

Fotos: Paula Vieira/ Correio da Manhã



A CVC é muito forte em destinos nacionais, principalmente no Nordeste, desta Rogério Mendes

Apesar do cenário econômico desafiador, o desempenho comercial da CVC tem sido consistente

Diretor de vendas da operadora destacou a importância do agente de viagens na ampliação dos resultados e experiência do cliente

Por Paula Vieira

Com estande lotado e novas conexões comerciais, a CVC encerrou sua participação na ABAV Expo 2025 com a sensação de missão cumprida. O evento, realizado no Riocentro, na última semana, reuniu mais de 42 mil visitantes e 2 mil marcas, e, segundo o diretor de vendas do canal multimarcas da operadora, Rogério Mendes, a presença da empresa no Rio de Janeiro superou as expectativas.

“Os primeiros dois dias foram muito bons, tivemos bastante público, agentes de viagem de todo o Brasil. Tenho a sensação de que esse ano foi ainda melhor do que a edição de 2024, em Brasília”, contou o executivo, destacando que o fato de a feira acontecer em uma cidade turística contribuiu para o aumento do público.

Segundo Rogério Mendes, o Rio oferece um atrativo natural para os profissionais do setor, que aproveitam para mesclar trabalho e lazer, além de oferecer passagens aéreas mais acessíveis que favorecem visitantes de estados próximos, como São Paulo e Minas Gerais.

Novos produtos e principais destinos

Entre os produtos apresentados, a operadora apostou em destinos tradicionalmente procurados por turistas brasileiros e também pelos agentes. Os roteiros internacionais, especialmente pela Europa, Tailândia e Dubai, são as novidades em alta no turismo exótico. Além disso, países como Espanha e Portugal, seguem entre os preferidos.

“São lugares que encantam famílias e casais, e que se beneficiam das nossas



Stand da empresa de turismo CVC

condições de pagamento facilitadas, com parcelamento, desconto no Pix e até possibilidade de uso do FGTS”, lembrou Rogério.

Os circuitos nacionais para o Nordeste e o Natal Luz, em Gramado, que se aproxima, continuam em alta. “A CVC é muito forte em destinos nacionais, principalmente no Nordeste. A Paraíba vem crescendo bastante, e Porto Seguro continua sendo um dos nossos destinos mais tradicionais”, afirmou Rogério.

Importância do agente de viagens para o sucesso da CVC

Apesar do cenário econômico desafiador, o desempenho comercial da CVC tem sido consistente. Durante a feira, a operadora registrou um aumento no número de novos agentes interessados em se credenciar para vender seus produtos, movimento que deve impactar diretamente as vendas nos próximos meses.

“Muitos ainda não tinham cadastro com a CVC e saíram da feira com o processo iniciado e contato dos nossos executivos. Nossa expectativa é ampliar a quantidade de agências parceiras, o que naturalmente aumenta o volume de vendas”, explicou o diretor.

Hoje, a CVC conta com mais de 1.500 franquias exclusivas e 8 mil agências multimarcas que comercializam seus pacotes, além das vendas online. Ainda assim, o agente de viagens continua sendo uma peça central na estratégia da empresa.

“A venda assistida é muito mais assertiva, tem um ticket médio maior e oferece segurança ao cliente. O agente entende o perfil do passageiro e indica o que faz mais sentido para cada família”, reforçou Rogério.

No portfólio da empresa, o turismo de família e os resorts all inclusive aparecem como os segmentos mais fortes.

Para o executivo, os pacotes que oferecem hospedagem e alimentação completas, podendo ser parcelados em até 12 vezes, são decisivos para quem quer viajar com tranquilidade e controle de gastos.

“As pessoas gostam de saber que podem parcelar e não terão surpresas. Os pais relaxam e as crianças aproveitam, porque está tudo incluso no valor combinado”, disse.

Ativações da CVC na ABAV Expo 2025

Durante a feira, a CVC ainda chamou atenção com ações de relacionamento e ativações no estande, que teve grande público. Em parceria com o destino Sergipe, a empresa distribuiu mais de 600 toalhas personalizadas para agentes que se cadastravam via QR Code, postavam fotos no espaço instagramável e marcavam os perfis da CVC e do @turismo.se.

A agenda de interações também contou com encerramentos diários em clima descontraído com happy hour, incluindo chopp patrocinado por redes hoteleiras parceiras e música ao vivo. “Foi exatamente como planejamos, um sucesso”, resumiu Rogério.

A participação da CVC na ABAV reforça uma tendência que o setor já percebe há algum tempo: em meio à digitalização das vendas, o agente de viagens segue indispensável e cada vez mais valorizado.

Combinando a tradição com destinos consolidados, novos produtos acessíveis e presença em múltiplos canais, a operadora mostra que seu foco está não apenas em vender destinos, mas em fortalecer relações. “A CVC é uma empresa que torna a viagem mais acessível para todos os públicos”, concluiu o diretor.