses over the portfolio balance due to a more conservative provision policy
- Share of own financing remained stable compared to 3Q19 at 8%
  - Banks Approval: +2.2 p.p.
  - Credit Card: slight decrease
  - Cash Payment: flat



- In 4Q19, Normalized EBITDA, excluding extraordinary effects, fell by -76.1% compared to 4Q18 Pro Forma, with a -22.6 p.p. margin reduction, mainly due to the decrease in Net Revenue resulting from lower bookings and take-rate
- In 2019, there was a decrease in the Pro Forma EBITDA of 14.7% following an increase in operating expenses of 7.5%, mainly due to the increase in selling expenses (marketing and PDD) and “other expenses” (higher number of civil lawsuits → increase in provision for contingencies)
- Extraordinary effect related to Avianca totaled R\$8.5 million in 4Q19 and R\$142.6 million in 2019, related to reimbursements, rebooking and provisions for contingencies



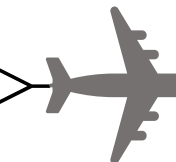
- In addition to the impacts that affected EBITDA, change in Pro forma Net Income 4Q19 vs. 4Q18 resulted from tax expenses (vs. a reversal in 2018) and an increase in depreciation and amortization expenses, due to higher investments and acquisitions in the period
- In 2019, Pro Forma Net Income decreased by 69%, due to the increase in financial expenses and higher depreciation and amortization expenses, partially mitigated by lower tax expenses

# Agenda

Highlights ①

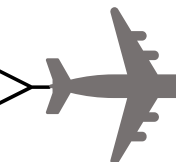


4Q19 & 2019 Results | Brazil ②

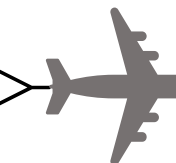


**③ 4Q19 & 2019 Results | Argentina**

4Q19 & 2019 Results | CVC Corp ④

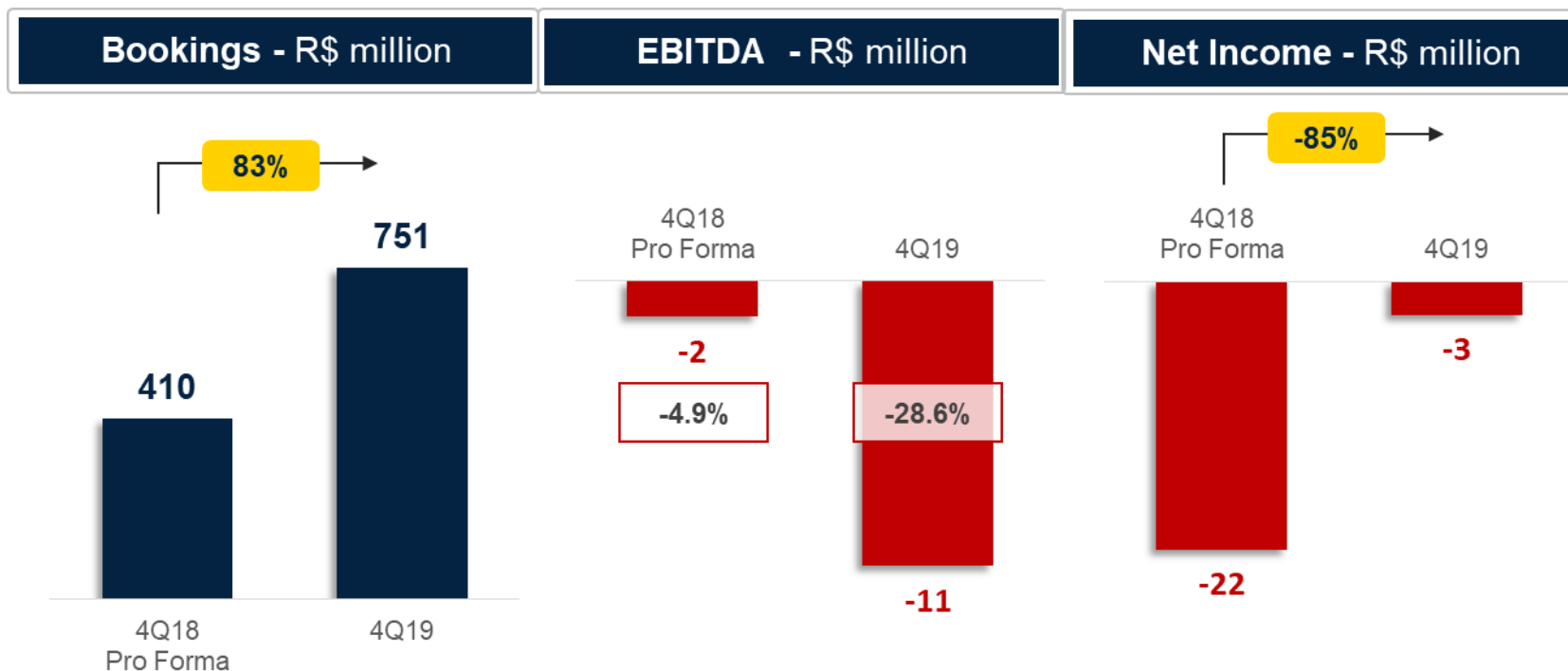


Q&A ⑤



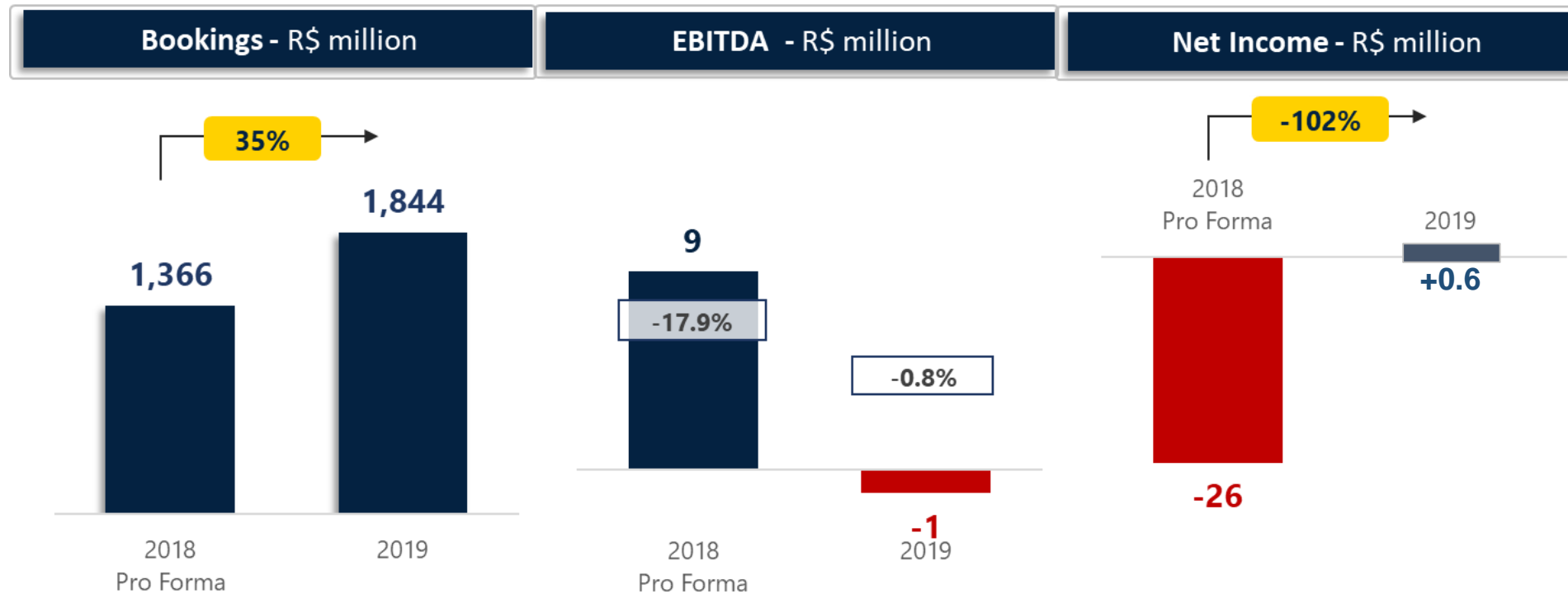


# Argentina | 4Q19



- Increase in bookings in R\$ reflecting the Argentines' anticipation of purchases given the changes in travel taxes that took effect from January / 2020 offsetting the exchange devaluation that occurred in August/2019
- Negative EBITDA of R\$ 11.3 million due to the reduction in the take rate and higher operating expenses.
- Net loss reported in the quarter was -R\$ 3.2 million compared to -R\$ 21,1 million in 4Q18 pro forma.

# Argentina | 2019



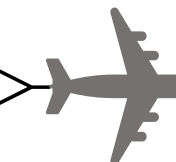
- Decrease in bookings in R\$ reflect the economic environment in Argentina, specially the currency devaluation that occurred in August
- EBITDA decreased by R\$1.0 million due to a lower take rate and higher operational expenses.
- Net loss for the year was R\$0.6 million compared to -R\$26.2 million in 2018

# Agenda

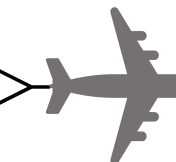
Highlights ①



4Q19 & 2019 Results | Brazil ②

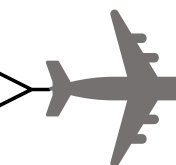


4TQ9 & 2019 Results | Argentina ③



④ **4Q19 & 2019 Results | CVC Corp**

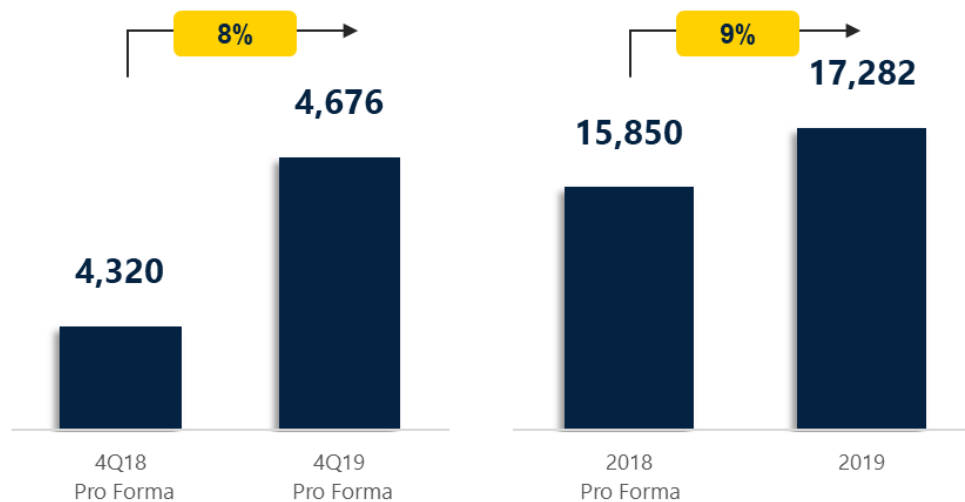
Q&A ⑤



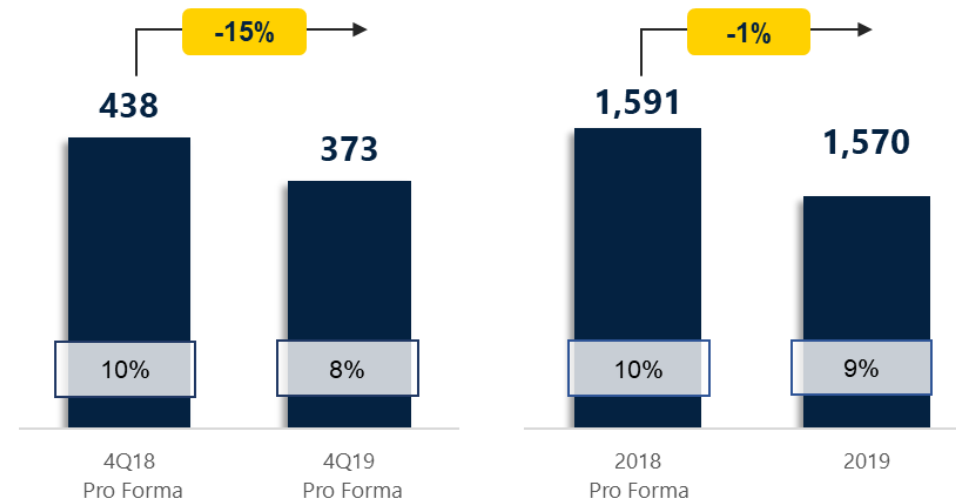
# Results CVC Corp



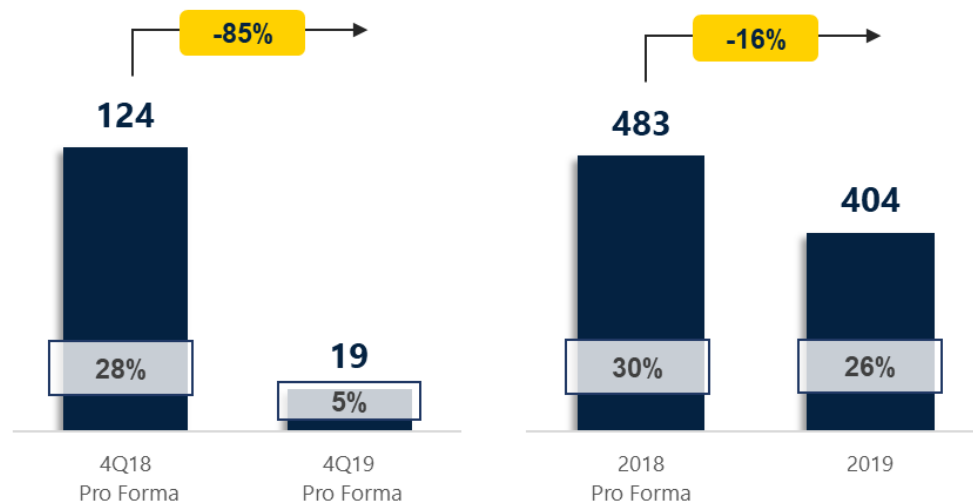
## Bookings – R\$ million



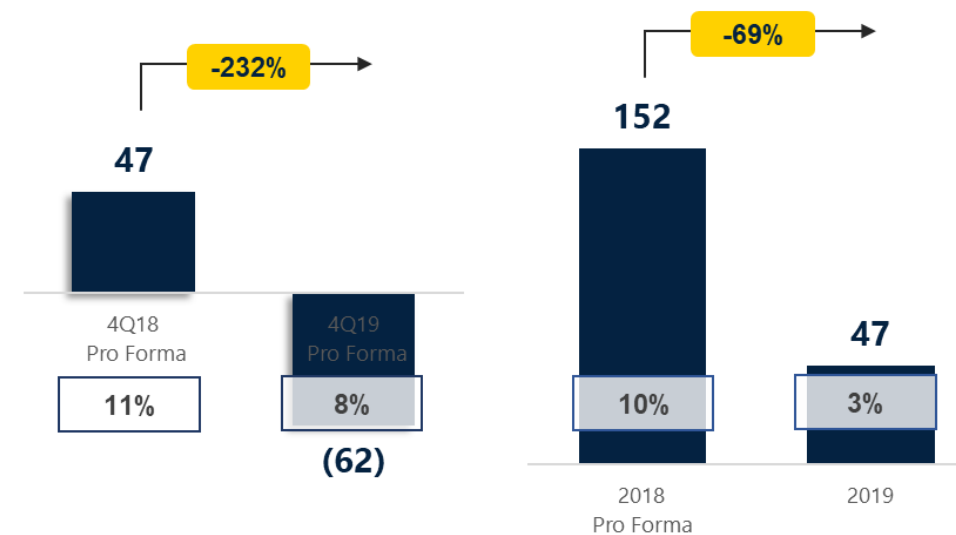
## Net Revenue – R\$ million



## Adjusted EBITDA<sup>1</sup> – R\$ million



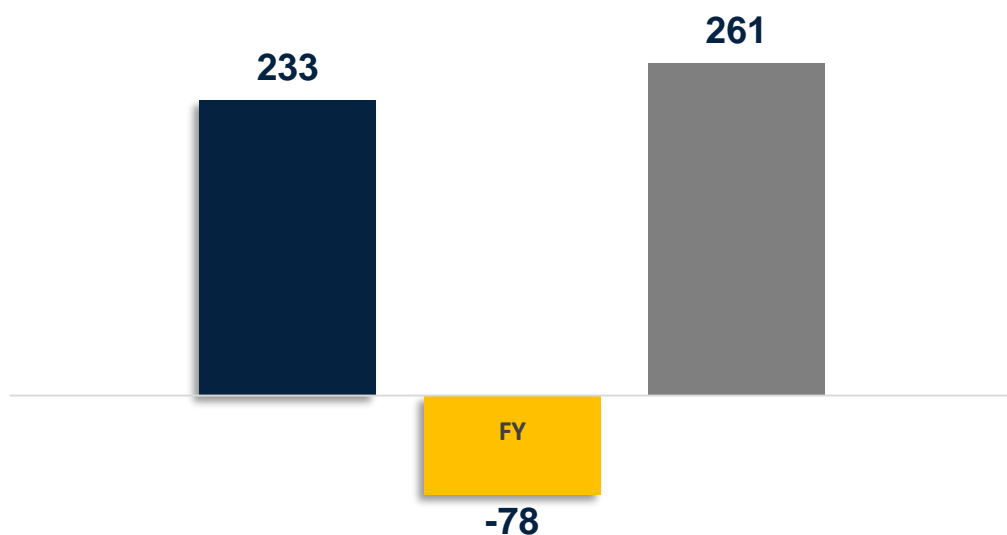
## Net Income – R\$ million



# Cash Generation of R\$ 261 million in 2019

## Operational Cash Generation - R\$ million

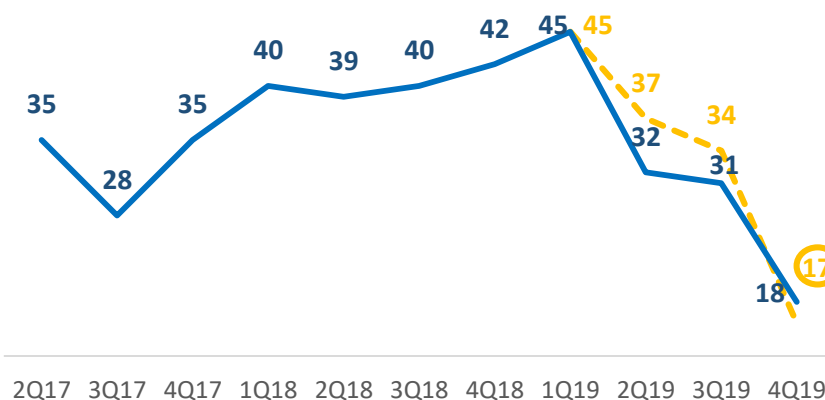
■ 2017 ■ 2018 ■ 2019



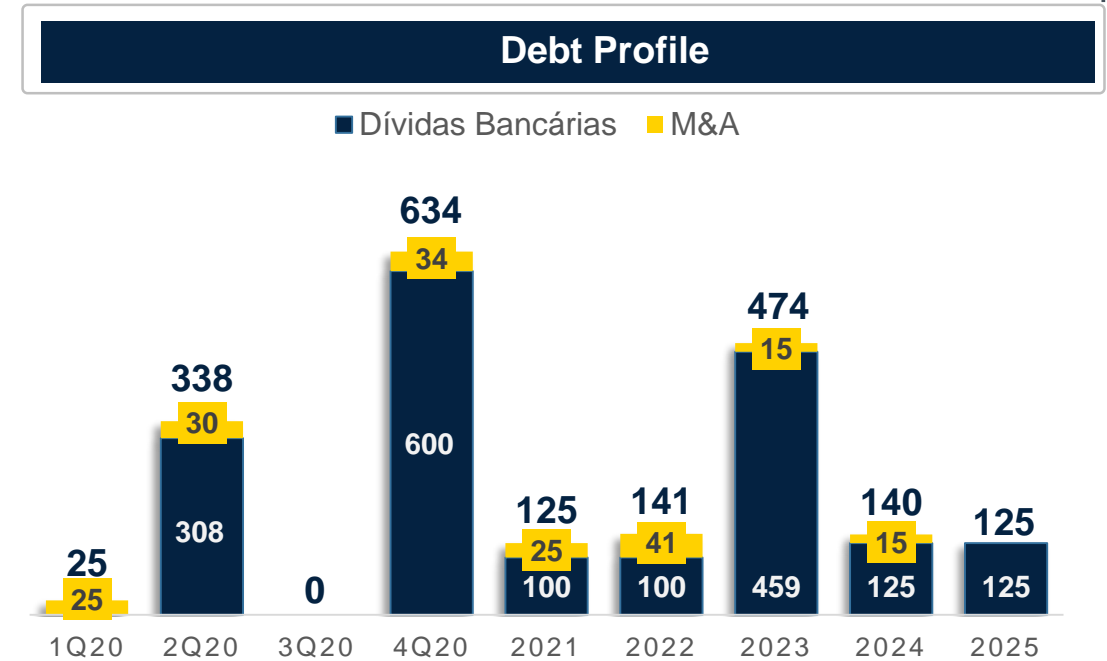
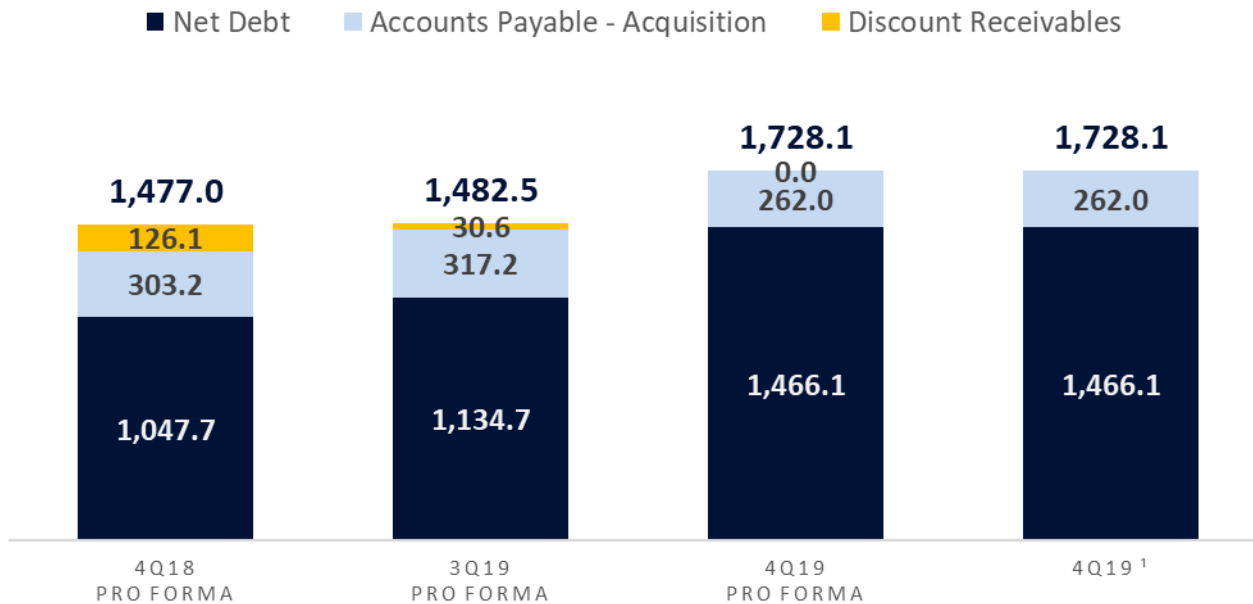
## Working Capital in Days

	4Q19	4Q18
Accounts receivable	64	86
Suppliers	-21	-19
Advance to suppliers	15	18
Advanced of travel agreements	-41	-52
Prepaid expenses	2	2
Other (net)	-2	-3
<b>Total WK Days</b>	<b>17</b>	<b>32</b>

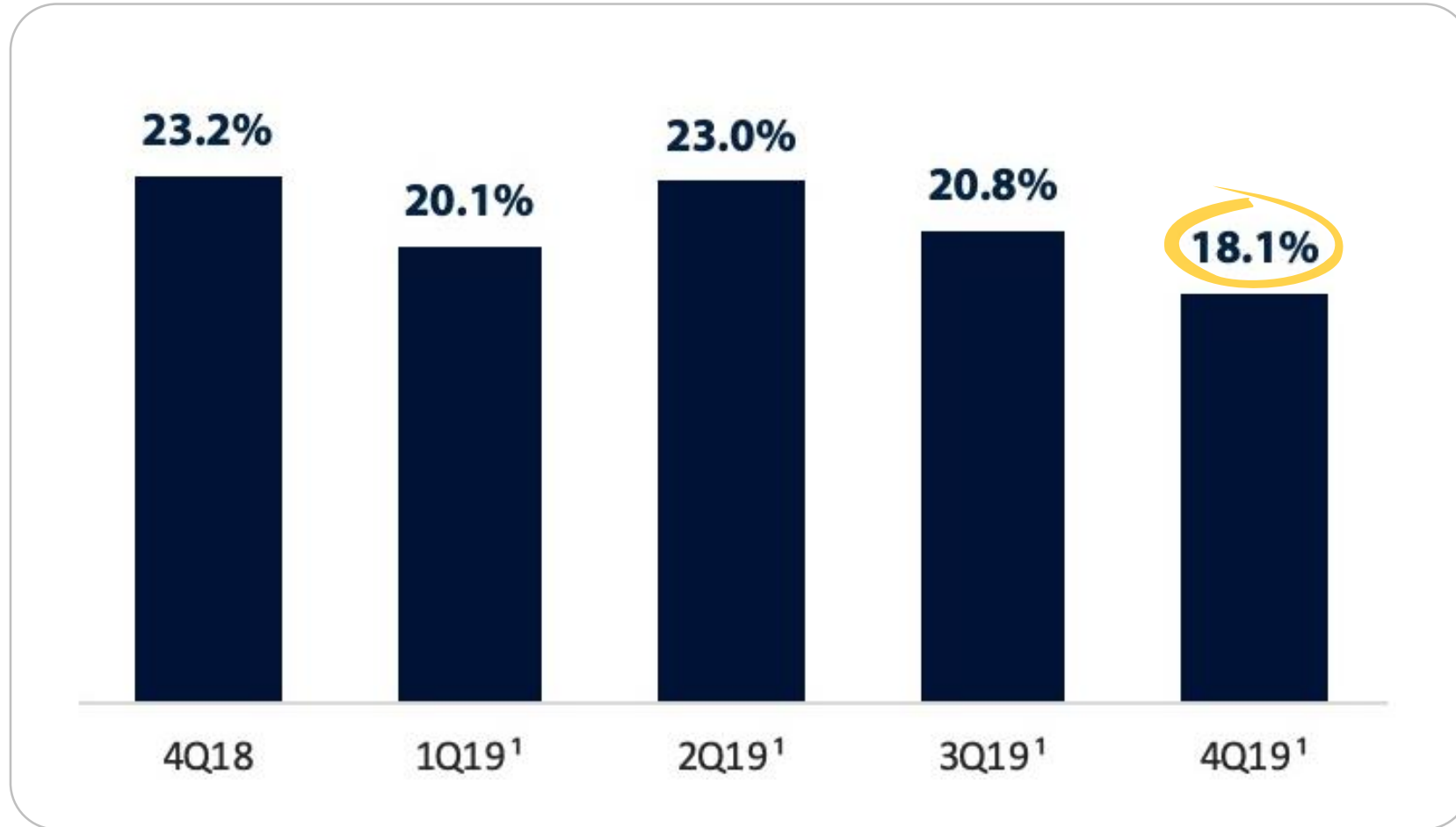
## Working Capital Evolution – In Days



# Indebtedness



- Increased leverage due to the acquisition of Al mundo in November: +0.74x (compared to 3Q19)
- 2Q20 R\$300m maturity rollover completed - 2.5 years, CDI + 1.5%

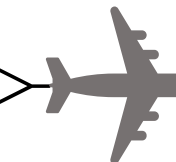


# Agenda

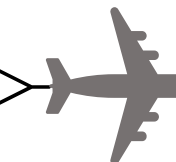
Highlights ①



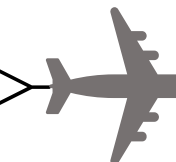
4Q19 & 2019 Results | Brazil ②



4Q19 & 2019 Results | Argentina ③



4Q19 & 2019 Results | CVC Corp ④



⑤

Q&A