



AS VIAGENS CORPORATIVAS EM UM MUNDO PÓS-VACINA

INSIGHTS PARA O TURISMO

2a. Edição | Versão pocket

TRVZ | LAB

Sobre a

A Elo é uma das principais empresas brasileiras de tecnologia de pagamentos. Com 10 anos de mercado, a Elo já soma mais de 140 milhões de cartões emitidos, em parceria com mais de 30 emissores.

Sua aceitação engloba 14 milhões de estabelecimentos no Brasil e presença em mais de 200 países e territórios, resultado da parceria com a Discover Global Network.

A Elo mantém relação de longa data com o Turismo, setor que é um dos pilares da marca. Pelo programa Elo Destinos, nos últimos anos já investiu mais de R\$ 20 milhões em infraestrutura e atrativos de regiões turísticas do País.

No início da pandemia, a Elo criou o projeto Elo do Bem, e levou cestas básicas a mais de 5,5 mil famílias que vivem do turismo, e neste ano expande o projeto para mais de 15 mil famílias pelo Brasil que dependem do turismo e do entretenimento como principal fonte de renda.



Sobre o **TRVL | LAB**

O **TRVL LAB** é um laboratório de inteligência de mercado em viagens.

Por meio da condução e divulgação de pesquisas qualitativas e quantitativas sobre o mercado turístico, cria e transmite conhecimento relevante para gerar iniciativas criativas e a transformação positiva da indústria.

É uma iniciativa da PANROTAS e da Mapie, empresas que compartilham do propósito de investigar constantemente o Turismo e contribuir para o seu desenvolvimento a partir de conteúdos relevantes e análises de mercado



Sobre este relatório

Com o objetivo de aportar conhecimento relevante para a indústria de Viagens e Turismo, este relatório foi produzido pelo **TRVL Lab** em parceria com a **Elo**. Para a edição especial de viagens corporativas 543 viajantes de todas as regiões do Brasil participaram da pesquisa. Todos os insights apresentados aqui são resultantes das análises e cruzamentos e também das observações de tendências de comportamento e consumo geral e específicas para o Turismo.

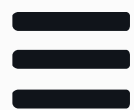
Aqui você encontrará **as principais transformações de comportamento e consumo** criadas e aceleradas na pandemia e também **o sentimento dos brasileiros em relação às viagens a trabalho no pós-vacina**.

Para auxiliar, **identificamos 5 insights principais para este segmento** e sugerimos algumas ações para aplicá-los em seus negócios.

Organizamos os dados principais em **TOP 5** para facilitar sua consulta e adicionalmente, apresentamos **5 personas** para ficar atento.

Esta é a versão resumida e focada no segmento corporativo do relatório Insights para o Turismo | 2a. edição. Você também pode acessar a versão resumida para as viagens de lazer e a versão completa, com os dois segmentos e os dados completos de ambos.





Índice

06.

DIRETO AO PONTO

Os 5 principais insights
para o segmento
corporativo no pós
-vacina

12.

TOP 5

As 5 principais escolhas
dos viajantes de negócios
para as principais
perguntas da pesquisa

22.

5 PERSONAS

5 perfis de clientes
específicos para ficar
atento

28.

CONTATOS

5 INSIGHTS

PARA O SEGMENTO DE VIAGENS
CORPORATIVAS NO PÓS-VACINA

01

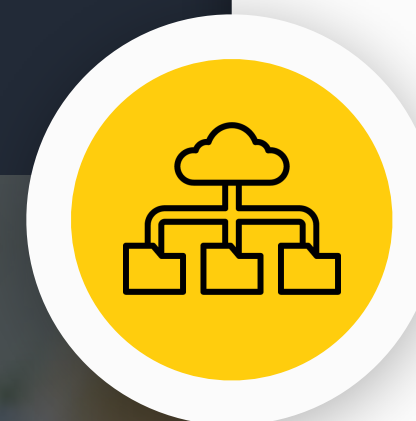
O trabalho mudou para sempre

A forma como trabalhamos mudou durante a pandemia e ao que tudo indica, algumas das transformações serão permanentes.

De forma geral, as empresas encontraram soluções eficazes para o trabalho remoto e foram se adaptando ao longo da pandemia, quando boa parte das equipes estava à distância. O modelo híbrido, parte presencial e parte remoto, é uma tendência para o pós-vacina.

Do ponto de vista dos times, a adaptação ao novo formato também aconteceu e muitos criaram espaços adequados para trabalhar em casa, ainda que sintam falta da interação e colaboração com colegas. A maioria dos entrevistados afirma preferir o trabalho remoto e pretende continuar trabalhando assim após terem sido vacinados.

Estas alterações no modelo tradicional certamente trarão mudanças também para as viagens de negócios, então fique atento ao que está ocorrendo nas decisões das empresas sobre suas formas de trabalho.



66,53%

das empresas afirmam que foram encontradas soluções eficazes para o trabalho remoto e **67,95%** dizem que a empresa se adaptou bem.



62,27%

das empresas disseram que a produtividade foi mantida ou aumentou durante a pandemia e **50,91%** continuarão adotando o trabalho remoto parcial no pós-vacina.



64,49%

dos colaboradores adaptaram-se bem ao trabalho remoto e **64,29%** têm um espaço adequado para trabalhar remotamente. **59,39%** sentiram falta da colaboração e integração com equipes e colegas.



57,34%

dos colaboradores disseram que sua produtividade aumentou durante a pandemia e **54,9%** também perceberam aumento na qualidade de vida. **49,18%** pretendem continuar trabalhando neste formato no pós-vacina.

02

Novos critérios para viajar

A vacinação em massa da população é o que garantirá a retomada gradual das viagens de negócios, mas não somente, tanto por parte das empresas quanto de seus colaboradores.

Estas viagens serão mais planejadas e envolverão múltiplas atividades e a empresa será mais criteriosa ao autorizá-las. O uso da tecnologia continuará favorecendo a gestão à distância e breves reuniões seguirão priorizando o formato digital.

Outro ponto importante é que o orçamento de viagens das empresas permanecerá reduzido.

Com as viagens de negócios reduzidas e com multipropósito, o segmento corporativo se tornará ainda mais competitivo, tornando obrigatória a diferenciação dos produtos e serviços oferecidos.



92%

afirmam que a vacinação em massa é fundamental para a retomada das viagens de negócios. **73,77%** dos colaboradores só viajarão a negócios quando estiverem totalmente vacinados.



80,12%

afirmam que as viagens de negócios serão mais planejadas e envolverão múltiplas atividades e **72,13%** dizem que a empresa será mais criteriosa na autorização das viagens a trabalho.



76,03%

concordam que as tecnologias e os formatos adotados na pandemia continuarão sendo preferidos, reduzindo a necessidade de viagens de negócios. **81,76%** dizem que as reuniões breves continuarão sendo realizadas virtualmente.



58,61%

das empresas continuarão com o orçamento de viagens reduzido no pós-vacina.

03

Atenção à qualidade de vida

Apesar de gostar de viajar a negócios, viajantes estarão mais atentos e seletivos em suas opções, escolhendo criteriosamente seus fornecedores de viagens.

A preferência dos viajantes por fazer negócios e participar de eventos presencialmente se manteve, porém eles afirmam que a redução na frequência de viagens foi benéfica para o relacionamento com a família e para sua qualidade de vida.

A redução da frequência de viagens de negócios teve um impacto na produtividade do trabalho, mas muitos não pretendem voltar ao ritmo pré-pandemia.

Há uma oportunidade de atrair viajantes de negócios, pois eles sentem falta de algumas viagens e preferem o formato presencial, porém precisam enxergar benefícios claros para deixar sua família e romper temporariamente com a sua rotina. Produtos e serviços corporativos serão mais exigidos com entrega que vai muito além do básico.



84,42%

dos respondentes gostam de viajar a negócios, **71,31%** preferem as opções de eventos presenciais na sua área e **63,73%** preferem estar presentes para fazer negócios.



54,51%

afirmam que a redução das viagens de negócios foi benéfica para o relacionamento com a família e **48,98%** também enxergam os benefícios para sua qualidade de vida.



43,95%

afirmam que a redução da frequência das viagens de negócios afetou a produtividade do trabalho.



46,92%

não pretendem voltar a viajar com a mesma frequência de antes da pandemia.

04 Autonomia para escolher

A maior parte dos viajantes de negócios terá autonomia total ou dentro de um orçamento definido para escolher seus fornecedores de viagens.

A reserva será feita principalmente pelo departamento de viagens da empresa ou diretamente com os fornecedores. O pagamento será feito pela empresa ou com cartão de crédito corporativo, com prestação de contas realizada de forma simples.

O meio de transporte favorito para as próximas viagens é o avião e preço, facilidade de reserva e compra e voos diretos são os itens prioritários para a escolha.

Já para os meios de hospedagem, os hotéis econômicos serão a opção preferencial, escolhidos por preço, segurança percebida e localização.

É importante que fornecedores reforcem o seu relacionamento direto com os clientes finais, pois a escolha é deles.



36,01%

dos viajantes possuem autonomia total para escolher fornecedores de viagens a negócios. 19,75% possuem autonomia para escolher dentro de um orçamento estabelecido.



24,07%

solicitarão suas reservas para o departamento de viagens da empresa. **23,66%** farão diretamente com os fornecedores, **19,96%** utilizarão agências online.



52,28%

escolherão o avião como meio de transporte para a sua próxima viagem, seguido de **23,02%** por veículos próprios. Preço é o critério mais importante para **70,64%**.



40,29%

optarão por hotéis econômicos, enquanto **33,57%** preferem hotéis confortáveis, sendo que o preço é o critério mais importante para 68,27%.

Há luz no fim do túnel

Ainda que com ajustes, menos frequência e mais foco na qualidade de vida, as viagens de negócios irão retomar.

O formato presencial é insubstituível para certas atividades, especialmente para eventos de colaboração e integração que deverão ser reforçados justamente pelo aumento do trabalho remoto.

Empresas e viajantes acreditam que as viagens de negócios serão retomadas no pós-vacina, inclusive com a manutenção de alguns novos hábitos como check in online, uso de máscara em ambientes fechados, café da manhã express para viagem, entre outros.

A probabilidade da realização de viagens de negócios nos primeiros 6 meses do pós-vacina é alta.

Mas, é preciso entender definitivamente que o mundo mudou, mudando também a maneira de fazer negócios e as viagens associadas a isso. É hora de se reinventar para a retomada que está chegando.



75,62%

acreditam que as viagens de negócio voltarão ao patamares pré-pandemia no pós-vacina.



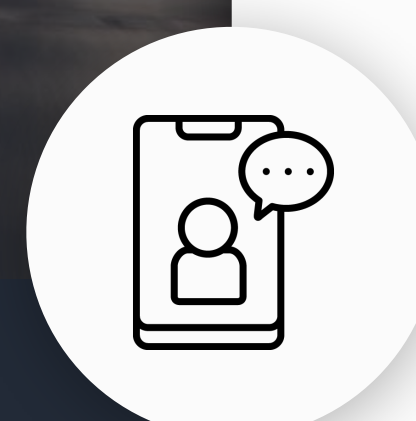
55,28%

afirmam que **farão** viagens a negócios nos 6 meses após a vacina.



14,67%

dizem que **não farão** viagens a negócios nos 6 meses após a vacina.



67,07%

gostariam que o check in online fosse mantido no pós-vacina. **60,58%** defendem o uso de máscara em ambientes fechados quando com sintomas e **57,45%** defendem o uso de máscara nos meios de transporte.

TOP 5 INDICADORES

A pesquisa em 9 perguntas-chave

A seguir, um resumo das principais
perguntas da pesquisa, com o TOP 5
de respostas para cada uma delas

TOP 5: Sobre autonomia para escolher



1



36,01%
Autonomia total



19,75%
Autonomia para escolher dentro de um orçamento pré-definido



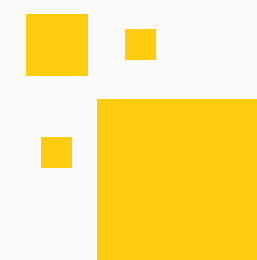
15,84%
Sem autonomia para escolher



14,20%
Autonomia para escolher dentro das opções pré-definidas pela empresa



14,20%
Não farão viagens a negócios





TOP 5:
Canais de reserva para as
próximas viagens de negócios



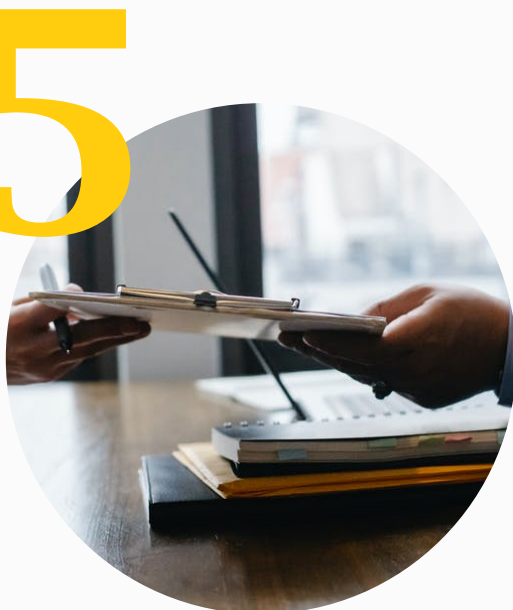
23,66%
Diretamente com fornecedores



19,96%
Agências de viagens online



17,90%
Via sistema de viagens da empresa



16,05%
Assistente/secretário(a)



TOP 5: Sobre a forma de pagamento e reembolso

1



34,57%
Feito pela empresa

2



29,01%
Cartão de crédito corporativo

3



24,49%
Cartão de crédito pessoal

4

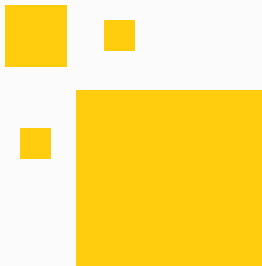


19,34%
Com solicitação de reembolso

5



18,11%
A prestação de contas é simples





TOP 5:
Sobre o meio de transporte



23,02%

Veículo próprio



14,63%

Veículo da empresa



5,52%

Ônibus



3,36%

Carro alugado

TOP 5:

Sobre os critérios para escolha do meio de transporte

1



70,64%
Preço

2



65,60%

Facilidade de reserva e compra

3



61,93%

Horário de partida

4



59,63%

Voos diretos

5



55,96%

Quantidade de escalas e conexões



TOP 5: Sobre o meio de hospedagem



33,57%
Hotel confortável



6,71%
Pousada



5,52%
Hotel de luxo

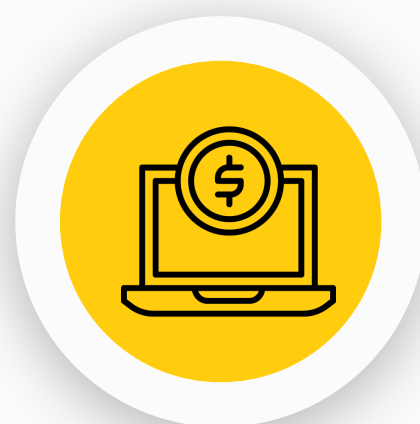


4,80%
Hotel design/boutique

TOP 5:

Sobre os critérios para escolha do meio de hospedagem

1



68,27%
Preço

2



67,55%

Segurança percebida

3



67,07%

Protocolos higiênico-sanitários

4



66,59%

Localização

5

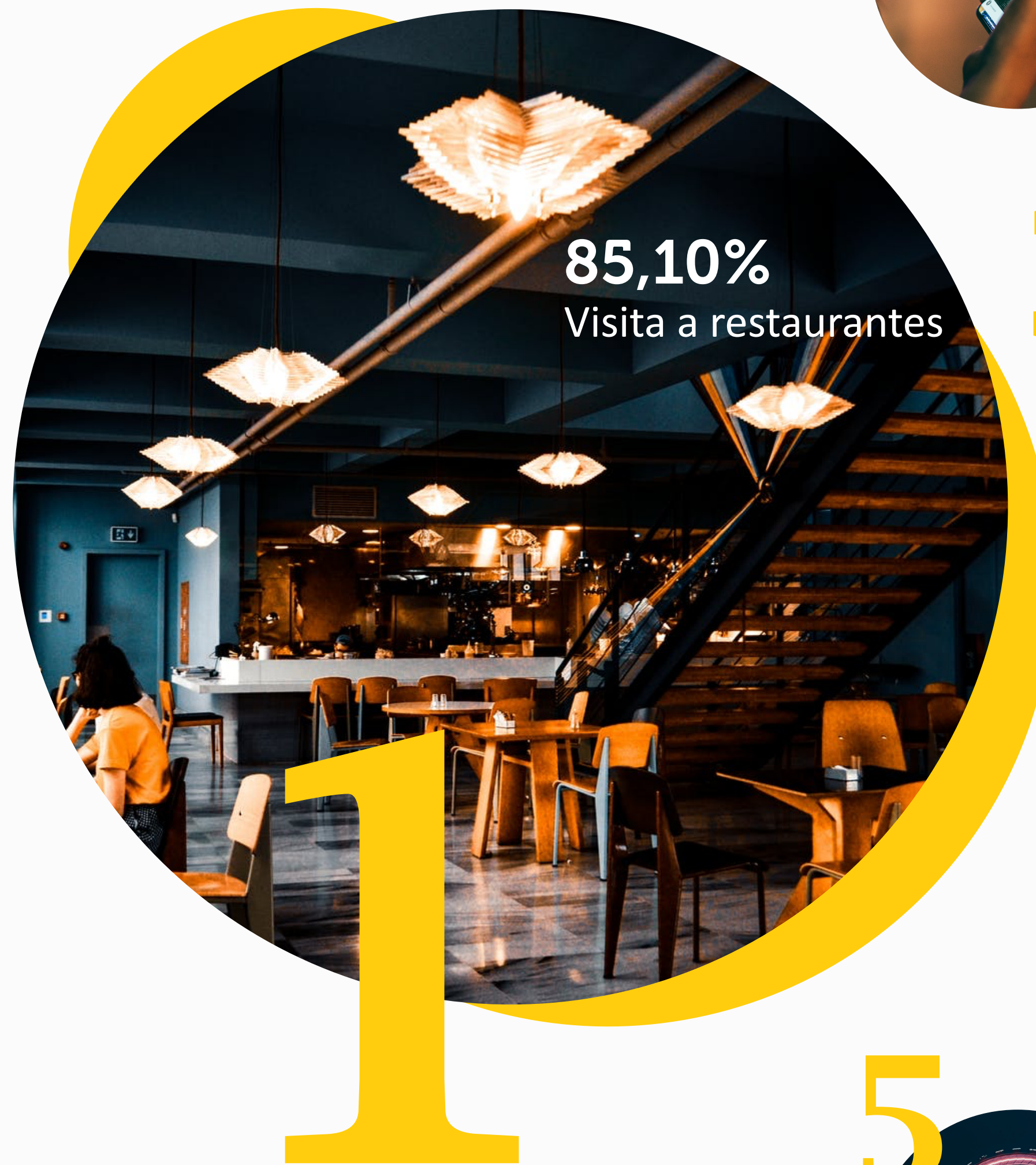


62,74%

Facilidade de reserva/compra



TOP 5:
Atividades realizadas no
destino



68,99%
Utilização de aplicativos de transporte



53,13%
Compras



51,92%
Visita a shoppings e centros comerciais



48,56%
Visita a atrações turísticas

TOP 5: Hábitos que gostariam que fossem mantidos

1



67,07%
Check in online

2



60,58%

Uso de máscara em ambientes fechados quando com sintomas

3



57,45%

Uso de máscara no meio de transporte

4



53,61%

Café da manhã express para viagem

5



33,41%

Desembarque da aeronave por filas

5 PERSONAS

Identificamos 5 perfis de destaque
entre os viajantes de corporativos

OS DONOS

Os pequenos e médios empresários não sentiram tanto as mudanças na forma de trabalhar.

Deixaram de viajar, por conta das restrições, mas continuaram trabalhando remotamente e planejando a volta à estrada.

Esse viajante é majoritariamente homem, tem entre 30 e 39 anos e costumava viajar entre três e dez vezes por ano a trabalho, antes da pandemia.

São adeptos do bleisure e usam bastante o próprio carro para as viagens de negócios.

Eles aprovaram as facilidades da hotelaria pós-pandemia, como o café da manhã express e o check-in on-line, e estão prontos para voltar a rodar o Brasil fazendo negócios.



AS JOVENS PROFISSIONAIS

Elas são bem jovens (entre 18 e 24 anos) e atuam em atividades administrativas, no comércio e na área de educação. São profissionais autônomas ou trabalham em pequenas empresas.

Antes da pandemia, faziam cerca de três viagens por ano.

Abraçam as novas tecnologias, mas estão esperando estar 100% vacinadas para voltar a viajar.

Fazem parte do grupo que mais está disposto a compartilhar dados pessoais, biométricos e de saúde.

Com autonomia para escolher fornecedores, elas sabem bem o que procuram na hora de uma viagem a trabalho.



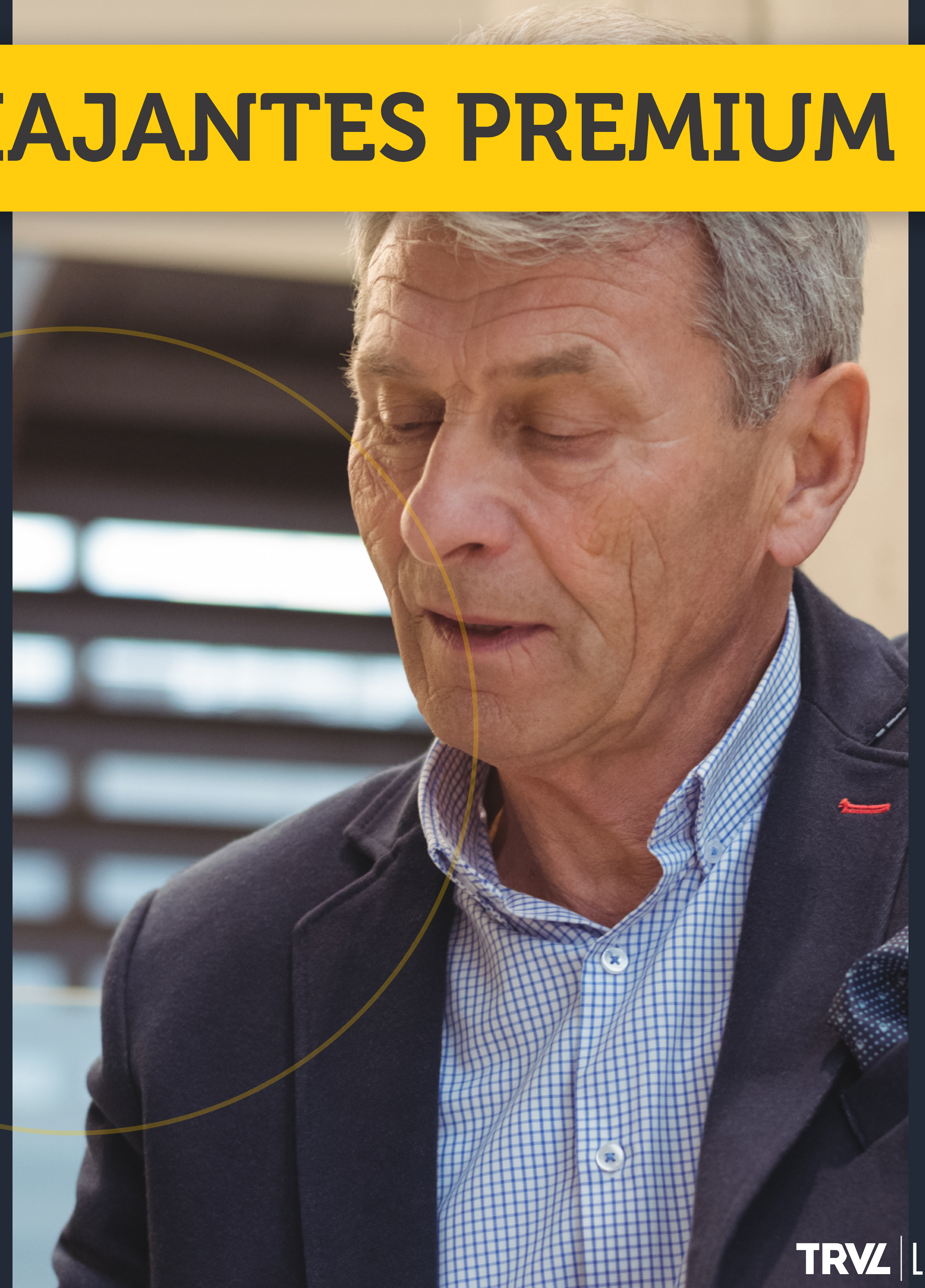
OS VIAJANTES PREMIUM

Homens, com mais de 60 anos (portanto, boa parte deles 100% vacinados), eles têm renda familiar acima de R\$ 20 mil e trabalham em grandes empresas.

Admiram as soluções encontradas para o trabalho remoto, mas preferem o presencial e querem voltar ao escritório o quanto antes.

Heavy users, viajavam mais de 20 vezes ao ano antes da pandemia e estão prontos para o retorno à rotina de aeroportos, mas agora com mais planejamento e aproveitando a mesma viagem para mais de um propósito.

Voos diretos e hotéis confortáveis são suas preferências.



OS VIAJANTES DA PANDEMIA

Eles trabalham em pequenas empresas que tiveram importante corte de pessoal durante a pandemia e que não adotaram ou adotarão o trabalho remoto.

Esses viajantes têm entre 30 e 39 anos e gostam do trabalho presencial.

Viajavam mais de 20 vezes por ano antes da pandemia e mesmo durante a crise conseguiram viajar cerca de cinco vezes.

Para eles, estar presente é importante para realização de negociações. Também apoiam a participação em eventos.

Perceberam um aumento da qualidade de vida, mas entendem que a redução da frequência de viagens afetou a produtividade pessoal.

Suas próximas viagens serão tanto de avião quanto em veículo próprio.



AS QUE PREFEREM O TRABALHO REMOTO

Essas viajantes, de 30 a 39 anos, funcionárias de médias e grandes empresas, se adaptaram muito bem ao trabalho remoto e gostariam de continuar nesse modelo.

Destacam tanto aumento de produtividade com o trabalho em casa, quanto de qualidade de vida.

Faziam de duas a três viagens por ano antes da pandemia e gostam de viajar a trabalho. No retorno das atividades, acreditam que a frequência de viagens vai diminuir.

Também estão esperando ser vacinadas e abraçaram a tecnologia em substituição às reuniões e encontros presenciais.

Os protocolos de saúde são fundamentais na escolha dos hotéis onde se hospedarão.





O objetivo desta iniciativa é compartilhar conhecimento relevante com a indústria de Viagens e Turismo, portanto, somos pró-compartilhamento e queremos que este conteúdo seja aproveitado pelo maior número de pessoas possível.

Fique à vontade para compartilhar partes deste material, sempre citando a fonte: Insights para o Turismo, 2a. Edição, TRVL LAB, 2021

Para dúvidas sobre a pesquisa, entre em contato com:

mapie@mapie.com.br
comercial@panrotas.com.br
www.trvl.com.br

Para dúvidas ou contato com a Elo:

www.elo.com.br
Equipe de Turismo e Entretenimento Elo
Pedro Nanni | Beatriz Pires

