



GBTA Global Business
Travel Association

Many Voices. One Purpose.

Convenção GBTA 2023

Principais highlights

Dallas | 13 a 15 de agosto

VOU



Convenção anual da GBTA

Realizada anualmente, a **GBTA Convention** é o maior evento global de **gestão de viagens, mobilidade e expenses**.

Promovido pela Global Business Travel Association (GBTA), o encontro conta com a participação dos **líderes de gestão de viagens e mobilidade** das **maiores empresas do mundo**.

Na programação, os convidados participam de **sessões educacionais** e conhecem os grandes **cases de sucesso** das iniciativas que estão moldando as **tendências** do setor.

GBTA 2023

A **54ª edição** do encontro global de 2023 aconteceu em **Dallas**, nos EUA, entre os dias 13 e 15 de agosto.

Cerca de **5 mil participantes** estiveram presentes nas **mais de 50 sessões educacionais** e assistiram às palestras dos **17 keynote speakers** — incluindo nomes relevantes como a futurista **Amy Webb** e **Scott Kirby**, CEO da United Airlines.



Highlights by VOLL

A comunidade de gestores de viagens corporativas do Brasil foi representada por cerca de 40 participantes, que estiveram presentes na **GBTA Convention 2023** — dentre eles, diretores da **VOLL**.

Este material tem como propósito **expandir o conhecimento** adquirido durante o encontro, bem como **compartilhar as tendências** apontadas pelos líderes de viagens (e pela própria associação).

Uma reflexão, antes de você começar

Embora a convenção da GBTA tenha uma proporção e alcance fenomenais, a visão da VOLL é que **o mercado brasileiro não está distante das iniciativas** adotadas pela gestão de viagens como disciplina global.

O conhecimento que transita entre as comunidades de gestores de viagens corporativas no Brasil poderia, por uns e outros, ser presumido como retrógrado ou atrasado — o que definitivamente não é a realidade.

Para construir sua própria opinião, continue a leitura e faça uso deste resumo!





GBTA Global Business
Travel Association

Many Voices. One Purpose.

Sessões educacionais

Resumo para gestores de viagens

GBTA Convention 2023
Dallas | 13 a 15 de agosto

VOL



Principais temas

As sessões educacionais foram realizadas ao longo das manhãs dos dias de evento, de forma simultânea e com **participação exclusiva presencial**.

De forma geral, cada momento foi facilitado por **gestores de viagens** e líderes de empresas da **cadeia de suprimentos do turismo corporativo** (serviços, companhias aéreas, players de hospedagem, mobilidade urbana, meios de pagamento e tecnologia).

Dentre os **principais temas abordados**, destacaram-se em recorrência:

- Política de viagens
- Programa de hotéis
- Tecnologia e distribuição de conteúdo (foco em NDC)
- Inteligência artificial e *machine learning*
- Experiência do viajante corporativo (foco em bem-estar)
- Gestão de mobilidade urbana
- Eventos corporativos
- ESG (foco em sustentabilidade e impacto social)





GBTA Global Business
Travel Association

Many Voices. One Purpose.

Experiência do viajante corporativo

GBTA Convention 2023
Dallas | 13 a 15 de agosto

VOU



Viaje bem: abordar o bem-estar do viajante reduz o risco do negócio

Viajar “bem” começa com o **bem-estar** no local de trabalho, que está se tornando cada vez mais importante para empresas e funcionários.

Nunca houve um momento mais importante para investir no bem-estar de sua força de trabalho e viajantes corporativos. É uma parte vital dos negócios hoje, ajudando a **reter talentos** e atrair novos membros para sua organização.

No novo mundo do trabalho, a manutenção do capital social está se tornando uma **prioridade estratégica** – e uma área em que a gestão de viagens e eventos corporativos pode desempenhar um papel fundamental de capacitação.

Capital social

O **capital social** é o conjunto de redes e interações que permitem que as pessoas trabalhem juntas e alcancem metas e resultados positivos de forma eficaz. É o tecido que cria coesão internamente e sustenta relações comerciais bem-sucedidas externamente.

Constrói confiança, fortalece relacionamentos, colaboração, reciprocidade e apoia o bem-estar.

O capital social está fortemente ligado a viagens e eventos: estamos todos no negócio de conexões — as empresas entendem cada vez mais como reunir pessoas impulsiona inovação, engajamento, lealdade e produtividade.

Satisfação do viajante corporativo e o impacto em sua saúde mental e bem-estar

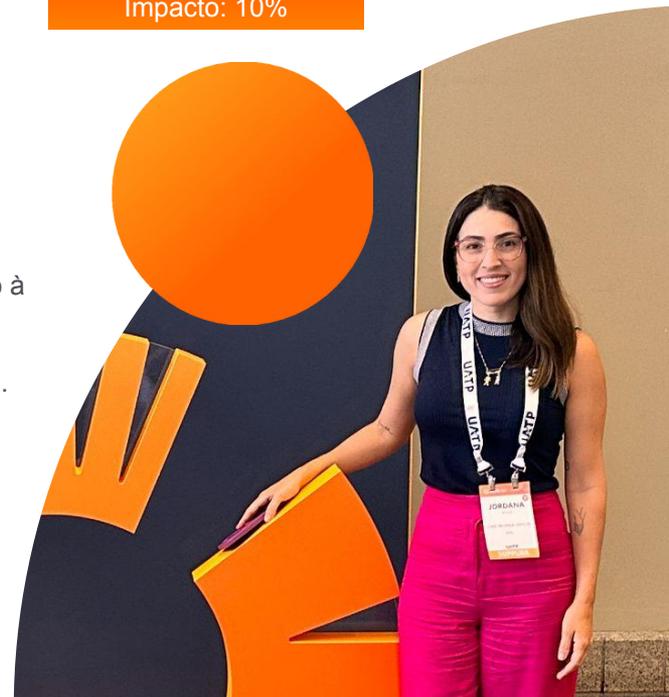
Um levantamento feito em 2023(*) indicou que os **quatro aspectos** que mais impactam a experiência do viajante corporativo são:



Viagens corporativas: riscos e recompensas

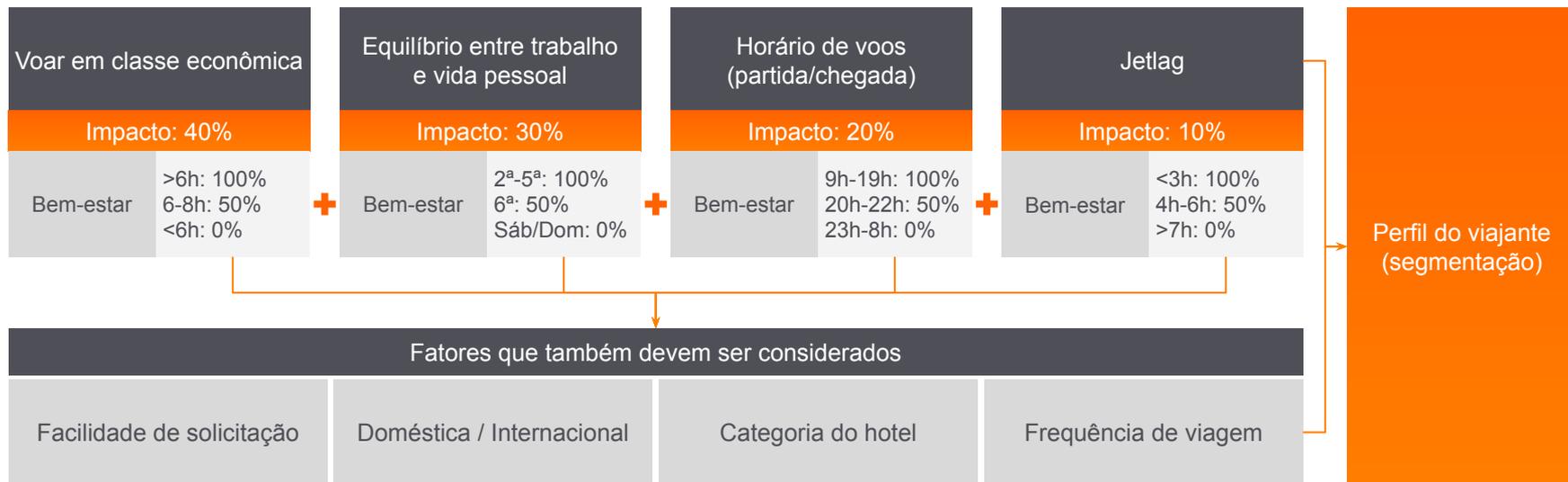
- **USD 125-190 bilhões** foram gastos pelos planos de saúde, em 2022, para tratamentos de *burn-out* relacionado ao trabalho no mundo.
- Um colaborador com estafa mental e física custa para a empresa **34% do seu salário**, devido à falta de engajamento e produtividade.
- Equipes desengajadas têm **índices de turn-over 43% maiores** do que de equipes engajadas.
- O custo médio de se substituir um colaborador é de até **2x o seu salário anual**.

(*) Levantamento feito pela GoldSpring Consulting em 2023.



Como mensurar o bem-estar do viajante corporativo?

A partir dos quatro aspectos mais relevantes da **jornada de viagem corporativa**, é possível analisar de forma quantitativa características da jornada do colaborador para chegar a um **índice de bem-estar do viajante**:



Viagens inclusivas para todos

De acordo com um estudo recente da GBTA, apenas 20% dos gestores de viagens corporativas dizem ter processos ou recursos claramente definidos que são amplamente eficazes para funcionários com deficiências.

As normativas internas geralmente afirmam que todos os funcionários serão incluídos, mas muitos funcionários com deficiência continuam a encontrar barreiras de acessibilidade durante suas viagens corporativas.

Outputs / Aprendizados

- Os 4 pilares das viagens corporativas acessíveis: desenvolver um sistema inclusivo e acessível; criar espaços seguros; projetar um sistema relevante e que gere engajamento; exemplificar o que é inclusão e acessibilidade.
- É preciso conhecer o viajante com deficiência, sua experiência de viagem e sua psicologia
- Gestores de viagens corporativas podem atender melhor os viajantes com deficiência.



Fale a língua do seu viajante: crie jornadas excepcionais para viajantes a partir do feedback

Artistas e contadores de histórias criam a partir de informações coletadas de coisas que são atraentes e importantes. Para os gestores de viagens, criar jornadas excepcionais para viajantes é uma experiência similar e vem da coleta de informações de seus viajantes.

Mas, como você transforma os dados da pesquisa em uma história atraente para seus viajantes? Essa sessão educacional apresentou o conceito de análise de resultados de uma pesquisa de satisfação — o ponto de partida de qualquer estratégia.

Outputs / Aprendizados

- Obtenha uma grande quantidade de dados qualitativos (palavras, não números) e use-os para contar uma história sobre seus viajantes para tomar boas decisões de negócios.
- Boas histórias vêm sempre de dados e informações coletadas.
- Pesquisas de feedback são fundamentais para atender às expectativas dos viajantes, entregando o que eles esperam e antecipando-se às tendências.

Gestores de viagens podem aplicar técnicas de pesquisa social para acompanhar a evolução dos índices de satisfação e necessidades latentes dos seus viajantes corporativos.

Dentre as técnicas compartilhadas, e de fácil aplicação, estão pesquisas flash (uma pergunta), NPS, entrevistas em profundidade e grupos focais.

Como aumentar a felicidade do viajante sem quebrar o banco: usando dados para maximizar seu ROI

Melhorar a experiência do viajante é fácil se não há restrição de orçamento. Voe de primeira classe, hospede-se em hotéis caros e assim por diante.

Mas, gestores de viagens precisam analisar quais melhorias dão o maior retorno para o investimento ao que a viagem se propõe. Além disso, é preciso entender quais escolhas melhoram a experiência do viajante com o menor custo.

Essa sessão convidou os participantes a refletir como os aumentos de satisfação podem ser medidos em relação aos custos dessas melhorias. Uma reflexão válida é: quais escolhas são melhores para aumentar a felicidade, quais são as escolhas de menor custo e quais são as escolhas de melhor valor?

Outputs / Aprendizados

- Os gestores de viagens precisam avaliar a cultura interna para definir a estrutura do ROI do modelo de felicidade (próximo slide).
- Analise as melhorias de felicidade do viajante por categoria (pré-viagem, durante a viagem, pós-viagem) para selecionar as mudanças mais impactantes e seus retornos.

Mapear o índice de satisfação do viajante corporativo, com avaliações de cultura da empresa (também feito neste estudo de pesquisa), permitirá que compradores e fornecedores entendam melhor as ferramentas para manter/reter talentos, aliviar o estresse do viajante e aumentar o engajamento com a empresa.

O estado atual das viagens corporativas: prioridades dos viajantes de negócios e dos gestores de viagens

À medida que o setor de viagens corporativas continua a evoluir após a pandemia global, surgem muitas dúvidas sobre como as viagens de negócios são hoje em comparação com o período pré-pandêmico.

É importante que os gestores de viagens se alimentem de informações para analisar como os viajantes corporativos avaliam a direção dos programas de viagens. Além disso, quanto às perspectivas de atuação, muitos destes líderes estão assumindo responsabilidades que têm ampliado o conceito de “turismo corporativo” — como eventos, mobilidade urbana e expense management.

Outputs / Aprendizados

- A experiência do viajante se tornou a maior prioridade no contexto pós-pandemia.
- Viagens corporativas sustentáveis têm um novo significado para gestores e viajantes.
- Redução de custos = consequência do engajamento dos viajantes com o programa.
- Existem preocupações sobre uma possível recessão e isso pode moldar a cultura de viagens das empresas.

Para os gestores de viagens corporativas, entende-se que o se torna prioridade é tudo o que tem (ou terá) o maior impacto positivo, no menor espaço de tempo possível.

Por outro lado, as expectativas e percepções dos viajantes corporativos (quando comparadas às dos gestores de viagens) mais se convergem do que se divergem.



GBTA Global Business
Travel Association

Many Voices. One Purpose.

Tecnologia e inovação

GBTA Convention 2023
Dallas | 13 a 15 de agosto

VOLL



Inovação em viagens corporativas possibilitada por inteligência artificial e machine learning

No contexto da gestão de viagens corporativas, como os recursos de IA e machine learning estão impulsionando a inovação em processos, controles e na jornada do viajante corporativo.

Nas sessões interativas deste tema, foi discutido como novas soluções removem atritos e pontos problemáticos, encontram novas maneiras de melhorar as experiências do viajante e reduzem o custo do gerenciamento de viagens.

Outputs / Aprendizados

- A inteligência artificial está permitindo a integração entre reserva online, atendimento do agente de viagens para o colaborador e experiência de pagamento.
- As tecnologias de inteligência artificial podem remover os maiores pontos problemáticos para os viajantes corporativos e transformá-los em oportunidades.
- A inteligência artificial e o *machine learning* não são apenas uma moda passageira, mas trarão benefícios duradouros para viajantes, gestores de viagens, equipes financeiras, TMCs e fornecedores.



As discussões sobre o avanço da inteligência artificial e machine learning foram pautadas por como é possível aplicá-las com ferramentas e recursos difundidos no mercado — incluindo plataformas de uso gratuito e que fazem parte dos pacotes de softwares adotados pelas grandes corporações.

O paradoxo da escolha: por que a inovação está mudando as políticas de viagens e como se adaptar

Ter mais opções geralmente é considerado uma coisa boa, mas inovações recentes na distribuição dos conteúdos de viagens podem causar estragos em políticas de viagens estabelecidas há muito tempo.

Com mais decisões a tomar do que nunca, os gestores de viagens devem considerar a adaptação de sua abordagem aos programas de viagens para refletir as ofertas alteradas oferecidas aos seus viajantes.

Outputs / Aprendizados

- As novas tecnologias de distribuição estão derrubando abordagens de longa data para a política de viagens. É preciso repensá-la!
- Examine como os novos monitores e tecnologias podem oferecer maior adesão às políticas de viagens. Faça uso da inovação existente!

Novas tecnologias, como NDC e monitores modernos, estão afetando quais produtos estão disponíveis, onde estão e como chegarão aos seus viajantes corporativos. Em alguns casos, isso significa a remoção de conteúdo como tarifas mais baixas e, em outros, mais opções além das quatro cabines “legadas”.



Programa de hotéis

GBTA Convention 2023
Dallas | 13 a 15 de agosto



Como garantir que a tarifa do hotel que você negociou está disponível para seus colaboradores?

É comum que a gestão do programa de hotéis enfrente o desafio de tarifas acordadas não estarem disponíveis para reservas, levando a possíveis perdas de *savings* — especialmente em viagens internacionais.

Com tarifas públicas cada vez mais frequentes e a competição por quartos em destinos chave, este problema precisa de mais foco. É essencial que os gestores de viagens conheçam os serviços para resolver a indisponibilidade de tarifas.

Outputs / Aprendizados

- Gestores de viagens precisam entender os motivos da “lacuna de disponibilidade”.
- Adoção de táticas para descobrir casos de indisponibilidade de tarifas negociadas, bem como etapas simples para interagir com os hotéis para corrigir o problema.
- Aplicação de relatórios transparentes a serem solicitados às TMCs.
- Elaboração de estratégias para aumentar a integridade das tarifas dos fornecedores de hotéis preferenciais (gestão do programa de hotéis).



Já existem soluções no mercado, como a plataforma da VOLL, que evita os erros no carregamento de tarifas e previne a exibição de tarifas erradas.

Adicionalmente, os dashboards precisamente atualizados em tempo real e auditorias ajudam gestores de viagens a otimizar a alocação de hospedagem em seus programas.

Hospedagem fragmentada e a evolução das necessidades dos viajantes corporativos

A crescente demanda por meios de hospedagem não tradicionais apresenta desafios como conteúdo fragmentado e diversos canais de reserva.

Essa sessão educativa construiu, com apoio de especialistas nas novas tendências de acomodação, possibilidades de negociações e a busca por experiências consistentes para empresas e viajantes corporativos.

Outputs / Aprendizados

- É preciso entender as necessidades dos novos viajantes e as tendências correspondentes no setor de hospedagem.
- Alinhamento das políticas com as necessidades do viajante: como equilibrar os objetivos da empresa com as necessidades do colaborador?
- Controle de custos, segurança do viajante e experiência do colaborador precisam caminhar juntos, especialmente ao se avaliar alternativas não-convencionais de hospedagem.



A análise de dados organizacionais, que mapeie o comportamento de reserva, é uma ação fundamental para se chegar a insights para facilitar que equipes encontrem e reservem hospedagens seguras e agradáveis, mantendo-se alinhadas às políticas da empresa.



Eventos corporativos

GBTA Convention 2023
Dallas | 13 a 15 de agosto

VOL



Gestão de riscos para eventos corporativos

Com a retomada acelerada das agendas de reuniões, convenções e eventos corporativos, as empresas precisam aprimorar suas técnicas de gerenciamento de riscos para preservar o bem-estar dos participantes e o conteúdo destes encontros.

Mais do que a segurança física, a atenção com dados e informações estratégicas entra na pauta dos gestores de viagens e eventos mundo afora. Este encontro permitiu o compartilhamento de recursos e ideias de mitigação de risco fáceis de adotar para uso em reuniões e eventos, especialmente reuniões de pequeno e médio porte.

Outputs / Aprendizados

- Já existem recursos de mitigação de riscos, que podem ser adotados para a gestão de eventos corporativos, sem custo, e que as organizações devem estar cientes — antes que ocorra um incidente.
- Premissa: a mitigação de riscos precisa ser incorporada no planejamento e execução de reuniões e eventos, desde a concepção do encontro até o fechamento financeiro.
- Recursos importantes para a gestão de riscos, que os times de gestão e os fornecedores de viagens e eventos precisam estar cientes.

Uma avaliação de riscos permite identificar perigos e riscos potenciais que podem ocorrer em algum momento durante o processo do evento.

Os insights do painel sobre tópicos de mitigação de risco de reuniões e eventos incluíram: RFPs, avaliações de risco, seleção de local, e planos de emergência e contingência.



GBTA Global Business
Travel Association

Many Voices. One Purpose.

GBTA 2023

Education Session Room C4
Track - Payment Solutions

Education
Track -

ESG

GBTA Convention 2023
Dallas | 13 a 15 de agosto

VOU



Sustentável, atingível e acionável: estratégias verdes para além da compensação de carbono

A importância de tornar as viagens corporativas sustentáveis está em destaque, porém as grandes iniciativas ainda levarão tempo para serem implementadas e o apoio dos viajantes à compensação de carbono ainda é mínimo.

Gestores de viagens (de todo o mundo) ainda se encontram em um dilema sobre por onde começar neste cenário. Entretanto, existem passos iniciais que podem ser adotados para garantir um futuro sustentável.

Outputs / Aprendizados

- O estado atual da sustentabilidade, apoiado por estatísticas de pesquisa global, indica que menos de 3% dos viajantes corporativos se engajam nos programas de compensação de carbono oferecidos pelas companhias aéreas.
- As 3 principais prioridades de sustentabilidade para gestores de viagens são: redução de emissões, eficiência energética e redução de resíduos.



As estratégias de sustentabilidade, no contexto da gestão de viagens corporativas, incluem influenciar o comportamento dos viajantes, estabelecer parcerias éticas com fornecedores locais e focar em hotéis autossuficientes em energia.



GBTA Global Business
Travel Association

Many Voices. One Purpose.

Política de viagens e indicadores de performance

GBTA Convention 2023
Dallas | 13 a 15 de agosto

VOLL



Administrando o CFO que quer cortar viagens

Gostando ou não, muitos CFOs consideraram cortar orçamentos de viagens em 2024. Esse posicionamento existe a partir da pressuposição de que “viagens corporativas” são custos — e não investimentos.

Como gestores de viagens, é preciso oferecer aos CFOs e outras partes interessadas uma estratégia atraente para defender que viajar é necessário (pelos motivos certos).

A argumentação para essa defesa deve ser de sobre “criação de valor” — e não “redução de custos” —, usando a linguagem que os CFOs adoram, com números concretos.

Outputs / Aprendizados

- Antecipe a estratégia de "cortar custos" por uma estratégia de "aumentar valor".
- Identifique os elementos essenciais de uma estratégia de viagem projetada para atingir os principais objetivos estratégicos da empresa.
- Apresente o valor quantificado e o ROI da viagem, com recursos visuais e dados.

Muitos profissionais de finanças têm um modelo mental organizado por dados e fatos. Da mesma forma, a relação entre causa e consequência pode servir como alavanca e oportunidade para que os gestores de viagens ganhem defensores. A técnica de compartilhar dados precisos e desenhar o de/para cada investimento é fundamental para que isso aconteça.

Medindo o sucesso do seu programa de viagens: é tudo uma questão de perspectiva

Para avaliar o sucesso de um programa de viagens, devemos considerar tudo, desde a experiência do viajante até as prioridades organizacionais, que estão mudando em uma era de negócios responsáveis.

O sucesso do viajante e da organização está interconectado e gera resultados em nível empresarial — o que impacta positiva ou negativamente os resultados estratégicos do negócio.

Outputs / Aprendizados

- Os líderes de viagens precisam transformar sua visão sobre o sucesso das viagens de negócios em 2023 (adicionar contextos estratégicos e de mercado).
- É preciso demonstrar quais são os fatores de sucesso para todas as partes interessadas do seu negócio — líderes formais e informais, instituições e grupos sociais.
- Gestores de viagens devem explorar ferramentas e processos para garantir que o sucesso seja visível e mensurável para todos — incluindo o próprio viajante.



Ao conectar as métricas e metas do negócio com os resultados do programa de viagens, é possível elevar a discussão sobre a importância da gestão de viagens corporativas para o desenvolvimento do negócio.

Lembre-se de levar dados completos para interações com líderes formais e informais, além dos próprios viajantes corporativos.

O poder da unificação – como a quebra de silos pode gerar valor na gestão de um programa convergente

Os programas de gestão de viagens corporativas estão em uma encruzilhada. Os preços das viagens estão em alta e os volumes de viagens de negócios não param de crescer.

Estas forças combinadas dificultam a obtenção de descontos favoráveis, termos contratuais ou outros benefícios para os viajantes nas negociações com fornecedores.

Outputs / Aprendizados

- 77% dos gestores de viagens afirmam que o clima das negociações favorece mais os fornecedores de viagens do que antes da pandemia.
- Os programas de viagens estão envolvidos com várias funções interdepartamentais, tais como gestão de reuniões, pagamentos, gestão de despesas, gestão de riscos de viagens e mobilidade da força de trabalho/relocalização de funcionários.
- Parcerias com Hotéis multicategorias: as empresas podem negociar com hotéis em diversas categorias ao mesmo tempo (por exemplo, pernoites, espaço para reuniões, bloqueios de quartos e estadias do tipo *long-stay*). Os gestores de viagens afirmam que esta abordagem tem uma série de benefícios, incluindo dados consolidados (70%), maiores descontos (66%), eficiência de processos (57%) e economia de tempo em RFPs (57%).

Lições inesperadas que aprendemos com os dados da gestão de viagens corporativas

Há um ditado que diz que "os números não mentem", e isso também vale para o seu programa de viagens. Existem muitas crenças e práticas de longa data em viagens que, quando você olha para os dados, na verdade não fazem muito sentido.

Nesta sessão, foram exploradas várias lições inesperadas que se aprenderam em anos de análise de dados de viagens em diferentes setores. A mensagem principal foi que os gestores de viagens precisam parar de fazer suposições e usar dados próprios e de terceiros para orientar sua tomada de decisão.

Outputs / Aprendizados

- Para uma gestão de viagens assertiva, decisões devem ser tomadas a partir de análises criteriosas. Com isso, é preciso que os gestores sejam capazes de provar tudo com dados — não apenas fazer suposições
- Fontes de dados complementares enriquecem análises. Por isso, busque formas de trazer dados (confiáveis) de terceiros ao avaliar seu programa e propor mudanças.

Várias instituições, associações e empresas têm um acervo de informações relevantes que podem ser acessadas livremente, para compor análises de resultados do seu programa de viagens. Aproveite as conexões e os relacionamentos, para unir dados e ampliar seu campo de visibilidade, ao realizar uma análise de indicadores.

O que é evasão do programa de viagens e o quanto isso realmente importa?

Durante anos, a eliminação da evasão às políticas tem sido um dos principais objetivos de muitas, senão da maioria das equipes de gestão de viagens corporativas.

A evasão — isto é, onde há gastos claramente exibidos nos dados financeiros, mas poucos detalhes sobre quais os motivos e foram os gastos feitos fora da normativa — têm muitos impactos.

Desde limitar a capacidade de alavancar o volume de demanda nos fornecedores preferenciais até abrir caminhos para possíveis fraudes, a evasão é uma barreira para a percepção do resultado tanto quanto é uma violação da regra de viagem em si.

Outputs / Aprendizados

- O que é evasão do programa de viagens e por que ela ocorre
- Como entender a partir dos dados o que está acontecendo
- Como lidar com a evasão ou torná-la irrelevante (com exemplos do mundo real)



Inovações tecnológicas recentes permitiram que a tampa fosse aberta nesta área, permitindo iluminar esse tipo de vazamento. Das configurações do programa às integrações de dados pós-fatos, existem várias maneiras de começar a aprender mais sobre evasões do que apenas as finanças brutas, quem está fazendo o quê em seu programa e por quê.



GBTA Global Business
Travel Association

Many Voices. One Purpose.

2023 Global Business Travel Index (BTI)

Índice de Viagens Corporativas 2023

VOL

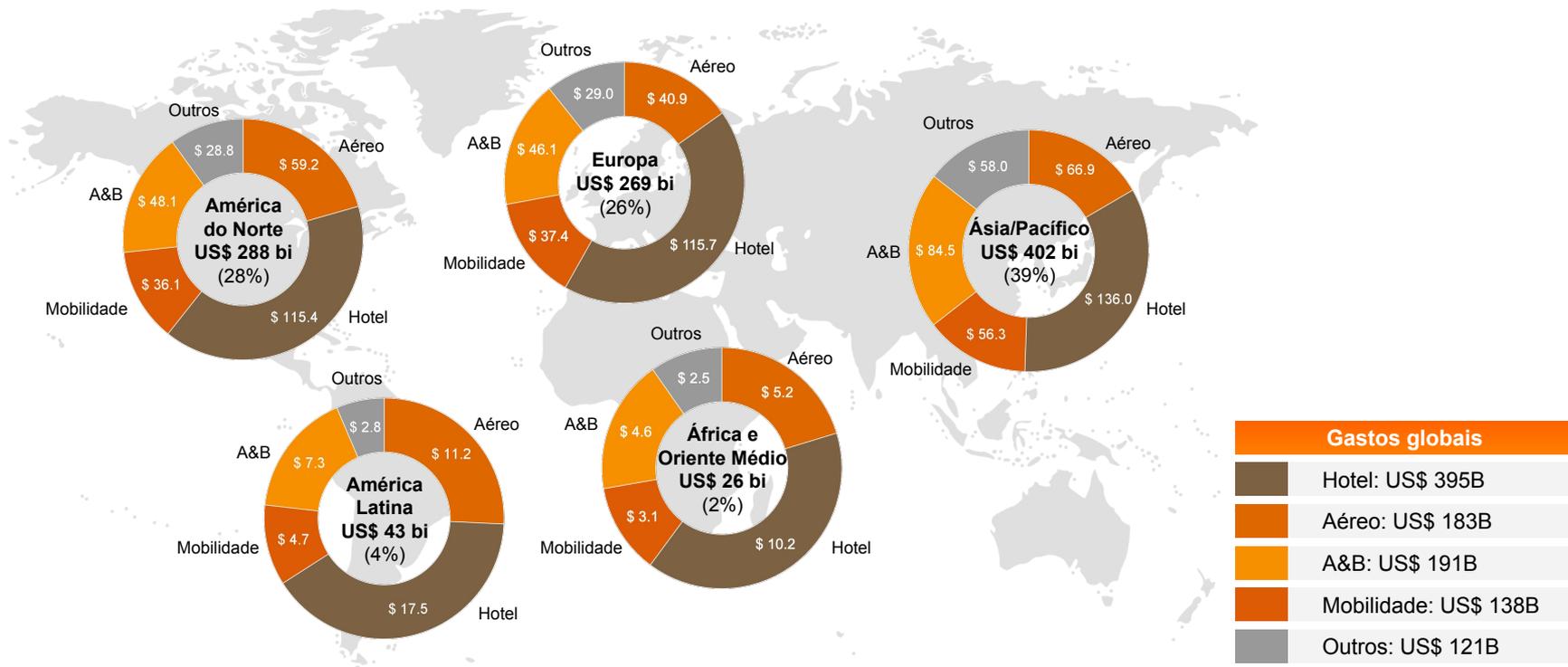


O que é o Global Business Travel Index (BTI)?



- O estudo de 2023 é a 15ª edição consecutiva do Global Business Travel Index, feito pela GBTA.
- Medições das curvas de demanda por viagens de negócios: todos os tipos de viagens corporativas e todos os gastos durante uma viagem.
- Análise equilibra os índices de viagens e expenses em pé de igualdade com custos de mão de obra, material e outros insumos corporativos.
- O gasto com viagens é um reflexo da crescente força de vendas do setor e da intensidade da aceleração das viagens corporativas.
- Projeções impulsionadas pela economia global, produtividade de viagens, capacidade de oferta de viagens, preços de viagens, questões políticas relevantes e dinâmica pandêmica.
- 72 países por 44 setores compõem o universo de pesquisa, permitindo a avaliação de tendências históricas e projeções.
- Dados e insights adicionais de pesquisas com mais de 4.700 viajantes corporativos globais

Despesas globais com viagens corporativas chegaram a US\$ 1 trilhão em 2022

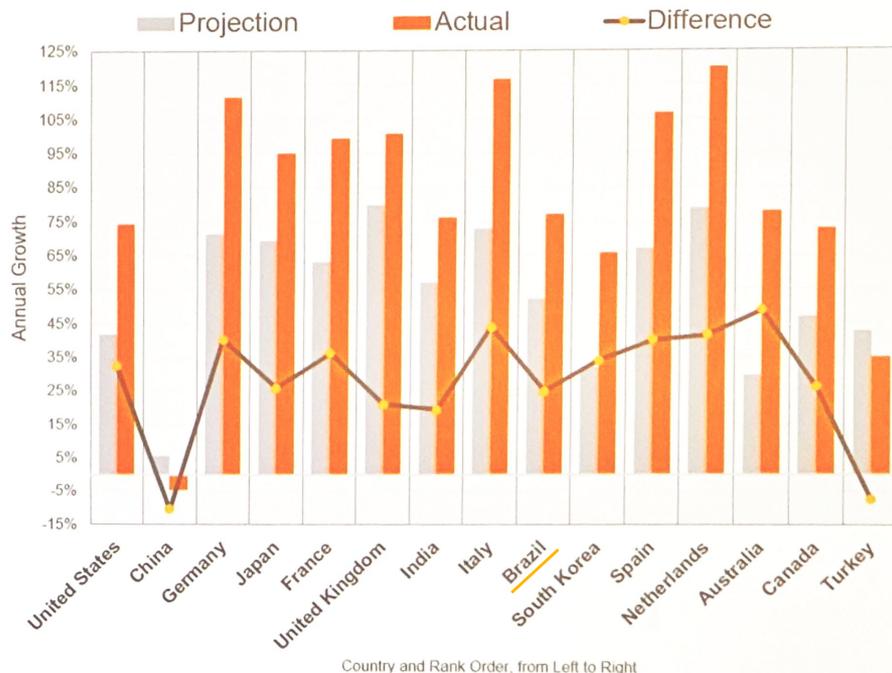


Recuperação de viagens de negócios supera expectativas em 2022

Despesas globais com viagens de negócios:
Previsão 2022 x Previsão 2023

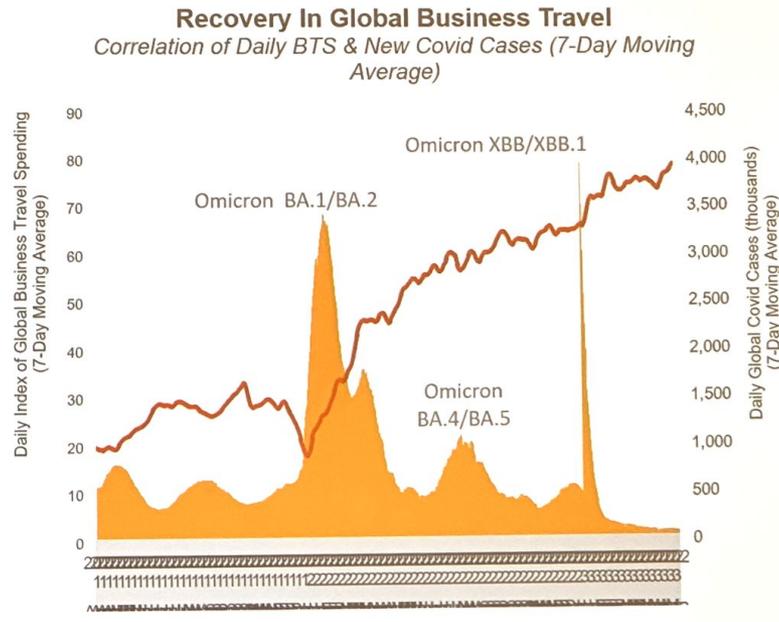


2022 Business Travel Spending Annual Growth



O que tem alimentado essa recuperação?

- Normalização das atividades pós-Covid.
- Fronteiras internacionais se abriram.
- As políticas de viagens e os orçamentos de viagens corporativas apontam para um novo patamar de investimentos.
- Tanto as viagens internacionais quanto as viagens corporativas para eventos estão crescendo em alta velocidade.
- A inflação também tem contribuído para níveis de gastos mais elevados.
- A economia global tem resistido melhor do que o esperado, até agora...



Riscos e oportunidades: previsões

Principais riscos



Estresse nos mercados financeiros e correções de preços de ativos



Instabilidade geopolítica



Ressurgimento de novas crises de Covid-19



Inflação persistentemente elevada e aperto monetário

Principais oportunidades



Forte retomada das viagens na China



Inflação diminui rapidamente



Afrouxamento das restrições comerciais e regulatórias

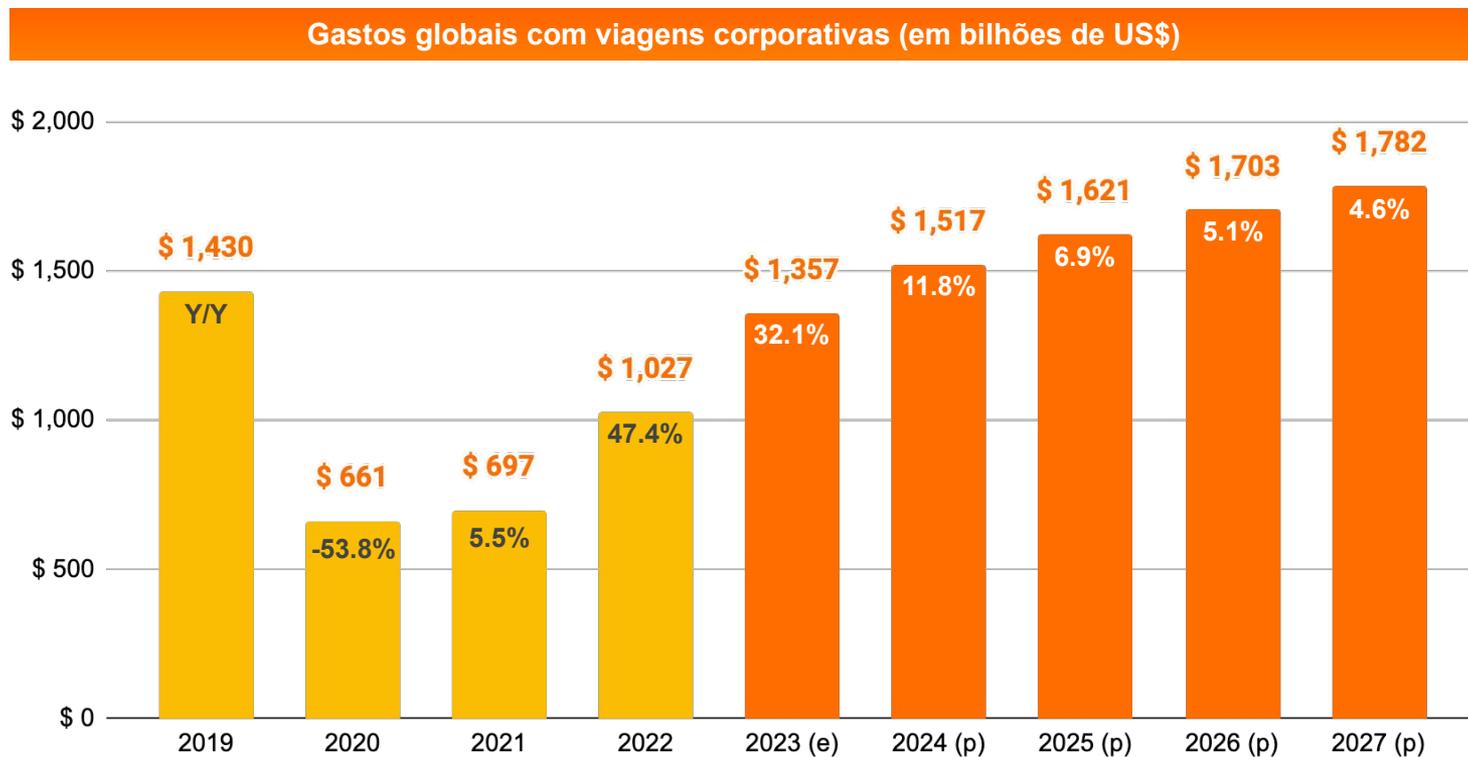
Recuperação das viagens corporativas no mundo 2023-2027

VOU

- **2022:** os gastos **aumentaram 47%**, para **US\$ 1,03 trilhão**
- **2023:** fortes ganhos continuam, espera-se um **crescimento de 32%** nas despesas globais
- **2024:** os gastos retornam ao nível **pré-pandemia** de **US\$ 1,4 trilhão**, mais rápido do que o projetado anteriormente
- **2027:** previsão de gastos crescerá para quase **US\$ 1,8 trilhão**
- Fatores de **estabilização**: retorno de reuniões e eventos presenciais e das viagens corporativas internacionais

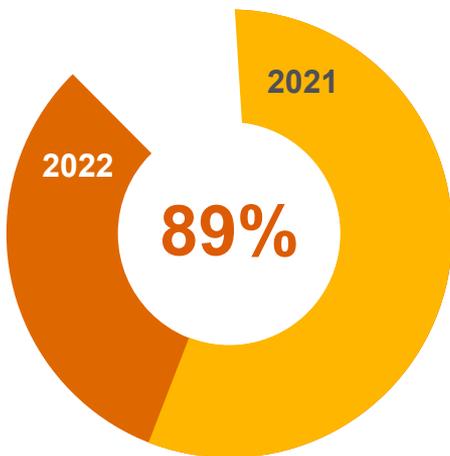


Gastos globais com viagens de negócios devem se recuperar até meados de 2024



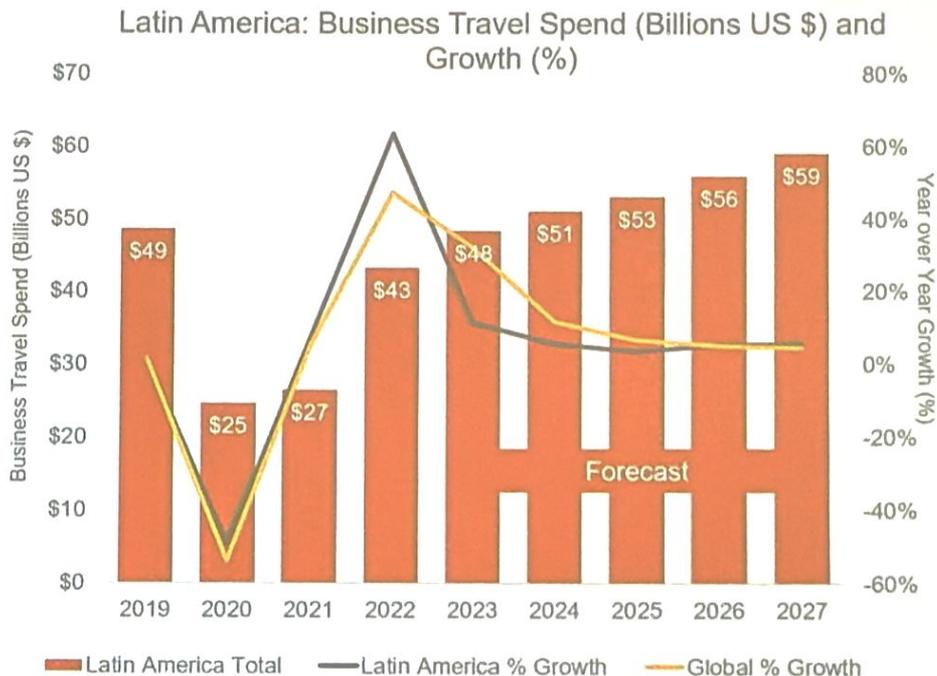
América Latina

Recuperação dos investimentos em viagens corporativas na América Latina



Fonte: GBTA, Rockport Analytics

Assista ao vídeo original, da análise comentada para a América Latina (em inglês)



Source: GBTA, Rockport Analytics

Principais aspectos da recuperação dos investimentos em viagens corporativas

- A recuperação das viagens corporativas globais em 2022 e no início de 2023 superou significativamente as nossas expectativas.
- A recuperação foi estimulada por uma rápida redução de casos graves de Covid-19, normalização mais rápida do que o esperado das políticas nacionais de viagens e maior flexibilização da aplicação das políticas de gestão de viagens, por parte das empresas.
- A volta das viagens internacionais e de MICE contribuíram para uma aceleração ainda maior desta recuperação.
- O desempenho melhor do que o esperado na macroeconomia global também ajudou na recuperação das viagens corporativas em todo o mundo, já que a maioria das principais economias evitou possíveis recessões (até agora).
- As economias globais ainda estão longe de estar fora de perigo. Altas taxas de juros, grandes dívidas e a ameaça de aumentos inflacionários, além de um certo conservadorismo monetário permanecem como principais riscos eminentes.
- É esperado que os gastos com viagens corporativas recuperem seu pico pré-pandêmico de US\$ 1,4 trilhão até 2024 — significativamente mais rápido (17 meses antes) do que nossa projeção no Índice de Viagens Corporativas (BTI) do ano passado.

Converse com quem esteve na GBTA de Dallas



Jordana Souza

Chief Revenue Officer
jordana.souza@govoll.com



Luiz Moura

Chief Business Officer
luiz.moura@govoll.com



Este material foi criado a partir da tradução livre dos conteúdos publicados pela GBTA em seu portal oficial, somados à experiência dos membros da diretoria VOLL que estiveram presentes na convenção, em Dallas, entre os dias 13 e 15 de agosto de 2023. As imagens utilizadas foram replicadas da associação, cujo uso está expressamente autorizado em seu portal, além de registros pessoais feitos pelos participantes.



Viagens corporativas, mobilidade e gestão de despesas em um só lugar.

Da reserva ao pagamento, somos a melhor escolha para as viagens da sua empresa.

Tecnologia, ferramentas e atendimento humanizado para simplificar a forma que seus colaboradores viajam e se deslocam a trabalho.

