

A MAIOR rede de franquias do Turismo



**INVASÃO
AMARELA**

AVISO LEGAL

Este material contém informações resumidas e que comportam um certo grau de risco e incerteza com relação às tendências de negócios, financeiras, estratégicas, econômicas, entre outras, e são baseadas em premissas, dados ou métodos que, embora considerados pela Companhia, poderão ser incorretos ou imprecisos, poderão não se materializar, ou estão fora do controle da Companhia. Em razão desses fatores, os resultados reais da Companhia podem diferir significativamente daqueles indicados ou implícitos neste material.

A Companhia não garante, sob qualquer forma ou em qualquer extensão, que as tendências divulgadas neste material se confirmarão. As informações e opiniões aqui contidas não devem ser entendidas como recomendação aos potenciais investidores e nenhuma decisão de investimento deve se basear na veracidade, atualidade ou completude dessas informações ou opiniões. Nenhum dos representantes, assessores da Companhia ou partes a eles relacionadas terá qualquer responsabilidade por quaisquer perdas que possam decorrer da utilização ou do conteúdo deste material.



NÓS SOMOS A CVC

A CVC, **com mais de 51 anos de atuação**, realizou o sonho de milhares de brasileiros em viagens nacionais, internacionais e cruzeiros marítimos.

Líder preferida, inovou com fretamento de aeronaves e cruzeiros marítimos, distribuição varejista, parcelamento de pacotes.

Pertencente à CVC Corp, um grande grupo de viagens na América Latina, opera no Brasil, Argentina e EUA, abrangendo lazer, negócios e educação, incluindo intercâmbio cultural

A CVC ESTÁ PRONTA PARA ATENDER PELOS CANAIS ONLINE, TELEVENDAS, APP MINHA CVC E POR MEIO DE UMA REDE COM MAIS DE 1.030 LOJAS FRANQUEADAS E 8 MIL AGÊNCIAS DE VIAGENS CREDENCIADAS, OFERECENDO AMPLA COBERTURA.



Eleita, espontaneamente, a marca Top of Mind na categoria agência de Viagens pela Folha de São Paulo e DataFolha, Viagens e Turismo, e Top of Mind no conceito em Férias



Valor

Valor 1000

No anuário do principal veículo de economia do Brasil, que reúne as 1.000 maiores companhias brasileiras em 28 setores da economia, a CVC ocupa a 382ª posição. (2019)

exame.

Maiores e melhores

CVC ocupa a 586ª posição entre as mil maiores empresas do Brasil e também é destaque no ranking das “Empresas de Capital Aberto” ocupando a 61ª posição. (Ed.2019).

Marcas mais valiosas

É a 19ª colocada entre as 25 marcas brasileiras mais valiosas, sendo a única do segmento de viagens e a 2ª com o maior crescimento do período (2018).



A maior franqueadora na categoria de turismo no Brasil



Conquistamos,
em 2022 o
**SELO DE
EXCELÊNCIA ABF**

A maior rede de Franquias de Turismo da América Latina



+ de
1.000

lojas no Brasil

+ de
700

Franqueados

no Brasil

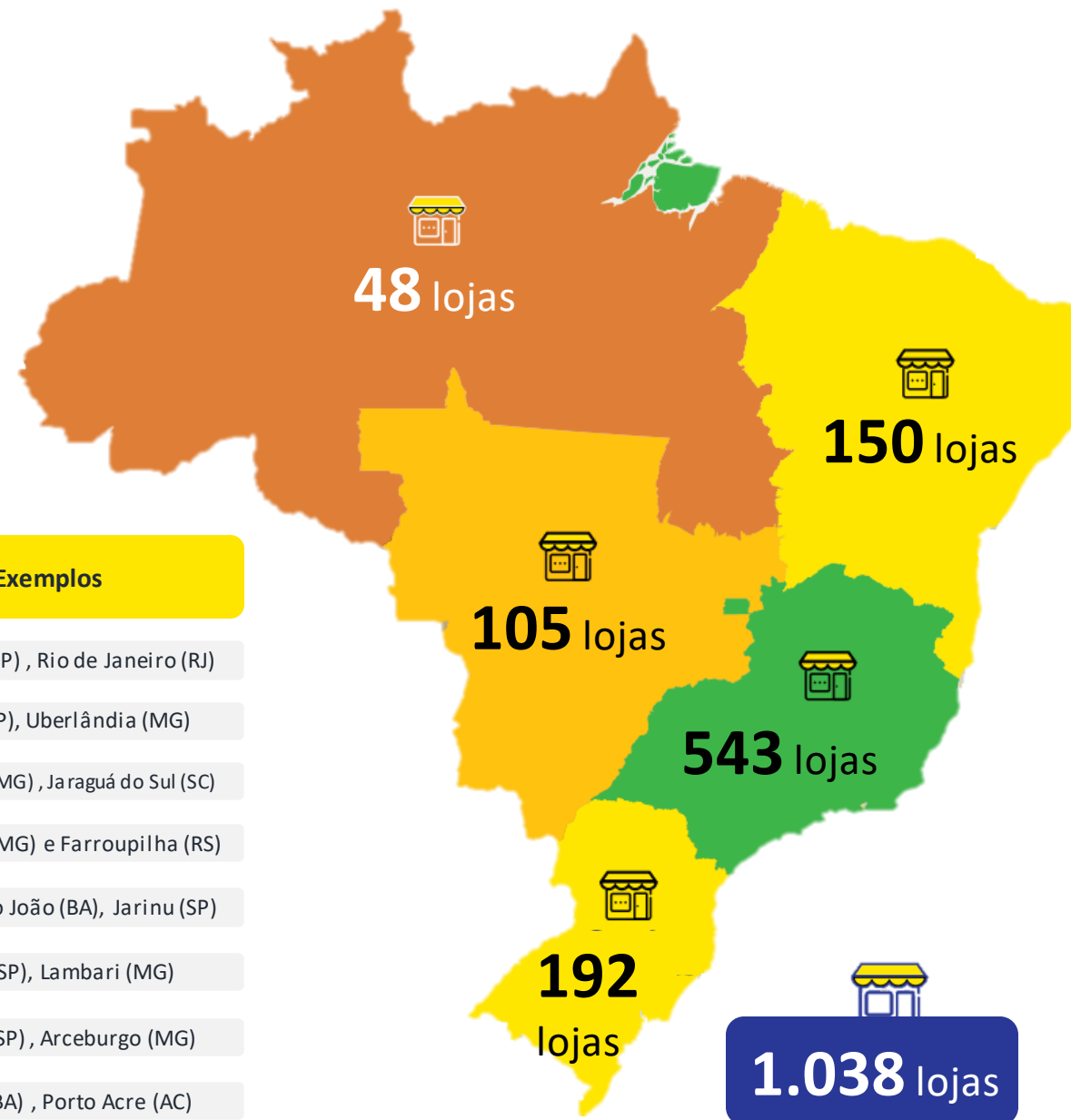


Presente na vida dos brasileiros de norte a sul

hoje estamos em +500 municípios em 2023

Segmentação municipal

	Qtd. Mun.	Qtd Lojas	% PIB	Exemplos
Metrópoles	27	416	33%	São Paulo (SP) , Rio de Janeiro (RJ)
Centros de Influência	87	202	18%	Santos (SP), Uberlândia (MG)
Polos Industriais	244	219	18%	Divinópolis (MG) , Jaraguá do Sul (SC)
Interior Próspero	414	163	11%	Ouro Preto (MG) e Farroupilha (RS)
Interior em Ascensão	519	38	7%	Mata de São João (BA), Jarinu (SP)
Cidades Pacatas Interior	1.281	-	7%	Cunha (SP), Lambari (MG)
Brasil Rural	1.349	-	4%	Bananal (SP) , Arceburgo (MG)
Brasil Carente	1.649	-	2%	Brejões (BA) , Porto Acre (AC)
	5.570	1.038	100%	



Perfil das lojas CVC

Composição por Tipo de Loja 2023



% Qtd. Lojas

44%
capital

56%
interior

Shopping



83%

de cobertura nos Shoppings potenciais

Considera ABL de 30 Mil

Perfil Vendas CVC 2023



nacional

50%



internacional

25%



marítimo

18%

*** 06% de demais produtos*

Período de Inauguração das Lojas Ativas:

46% das lojas tem + de 10 anos de atuação

344

139

222

223

110

pandemia

Até 2010

2011 a 2013

2014 a 2016

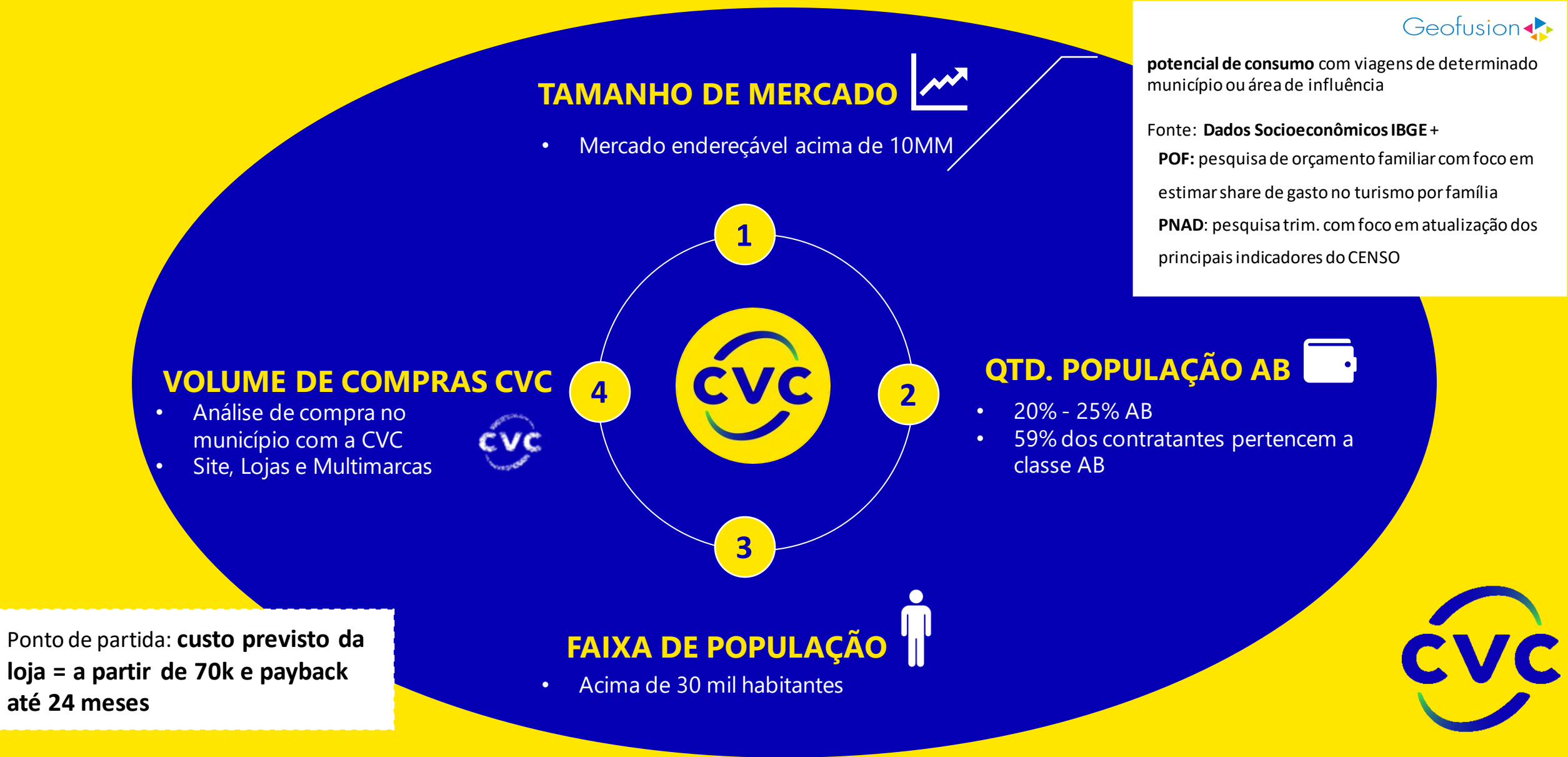
2017 a 2019

2020 a 2023

Plano de Recuperação da base de Franquias Pré Pandemia



Para a definição da nossa presença em um município levamos em consideração 4 variáveis de análise:



Case Loja: CVC Pato Branco Shopping (reposição)

Município / Estado

Pato Branco/PR

População

85 Mil

ME

R\$ 56 Milhões

PIB

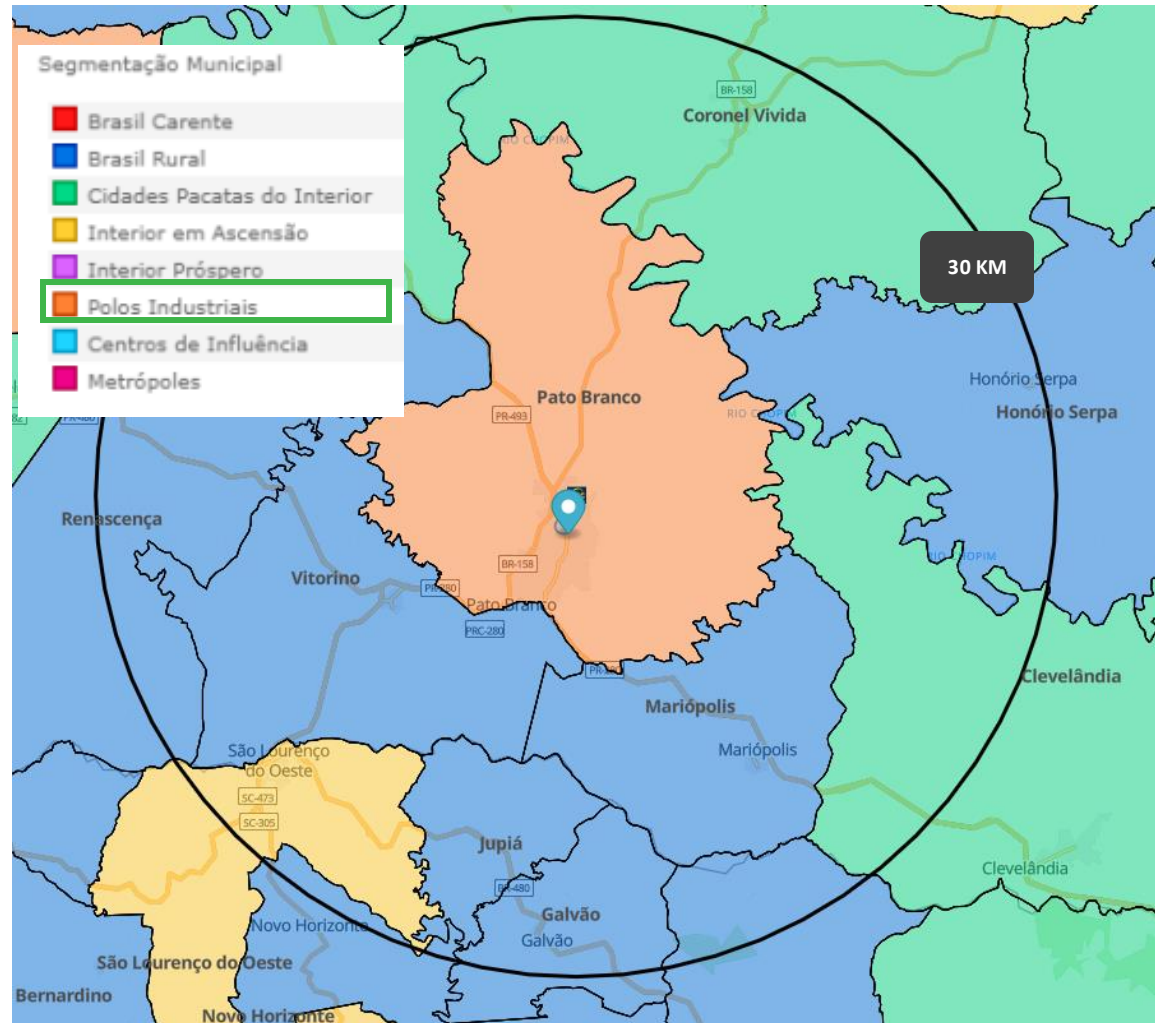
R\$ 4 Bilhões

% Pop ABC

83%

% Pop AB

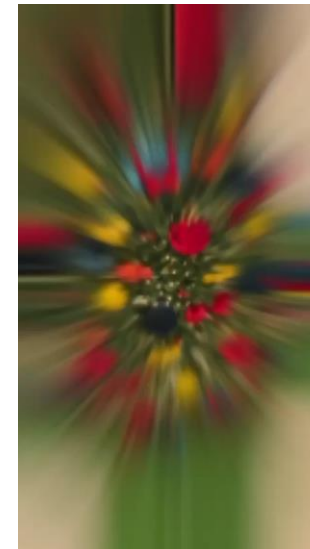
42%



Informações do Raio de Atuação:

Considerando um raio de 30 KM temos:

- População de 173 Mil
- ME de R\$ 85 MM
- 82% Pop. ABC
- 34% Pop. AB
- 47% das compras dentro do município e 53% fora do município



**Ação regional em parceria
com a administradora do
Shopping Pato Branco**

Oportunidade de Expansão

+100 novos municípios

Segmentação municipal

Metrópoles

Centros de Influência

Polos Industriais

Interior Próspero

Interior em Ascensão

Cidades Pacatas Interior

Brasil Rural

Brasil Carente

Expansão

% Cob.
Geográfica
Potencial

% Cob.
Geográfica
Potencial

% PIB

26%

100%

100%

33%

20%

99%

100%

18%

27%

85%

95%

18%

20%

54%

79%

11%

7%

21%

43%

7%

-

-

7%

-

-

4%

-

-

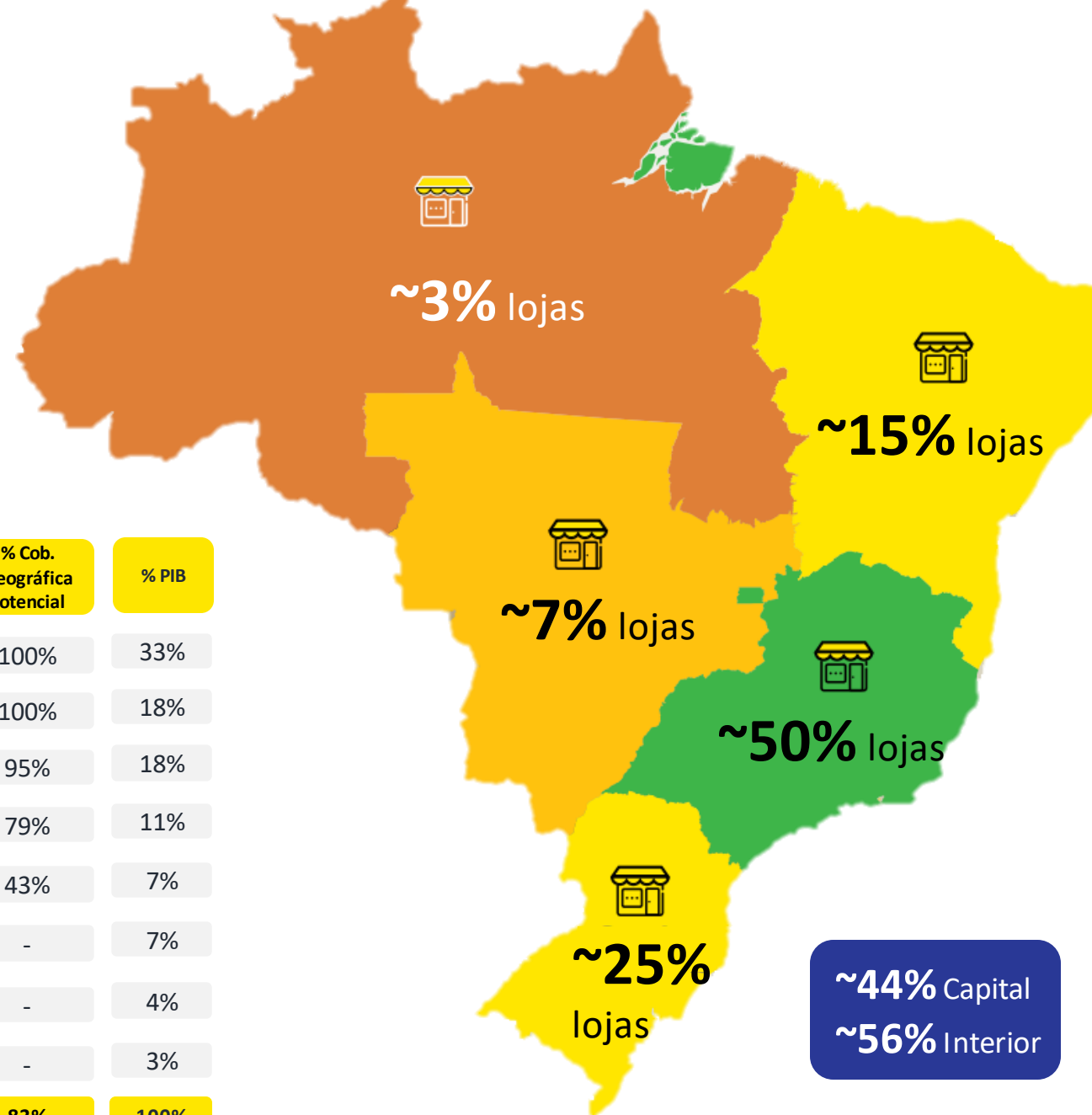
3%

100%

68%

83%

100%



~44% Capital
~56% Interior

Perfil Capital | Interior



		Perfil dos municípios Interior	Perfil dos municípios Capital
	População	+ 6% 2022 vs. 2010 (versão entre os CENSOS divulgados)	+ 3% 2022 vs. 2010 (versão entre os CENSOS divulgados)
	PIB	+ 140% 2022 vs. 2010 (versão entre os CENSOS divulgados)	+ 81% 2022 vs. 2010 (versão entre os CENSOS divulgados)
	Racional de Compra	Relacional	Relacional Transacional
	Mix de Produtos	Produto Regionalizado	Ampla Mix de produtos



Perfil e estágio das novas lojas CVC

Lojas que fecharam durante a pandemia

- Histórico de Vendas
- Base de Clientes
- Perfil de produto na prateleira

Municípios que já temos lojas

- Perfil do Cliente
- Perfil do Produto na prateleira

Novos municípios

- Dados Socioeconômicos
- Compras na CVC (todos os canais)
- Desenvolvimento de Produtos

51%

REPOSIÇÕES

21%

**MESMOS
MUNICÍPIOS**

28%

**NOVOS
MUNICÍPIOS**

**36 lojas
inauguradas**

**36 lojas
em implantação**

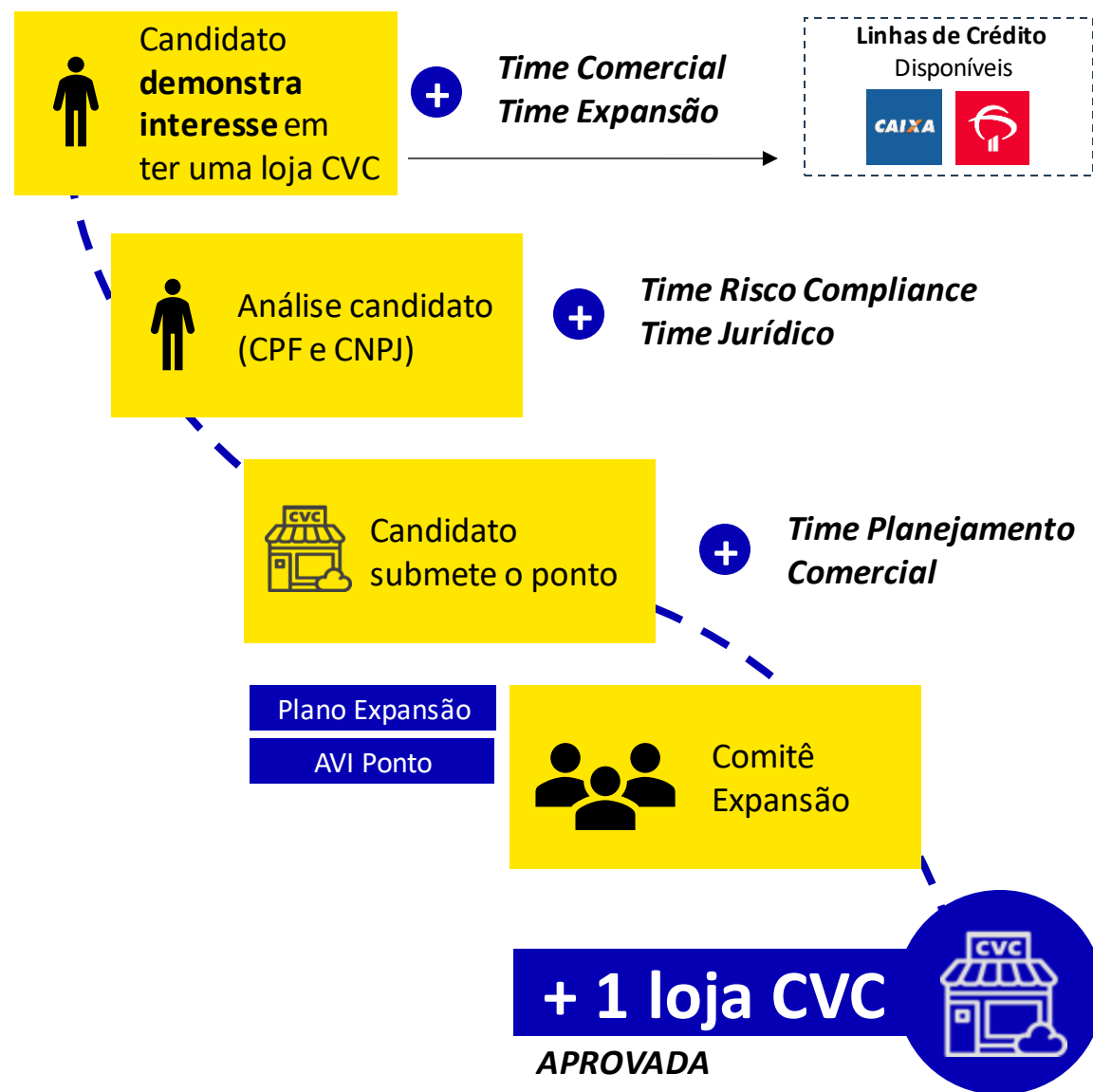
- 24 dez./23
- 12/ jan./24



Priorização do fluxo de captação de franqueados

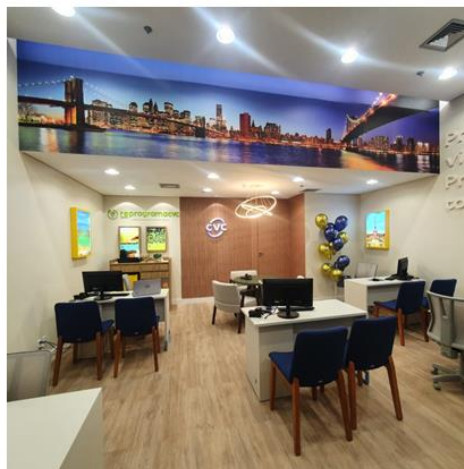


Fluxo de aprovação para a implantação de uma loja CVC



Modelos de Loja CVC

MODELO PADRÃO



Alto Potencial de Faturamento | Alto share de população AB

Custo da Loja: a partir de R\$ 110 mil

MODELO LIGHT



Médio Potencial de Faturamento | Médio share de população AB

Custo da Loja: a partir de R\$ 70 mil

Payback ~24 meses | Breakeven ~3 a 4 meses

Suporte para o Franqueado CVC



ONBOARDING DO FRANQUEADO



Trilhas de Treinamentos Obrigatórios

Sistema + Ferramentas de Vendas

Produtos & Conceitos do Mercado

Argumentação de Vendas e Gestão



Marketing Estratégico

Ativação das Redes Sociais pré-abertura

Treinamento de MKT Digital

Direcionamento de Leads



Alinhamento Comercial Estratégico

Equipe e Ferramentas

Portfólio / Segmentação

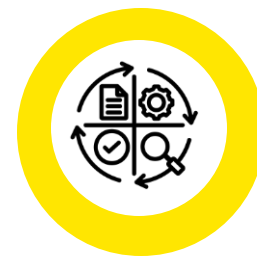
Metas e KPIs



Contratação Equipe

Passaporte Franquia

Banco de Talentos para acelerar fluxo de contratação e Ramp Up das lojas



Metodologia PDCA
Planos de Ação e Execução

Análise de Desempenho Real vs. Meta

Definição do Plano de Ação Necessário para cada KPI

Definição de Prazo e Execução



Potencial de Expansão Mapeado



**INVASÃO
AMARELA**

Gatilhos estratégicos para a expansão CVC

Ferramentas para um atendimento Digital

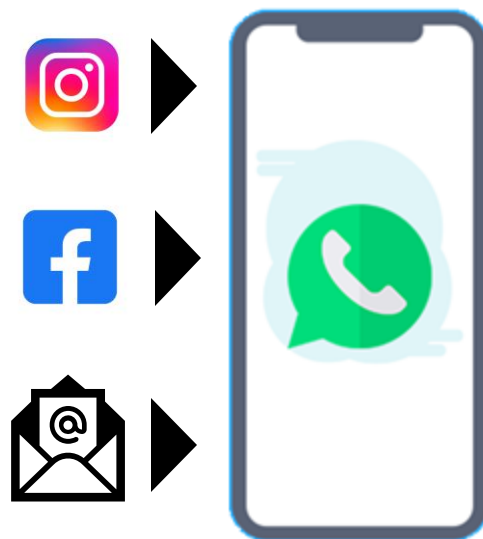
Show de Ofertas Digital



Show de ofertas digital

segmentado de acordo com a campanha e com o perfil de produtos da loja

Atendimento FastZap



Atendimento Integrado no WhatsApp canal de atendimento digital com agilidade no atendimento

Orçamento Dinâmico



Orçamento Dinâmico Atualização da viagem do cliente em tempo real, sendo possível comprar de qualquer lugar com ou sem a assistência do vendedor

Portfólio de formas de Pagamento



Cartão de Crédito



Boleto Bancário



Saque Aniversário



Pontos Lívolo



PIX



BB Realiza



Potencial para novos mercados



Critério	População	PIB	Oportunidades
ME > 10 MM Pop > 30k 20% AB	~137 Milhões	76% PIB Brasil	De 300 a 350 lojas (~100 mun.)
ME > 8 MM Pop > 20k 20% AB	~149 Milhões	82% PIB Brasil	De 400 a 450 lojas (~300 mun.)
			De 700 a 800 lojas



Novos Formatos de Atuação

Modular



Container



Quiosque



Análise de diferentes formatos de acordo com o ponto disponível

Obrigado!

The LARGEST franchise network in Tourism



**INVASÃO
AMARELA**

DISCLAIMER

The summary statements contained in this document have a certain degree of risk and uncertainty relating to business prospects, financial, strategic and economic projections, among others, and such information is based on assumptions, data and expectations that, although considered by the Company, may not be accurate, materialize or be under the Company's control. Due to these factors, the actual results may differ materially from those indicated or implied by this material.

The Company does not guarantee, in any form or to any extent, that the trends herein disclosed shall be confirmed. The information and opinions contained in this presentation should not be considered as a recommendation for investment, which should not be based solely on the truthfulness, timeliness or completeness of such information or opinions. None of the Company's representatives, advisors or related parties shall be liable for any losses that may arise from the use, or the information contained in this material.



WE ARE CVC

CVC, **with over 51 years in the market**, has made the dreams of thousands of Brazilians come true on national and international trips and cruises.

Preferred leader, innovated with flight charters and cruises, retail distribution, package installments.

Controlled by CVC Corp, a large travel group in Latin America, it operates in Brazil, Argentina and in the USA, covering leisure, business and education, including cultural exchange.

CVC IS READY TO SERVE THROUGH ONLINE CHANNELS, PHONESALES, MY CVC APP AND THROUGH A NETWORK WITH MORE THAN 1,030 FRANCHISED STORES AND 8 THOUSAND ACCREDITED TRAVEL AGENCIES, OFFERING LARGE COVERAGE.



Spontaneously elected Top of Mind brand in the Travel Agency category by Folha de São Paulo and Data Folha, Viagens e Turismo, and Top of Mind in the Vacations concept



Valor

Valor 1000

In the yearbook of Brazil's main economic vehicle, which brings together the 1,000 largest Brazilian companies in 28 sectors of the economy, CVC occupies 382nd position. (2019)

exame.

Maiores e melhores

CVC ranked the 586th position among the thousand largest companies in Brazil and is also highlighted in the ranking of "Publicly Capital Companies", occupying the 61st position. (Ed.2019).

Marcas mais valiosas

CVC was ranked in the 19th position among the 25 most valuable Brazilian brands, being the only one in the travel segment and the 2nd with the highest growth in the period (2018).



The largest tourism franchisor in Brazil



In 2022, we won the
**ABF SEAL OF
EXCELLENCE**

The largest network of Tourism Franchises in Latin America



+ than
1,000
Stores in Brazil

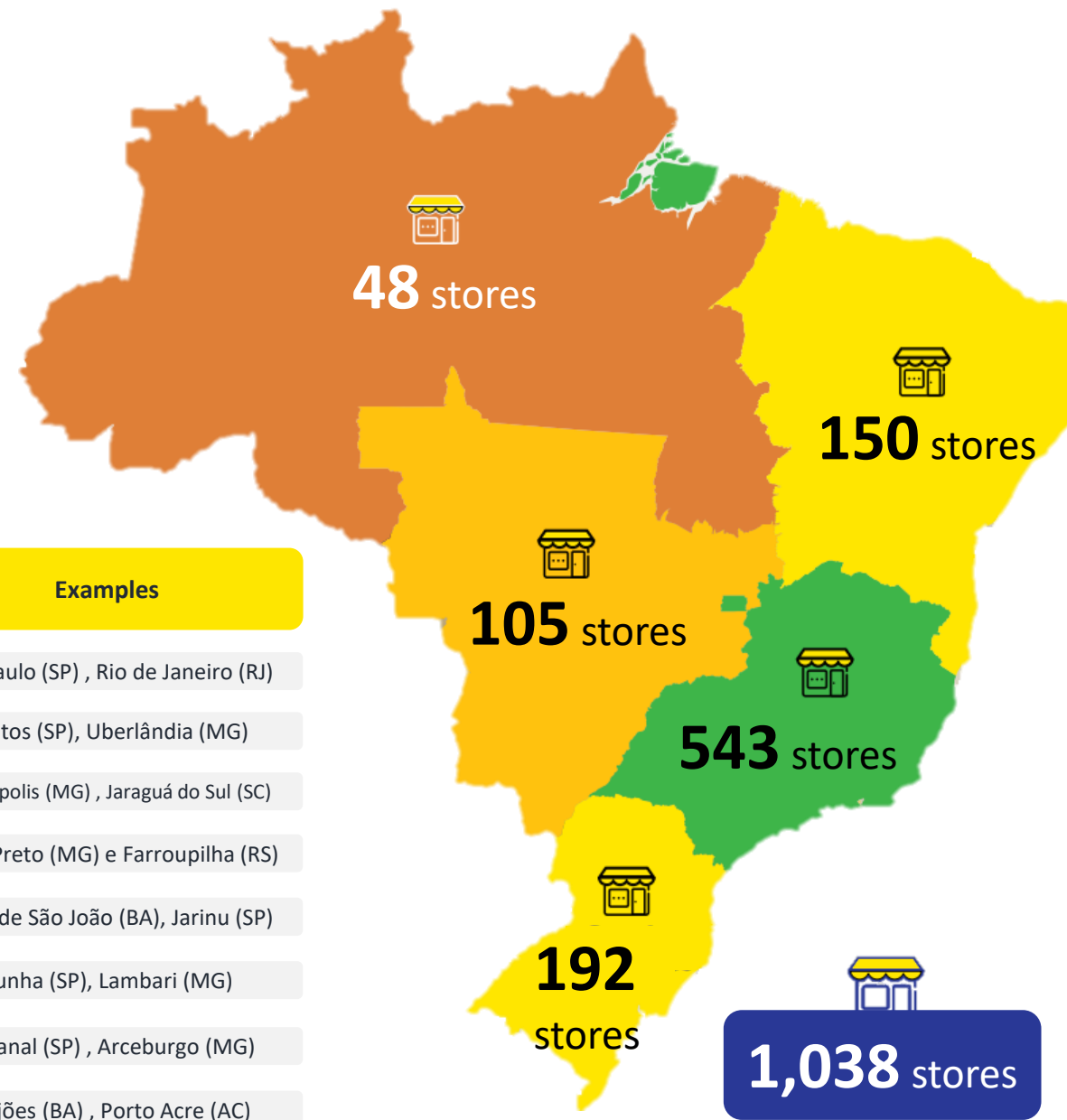
+ than
700
Franchisees in
Brazil



Present in Brazilians Life from North to South nowadays we are in +500 cities in 2023

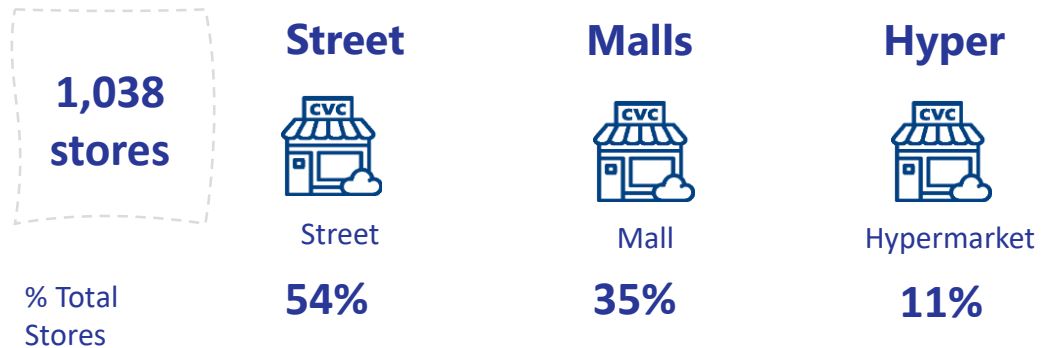
Cities segmentation

	Total Cities	Total of Stores	% GDP	Examples
Metropolises	27	416	33%	São Paulo (SP) , Rio de Janeiro (RJ)
Centers of Influence	87	202	18%	Santos (SP), Uberlândia (MG)
Industrial Hubs	244	219	18%	Divinópolis (MG) , Jaraguá do Sul (SC)
Prosperous Countryside cities	414	163	11%	Ouro Preto (MG) e Farroupilha (RS)
Countryside cities on the Rise	519	38	7%	Mata de São João (BA), Jarinu (SP)
Quiet Inland Countryside cities	1,281	-	7%	Cunha (SP), Lambari (MG)
Rural Brazil	1,349	-	4%	Bananal (SP) , Arceburgo (MG)
Needy Brazil	1,649	-	2%	Brejões (BA) , Porto Acre (AC)
	5,570	1,038	100%	



Profile of CVC stores

Composition by Store Type 2023



% Total Stores

44%
capital

56%
countryside

Malls



83%

coverage in potential shopping malls

Considers GLA of 30 thousand

Sales Profile CVC 2023



National

50%



International

25%



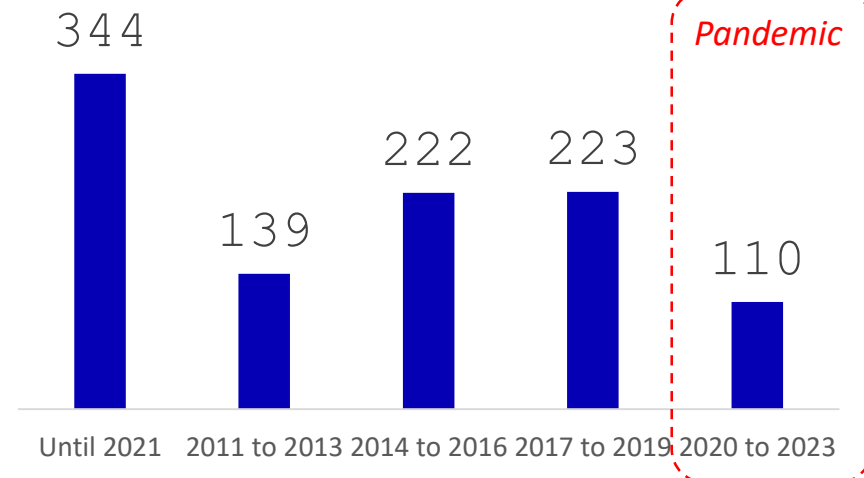
Cruises

18%

** 06% other products

Período de Inauguração das Lojas Ativas:

46% of the stores have been operating for over 10 years

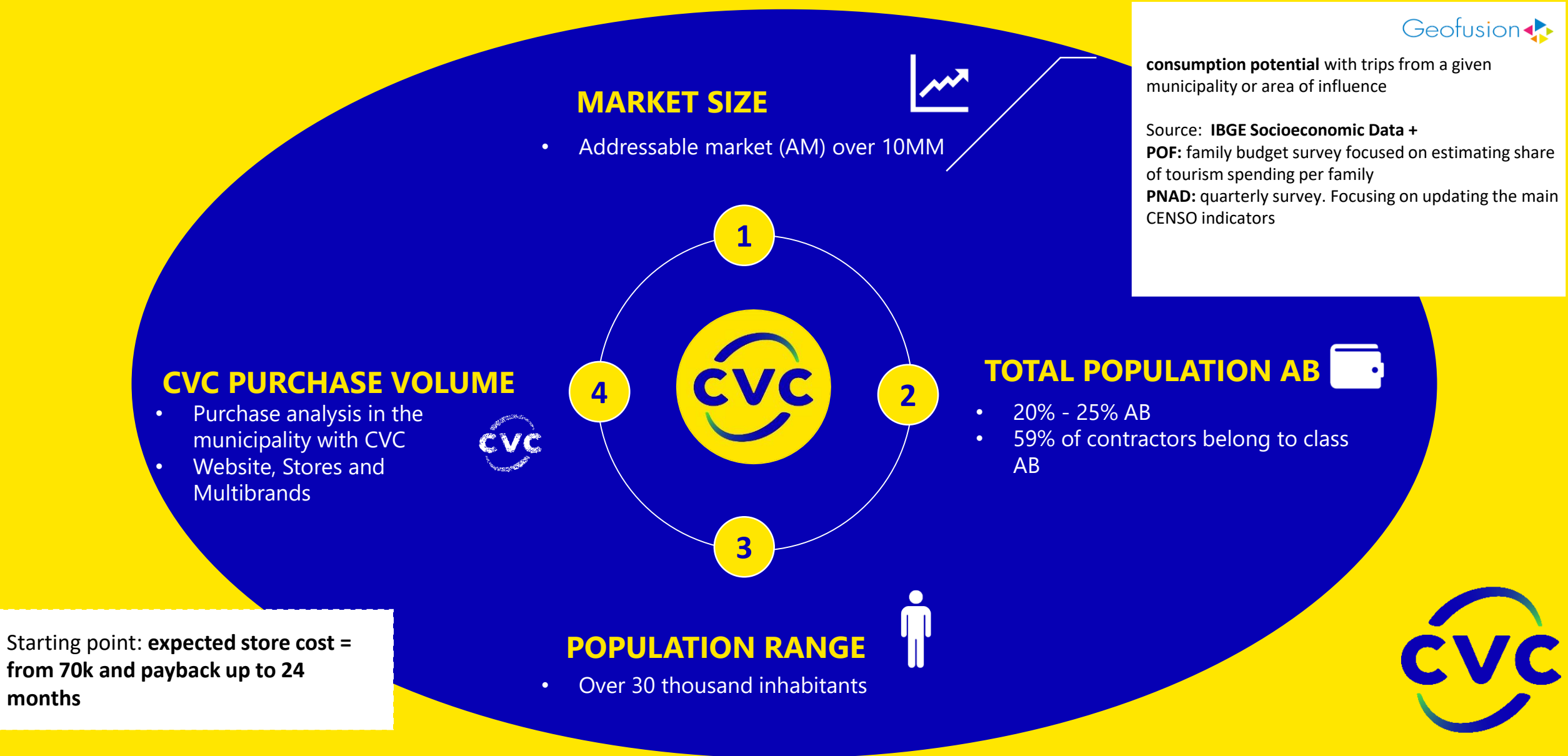


Pre-Pandemic Franchise Base Recovery Plan



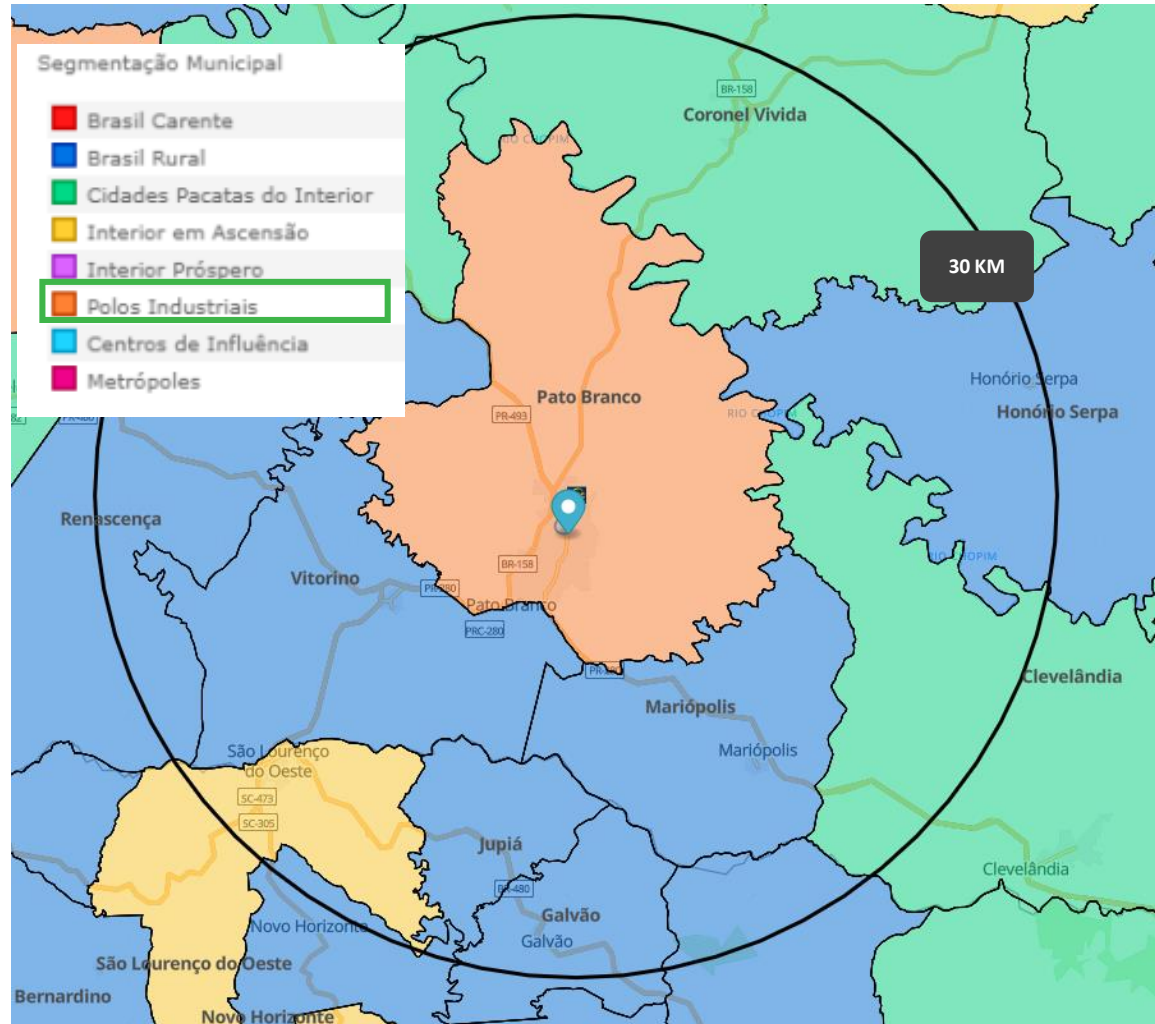
**INVASÃO
AMARELA**

To define our presence in a municipality, we take into account 4 analysis variables:



Store Case: CVC Pato Branco Shopping Mall (replacement)

City/State	Population	AM	GDP	% Pop ABC	% Pop AB
Pato Branco/PR	85 thousand	R\$ 56 Million	R\$ 4 Billion	83%	42%



Operating Range Information:

Considering a radius of 30 KM we have:

- Population of 173 thousand
- ME of R\$ 85 MM
- 82% Population ABC
- 34% Population AB
- 47% of purchases within the municipality and 53% outside the municipality

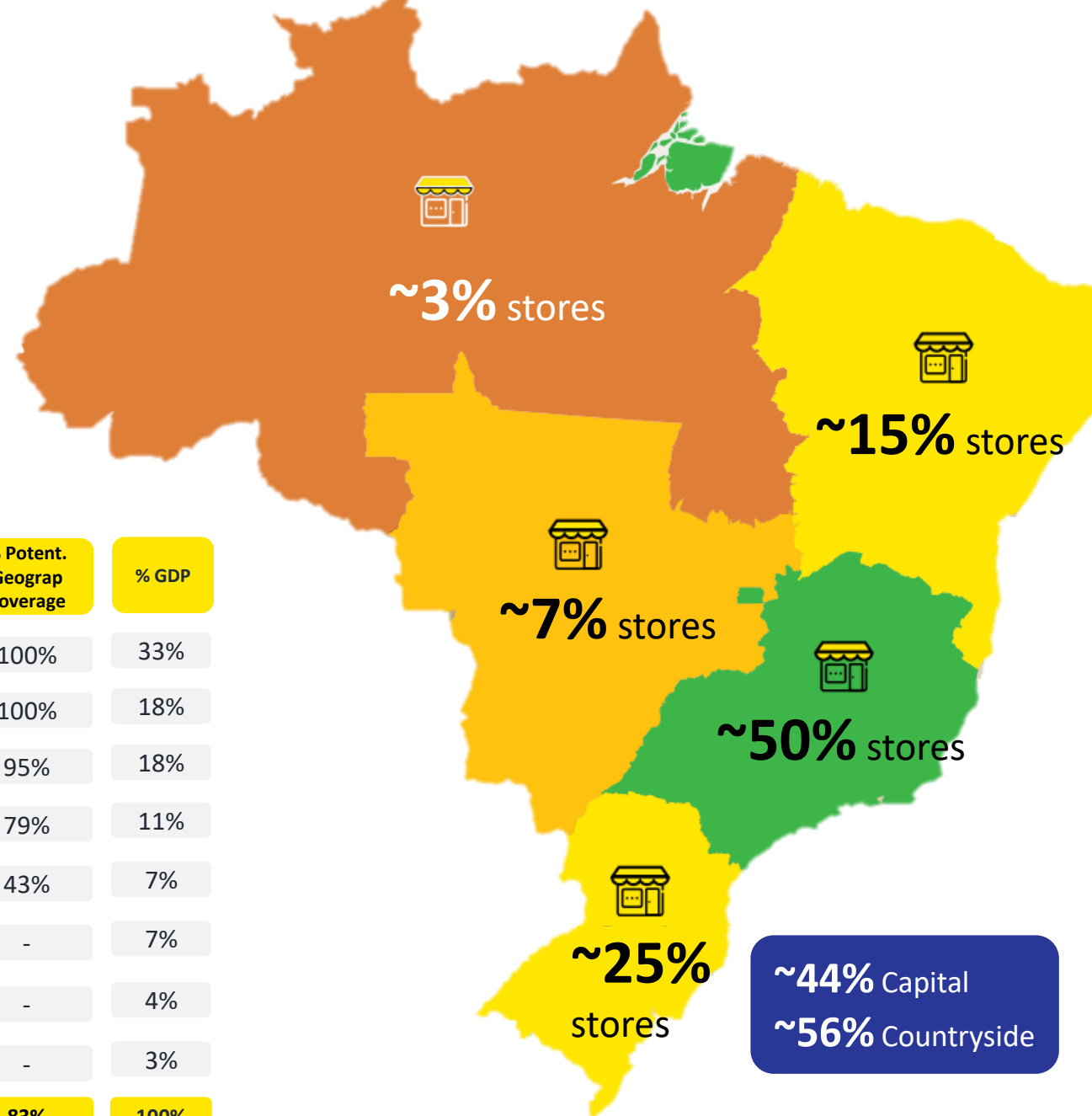


**Regional action in partnership
with the administrator of
Shopping Mall Pato Branco**

Opportunity to +100 new cities

Cities segmentation

	Expansion	% Potent. Geograp Coverage	% Potent. Geograp Coverage	% GDP
Metropolises	26%	100%	100%	33%
Centers of Influence	20%	99%	100%	18%
Industrial Hubs	27%	85%	95%	18%
Prosperous Countryside cities	20%	54%	79%	11%
Countryside cities on the Rise	7%	21%	43%	7%
Quiet Inland Countryside cities		-	-	7%
Rural Brazil		-	-	4%
Needy Brazil		-	-	3%
	100%	68%	83%	100%



Capital Profile | Countryside Profile



Population

Profile of countryside
cities

+ 6% 2022 vs. 2010
(version among the CENSUS
released)

Profile of the Capitals

+ 3% 2022 vs. 2010
(version among the CENSUS
released)



GDP

+ 140% 2022 vs. 2010
(version among the CENSUS
released)

+ 81% 2022 vs. 2010
(version among the CENSUS
released)



Purchasing
Rationale

Relational

Relational | Transactional



Product Mix

Regionalized Product

Wide product mix

Profile and stage of new CVC stores

Stores that closed during the pandemic

- Sales history
- Customer Base
- Product profile on the shelf

Municipalities where we already have stores

- Customer Profile
- Product Profile on the shelf

New municipalities

- Socioeconomic Data
- Shopping at CVC (all channels)
- Product Development

51%

REPLACEMENT

21%

SAME CITIES

28%

NEW CITIES

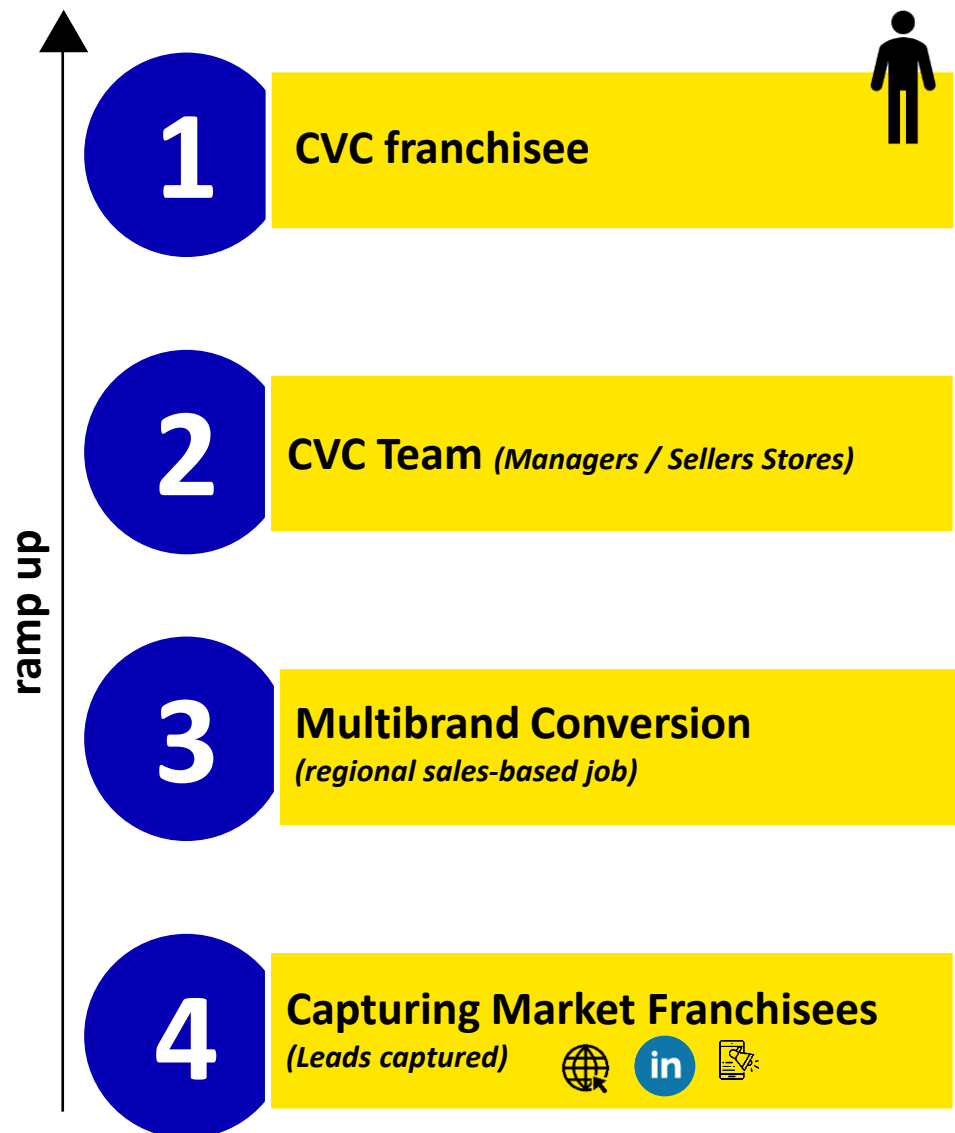
36 stores opened

36 stores under implementation

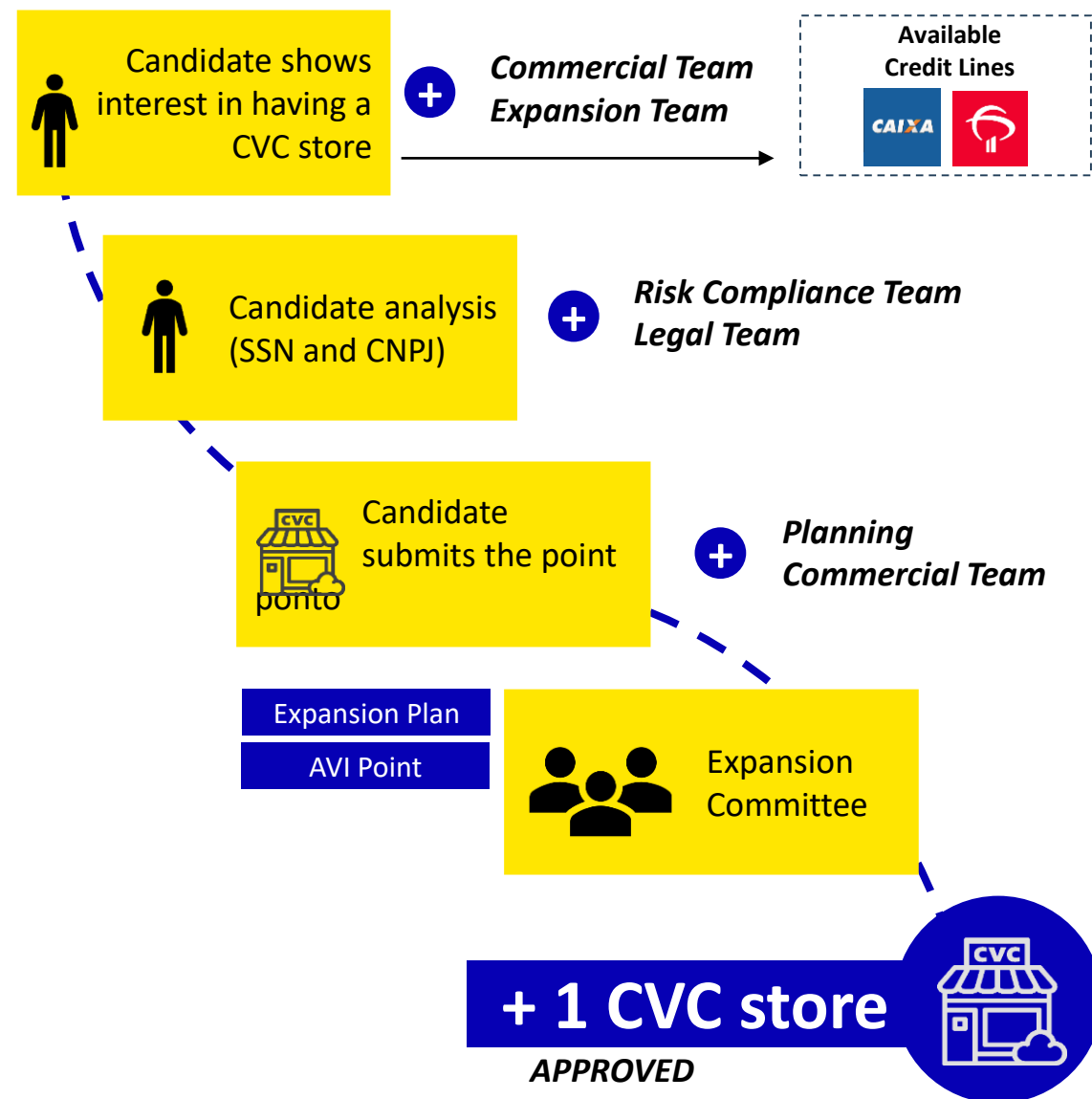
- 24 Dec./23
- 12 Jan./24



Prioritization of the franchisee acquisition flow

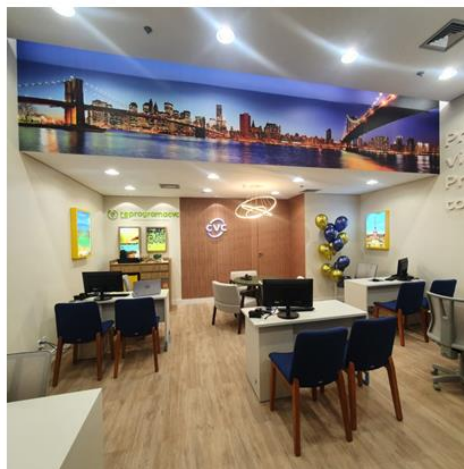


Approval flow for the implementation of a CVC store



CVC Store Models

STANDARD MODEL



high revenue potential | high AB population share

Store cost: from 110 thousand

LIGHT MODEL



medium revenue potential | medium AB population share

Store cost: from 70 thousand

Payback ~24 months | Breakeven ~3 to 4 months

Support for the CVC Franchisee



FRANCHISEE ONBOARDING



Mandatory Training Trails

System + Sales Tools

Products & Market Concepts

Sales Argumentation and Management



Marketing Strategic

Pre-opening Social Media Activation

Digital MKT Training

Lead Targeting



Commercial Alignment Strategic

Team and Tools

Portfolio/Segmentation

Goals and KPIs



Hiring Team

Passport Franchise

Talent Bank to accelerate hiring flow and Ramp Up of stores



PDCA Methodology Action and Execution Plans

Performance Analysis Real vs. Goal

Definition of the Necessary Action Plan for each KPI

Definition of Deadline and Execution

ROUTINE EXECUTION



Mapped Expansion Potential



**INVASÃO
AMARELA**

Strategic triggers for CVC expansion

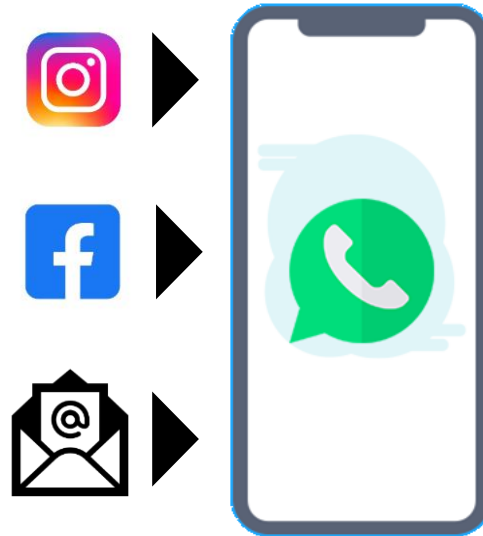
Tools for Phygital service

Digital Offering Show



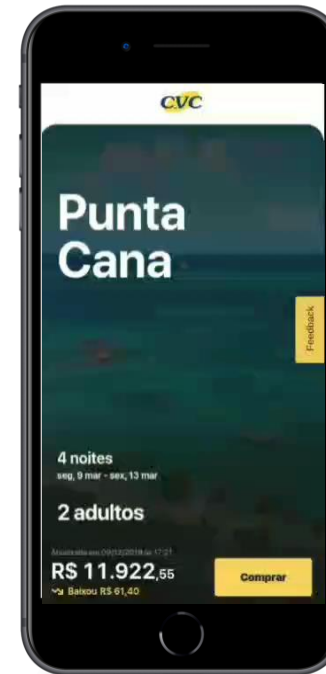
Digital offering show segmented according to the campaign and the store's product profile

FastZap Service



Integrated service on WhatsApp digital service channel with agility in service

Dynamic Budget



Dynamic Budget
Update of the customer's journey in real time, making it possible to buy from anywhere with or without the assistance of the salesperson

Portfolio of Payment Methods



Credit Card



Bank slip



Withdraw anniversary



Points Lívolo



PIX



BB Realiza



Potential for new markets

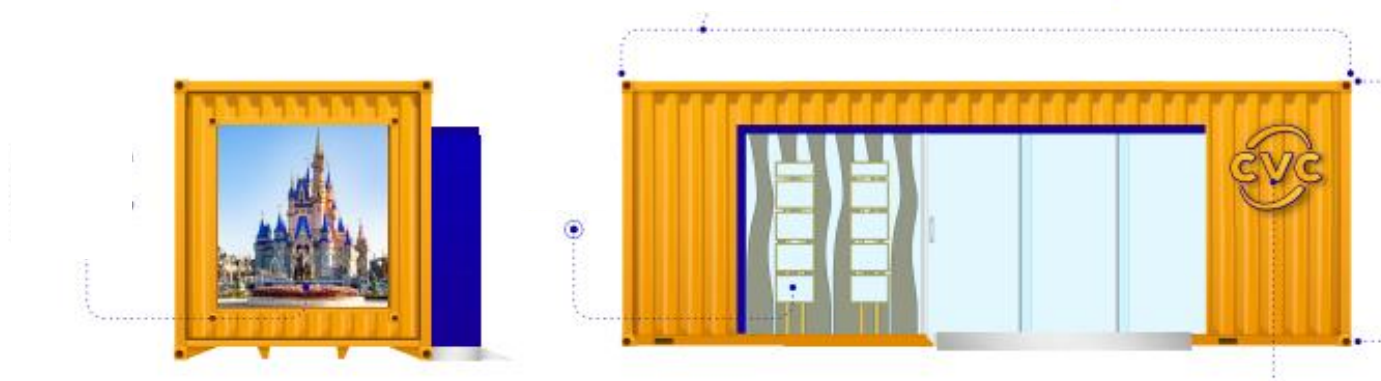
Criteria	Population	GDP	Opportunities
AM > 10 MM Pop > 30k 20% AB	~137 Million	76% Brazil GDP	From 300 to 350 stores (~100 cities)
AM > 8 MM Pop > 20k 20% AB	~149 Million	82% Brazil GDP	From 400 to 450 lojas (~300 cities)
			From 700 to 800 stores

New Operation Formats

Modulate



Container



Kiosk store



Analysis of different
formats according to
the available point

Thank you!