



**CVC**  
corp

**RELATÓRIO DE  
SUSTENTABILIDADE  
CVC CORP  
2021 / 2022**



# ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	01
2. MENSAGEM DO PRESIDENTE.....	02
3. QUEM SOMOS.....	04
3.1 Nossa história.....	04
3.2 Nossos negócios e marcas.....	07
3.3 Nossa missão.....	11
4. PLANO DE ENFRENTAMENTO À COVID.....	13
5. NOSSA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE.....	15
5.1.REprograma CVC Corp.....	15
5.2 Metas e objetivos até 2030.....	17
5.3 Instituto CVC.....	19
5.3.1. REconecta, Programa de voluntariado da CVC Corp .....	20
6. SUSTENTABILIDADE NO CENTRO DO NOSSO NEGÓCIO.....	22
6.1. Padrão de sustentabilidade – Lojas CVC.....	22
6.2. Tecnologia da informação e compensação de carbono.....	24
6.3. Programa carbon free – Locação de veículos.....	24
6.4. Guia do viajante consciente.....	25
6.5. Diversidade.....	25
6.5.1 Comunicação interna e diversidade em foco.....	27
6.6 Nossa universidade corporativa. ....	29
6.7 Capacitação em turismo sustentável.....	30
7. NOSSA RELAÇÃO COM A NOSSA GENTE.....	31
7.1. Retrato atual da nossa gente – Brasil.....	31
7.2. Governança corporativa (direitos humanos e anticorrupção).....	33
7.3. Segurança do trabalho.....	36
7.4. Saúde e bem-estar e dispositivos de escuta ao colaborador.....	37
8. NOSSOS INDICADORES CORPORATIVOS.....	39
9. NOSSO PRIMEIRO ANO COMO SIGNATÁRIOS DO PACTO GLOBAL.....	41
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
11. EXPEDIENTE.....	44

# 1. INTRODUÇÃO

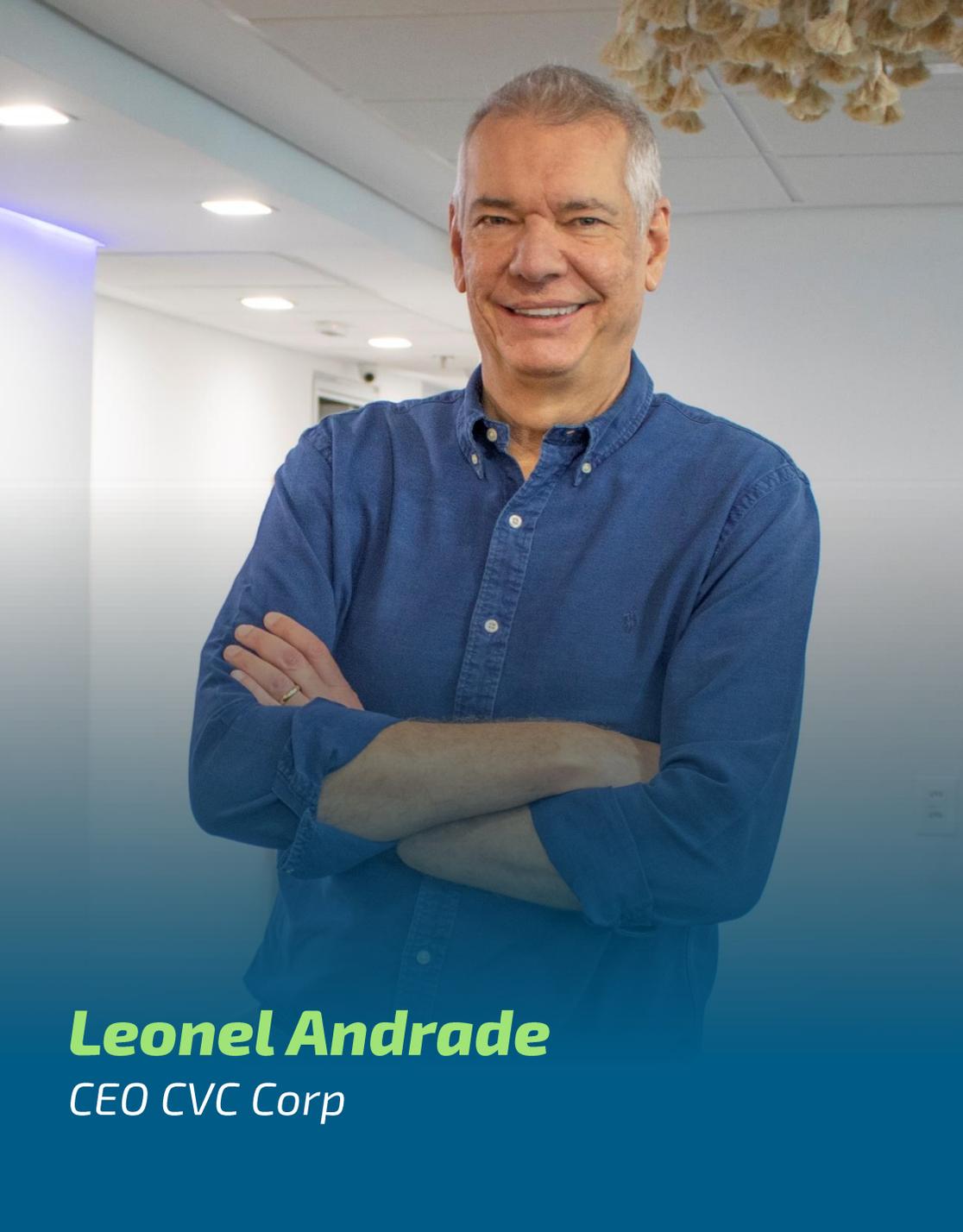
Neste 1º Relatório de Sustentabilidade da CVC Corp, você vai acompanhar as iniciativas da nossa companhia em torno do REprograma CVC Corp, estratégia de sustentabilidade que permeia o negócio e tem como ponto de partida a Política de Sustentabilidade do grupo.

Inovadora e comprometida em sua gestão interna e de negócios, a iniciativa visa impactar parceiros, regiões e comunidades dos destinos de viagens que opera no Brasil, sociedade e meio ambiente. Os dados apresentados marcam o nosso primeiro ano do REprograma CVC Corp, relativos ao período de janeiro de 2021 até maio de 2022.

Na primeira parte serão apresentados dados como: quem somos, a nossa história e negócios e as marcas que fazem parte da empresa, além do plano de enfrentamento à COVID colocado em prática. Logo em seguida, traremos o REprograma e grandes números e informações sobre nossos compromissos de sustentabilidade.

No capítulo de Sustentabilidade, no centro do negócio, apresentaremos projetos que foram realizados neste primeiro ano de compromisso e que são motivo de orgulho para nós. Também falaremos sobre nossa gente e todas as ações de governança da nossa companhia.

Boa leitura!



**Leonel Andrade**  
CEO CVC Corp

## 2. MENSAGEM DO PRESIDENTE

### *Nossa crença na sustentabilidade*

Estamos à frente de uma nova CVC Corp que, desde 2020, vem passando por uma grande transformação com a revisão de valores, da marca e, inclusive, de sua estratégia de negócio. E considerando o cenário atual da relevância da sustentabilidade, a CVC Corp não poderia deixar de seguir também nesse caminho. E sustentabilidade não é só um valor. Ele é a base da estratégia da empresa, ela é o tom de como o negócio deve desdobrar. É o 'como' – uma bússola. Sustentabilidade no contexto atual é muito favorável e não estamos indiferentes a isso. Os clientes estão cada vez mais conscientes sobre a necessidade de os negócios estarem conectados com os temas de sustentabilidade. Cobram e monitoram o comportamento ativo e compromissos que demonstrem a responsabilidade da empresa com seus públicos e o meio ambiente.

Para o mercado, a agenda ESG está em ascensão – é uma nova forma de medir o sucesso de uma empresa. Companhias que fazem gestão de sustentabilidade são consideradas longevas, com maior solidez e potencial de investimentos de longo prazo.

A nova geração de colaboradores se engaja a partir do significado que dão ao seu trabalho – seu propósito de vida deve estar em coerência com o trabalho que exercem, e a razão de existência das empresas deve estar de acordo com as grandes questões globais, hoje representadas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Com base nisso, para a CVC Corp é fundamental ter uma estratégia em sustentabilidade. E a nossa atende pelo nome de REprograma, com quatro diretrizes, que já nasceram conectadas com a necessidade de promover uma retomada do turismo no Brasil, agora de forma nova, mais sustentável.

*REprogramar significa refazer planos. Mudar rotas, alterar destinos. Vale para uma viagem. Vale para a vida.*

Toda mudança importante começa com o ato de REver, REpensar, REcriar, REinventar. “Re” quer dizer “de novo”. Também quer dizer o “novo.” São muitos os temas novos no turismo.

A sustentabilidade é o mais desafiador deles. E por uma razão muito simples: as pessoas já não querem mais viajar deixando um rastro de pegadas ambientais e sociais nos deslocamentos, nas acomodações e nas comunidades de destino.

Querem um jeito novo de fazer turismo, mais consciente, mais respeitoso às pessoas e ao meio ambiente. Desejam ir mais longe sem se afastar dos seus valores éticos e compromissos humanos. Aspiram sonhar, descobrir, conquistar e, ao mesmo tempo, melhorar o mundo.

Nós, da CVC Corp, queremos exatamente o mesmo. Por isso, criamos em maio de 2021 nosso REprograma, que cobre toda a cadeia de valor do negócio e se organiza em torno de ações inovadoras em quatro RE's: REduzir pegada, REspeitar diversidades, REgenerar destinos e comunidades e REeducar públicos.

Nosso propósito, renovado, segue sendo o mesmo na essência: Realizar o seu sonho, a sua experiência de viagem. Só que mais sustentável. De ponto a ponto. Da origem ao destino.

Neste primeiro Relatório de Sustentabilidade da história de 50 anos de atuação da companhia, reunimos os avanços que obtivemos no 1º ano de implementação da estratégia de sustentabilidade em nossa gestão, tendo como princípios norteadores três principais ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, com destaque para Equidade de Gênero (5), Trabalho Decente e Crescimento Econômico (8) e Consumo e Produção Responsáveis (12), que integram os 12 ODS que o REprograma CVC Corp contemplará ao longo de sua jornada.

Sabemos que o caminho é longo mas também que estamos na direção certa para tornar a CVC Corp, até 2030, uma empresa ainda mais diversa e sustentável, referência em turismo de impacto positivo, em desenvolvimento de parceiros e com atuação em prol da biodiversidade, sendo protagonista na geração de valor compartilhado com o ecossistema de turismo.

Boa leitura!

## 3. QUEM SOMOS

### 3.1 NOSSA HISTÓRIA



Desde o início de suas atividades em 1972, a operadora de viagens CVC, que organizava excursões rodoviárias para grupos de trabalhadores da região do ABC (SP), tinha o sonho de democratizar o acesso dos consumidores às viagens.

Desde então, vem se reinventando o tempo todo e mantém-se atenta com as necessidades e oportunidades de cada momento. Conquistamos gradativamente novos territórios e trazemos, em nossa essência, o propósito de transformar a vida das pessoas por meio das viagens.

Com 50 anos de atuação (completados em 28 de maio de 2022), a marca CVC faz parte do maior grupo de viagens da América Latina. A CVC Corp foi criada oficialmente em 2018, sob essa denominação institucional, após a expansão no mercado com aquisições de negócios complementares – nove aquisições em 5 anos.

Além do segmento de férias e lazer, o grupo CVC Corp também atua no B2B (no atendimento a agentes de viagens, com serviços e produtos de viagens de lazer, negócios, eventos e convenções), intercâmbio cultural e, também, com negócios baseados nos EUA: em gestão e locação de casas (com a VHC) e com aplicativo para “viajantes independentes”, com experiências personalizadas via geolocalização (WeTrek).

Nós acreditamos que toda viagem é uma oportunidade para eternizar memórias ao longo das nossas vidas, por isso trabalhamos para que as experiências sejam únicas. Sempre à frente do seu tempo, desenvolvendo novos mercados e apontando tendências, a marca CVC foi precursora ao ampliar o acesso e modelo de distribuição do produto “viagem”, com a abertura de lojas em shoppings, galerias e melhores endereços comerciais, em um momento que as agências funcionavam somente em prédios e horários comerciais. Também foi a primeira companhia a fretar aviões para viagens de férias, a democratizar o acesso dos brasileiros aos cruzeiros, trazendo transatlânticos ao Brasil em um período que essas viagens ocorriam somente na Europa, bem como a oferecer o parcelamento de viagens em 10x sem juros e a desenvolver produtos turísticos que cabem no bolso do consumidor.

Presente nos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal, hoje a CVC Corp possui a maior rede de distribuição de produtos turísticos do varejo brasileiro, com mais de 1.100 agências exclusivas franqueadas, 6.500 agências de viagens multimarcas credenciadas e canal online. Oferece o mais amplo portfólio de produtos de férias e lazer, em mais de 1.000 produtos nacionais e internacionais, com serviços e produtos em todas as modalidades de viagens – terrestre (carro e ônibus), cruzeiro, aéreo, podendo o cliente customizar sua viagem e adicionar serviços como passeios, ingressos, seguro viagem, vale viagem, entre outros. Atenta aos anseios de seus públicos, vem lançando tendências e ampliando sua gama de produtos e serviços turísticos, a ponto de ser hoje a companhia de viagens líder na preferência dos consumidores brasileiros e a marca mais valiosa do turismo do Brasil.

No âmbito corporativo, a companhia também ganhou salto evolutivo em 2009, quando a empresa foi adquirida por um dos maiores fundos de private equity do mundo, o Carlyle, que permaneceu na companhia até 2016. Em 2013, a CVC chegou à Bolsa de Valores brasileira, em um dos mercados de mais elevado nível de exigência e governança corporativa, o B3, sendo até hoje o único grupo de viagens a figurar na bolsa. Com isso, iniciou-se o processo de perpetuação da marca e dos negócios no segmento de viagens.

Em 2020, com a nomeação de novo Conselho de Administração e a chegada do novo management, liderado pelo CEO Leonel Andrade, a CVC Corp inicia um novo momento na sua história, que envolve a consolidação e a construção de sua visão de futuro, baseado em competitividade, eficiência operacional, governança corporativa e com o cliente no centro de todas as decisões.



# LINHA DO TEMPO



## 3.2 NOSSOS NEGÓCIOS E MARCAS



Iniciou suas atividades em 1972, organizando excursões rodoviárias para pequenos grupos de trabalhadores da região do Grande ABC, em Santo André. Presente no Brasil inteiro, hoje a CVC possui a maior rede de distribuição de produtos turísticos do varejo brasileiro, com mais de 1.100 agências exclusivas franqueadas, 6.500 agências de viagens multimarcas credenciadas e uma plataforma on-line, que oferece mais de 1.000 produtos nacionais e internacionais oferecidos em viagens aéreas, terrestres e marítimas, para todos os perfis de público e preferências de viagens.



Com mais de 57 anos de experiência no Brasil, a Experimento é uma das maiores redes especializadas em intercâmbio cultural do País, com foco em educação internacional principalmente para brasileiros. Desde 1964 oferece às famílias brasileiras, em seus diferentes momentos de vida, portfólio com soluções completas em intercâmbio cultural com programas de Ensino Médio no exterior (High School), Cursos de Idiomas, Au Pair, Programas de Férias, Universitários e Formação Profissional, além de uma gama de serviços complementares, que podem ser adicionados às viagens, como passagens aéreas internacionais, hospedagem e seguro viagem.

Atualmente, possui uma rede formada por mais de 57 lojas em 17 Estados e uma equipe de consultores especializados que garantem atendimento personalizado aos clientes e opções de estudo em mais de 30 países, nas melhores instituições educacionais do mundo.

A Experimento Intercâmbio Cultural é a única agência de intercâmbio da América Latina a contar com o selo vitalício “Star Award”, com seu padrão de qualidade atestado pela premiação global mais respeitada neste segmento, a “Star Awards for International Education”, da Study Travel Magazine.



O Submarino Viagens foi pioneiro na venda online de passagens aéreas, hotéis, pacotes no Brasil. Lançado em 2006 por um importante grupo de e-commerce do País, foi adquirida pela CVC Corp em 2015. Por meio da tecnologia e de um sistema de reservas bastante abrangente, o consumidor pode encontrar, no Submarino Viagens ofertas de passagens aéreas, hospedagem, pacotes turísticos, aluguel de carros e seguro viagem, para embarques imediatos ou planejados. Com amplo portfólio e ofertas competitivas e garantidas por diversos parceiros renomados do Brasil e do mundo, possibilita o cliente viajar com economia a lazer ou a negócios, acompanhado ou sozinho.



A RexturAdvance consolida mais de 60 companhias aéreas nacionais e internacionais através do Reserva Fácil, uma ferramenta completa para o agente de viagens e seus respectivos clientes corporativos consultarem todo o conteúdo online para busca, reserva e emissão de passagens aéreas, rodoviárias e demais serviços de viagens. O Reserva Fácil também está integrado com o portfólio Trend e disponibiliza opções de hotéis em todo o Brasil e no exterior, além do serviço de locação de carros.



Em uma trajetória de quase 30 anos, a Trend soube ganhar a confiança e a preferência do agente de viagens. Seu portfólio se mantém em constante transformação, compreendendo mais de 500 mil hotéis no Brasil e no exterior. E mesmo que hotelaria seja o carro-chefe, a cesta de produtos não para de se desenvolver, abrangendo pacotes exclusivos de lazer, casas em Orlando, apartamentos em Miami e participação em feiras e eventos – tudo isso nos âmbitos nacional e internacional. Com tecnologia de última geração, a TREND tem um sistema de reservas próprio e oferece atendimento trilingue 24 horas.



A Visual Turismo opera no mercado brasileiro há mais de 30 anos e, ao longo de sua história, já embarcou mais de 3 milhões de passageiros, em viagens nacionais e internacionais. Especializada em viagens sob medida, customiza o roteiro de acordo com o desejo e a necessidade do cliente, seja para viagens de lazer, lua de mel, ecoturismo, peregrino-religiosos, cruzeiros ou incentivo.



Fundada há quase 30 anos, a Esferatur atua no segmento de consolidação aérea. Tem como único canal de distribuição as agências de viagens e conta com tecnologia de ponta para emissão e reservas, oferecendo tarifas de diversas companhias aéreas nacionais e internacionais em tempo real, além de amplos recursos para a gestão de viagens corporativas. Em seu sistema de reservas, também disponibiliza o portfólio Trend, com opções de hotéis em todo o Brasil e no exterior, além do serviço de locação de carros.



Com cerca de 15 anos de experiência global em gestão e aluguel de casas de férias, a VHC – Vacation Homes Collection atua nos mercados americano e brasileiro, oferecendo um seleto portfólio com mais de 300 residências em destinos como Orlando, Miami e Gramado (Brasil). Recentemente, a empresa também expandiu seu portfólio para o Alabama, focado no turista local Americano. Com uma grande frente de tecnologia, gerenciamento completo das propriedades, atendimento 24h e serviços exclusivos para os clientes, a missão da VHC é transformar casas em um negócio rentável para proprietários de imóveis e permitir que nossos hóspedes vivam seus melhores sonhos através de experiências de viagem inesquecíveis.



Conectamos especialistas locais a viajantes com o objetivo de compartilhar a bela diversidade do mundo por meio de experiências autênticas e ótimas histórias. Nossa voz é diversa. De jornalistas, escritores de viagens e blogueiros a aficionados por história, guias turísticos, curadores de museus, artistas de rua, expatriados e moradores locais apaixonados, temos muitas histórias para compartilhar. Integrou o grupo CVC Corp no início de 2022.

## ARGENTINA



BIBLOS

A Biblos é uma operadora especializada no mercado internacional, líder quando o assunto é viagens de luxo. Atua como operadora, fornecendo produtos aos agentes de viagens como também para o mercado corporativo.

---



AVAN  
TRIP

Nascida em 2009 com um modelo focado 100% em vendas online, a empresa tem tornado as viagens acessíveis a todos, oferecendo as melhores ofertas e atendimento personalizado para montar as férias dos sonhos. A Avantrip pretende hoje ser a plataforma de autogestão com o melhor preço do mercado na Argentina.

---



Ola

A Ola Transatlântica Turismo, exclusiva aos agentes de viagens, já tem mais de 25 anos de atuação no setor do turismo, conta com mais de 320 colaboradores na área e atua no setor de turismo por meio de três principais unidades de negócio: a Ola Mayorista de Turismo, Quinceãneras e Transatlântica Viajes y Turismo. A empresa está baseada em Rosario, na Argentina, e oferece produtos e serviços para todo o território do país por meio de agências multimarcas e é uma das operadoras que mais cresce no mercado argentino.

---



almundo

A Almundo nasceu em 1992 e é uma companhia ominichannel. Com tecnologia inovadora, oferece a milhares de viajantes uma plataforma digital e mobile para que façam suas reservas e serviços de viagens. A Almundo é reconhecida por seu modelo de atendimento personalizado por telefone, por chat e tem 100 pontos de vendas na Argentina, com projeto de expansão por todo o país por meio de franquias.



# POSICIONAMENTO DAS MARCAS DENTRO DO NOSSO NEGÓCIO:

## NOSSAS UNIDADES DE NEGÓCIOS

**B2C**



**B2B**



**ARGENTINA**

**BIBLOS**



## NEGÓCIOS COMPLEMENTARES

**GESTÃO E LOCAÇÃO  
DE RESIDÊNCIAS**



**APP PARA VIAJANTES  
INDEPENDENTES**



### 3.3 NOSSA MISSÃO

É a nossa  
**razão de ser.**

Nosso valor é o **conjunto de comportamentos** que determinam a forma como agimos e nos relacionamos uns com os outros e com o ambiente externo.

Esses comportamentos, em prática, constroem a nossa **Cultura Organizacional.**

[Clique aqui](#) e assista o vídeo do nosso Propósito.

Nosso propósito:

Aproximar  
as pessoas  
e seus  
sonhos,  
eternizando  
memórias

# sonho

S

*Simplificamos  
com Inovação*

Inovamos e simplificamos  
ao máximo para uma  
experiência mágica  
e eficiente



O

*Operamos com  
Transparência*

Queremos times  
protagonistas jogando  
limpo, junto e indo  
na bola

N

*Norteados pela  
Sustentabilidade*

Queremos um impacto  
social e ambiental  
positivo



H

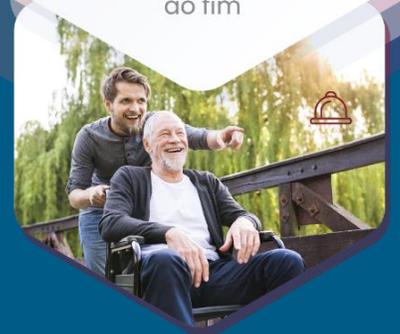
*Houremos nossos  
Compromissos*

Pensamos como dono,  
entregando o que  
prometemos

O

*Orgulhosos  
em Servir*

Temos paixão por cuidar  
de pessoas, estando do  
seu lado do começo  
ao fim



## 4. PLANO DE ENFRENTAMENTO À COVID

Em março de 2020, a OMS - Organização Mundial da Saúde - declarou o surto de COVID-19 como pandêmico, o que levou as autoridades governamentais do mundo todo a assumirem severas medidas de restrição à circulação de pessoas, na tentativa de controlar a transmissão da doença. Com limitações ao fluxo de pessoas – incluindo quarentena, isolamento social e lockdown – e as atividades de diversos setores da economia não considerados essenciais, o comportamento e o padrão de consumo da população em geral foram afetados.

Com o fechamento de fronteiras e a intensa migração do trabalho presencial para o modelo “Home Based”, as viagens a lazer e corporativas foram afetadas negativamente - sofrendo interrupções e quedas significativas em um curto período de tempo.

Parceiros estratégicos da Companhia, como hotéis e cruzeiros, tiveram suas atividades completamente suspensas em razão da pandemia da COVID-19. O mesmo ocorreu com as companhias aéreas, que passaram por cenário delicado, com drásticas reduções na malha aérea e nas ofertas de voos principalmente entre os anos de 2020 e 2021.

Assim que as notícias sobre a disseminação do vírus chegaram ao Brasil, juntamente com o anúncio da pandemia pela OMS, a CVC Corp criou um grupo de trabalho em urgência, para tratar as questões inerentes e os possíveis impactos na operação da companhia, o que gerou o Plano de Contingenciamento contra a COVID-19, contendo uma série de medidas para preservar e resguardar seus colaboradores, com orientações e protocolos alinhados ao Ministério da Saúde, tais como:

- ✓ Divulgação de informações sobre sintomas, transmissão, medidas de prevenção à COVID e de distanciamento social por meio da Comunicação Interna;
- ✓ Adoção de trabalho 100% remoto para colaboradores na Matriz, com ajuda de custo e apoio na adequação de trabalho de forma ininterrupta desde o início da pandemia no Brasil, em 2020;
- ✓ Fornecimento de Face Shields aos agentes de lojas;
- ✓ Criação de fluxo e canal de comunicação e centralizador das informações e direcionamento dos colaboradores quanto a dúvidas de: laboratórios para realização do exame, hospitais mais próximos, uso da telemedicina etc. Qualquer outro direcionamento, eram enviados para o time de: Ponto Eletrônico, Afastamento e Central de Atendimento do Convênio Médico;
- ✓ Promoção de LIVE com especialista falando sobre o tema, desvendando fake news e tirando dúvidas;
- ✓ A partir de abril de 2022, com a retomada das atividades do turismo e a ampliação das vacinas e redução dos casos, a companhia mantém seus colaboradores em jornada remota, porém reabriu seus escritórios nas cidades de São Paulo e Santo André, para possibilitar encontros entre times, readequando 100% de seus edifícios, com instalação de termômetros digitais para aferição da temperatura, instalação de tapetes sanitizantes, distribuição extra de pontos com álcool em gel, instalação de barreiras de acrílico, comunicação visual com orientação de distanciamento para segurança recomendada, bem como a implantação de aplicativo aos colaboradores, para reserva de salas de reuniões e workstations, com aplicação de questionário de saúde e informação sobre o esquema vacinal, sendo liberado somente mediante a confirmação do recebimento de pelo menos 2 doses da vacina.

## **PROVIDÊNCIAS ADOTADAS PARA MELHORIA DO ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR NAS MARCAS:**

Com a decretação da Pandemia pela OMS e o fechamento das fronteiras entre países, uma das primeiras atitudes tomadas pela companhia para resguardar seus clientes que estavam em destinos internacionais – cerca de 30 mil – foi a contratação de voos exclusivos de repatriamento.

Por meio de sua área de Operações, com atuação 24x7, a companhia também conseguiu oferecer assistência a seus clientes, realocando-os em hotéis e transportes aéreos e terrestres para retorno seguro às suas origens.

Para apoiar as autoridades brasileiras no combate à pandemia, a CVC também fez uma campanha institucional, nas principais mídias brasileiras, reforçando seu compromisso social: “Fique em casa. Viaje depois”.

Já no âmbito jurídico, no Brasil, foi instituído o estado de calamidade pública como forma de permitir a implementação de medidas emergenciais por parte dos governos federal, estaduais e municipais. Neste sentido, entrou em vigor a Lei Federal nº 14.046, de 24 de agosto de 2020, que instituiu regras acerca do adiamento ou cancelamento de reservas e serviços de turismo devido à pandemia de COVID-19.

Na impossibilidade do oferecimento de remarcação ou de crédito ao consumidor, a companhia, respeitando a legislação vigente, cumpre as determinações em restituir o valor recebido ao consumidor em até doze meses, contados a partir da data do encerramento do estado de calamidade pública.



# 5. NOSSA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

## 5.1 REPROGRAMA CVC CORP

“REprograma CVC Corp – Sustentabilidade da origem ao destino” é o nome da **plataforma de sustentabilidade e diversidade da CVC Corp**, desenvolvida durante o período da pandemia, de agosto a dezembro de 2020, baseada em estudos de tendências de ESG, legislações, externalidades do turismo e benchmarking com organizações internacionais reconhecidas e orientadas ao turismo sustentável. Fomos apoiados por uma consultoria estratégica e focada em ESG.

Com olhar no futuro e para transformar o ato de viajar e a experiência dos nossos clientes em uma jornada de impactos positivos, contribuindo para a sustentabilidade de cada destino turístico, o REprograma baseia-se em quatro eixos de atuação:



Seguindo as diretrizes estratégicas focadas nestes quatro “RE’s”, que permeiam todo o ecossistema do turismo com respeito, pluralidade, informação e atitude, vamos continuar realizando a viagem dos sonhos de milhares de brasileiros, só que de forma mais sustentável, em uma longa jornada que se inicia agora e será permanente.

A plataforma de atuação envolve REpensar, REfletir e REajustar processos e conceitos ao longo do tempo, de ponta a ponta, da origem ao destino.

Para a CVC Corp, toda viagem é uma oportunidade que nos levará ao mesmo destino: preservar o futuro para as próximas gerações.

# VAMOS CONHECER CADA UM DOS EIXOS?



O eixo **respeitar diversidades** nos traz a reflexão que diversidade está em todos os lugares e o turismo é plural. Nossa intenção é acolher e valorizar a multiculturalidade. Acolhemos e celebramos as diversidades, promovendo a inclusão e não-discriminação, para um ambiente mais plural e diverso.

Elaboramos um Programa interno de Diversidade, Equidade & Inclusão (2021) e nossa intenção é levarmos esse conceito para o maior número de pessoas, em todos os lugares.



O eixo **reduzir pegada** nos norteia para que, a partir do desenvolvimento de novos critérios socioambientais para produtos e serviços, a CVC Corp busca promover uma viagem consciente, de ponta a ponta, com o compromisso de reduzir a poluição, a pegada de carbono e promover a melhor utilização e gestão dos recursos naturais – por isso, iniciamos o Padrão CVC de Sustentabilidade (2021), que nos conduz à revisão dos nossos processos de trabalho e, também, para mobilizarmos parceiros de negócios nessa jornada. Queremos adotar as boas práticas internas e ampliarmos para nossos parceiros. Sustentabilidade não se faz sozinho: começamos internamente e traremos nossos parceiros junto nessa jornada.



O eixo **reeducar públicos** firma nosso acordo em atuar para sensibilizar, conscientizar e engajar as nossas partes interessadas na jornada por um turismo mais sustentável, disseminando os nossos compromissos com o Desenvolvimento Sustentável de forma transparente, apropriada e com empatia. Nossas primeiras ações, nesse sentido, foram a elaboração de Trilhas de Aprendizagem em Sustentabilidade e Diversidade para nossos colaboradores e lojas (em 2021), a mobilização de nossas franquias e receptivos sobre a nossa estratégia e como eles podem fazer parte disso (em 2021), o lançamento do Programa de Capacitação em Turismo Responsável para 100% dos Receptivos Parceiros em Turismo Receptivo e Equipe de Produtos/Sourcing (2022) e a criação do Guia do Viajante Consciente (2022), que traz conteúdos educativos e dicas para nossos receptivos e clientes realizarem uma viagem mais sustentável. Queremos promover um turismo mais responsável, gerador de riqueza e bem-estar social, que valoriza a multiculturalidade e o patrimônio dos destinos, a vocação local das comunidades e respeito ao meio ambiente.



O eixo **regenerar destinos e comunidades** tem como foco o respeito e a valorização das comunidades anfitriãs e a conservação e a regeneração da biodiversidade brasileira. Criamos o Instituto CVC (2021) para isso. Entendemos que gerar desenvolvimento econômico-financeiro já não é mais suficiente para garantir que os destinos permaneçam crescendo e se desenvolvendo. Por isso, além de promovermos a geração de valor econômico nas comunidades anfitriãs, vamos atuar para a manutenção da biodiversidade dos biomas brasileiros, que é o grande impulsionador do turismo em nosso País.

## 5.2 METAS E OBJETIVOS ATÉ 2030

A CVC Corp tem consciência da sua responsabilidade e de seu papel influenciador para gerar impactos positivos ao meio ambiente e à sociedade, unindo forças com todo o ecossistema. Para honrar sua missão, a companhia, suas marcas e seu Conselho de Administração assumiram, em maio de 2021, um compromisso público com uma importante agenda de sustentabilidade até 2030, junto à Rede Brasil do Pacto Global da ONU.

O Pacto Global é uma chamada para as empresas de todo o mundo alinharem suas estratégias e operações e enfrentarem, juntas, os desafios de sustentabilidade. O REprograma endereça 12 dos 17 ODS e tem caminho sustentável: começou em 2021, mudando processos internos na gestão da CVC Corp para, em 2022, começar a engajar parceiros de negócios (com capacitação para 100% de seus Parceiros em Turismo Receptivo no Brasil) e, a partir de 2023, ampliar o engajamento junto a demais parceiros e destinos, compartilhando experiências e sendo indutora de boas práticas de gestão, processos no turismo de impacto positivo.

Para então chegar ao propósito final em 2030, que é ter a sustentabilidade permeando o ecossistema de turismo, na geração de valor compartilhado para a cadeia produtiva, atuando em prol da biodiversidade (por meio do Instituto CVC, criado em 2021), com padrão de sustentabilidade (nas lojas, receptivos e parceiros) e roteiros de impacto positivo, com engajamento e apoio dos players desta interligada cadeia produtiva.

As 4 diretrizes estratégicas do REprograma CVC Corp estão alinhadas em destaque com três principais ODS neste primeiro ano do REprograma CVC Corp: as ODS 5 – Igualdade de gênero, ODS 8 - Trabalho Decente e Crescimento Econômico e para o ODS 12 - Consumo e Produção Responsáveis:



# CONHEÇA NOSSOS COMPROMISSOS ATÉ 2030

DIRETRIZES	AÇÕES	COMPROMISSOS 2030
<b>RESPEITAR DIVERSIDADE</b>	Programa de Diversidade, Equidade & Inclusão	50% de colaboradores na companhia e 20% da liderança com diversidade
<b>REDUZIR PEGADA</b>	Padrão CVC Corp Sustentabilidade (gestão interna, gestão de fornecedor e selo no futuro)	Ter processos internos aderentes a boas práticas de sustentabilidade (Padrão CVC Corp Sustentabilidade replicável a parceiros) e implementar novo modelo de loja sustentável
<b>REGENAR DESTINOS E COMUNIDADES</b>	Instituto CVC + Produtos de Turismo de Impacto Positivo	Direcionar recursos e mobilizar stakeholders na regeneração de 2 biomas brasileiros, com produtos temáticos/impacto positivo e atuação do programa de voluntariado
<b>REEDUCAR PÚBLICOS</b>	Guia CVC Corp do Viajante Consciente + Programa de Desenvolvimento de Parceiros de Negócios	Ter engajamento dos públicos para viagem sustentável, sendo: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Referência no setor na disseminação de conteúdo para turismo de impacto positivo, com acessibilidade;</li> <li>2. Referência em desenvolvimento de parceiros nas boas práticas de sustentabilidade.</li> </ol>

## 5.3 INSTITUTO CVC



O **Instituto CVC**, que faz parte do **REprograma CVC Corp**, foi lançado em maio de 2021 e é uma iniciativa sem fins lucrativos com o objetivo principal de promover a educação, a conservação e regeneração da biodiversidade brasileira, para gerar impactos positivos nas comunidades anfitriãs – comunidades com as quais a CVC Corp tem mais interação no Brasil.

Ele está alinhado com os **compromissos e objetivos de desenvolvimento sustentável**, com foco em quatro **ODS**:



O **Instituto** tem vocação para apoiar programas dos destinos onde a CVC Corp atua, de fomentar negócios de impactos positivos e sustentáveis, que comprovem sua capacidade em ser efetivos nesses campos e tenham sinergia com as ODS do Instituto. Tem também a missão de coparticipação em iniciativas de outras organizações da sociedade civil ou empresas e poderá auxiliar na realização de prêmios e reconhecimentos destinados à valorização de iniciativas sustentáveis.

No **site do Instituto CVC**, você pode encontrar ideias de viagens com propósito, com programa de viagem que une sustentabilidade e cidadania, mas também cultura, onde trazemos assuntos como a história e herança para o Brasil dos povos indígenas.

## 5.3.1 RECONECTA, PROGRAMA DE VOLUNTARIADO DA CVC CORP

O **REconecta** é o **programa de voluntariado da CVC Corp**, também criado em maio de 2021, que tem ligação direta com o escopo de atuação do **Instituto CVC**. Os compromissos do **REprograma** com o meio ambiente e sociedade norteiam sua atuação, sendo seu principal foco apoiar instituições e projetos ligados ao ecossistema do turismo, seja no âmbito social ou ambiental, gerando valor para comunidades e pessoas nas regiões que a companhia atua ou que são impactadas de forma geral pelo turismo.

Com a consciência de que um programa de Responsabilidade Social Empresarial pode causar diversos efeitos positivos na economia, sua atuação, por meio dos seus mais de 280 colaboradores voluntários, busca contribuir para o desenvolvimento local, preservação do meio ambiente e cultura, promovendo o cuidado com todos os públicos, principalmente aqueles que se encontram em situação de vulnerabilidade. O incentivo ao trabalho voluntário gera também um espaço para o desenvolvimento pessoal e profissional de cada um dos colaboradores envolvidos.

**Confira como os colaboradores voluntários estão distribuídos em três frentes de atuação do REconecta:**

### PILARES DE ATUAÇÃO

**SOCIAL**  
 **208**

**EDUCAÇÃO**  
 **47**

**MEIO AMBIENTE**  
 **33**

Mesmo com todas as dificuldades ocasionadas para o desenvolvimento do trabalho ao longo do período de pandemia e distanciamento social, nos últimos 12 meses de programa tivemos cinco ações, que incluem:



### Campanha “Minuto Solidário”

Arrecadação de itens de higiene - em parceria com a Prefeitura Municipal de Santo André - Foram mais de 1800 itens arrecadados e distribuídos para famílias em condição de vulnerabilidade social da região na qual encontra-se a Matriz da companhia.



### Campanha do agasalho “Reconecta Solidário”

Que trabalhou, além do conceito de solidariedade, também o de logística reversa. Houve o incentivo por parte dos canais de Comunicação Interna para que o colaborador doasse peças de vestuário e calçado sem uso, além do reaproveitamento e reciclagem e uniformes de coleções passadas, camisetas institucionais ou promocionais para conversão em cobertores para doação. O resultado trouxe a doação de mais de 1.500 itens de vestuário, além da confecção e doação de 450 cobertores produzidos pela Retalhar, focada em geração de renda.



### Dia das Crianças

Que resultou na doação de sacolinhas de doces, além de materiais escolares, brinquedos e livros para 400 crianças em situação de vulnerabilidade social de uma instituição educacional em São Paulo.



### Campanha de arrecadação de alimentos

Em parceria com a ONG Ação Cidadania, teve a duração de 04 meses e arrecadou 03 toneladas de alimentos distribuídos para famílias carentes no ABC e cidade de São Paulo, além de culminar na doação de mais 03 toneladas de alimentos pela CVC Corp em uma ação com parceria entre a CUFA e a emissora BAND para as vítimas das chuvas que ocorreram no nordeste brasileiro em dezembro de 2021.



### Natal Solidário

Apadrinhamento de 140 pessoas. Duas instituições foram beneficiadas esse ano: O Asilo Nova Missão (Associação Missão Belém - V. Gavi), que acolhe pessoas em situação de rua, sem família e que sobrevive através de doações da comunidade e a instituição Dr. Klaide, na unidade de creche, assiste crianças de várias idades da comunidade local, que recebem do projeto acesso ao ensino infantil, alimentação e cuidados de higiene.

Além disso, no primeiro trimestre de 2022, foi implementada a gincana de doação de sangue “Para um mundo melhor, cada gota conta” com a participação dos colaboradores espalhados pelo Brasil com duração de 3 meses (término em maio de 2022) e mais uma campanha “Minuto Solidário – Petrópolis”, com apoio de receptivos parceiros, para a arrecadação de alimentos não perecíveis e materiais de limpeza e higiene pessoal para os residentes de Petrópolis, Rio de Janeiro, que foram afetados por calamidades naturais no início deste ano.

# 6. SUSTENTABILIDADE NO CENTRO DO NOSSO NEGÓCIO

## 6.1 PADRÃO DE SUSTENTABILIDADE - LOJAS CVC



Uma das ações criadas dentro do Padrão CVC Corp de Sustentabilidade foi o desenvolvimento, lançamento e implementação de um novo conceito de loja CVC, focada na experiência digital e na conexão da sustentabilidade com o turismo.

O novo conceito de loja CVC, que estreou em outubro de 2021, preza pela experiência do cliente e traz, pela primeira vez, premissas de sustentabilidade e diversidade para as franquias.

A primeira loja modelo foi inaugurada no Shopping Cidade São Paulo, aplicando princípios de sustentabilidade em todo o processo. Na concepção do projeto, utilizou-se a grande presença da madeira como forma de proporcionar ao cliente uma experiência única de bem-estar. Mais um destaque do novo modelo de lojas foi trabalhar com uma cadeia de abastecimento 100% nacional, para valorizar as matérias-primas e o parque produtivo brasileiros.

Todo o mobiliário utiliza madeira tipo MDF como matéria-prima principal, porque, além dos benefícios de durabilidade, resistência e estabilidade, é considerado um material ecologicamente correto por usar exclusivamente fibras de madeira de reflorestamento em sua composição. A utilização do MDF evita o desmatamento e uso indiscriminado de árvores nativas da Amazônia. Os assentos da nova loja foram desenvolvidos com fornecedores certificados, que têm implantado em suas operações o “ciclo total”, ou seja, todo o material produzido pelas empresas é devidamente separado em caçambas e posteriormente direcionado para outras empresas que realizam o seu reaproveitamento. Os tecidos utilizados nos estofados passaram por um processo de seleção que se iniciou com 10 variações de cores para os diferentes ambientes de lojas, e terminou com a escolha de 6 variações para otimização de custos e preservação do meio ambiente.

A fabricante dos tecidos escolhida foi a Ladytex, empresa 100% brasileira, que possui o certificado Oeko-Tex Standard 100, selo verde europeu que atesta que o índigo é ecologicamente correto. O piso da loja é fornecido pela Tarkett e é livre de ftalatos, de formaldeído e de metais pesados. O mesmo acontece com os resíduos de tinta em pó, que são também separados e armazenados até seu direcionamento a empresas que fazem o reaproveitamento do material na produção de tintas líquidas para pisos.

Os novos uniformes foram desenhados juntamente com os gerentes e consultores de venda, pensando em cada fase da sua jornada, e o resultado foram peças mais leves e confortáveis.

Otimizamos a produção, com menos modelos e maior utilização, reduzindo consideravelmente o número de peças descartadas todos os anos no meio ambiente. Para isso, a escolha dos fornecedores foi fundamental para garantir a longevidade das peças. A Vicunha, por exemplo, é certificada pelo Global Recycled Certificate, Management System Certificate e certificado Oeko-Tex Standard 100, selo verde europeu que atesta que o índigo é ecologicamente correto, além de ISO 9002 e ISO 14000. A comunicação visual se modernizou sem abrir mão da sustentabilidade. Trabalha-se hoje com impressões certificadas eco-solventes ou à base de água. A logomarca suspensa na fachada é confeccionada em acrílico, que é reutilizado e reciclado, recuperando a sua usabilidade como matéria-prima original.

Os backlights são produzidos de aparas de MDF que antes seriam descartadas e, com isto, diminuí-se o valor para as franquias, reaproveitando continuamente o próprio material.

A nova loja CVC também passou por adaptações no projeto para garantir a acessibilidade do público, com mobiliários adaptados para vendedores e clientes cadeirantes. Também foi realizado um estudo de acessibilidade de todo o sistema de vendas.



Em parceria com a empresa de telecomunicações Vivo está em funcionamento o Vivo Libras, para atendimento a pessoas com deficiência auditiva em tempo real e também o Vivo Eficiência Energética, em que é possível monitorar instantaneamente o consumo e verificar onde se pode reduzi-lo nos meses seguintes, já em utilização em 12 lojas da marca CVC em um projeto-piloto (2022) para futura expansão.

Já o Espaço REprograma CVC na loja, localizado na área do café, possibilita a coleta seletiva de papéis, pilhas, baterias e cápsulas de café, o que, em parceria com cooperativas, garante a boa destinação desses resíduos nas diferentes cidades. Todas as plantas são de base sintética, que foi escolhido por trazer brasilidade e por ser 100% reciclável.

Os vasos utilizados são feitos de um plástico desenvolvido a partir da cana de açúcar, ou seja, matéria prima renovável, que economiza recursos fósseis e é 100% reciclável. Com essa escolha, está se retirando da atmosfera mais de 7 toneladas de gases de efeito estufa. Além disso, o fornecedor selecionado para abastecimento das lojas possui certificado de compensação de carbono suficiente para suprir toda a operação da CVC.

Todos os colaboradores de lojas próprias receberam em 2021 a formação em atendimento inclusivo e em sustentabilidade. Em 2022, essa formação adicional já passa a ser oferecida a todos os franqueados por meio de plataforma de treinamento.

O novo modelo também garantiu a implementação em 100% da rede de lojas CVC da digitalização dos contratos de viagens dos clientes, em um modelo de operação que foi intensificado com a pandemia, eliminando o uso de papel na impressão de contratos de viagens, com ganhos financeiros e ambientais. Ao final de 2021, 100% da matriz CVC Corp, das lojas CVC e das lojas Experimento já estavam com este modelo em operação, o que permitiu poupar em 2021 R\$ 432.000 às 1.200 franquias com a compra de papel sulfite, e, com a não impressão de 8.800.000 folhas de papel, foram poupadas 1.064 árvores, mais de 3.500.000 de litros de água, 362 kg de emissão de carbono e 23 toneladas de resíduos.

Também pela 1ª vez, acolheu em seu time uma colaboradora refugiada (2021), em parceria com a ACNUR – Agência da ONU no Brasil, que fomenta a inclusão de pessoas em situação de refúgio no Brasil, o que exigiu mudanças em processos de contratação e onboarding. Esse modelo será ampliado em 2022, com o objetivo de gerar empregabilidade nas lojas CVC, como jornada de desenvolvimento e carreira.

5 IGUALDADE DE GÊNERO



8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO



## 6.2 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMPENSAÇÃO DE CARBONO

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS



Para oferecer ao mercado produtos e serviços sustentáveis e de menor impacto ambiental, percebeu-se que o primeiro passo seria trabalhar a conscientização e educação ambiental junto aos colaboradores internamente. Pensando nisso, estudos foram feitos para melhorar a gestão de resíduos sólidos e aplicação de uma logística reversa em nossos prédios, com foco na melhora dos índices de mudanças climáticas. A melhoria da sustentabilidade na companhia é um tema constante e orientador da gestão dos

negócios. Assim, o time de Tecnologia da Informação e Infraestrutura, avaliando a necessidade de realizar a troca dos computadores dos colaboradores em razão da necessidade de adaptação ao trabalho em “Home Office” e a troca de desktops por notebooks, buscou uma solução sustentável para aproveitar o seu “lixo eletrônico”.

**Em 2021 foi estabelecida uma parceria entre CVC Corp e Global Susten Ambiental, na qual foram entregues para descarte:**

- ✓ 1171 CPUs Desktops;
- ✓ 1317 Monitores;
- ✓ 111 Mouses;
- ✓ 115 Teclados;
- ✓ 44 Notebooks.

A cada 10 computadores adquiridos pela Global Susten Ambiental, 1 árvore é plantada pela Global Tree – o que significa que a companhia, por meio da iniciativa de sustentabilidade de seu time de Field Service, foi responsável pelo plantio de aproximadamente 276 árvores no ano de 2021. Para remover 1 tonelada de CO2 da atmosfera são necessárias 7,14 árvores – portanto a CVC Corp foi responsável pela compensação de 38,6 toneladas de CO2 no meio ambiente com esta única ação.

## 6.3 PROGRAMA CARBON FREE LOCAÇÃO DE VEÍCULOS

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS



Em 2021, a CVC Corp firmou uma parceria com a Movida, que já atua em ações para o desenvolvimento de uma mobilidade urbana de baixo carbono há mais de uma década, para promover a neutralização das emissões de poluentes das locações de automóveis entre as duas empresas. Nessa parceria, todas as reservas feitas pelos nossos clientes já incluem a neutralização. O programa é realizado por meio do plantio de árvores em parceria com a instituição Black Jaguar Foundation.

### Quer entender mais?

Para toda reserva é feito o cálculo de emissão de CO2 da locação e essa quantidade é traduzida em um total de árvores que precisariam ser plantadas para neutralizar essa emissão. A instituição escolhida, a Black Jaguar Foundation, tem reconhecido projeto de reflorestamento global. No Brasil, o projeto é o Corredor de Biodiversidade do Rio Araguaia, compreendido em uma área de 10,8 milhões de hectares, passando por seis estados (GO, MT, MS, PA, TO e MA).

De maio até dezembro de 2021, as reservas das marcas da CVC Corp somaram 5.826.418 km rodados, o que representou o plantio e manutenção de 6 mil árvores.

Além desse programa, também começamos a disponibilizar para nossos clientes, em 2021, o serviço de locação de carros elétricos, ainda ganhando mercado no Brasil.

## 6.4 GUIA DO VIAJANTE CONSCIENTE



Em 2021, lançamos o Guia do Viajante Consciente, uma cartilha com dicas e orientações sobre turismo responsável. Os conceitos estão na Trilha de Aprendizagem aos Colaboradores e, até o final de 2022, cada marca da CVC Corp irá distribuir esse material aos seus clientes, respeitando é claro, a particularidade de cada uma de suas marcas, com apoio das empresas parceiras em Turismo Receptivo. O intuito é reforçar nosso compromisso de disseminar boas práticas em viagens sustentáveis – da origem ao

destino. Nesse guia, estão reunidos os princípios do turismo sustentável, definidos pelo Ministério do Turismo do Brasil, panorama geral dos seis biomas brasileiros e conteúdo educativo sobre a diferença entre turismo sustentável e ecoturismo e dicas para viajantes conscientes.

## 6.5 DIVERSIDADE

Neste tema muitas ações foram realizadas, foi o nosso grande foco de 2021.

Um dos avanços, por exemplo, foi na equidade de gênero alcançada em nosso Comitê Executivo. Atualmente, esse quadro de reportes ao presidente da companhia é formado pelo mesmo número de homens e mulheres. Foi uma enorme mudança em pouco mais de um ano, o que nos torna inclusive referência para outras companhias quando consideramos o tema de diversidade de gênero. Em 2021, foi lançado o programa de “Diversidade, Equidade & Inclusão”, um esforço de planejamento para colocar em prática ações e projetos que têm como objetivo dois pontos principais:

- a) Valorização da diversidade como cultura, tanto dentro da CVC Corp – cultura organizacional inclusiva - como nas comunidades com as quais a companhia se relaciona e;
- b) Transformação do retrato da nossa gente - tanto em sua estrutura quanto em sua composição tornando-o representativa em relação à diversidade da sociedade brasileira.

O Programa foi construído baseado em diagnósticos de dados quantitativos e qualitativos e traz a estratégia da companhia para alcançar tais objetivos.

Em junho de 2021, foi lançada a Trilha de Diversidade voltada para temáticas de Diversidade e Inclusão para colaboradores e lojas. Já a Cartilha de Diversidade CVC Corp, lançada no mesmo período, traz diversas dicas e situações do dia a dia do ambiente de trabalho que devem ser repensadas em prol de um ambiente de respeito e segurança psicológica.

Também lançamos o 1º Programa de Estágio dos Sonhos com Diversidade (em julho de 2021). Foram mais de 10 mil inscrições do Brasil. Após uma seleção interna, foram contratadas 27 pessoas estagiárias, todas diversas. Dentro desse grupo, 21 pessoas se autodeclararam negras, 2 pessoas com deficiência e 20 mulheres – sendo duas transgêneras. Para ampliar a visão da diversidade da “Nossa Gente”, foi lançado também o 1º Censo Demográfico com

viés de Diversidade (em agosto de 2021), para complementar o mapeamento da “Nossa Gente” com o recenseamento da População LGBTI+, compreendendo entender como colaboradores performam seu gênero, como se autodeclararam com relação a sua cor/raça, sua orientação sexual, se possui ou não alguma deficiência, sua idade e sua religião. Dessa forma, conseguimos ter uma dimensão de como a companhia está posicionada internamente (2021), possibilitando aprofundar diagnósticos e desenvolver planos de ações necessários de acordo com nossas metas e objetivos. Lançamos, também, o Guia de Comunicação Inclusiva CVC Corp para áreas de Marketing, Comunicação Corporativa e Vendas (2021), que segue o direcionamento do Programa de Diversidade, Equidade & Inclusão, que teve como objetivo capacitar diversas áreas da empresa, para adequações em comunicações verbais, visuais ou textuais, em consideração a todas as pessoas e suas pluralidades.

Em abril de 2021, a Diversidade começou a ser trabalhada por um grupo de 30 colaboradores voluntários e, a partir do lançamento do REprograma, novos colaboradores se somaram, o que resultou, em outubro de 2021, na instituição de 5 grupos de afinidades, com o objetivo de fortalecer oportunidades de aprendizagem em conjunto na criação de uma cultura interna de respeito às diversidades, correlacionadas aos pilares prioritários de diversidade.





5 IGUALDADE  
DE GÊNERO



A realização do **Workshop “Construindo Nosso Sonho em Diversidade”**, em outubro de 2021, celebrou o início das atividades dos grupos em nova estrutura, que se mantém atualmente:

### **Grupo Ubuntu CVC Corp**

com 62 pessoas colaboradoras, que discute a temática **étnica-racial**;

### **Grupo Be Able CVC Corp**

com 40 pessoas colaboradoras, que discute a temática das **pessoas com deficiência**;

### **Grupo Raízes CVC Corp**

com 41 pessoas colaboradoras, que discute a temática **intergeracional**;

### **Grupo Diversa CVC Corp**

com 45 pessoas colaboradoras, que discute a temática de **gênero** e;

### **Grupo Pride CVC Corp**

com 73 pessoas colaboradoras, que discute a temática **LGBTI+**.

Consolidamos também, conforme mencionado anteriormente, uma parceria com o **Programa da ACNUR – Empoderando Refugiadas**, o que fomentou a nossa primeira contratação de uma colaboradora em situação de refúgio.

Tal parceria nos permite participar de reuniões com outras empresas que também fazem parte do programa, ótima possibilidade para compartilhar ideias, práticas e pensar em ações conjuntas para a tornar o mercado e as empresas cada vez mais inclusivas para as pessoas refugiadas.

Criamos o **“Semeadores da Diversidade”**, aproveitando os espaços criados pelos Comitês de Engajamento que cada diretoria possui. Esse evento interno de diversidade é um momento de conexão com os colaboradores e as colaboradoras da companhia e pretende alinhar as ações institucionais do pilar de Diversidade, Equidade e Inclusão contidas no Programa de Diversidade, junto ao Comitê Corporativo, a fim de proporcionar ações educativas e de conscientização que abrangem: estratégia de diversidade; demandas da própria diretoria e engajamento das áreas em que os comitês atuam.

Ainda, em março de 2022, comunicou a seus colaboradores e em suas redes sociais, que, embora já tenha maioria em seu quadro de colaboradores formada por mulheres, alcançou no final de 2021 a equidade de gênero na alta liderança:

- ✓ **60%** da nossa companhia é composta por **mulheres**;
- ✓ **50%** do **Comitê Executivo** é liderado por **mulheres**, atingindo paridade de gênero na alta liderança;
- ✓ O **Conselho de Administração da CVC Corp** é composto por **23,7%** de **mulheres**, sendo que uma delas é uma **mulher negra**;
- ✓ **Alta presença** de **mulheres** nos **cargos de liderança**, isso corresponde **44,2%** das **posições** de **gestão**;
- ✓ Em **2021**, do **total das pessoas promovidas**, **62,3%** eram **mulheres**.

Também em Março de 2022, a CVC Corp assinou com a ONU Mulheres um termo de compromisso para ampliar a empregabilidade e empoderamento do gênero feminino, ao lado de outras empresas líderes em seus segmentos, ocasião em que fomos convidados pela ONU Mulheres a participar do evento comemorativo **“ONU Mulheres – Integração Econômica e Social de Mulheres Refugiadas e Migrantes no Brasil”**, em que compartilhamos o processo de

contratação e acolhimento da nossa primeira agente de viagem refugiada, que foi a melhor consultora em vendas, de fevereiro de 2022, na Loja Modelo da CVC (001).

E, por fim, em 2022, a companhia atribuiu, pela primeira vez, uma meta de diversidade para todas as áreas da CVC Corp, em seu Balance Score Card, que tem como objetivo ampliar seu quadro de diversidade em 15% até o final de 2022.

## 6.5.1 COMUNICAÇÃO INTERNA E DIVERSIDADE EM FOCO

Em 2021, foi inaugurada a Série de **Salas de Embarque Especial de Diversidade**, cujo objetivo é aproveitar datas comemorativas para trazer debates e sensibilização em eventos internos para colaboradores, com participação do CEO e de todo o Management.

✓ Em junho de 2021, o evento interno **“Diversidade & Turismo LGBTQIA+”** trouxe conteúdo sobre potencial do turismo LGBTI+ no mundo, com participação de representante da IGLTA (International Gay and Lesbian Travel Association Brasil, Portugal e América do Sul). Em novembro de 2021, foi a vez da **“Sala de Embarque Especial – Consciência Negra”**, com o objetivo de letramento racial da companhia e apresentação do potencial do Afroturismo como conexão com o negócio, com participação de convidado especializado em Direito Internacional e Direitos Humanos. E em dezembro de 2021, a **“Sala de Embarque Especial – Pessoas com Deficiência em Evidência”** teve como objetivo sensibilizar e trazer letramento em relação ao capacitismo, conectando com o potencial do mercado do Turismo Acessível, também com participação de convidada especial.



✓ Em 2022, realizamos a primeira **Sala de Embarque** do ano na ocasião do Dia Internacional da Mulher, com o tema **“Mulheres Plurais”**, sobre relações de gênero, avanços na CVC Corp e no mercado de trabalho e o papel da companhia e de todos em respeito às pluralidades racial, etária, sexual e presença de deficiência. Nossas duas convidadas especiais, dos meios acadêmico e empresarial.

- ✓ **Diversificando Ideias:** é um projeto com quatro eventos direcionados para as pessoas participantes dos cinco grupos de afinidade da companhia, criado em 2022. Tem como objetivo a troca de boas práticas com outras empresas – em um encontro intragrupo. São 4 grandes encontros – 1 por trimestre. Em fevereiro de 2022, tivemos a presença e participação do escritório de advocacia Mattos Filho, compartilhando suas boas práticas.



- ✓ **Podcast - Elas no Turismo:** em 2021 lançamos o projeto **#elasnoturismo**, estimulando uma roda de conversa entre diferentes figuras femininas do mundo do turismo. De lá para cá, esse projeto expandiu fronteiras e, em fevereiro de 2022, culminou no lançamento do podcast “Ela faz o destino dela”, para incentivar as mulheres a viajarem para onde quiserem - acompanhadas ou não, com a segurança de ser livre para ser mulher.

O podcast conta com um episódio novo semanal, nos principais canais de streaming da companhia. As entrevistas serão conduzidas por Marcela Ceribelli - CEO e diretora criativa da Obvious, uma plataforma de conteúdo que tem a felicidade feminina como bússola -, em bate-papos feitos por mulheres e para mulheres: aventuras no mundo das viagens, no mercado do turismo e que nos inspiram e divertem por meio de suas histórias.



Clique e ouça!

## 6.6 NOSSA UNIVERSIDADE CORPORATIVA

Nossos colaboradores têm acesso a uma plataforma completa de cursos e diferentes conteúdos exclusivos, chamada de Universidade cvccorp.edu, cuja missão é fomentar o protagonismo da nossa gente na busca pelo seu desenvolvimento, para conquistar objetivos pessoais e profissionais alinhados à estratégia da companhia.

O principal objetivo é realizar a melhor experiência de desenvolvimento e acelerar a aprendizagem na jornada de cada colaborador.

Na **Universidade cvccorp.edu**, oferecemos:

228

Cursos

11

Trilhas de  
aprendizado

236

Conteúdos na  
biblioteca digital

A plataforma foi oficialmente lançada em setembro de 2019 e, em 2021, produzimos e incluímos conteúdos sobre sustentabilidade, diversidade, ética e inovação, que totalizaram 150 horas de capacitação, divididos em 14 cursos, são eles:



- Trilha sobre sustentabilidade;
- Trilha de diversidade;
- Turismo acessível;
- Trilha de ética;
- Introdução aos conceitos de gênero;
- Gender and Sexuality: Diversity and Inclusion in the Workplace;
- LGBT+ Conceitos e Histórias – Diversificando seu olhar de mundo;
- Curso sobre diversidade;
- Dicas para trabalhar a Diversidade;
- Diversidade Humana e Igualdade de Oportunidades;
- Responsabilidade social das organizações;
- Gestão ambiental;
- Ecoinovação;
- Introdução ao Ecoturismo;
- LGPD;
- Segurança da informação.

Dentre essas formações, 5 foram definidas como obrigatórias a todo novo contratado: LGPD, Ética, Segurança da Informação, Trilha Sustentabilidade e Trilha Diversidade.

As Trilhas já foram concluídas por 85% do público interno (2022).

## 6.7 CAPACITAÇÃO EM TURISMO SUSTENTÁVEL

Em mais um importante passo de sua jornada de sustentabilidade, a CVC Corp junto com o SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial desenvolveu e lançou, em abril de 2022, um Programa de Capacitação em Turismo Responsável.

O programa alia conceitos, práticas e tendências da temática de turismo sustentável aos objetivos estratégicos do REprograma.

A capacitação educacional é direcionada para 100% das empresas parceiras da operadora em Turismo Receptivo no Brasil, equipe de Produtos/Sourcing e voluntários do Reconecta CVC Corp, que atuam nas frentes de Educação e Meio Ambiente.

Com duração de 4 meses (de abril a julho de 2022), o programa está estruturado em 5 módulos educacionais e prevê premiação e reconhecimento dos melhores cases. A jornada de aprendizagem em Turismo Responsável, com foco em letramento, conscientização e em inspirar boas práticas, está sendo ministrada para mais de 300 participantes, passando por temas como desenvolvimento socioambiental nas experiências turísticas, inclusão e diversidade no turismo sustentável, eco eficiência e consciência ambiental.

Os alunos serão divididos em 12 turmas, com aulas semanais e simultâneas que somarão carga horária de 54 horas, em formato 100% online e gratuito aos participantes e subsidiado pela CVC Corp. Há turmas específicas para liderança, com direcionamento de conteúdo sob o ponto de vista da gestão do turismo sustentável, com orientações para engajamento junto a seus multiplicadores nas regiões de destino. No encerramento da capacitação, os participantes farão trabalho de conclusão para colocarem conceitos em prática, no desenvolvimento de cases considerando suas regiões de atuação. Uma banca formada por especialistas e mestres em turismo responsável avaliará os melhores cases, para fomentar disseminação de boas práticas no turismo.



# 7. NOSSA RELAÇÃO COM A NOSSA GENTE

## 7.1 RETRATO ATUAL DA NOSSA GENTE – BRASIL



**2.670**

colaboradores



**1.066**

homens

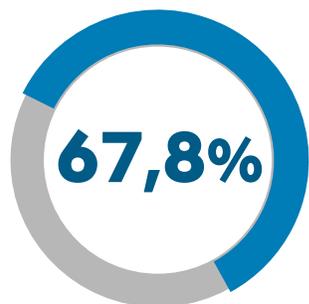


**1.604**

mulheres



Em **2021**, **2.670** colaboradores



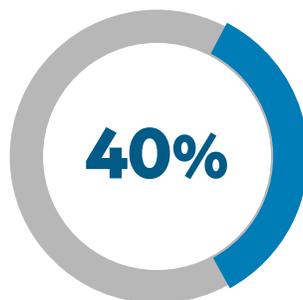
**67,8%**

Pessoas  
Brancas



**60%**

Gênero  
Feminino



**40%**

Gênero  
Masculino



**21,6%**

Pessoas Negras  
(pretas e pardas)



**5,2%**

Pessoas  
50 +

Dados de 2021.

## DESTAQUE PARA GÊNERO FEMININO NA LIDERANÇA EM 2021:

Embora já tenha maioria em seu quadro de colaboradores formada por mulheres, a CVC Corp alcançou em 2021 a equidade de gênero na alta liderança:

62,3%



Em **2021**, do total das pessoas **promovidas**, **62,3%** eram **mulheres**.

60%



**60%** da nossa companhia é composta por **mulheres**.

50%



**50%** do **Comitê Executivo** é liderado por **mulheres**, atingindo **paridade de gênero** na **alta liderança**.

44,2%



**Alta presença de mulheres** nos **cargos de liderança**, isso corresponde **44,2%** das **posições de gestão**.

23,7%



O **Conselho de Administração da CVC Corp** é composto por **23,7% de mulheres**, sendo que uma delas é uma **mulher negra**.

## 7.2. GOVERNANÇA CORPORATIVA

(direitos humanos e anticorrupção)



## ESTRUTURA E DIRETRIZES

A CVC Corp é um dos maiores grupos de viagens da América Latina. Sua operação é pautada em relações éticas, íntegras e transparente, suportando o desenvolvimento de uma cultura organizacional com respeito à diversidade e à sustentabilidade.

Adotamos práticas de governança, alinhadas com as diretrizes do Novo Mercado, que reforçam a transparência da nossa administração. As instâncias de Governança Corporativa incluem o Conselho de Administração (CA), o Conselho Fiscal – Órgão que opera em caráter não permanente, uma Diretoria Estatutária e Diretores Executivos.

O Conselho de Administração, responsável pelo estabelecimento das diretrizes e políticas gerais para os negócios, é composto por sete membros efetivos, dos quais seis são conselheiros independentes e sem quaisquer vínculos com a empresa. Além disso, os cargos de presidente do Conselho de Administração e de Diretor-Presidente da Companhia são ocupados por dois executivos de forma distinta.

O Conselho Fiscal é um órgão societário que funcionará em caráter não permanente, de modo independente de nossa administração e de nossos auditores independentes. Nosso Conselho Fiscal será instalado em Assembleia Geral Ordinária, quando solicitada tal instalação pelos nossos acionistas, conforme previsto em lei.

No mais, a companhia conta com o auxílio de três Comitês de assessoramento ao Conselho Administrativo, com vista à observância de boas práticas de Governança para tomada de decisões, sendo eles: o Comitê de Auditoria e Partes Relacionadas, o Comitê de Estratégia e Inovação e o Comitê de Pessoas e Remuneração.

## ÉTICA E COMPLIANCE

A transparência e o cuidado com as pessoas são duas das principais premissas que norteiam o negócio da CVC Corp, gerando valor e fortalecendo a reputação da Companhia. Por isso, nos últimos anos foram implementadas diversas Normas e políticas para orientar, prevenir e detectar comportamentos inadequados nos negócios, sendo elas: Política de Sustentabilidade, Política de Divulgação de Ato ou Fato Relevante, Política Corporativa de Gerenciamento de Riscos, Política de Proteção de dados, Norma de Investimento Social Privado, Norma Corporativa de Brindes, Presentes, Hospitalidade e Entretenimento, além de procedimentos, manuais e cartilhas.

A disseminação desses instrumentos tem como objetivo desencorajar qualquer atitude ou comportamento antiético ou fraudulento por parte de qualquer um de nossos colaboradores, franqueados ou parceiros comerciais.

No mais, com a preocupação em manter o ambiente de trabalho íntegro e livre de irregularidades, todas as condutas decorrentes do negócio são amparadas pelo Código de Conduta Ética da CVC Corp, lançado em 11 de fevereiro de 2021 – cujo objetivo é orientar

ossos colaboradores e parceiros no desenvolvimento de relações internas e externas saudáveis, com os acionistas, investidores, clientes, concorrentes, agentes públicos e terceiros. O documento traz, em uma linguagem leve e acessível, dilemas e soluções de questões éticas e de conflitos de interesse.

Campanhas de comunicação interna, Workshops e trilhas para a divulgação do Código de Conduta Ética e Canal de Ética foram realizados e os contratos com fornecedores foram revisitados e atualizados, incluindo cláusulas antissuborno e anticorrupção.

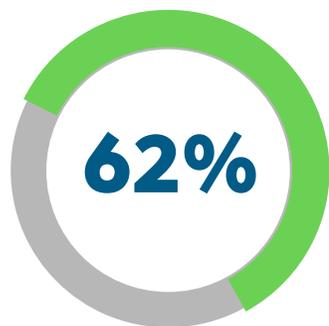
O combate à corrupção e à discriminação é uma prática constante e sem concessões. Colaboradores, clientes, franqueados, investidores ou qualquer pessoa interessada pode se manifestar em nosso Canal de Ética – de forma a contribuir com a identificação de violação dos nossos valores, políticas ou legislações vigentes.

O Canal de Ética é operado por uma empresa independente e especializada, 24 horas por dia e 07 dias por semana, acolhendo relatos que possam demonstrar a infração de qualquer Código, Norma ou Política estabelecidos pela companhia. Todas as denúncias recebidas são apuradas pelo Comitê de Ética.

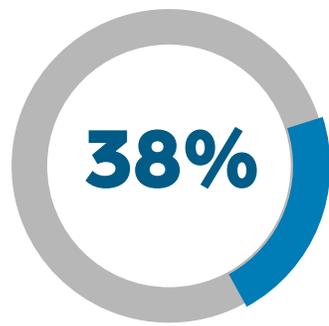
As informações referentes aos trabalhos realizados pelo Canal de Ética são consolidadas periodicamente para fins de acompanhamento e transparência.



## Manifestações



dos colaboradores  
se identificaram



de forma  
anônima

A empresa atuou em  
**100%** das manifestações.

## Os três principais tipos de manifestações foram:

- 1 Assédio moral
- 2 Conflito de interesses
- 3 Descumprimento de normas da CVC

As manifestações são feitas através  
dos seguintes canais:

[www.contatoseguro.com.br/cvccorp](http://www.contatoseguro.com.br/cvccorp)  
[cvccorp@contatoseguro.com.br](mailto:cvccorp@contatoseguro.com.br)

Brasil: 0800 800 8606  
Argentina: 0800 345 8128  
EUA: 1 (800) 741 - 9246

Todas as políticas e normativos são disponibilizados aos nossos colaboradores, lideranças e parceiros de negócios, nos canais de comunicação vigentes.

A CVC Corp valoriza e assegura aos seus colaboradores os direitos de condições justas de trabalho como: férias, jornada de trabalho definida, descanso semanal remunerado, vale transporte e refeição, licença maternidade de 6 meses, além de auxílio creche, licença paternidade de 20 dias, assistência médica e odontológica. A CVC Corp não compactua com qualquer tipo de trabalho forçado, compulsório ou infantil.

## **7.3 SEGURANÇA DO TRABALHO**

A área de Saúde e Segurança do Trabalho junto à CIPA tem como objetivo estabelecer estratégias de ações visando proporcionar condições para um ambiente de trabalho saudável, seguro e sustentável, alinhado ao foco estratégico da CVC Corp, aos requisitos legais aplicáveis (Normas Regulamentadoras e demais Normas e Portarias) e ao compromisso com a melhoria contínua do ambiente de trabalho. Algumas ações:

- ✓ Elaboração da Política de Saúde e Segurança do Trabalho;
- ✓ Acompanhamento dos exames ocupacionais;
- ✓ Abertura de CAT e acompanhamento dos casos;
- ✓ Envio de informações quanto à mensageria de eventos de SST ao eSOCIAL;
- ✓ Acompanhamento nas CIPAs e organização de SIPATs;
- ✓ Contratação de Bombeiros Civil + Formação da Brigada;
- ✓ Gestão de documentos como PPP, PGR, PCMSO, LTCAT e ASOs;
- ✓ Elaboração de mapa de risco;
- ✓ Campanhas de Ergonomia;
- ✓ Monitoramento dos casos de COVID-19 na companhia.

## 7.4 SAÚDE E BEM-ESTAR E DISPOSITIVOS DE ESCUTA AO COLABORADOR

Como forma de cuidado e incentivo aos colaboradores, além da preocupação no cumprimento de todos deveres legais e atenção aos compromissos de direitos humanos, a CVC Corp também cuida de seus colaboradores através de diversos benefícios na área de saúde e bem-estar:



**Plano de saúde:** disponibilizado a todos os colaboradores e seus dependentes, com coparticipação e sem custos com mensalidade. As colaboradoras gestantes são isentas de coparticipação para exames pré-natal.



**Vale Refeição e/ou Alimentação:** Cartão de Benefícios, com valor diário para o colaborador, podendo escolher como é realizado o crédito: 100% refeição, 100% alimentação ou 50% em cada modalidade.



**Plano Odontológico:** opcional aos colaboradores e extensível a dependentes. São 4 categorias com coberturas diferenciadas, com desconto da mensalidade na folha de pagamento.



**Auxílio creche:** determinado pela Convenção Coletiva de Trabalho. Atualmente as filiais elegíveis são: São Paulo, Campinas, Ribeirão Preto, Porto Alegre e Rio de Janeiro.



**Seguro de Vida:** disponibilizado a todos os colaboradores no momento da admissão, com desconto mensal no valor simbólico de R\$ 0,50, na folha de pagamento. Coberturas: morte natural e acidental, auxílio funerário, invalidez permanente por acidente ou por doença funcional e adaptação da casa/veículo. Capital segurado de 24 vezes o valor do salário. Extensível ao cônjuge.



**Empréstimo Consignado:** disponível para todos os colaboradores após 6 meses da data de admissão. Valor da parcela limitado a 30% do salário.



**Programa de Benefícios em Medicamentos:** em parceria com a Uniers, oferece a possibilidade de compra de medicamentos e outros produtos de beleza, higiene, vida saudável, etc, com valores mais atrativos (a partir de 15% em medicamentos tarjados e de marca) nas lojas da rede Raia e Drogasil, além do e-commerce.

Com a pandemia do COVID-19 e a colocação de todos os seus colaboradores no modelo de “Home Office”, a empresa manteve todos os seus compromissos com os colaboradores, procurando sempre novas alternativas de cuidado. Pensando neste comprometimento em criar uma experiência para todos os nossos colaboradores, por meio de um ambiente de trabalho acolhedor, em junho de 2021, foi adotado o programa do Governo Federal “Empresa Cidadã”, regulamentado pela Lei nº 11.770/2008 – que prevê a ampliação da licença maternidade para 180 dias e paternidade para 20 dias, aplicável também nos casos de adoção: crianças com até 1 ano (180 dias), de 1 a 4 anos (150 dias) e 4 a 8 anos (135 dias).

Além disso, pensando na saúde das colaboradoras gestantes, a companhia repaginou o programa interno “Amor de Mãe”, lançado em 2018, e que tem como objetivo incentivar o pré-natal, conectando as gestantes a uma rede de profissionais de saúde, sem custos, promovendo informação e suporte emocional. São elegíveis todas as gestantes colaboradoras da CVC Corp, bem como dependentes (cônjuge) dos colaboradores. Ao se inscrever no programa, as gestantes têm isenção da coparticipação em consultas e exames no Plano de Saúde até o término da licença maternidade, Kit Amor de Mãe (guia amor de mãe, fralda ecológica, produtos Granado e body bordado) e contato telefônico regular da enfermeira com a gestante para acompanhar o pré-natal, esclarecer dúvidas e dar orientações, incluindo nutrição e bem-estar.

Foi lançado também em 2021 o Programa de Atendimento ao Empregado (PAE): é um serviço de bem-estar e qualidade de vida para o colaborador e seus familiares, que oferece aconselhamento e encaminhamento para soluções dos mais diversos tipos, tais como: Psicológico, Finanças Pessoais, Jurídico e Social. Orientação gratuita para o colaborador via atendimento telefônico (0800), disponível 24hrs nos 7 dias da semana, sem limite de utilização, com garantia de sigilo absoluto.

Proporcionamos aos nossos colaboradores, em agosto de 2021, a Campanha de Vacinação Contra Gripe, com subsídio de 100% do custo da vacina quadrivalente.

A vacinação aconteceu em formato Drive-Thru nos escritórios de São Paulo e Santo André e nas demais localidades do Brasil, em clínicas conveniadas, estendendo a proteção aos colaboradores.

A companhia também realizou, ao longo de 2021, diversas campanhas de conscientização sobre a importância da realização da prevenção ao Câncer de Mama e Próstata, concedendo isenção de coparticipação para os colaboradores e dependentes em exames preventivos. E passou a oferecer o “Total Pass”, dedicado à prática de atividade esportiva, com planos em 2.000 academias no Brasil, 250 modalidades e 50% de desconto.

Ampliando oportunidades de bem-estar e lazer, a CVC Corp repaginou sua política de descontos em viagens para colaboradores e relançou, em 2021, o Programa “Minha Viagem”, que oferece descontos na aquisição de viagens, extensíveis a dependentes, para qualquer período do ano e sem limite de utilização (antes era atrelado às férias do colaborador).

Já em relação à saúde mental de colaboradores, a companhia iniciou em 2022 um projeto piloto junto a 140 líderes, com duração de 3 meses, para diagnóstico e fomento à criação de um programa que será lançado ao longo do ano vigente.

# 8. NOSSOS INDICADORES CORPORATIVOS – MAIO DE 2021 A MAIO DE 2022

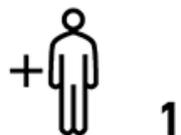
ODS	OBJETIVO	EIXO REPROGRAMA	INDICADOR	POSIÇÃO EM DEZEMBRO DE 2021
<b>5</b> IGUALDADE DE GÊNERO 	<b>Trabalho decente para todas as mulheres e homens e remuneração igual</b>	<b>RESPEITAR DIVERSIDADES</b>	<b>1.</b> Percentual de enquadramento na faixa salarial dos(as) colaboradores (as) por gênero, raça/etnia e PCD (não discriminação)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 85% PCD</li> <li>• 84% pessoas negras</li> <li>• 87% pessoas brancas</li> <li>• 84% mulheres</li> <li>• 91% homens</li> <li>• 87% 50+</li> </ul>
		<b>RESPEITAR DIVERSIDADES</b>	<b>2.</b> Composição da liderança e descrição por gênero, raça/etnia e PCD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 PCD</li> <li>• 80,9% pessoas brancas</li> <li>• 9,7% pessoas negras</li> <li>• 43,9% mulheres</li> <li>• 56,1% homens</li> <li>• 9% +50</li> </ul>
<b>8</b> TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO 	<b>Até 2030, implementar Políticas para promover o turismo sustentável</b>	<b>RESPEITAR DIVERSIDADES</b>	<b>3.</b> Presença do gênero feminino dentro da CVC Corp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representam 60% dos colaboradores</li> <li>• 43,9% de mulheres na liderança</li> <li>• 50% do Comitê executivo</li> <li>• 62,3% das pessoas promovidas foram mulheres</li> <li>• 23,7% no Conselho de administração e 1 mulher negra</li> </ul>
		<b>REEDUCAR PÚBLICO REDUZIR PEGADA RESPEITAR DIVERSIDADES</b>	<b>4.</b> Média de horas de capacitação ofertadas no ano por empregado (sustentabilidade incluindo diversidade)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 150 horas em 14 cursos</li> </ul>
<b>12</b> CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS 		<b>REEDUCAR PÚBLICO E REGENERAR DESTINOS E COMUNIDADES</b>	<b>5.</b> Monitoramento do número de ações realizadas e ações de comunicação voltadas ao turismo sustentável	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Trilha de aprendizagem</li> <li>• 1 Sala de embarque</li> <li>• 5 ações de comunicação</li> <li>• 1 Guia do viajante consciente</li> </ul>

ODS	OBJETIVO	EIXO REPROGRAMA	INDICADOR	POSIÇÃO EM DEZEMBRO DE 2021
<b>8</b> TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO 	<b>Promover um ambiente de trabalho seguro e proteger os direitos trabalhistas</b>	<b>RESPEITAR DIVERSIDADES</b>	<b>6.</b> Total de novas contratações por gênero, raça/etnia e PCD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 PCD</li> <li>• 514 pessoas brancas</li> <li>• 223 pessoas negras</li> <li>• 418 mulheres</li> <li>• 363 homens</li> <li>• 40 +50</li> </ul>
		<b>RESPEITAR DIVERSIDADES</b>	<b>7.</b> Percentual de Turnover por gênero, raça/etnia e PCD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1,4 % PCD</li> <li>• 2,3 % pessoas brancas</li> <li>• 2,8 % pessoas negras</li> <li>• 2,1% mulheres</li> <li>• 3 % homens</li> <li>• 2,8% +50</li> </ul>
		<b>RESPEITAR DIVERSIDADES</b>	<b>8.</b> Manifestações no canal de ética, 3 principais motivos e % de casos de discriminação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 143 manifestações no total</li> <li>• 3 principais motivos:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. assédio moral;</li> <li>2. descumprimento de normas da CVC Corp;</li> <li>3. conflito de interesses.</li> </ol> </li> <li>• Casos de discriminação: 2%</li> </ul>
<b>12</b> CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS 	<b>Adotar práticas sustentáveis e integrar sustentabilidade nos relatórios</b>  <b>Ser fonte de Informação relevante e conscientização para o desenvolvimento sustentável</b>	<b>REEDUCAR PÚBLICO E REDUZIR PEGADA</b>	<b>9.</b> Monitoramento do número de ações realizadas e ações de comunicação/ governança voltadas à sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 comunicados</li> <li>• 2 vídeos</li> <li>• (REprograma e Manifesto)</li> <li>• 4 Salas de embarques</li> </ul>
		<b>REDUZIR PEGADA</b>	<b>10.</b> Percentual de adesão aos 10 princípios do Pacto Global	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 80%</li> </ul>
		<b>REEDUCAR PÚBLICO E REGENERAR DESTINOS</b>	<b>11.</b> Monitoramento do número de ações visando a conscientização para compras sustentáveis, efetuadas por tema e por ano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Padrão Loja CVC:</li> <li>• 100% das compras</li> </ul>

## 9. NOSSO PRIMEIRO ANO COMO SIGNATÁRIOS DO PACTO GLOBAL – MAIO DE 2021 A MAIO DE 2022

O Pacto Global advoga Dez Princípios universais, que vem da Declaração Universal de Direitos Humanos, da Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção.

As organizações que passam a fazer parte do Pacto Global comprometem-se a seguir esses princípios no dia a dia de suas operações. São eles:



1

### RESPEITAR

e apoiar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente.



2

### ASSEGURAR

a não participação da empresa em violações dos direitos humanos.



3

### APOIAR

a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.



4

### ELIMINAR

todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.



5

### ERRADICAR

todas as formas de trabalho infantil da cadeia produtiva.



6

### ESTIMULAR

práticas que eliminem qualquer tipo de discriminação no emprego.



7

### ASSUMIR

práticas que adotem uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.



8

### DESENVOLVER

iniciativas e práticas para promover maior responsabilidade ambiental.



9

### INCENTIVAR

o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente responsáveis.



10

### COMBATER

a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e suborno.

Agora em maio de 2022, completamos **1 ano de adesão ao Pacto Global**, um avanço importante para a companhia.

## AQUI APRESENTAMOS RESUMIDAMENTE NOSSOS AVANÇOS NESSE PERÍODO:

PRINCÍPIOS DOS DIREITOS HUMANOS	PRINCÍPIOS DO TRABALHO	PRINCÍPIOS AMBIENTAIS	PRINCÍPIOS ANTICORRUPÇÃO
Política Corporativa de Sustentabilidade	Norma Corporativa de Remuneração Fixa e Movimentações	Lançamento do REprograma	Criação da Diretoria de Governança Corporativa
Compromisso Público REprograma	Política de Recrutamento e Seleção	Capacitação sobre Turismo Responsável Time Sourcing (inclui receptivos e negociadores de destinos nacionais)	Norma Corporativa de Anticorrupção
Canal de Ética	Programa de Saúde Mental (MVP e resgate Viva Bem)	Guia do Viajante Consciente	Cláusula de Anticorrupção nos Contratos com Fornecedores Críticos
Código de Conduta Ética	Total de novas contratações Por gênero, raça/etnia e PCD	Trilhas de aprendizagem obrigatória sobre sustentabilidade	Norma de Doação, Patrocínio e Permutas
Trilha de aprendizado obrigatória sobre ética no trabalho	Acordos coletivos com auxílio do sindicato		Contratos com fornecedores com cláusulas anticorrupção e suborno
	Salas de Embarque para falar sobre ética e condutas discriminatórias		

[Clique aqui](#) para acessar o nosso **Relatório COP Pacto Global - CVC Corp.**

## 10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste relatório, trazemos visibilidade sobre fatos e dados que demonstram o compromisso da companhia em cumprir seus compromissos de forma responsável. Os dados são relativos ao primeiro ano do plano **REprograma CVC Corp**, de maio de 2021 a maio de 2022, um ano que foi repleto de desafios, mas que já nos permitiu colher os primeiros resultados em nossa jornada.

Norteados pela sustentabilidade, nós queremos sonhar, descobrir, conquistar e, ao mesmo tempo, melhorar o nosso setor como um todo, gerando valor econômico, social, cultural e ambiental nos destinos onde operamos. Queremos promover um turismo mais responsável, gerador de riqueza e bem-estar social, que valoriza a multiculturalidade e o patrimônio dos destinos, a vocação local das comunidades e respeito ao meio ambiente. De forma gradual, sem a pretensão de querer mudar o mundo, nos comprometemos a operar de forma mais sustentável e junto com os nossos parceiros de negócio, construir um novo jeito de fazer turismo.

Continuaremos trilhando nossa jornada, com o compromisso de trabalhar a sustentabilidade e a diversidade, rumo aos desafios até 2030, sendo promotora de boas práticas.

Até a próxima edição.  
**CVC Corp**

# **11. EXPEDIENTE**

## **COORDENAÇÃO GERAL**

Priscila Bures, Gerente de Sustentabilidade

## **CONTEÚDO DO RELATÓRIO - TEXTO E REVISÃO**

Bruna Teixeira Gomes

Jéssica Soliguetti Vicente

Larissa Beck Carvalho

Priscila Bures

Rodrigo Pane Farias

## **PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO**

Ercília Soares de Araújo

## **DIRETORIAS ENVOLVIDAS**

Gente e Sustentabilidade

Governança Corporativa

Relações com Investidores

## **IMAGENS**

Almir Bonfim Jr.

Shutterstock



**reprogramacvc**  
corp

sustentabilidade da origem ao destino