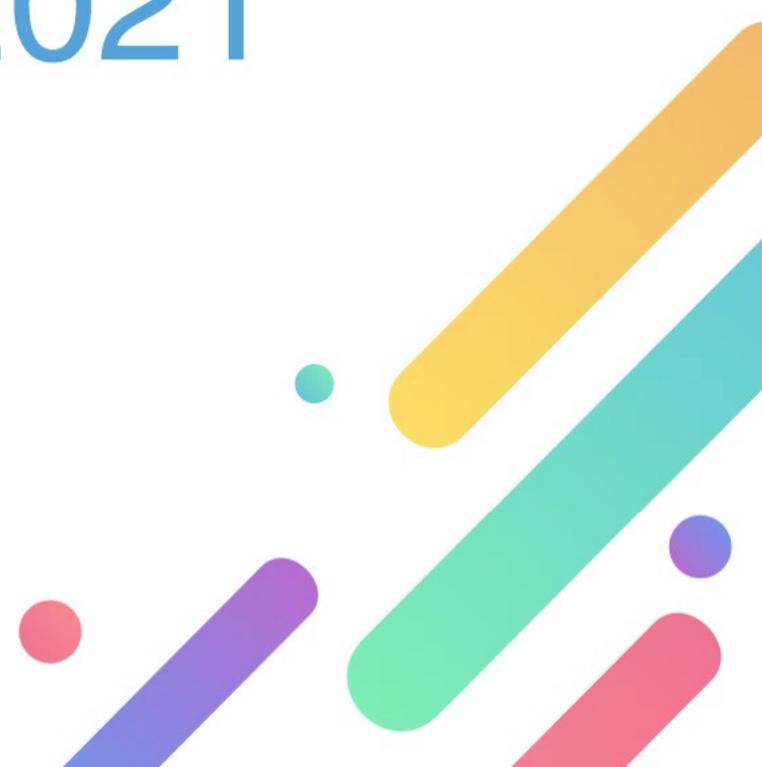


# Anuário TRAVEL TECHS 2021



# 1º Anuário Brasileiro de Travel Techs.

Redação/Idealização: Fernão Loureiro

Produção/Design/Arte Final: Fábio Cruz

## Autores Convidados:

Marcelo Linhares

Hubber Clemente

Cynthia Michels

Michael Barkoczy

Glauber Santos

Jordana Souza

Augusto Rocha

Thays Borin

Danilo Gonçalves

Luiz Mendes Filho

Vanessa Martin



**Loureir Consultores**  
Gestão | Processos | BPO | Representação | Treinamentos



# Nossos *Sponsors*

**Argo**  
Solutions

**Kontrip**

**GOVER**

**H** SYSTEM

paytrack

**T** | **TECH**  
TRAVEL

**Localiza**  
Aluguel de Carros

**CEP**  
Gestão em movimento

**NINA**  
TECH & FOOD

**B2B RESERVOS**

# INTRODUÇÃO

## A retomada do Turismo é Tech

A pandemia da Covid-19 derreteu o segmento do turismo em todo o mundo. Aqui no Brasil, segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, o setor perdeu aproximadamente R\$ 290 bilhões entre março de 2020 e março de 2021, justificado, sobretudo, pelas restrições à circulação de pessoas.

Essa mesma restrição, forçou milhões de brasileiros a se digitalizarem a fórceps, de uma forma muito semelhante ao que ocorreu, por exemplo, na China em 2003, com a pandemia da SARS que ajudou a alavancar a telefonia móvel digital e a internet no país.

Estamos, portanto, defronte o maior desafio da história para o setor. De um lado, milhões de pessoas com hábitos cada vez mais digitais, ávidos pelo retorno das viagens e, de outro, uma indústria totalmente fragilizada e ainda repleta de ineficiências, com baixíssima maturidade digital.

A recuperação do segmento inevitavelmente passa por uma transformação digital. O turismo brasileiro não pode ficar ilhado no meio de tanta disrupção que está acontecendo em outros países e segmentos, proporcionada pela democratização da tecnologia e da digitalização. Nunca antes a tecnologia esteve tão acessível como agora, e o setor precisa urgentemente se digitalizar ou ficará como coadjuvante nesta nova economia.

É o momento de olhar exclusivamente para frente, abandonar as práticas do passado e entender a digitalização como um vetor de potencialização das pessoas, e não como um inimigo a ser combatido.

A tecnologia, se bem aplicada, consegue aumentar a produtividade de todos os profissionais do setor e entregar uma experiência exponencialmente melhor para o viajante. No final, convenhamos, é isso a única coisa que importa.

Basta lembrar que há dez anos você ligava para uma cooperativa de táxi e pagava um alto valor para se locomover entre dois destinos, e agora, com apenas dois cliques e alguns segundos na palma da sua mão, você consegue solicitar uma corrida, a um preço justo, e ainda avaliar o serviço ao final.

Através deste estudo, a Loureiro Consultores coloca luz a centenas de empresas que estão continuamente querendo melhorar o turismo no Brasil, com intensa utilização de tecnologia.

Foram mais de duzentas empresas mapeadas que resolvem algum problema do turismo ou de mobilidade em diversas categorias. A propósito, sobre isso, valem aqui duas explicações:

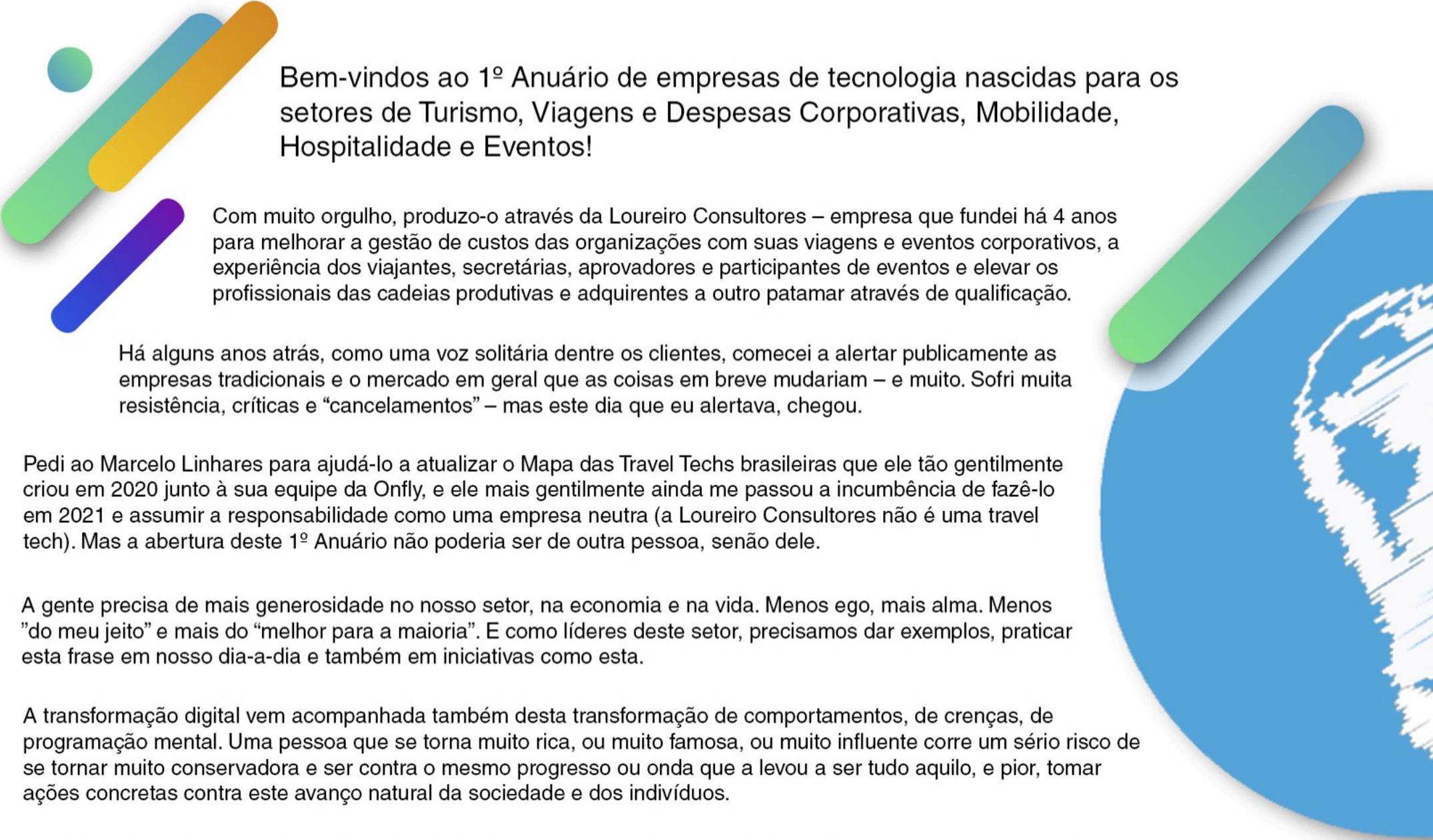
Primeiro: há uma convergência cada vez maior entre mobilidade e turismo. Embora historicamente sejam consideradas indústrias diferentes, quando olhamos a jornada do viajante, estas verticais se cruzam e se sobrepõem o tempo todo, tornando quase indissociável.

Segundo: sobre a categorização, reconheço que é sempre difícil classificar em apenas uma categoria determinada empresa, principalmente quando ela atua em várias verticais. Logo, foi um belo desafio catalogar mais de duzentas empresas em apenas sete categorias: Agenciamento e Reservas online, Despesas Corporativas, Eventos, Experiências, Hospedagem, Mobilidade (todos os modais) e Tecnologia para outros players.

Pegue um bom café, sente na cadeira, relaxe e aproveite este anuário. Leia, releia, compartilhe sem moderação: ele é um olhar no futuro do turismo e da mobilidade no Brasil.

*Marcelo Linhares*





Bem-vindos ao 1º Anuário de empresas de tecnologia nascidas para os setores de Turismo, Viagens e Despesas Corporativas, Mobilidade, Hospitalidade e Eventos!

Com muito orgulho, produzo-o através da Loureiro Consultores – empresa que fundei há 4 anos para melhorar a gestão de custos das organizações com suas viagens e eventos corporativos, a experiência dos viajantes, secretárias, aprovadores e participantes de eventos e elevar os profissionais das cadeias produtivas e adquirentes a outro patamar através de qualificação.

Há alguns anos atrás, como uma voz solitária dentre os clientes, comecei a alertar publicamente as empresas tradicionais e o mercado em geral que as coisas em breve mudariam – e muito. Sofri muita resistência, críticas e “cancelamentos” – mas este dia que eu alertava, chegou.

Pedi ao Marcelo Linhares para ajudá-lo a atualizar o Mapa das Travel Techs brasileiras que ele tão gentilmente criou em 2020 junto à sua equipe da Onfly, e ele mais gentilmente ainda me passou a incumbência de fazê-lo em 2021 e assumir a responsabilidade como uma empresa neutra (a Loureiro Consultores não é uma travel tech). Mas a abertura deste 1º Anuário não poderia ser de outra pessoa, senão dele.

A gente precisa de mais generosidade no nosso setor, na economia e na vida. Menos ego, mais alma. Menos “do meu jeito” e mais do “melhor para a maioria”. E como líderes deste setor, precisamos dar exemplos, praticar esta frase em nosso dia-a-dia e também em iniciativas como esta.

A transformação digital vem acompanhada também desta transformação de comportamentos, de crenças, de programação mental. Uma pessoa que se torna muito rica, ou muito famosa, ou muito influente corre um sério risco de se tornar muito conservadora e ser contra o mesmo progresso ou onda que a levou a ser tudo aquilo, e pior, tomar ações concretas contra este avanço natural da sociedade e dos indivíduos.

Saiba você leitor externo/investidor/jornalista que estes setores cobertos por este Anuário têm muita gente competente, qualificada, criativa e energizada. Gente que trabalha em empresas de perfil tradicional e também nas techs. Que querem escalar negócios, mudar o mundo, melhorar e simplificar vidas, sentir a adrenalina de uma rodada de investimentos, participar de uma aceleradora ou incubadora, de um hackathon, e por que não, ficarem milionários!

Porque é legítimo querer ser milionário, ter dinheiro para investir em outros empreendedores – uma tech não é uma organização sem fins lucrativos. Em geral, elas são aderentes ao capitalismo consciente - ou seja, a filosofia não deve ser de lucro custe o que custar, com o sangue, o suor e as lágrimas dos colaboradores. Mas ainda assim, o lucro é fator preponderante (salvo raras exceções do mercado de mobilidade mundial) para receber novos investimentos, expandir as operações, lançar novos serviços e pagar os cada vez mais caros recursos humanos de desenvolvimento de sistemas.

Curtam muito este que será o primeiro de muitos trabalhos nesta linha. Junto ao anuário lançaremos eventos e capacitações ao mercado sobre tecnologia, seja de empresas tradicionais (que também têm tecnologia de serviço ao cliente, controle de custos e rastreamento de pessoas) mas especialmente de empresas nativamente digitais (no caso, as travel techs).

Eu não poderia encerrar meu artigo sem agradecer aos aliados desta publicação – os que escreveram um artigo enquanto experts e pessoas de reconhecida atuação setorial, mas especialmente aos que investiram em espaços publicitários. Estamos em plena erupção vulcânica, e este anuário será uma lanterna neste ambiente ainda nebuloso, porém excitante!



*Criador do Canal do YouTube  
No Caminho Eu Te Conto*

**Fernão Loureiro**

# É FAST, FÁCIL E SEGURO.



Com o **LOCALIZA FAST**, você retira o carro sem fila e sem passar pelo balcão.

É TUDO 100% DIGITAL. BASTA VOCÊ:



Baixar o app Localiza e fazer uma reserva do grupo **FAST**.



Fazer sua assinatura eletrônica no "Perfil".



Escolher o modelo pelo app Localiza e fazer o pagamento.



Chegando à agência, ir até a vaga indicada. Agora é só abrir o carro utilizando apenas seu celular!



## LOCALIZA FAST



ACESSE E  
CONHEÇA TODAS  
AS VANTAGENS

 Localiza

 [localiza.com](http://localiza.com)

Na sua loja de aplicativos

 Disponível na  
App Store

 Disponível na  
Google Play



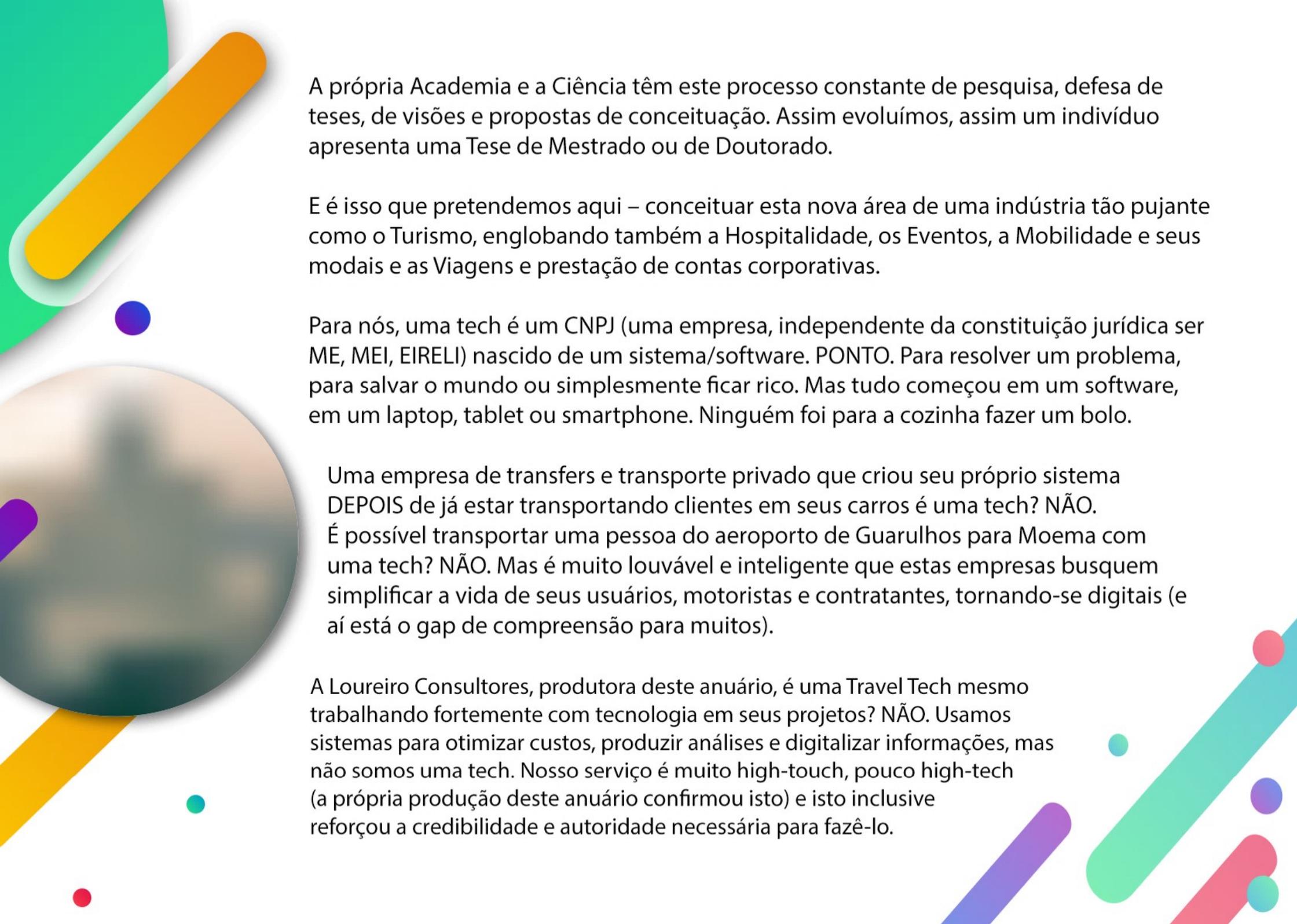
## CRITÉRIOS, OBJETIVOS E METODOLOGIA DESTE ESTUDO

AFINAL DE CONTAS, O QUE É UMA TRAVEL TECH?  
QUAIS OS OBJETIVOS DESTA PUBLICAÇÃO?  
COMO ELA SERÁ ÚTIL PARA O ECOSISTEMA?

As respostas se encontram ao longo desta abertura.

Por estarmos em meio à transformação que nos levará de fato à economia 4.0, é natural que haja nos setores afetados muitos conflitos entre players tradicionais (incumbentes) e os novos entrantes (insurgentes). Publicações como esta visam iluminar o debate, consolidando informações para produzir conhecimentos palpáveis e sobretudo, contribuir na fixação de alguns conceitos pelas pessoas envolvidas (desde o CEO de uma empresa ao estagiário, do investidor buscando oportunidades ao jornalista querendo produzir uma pauta).





A própria Academia e a Ciência têm este processo constante de pesquisa, defesa de teses, de visões e propostas de conceituação. Assim evoluímos, assim um indivíduo apresenta uma Tese de Mestrado ou de Doutorado.

E é isso que pretendemos aqui – conceituar esta nova área de uma indústria tão pujante como o Turismo, englobando também a Hospitalidade, os Eventos, a Mobilidade e seus modais e as Viagens e prestação de contas corporativas.

Para nós, uma tech é um CNPJ (uma empresa, independente da constituição jurídica ser ME, MEI, EIRELI) nascido de um sistema/software. PONTO. Para resolver um problema, para salvar o mundo ou simplesmente ficar rico. Mas tudo começou em um software, em um laptop, tablet ou smartphone. Ninguém foi para a cozinha fazer um bolo.

Uma empresa de transfers e transporte privado que criou seu próprio sistema DEPOIS de já estar transportando clientes em seus carros é uma tech? NÃO. É possível transportar uma pessoa do aeroporto de Guarulhos para Moema com uma tech? NÃO. Mas é muito louvável e inteligente que estas empresas busquem simplificar a vida de seus usuários, motoristas e contratantes, tornando-se digitais (e aí está o gap de compreensão para muitos).

A Loureiro Consultores, produtora deste anuário, é uma Travel Tech mesmo trabalhando fortemente com tecnologia em seus projetos? NÃO. Usamos sistemas para otimizar custos, produzir análises e digitalizar informações, mas não somos uma tech. Nosso serviço é muito high-touch, pouco high-tech (a própria produção deste anuário confirmou isto) e isto inclusive reforçou a credibilidade e autoridade necessária para fazê-lo.

## E por que restringir o estudo a techs brasileiras?

Porque um dos propósitos deste estudo é valorizar e encorajar o ecossistema local, a iniciativa e empreendedorismo de brasileiros. Pessoas com pouca verba para marketing, de fora do eixo Rio-São Paulo e com poucas possibilidades de acessarem formadores de opinião, curiosos, jornalistas, investidores e clientes finais (pessoas físicas e jurídicas) baseadas por aqui (centros tomadores de decisão do País).

Techs estrangeiras em geral chegam com grandes verbas de marketing, abrem escritórios, compram matérias em grandes veículos e blogs. Respeitamos seu trabalho igualmente, mas queremos ajudar os gênios e guerreiros de nosso País.

## Critérios

A nosso ver então, as Techs de Turismo, Eventos, Hospitalidade, Mobilidade, Despesas e Viagens Corporativas mapeadas neste estudo têm em comum as características abaixo que as qualificam para serem classificadas assim:

- A ideia de negócio é fundamentada em um sistema ou software;
- São um CNPJ independente, ainda que parte de um grupo econômico tradicional (como a Kontrip, que faz parte do grupo Kontik);
- Buscam ganho de escala, redução de ineficiências e menor custo por unidade PURAMENTE através da tecnologia – o atendimento humano não é primordial no início, diferente de uma empresa de serviços;
- Possuem suporte offline (como fintechs, agrotechs, edtechs) mas este suporte é secundário, não é a atividade-fim da empresa (o que não significa que seja ruim por ser secundário);
- A grande maioria têm menos de 7 anos de existência (onda de disrupção da economia mundial, onde a Humanidade nunca produziu tanto conteúdo como neste período);
- Muitas nasceram para atender demandas do Lazer, mas inevitavelmente caminham para atendimento B2B (Viagens e Eventos Corporativos).

E por que Operadoras, Consolidadoras, TMCs, Companhias Aéreas e Hotéis não são consideradas Techs neste estudo?

Observando os 6 parâmetros acima, fica claro porquê. Mas podemos também complementar que estas são empresas fortemente orientadas para prestação de serviços através de contato humano. Não é uma crítica, não é ruim e nem uma ofensa.

Certamente existem empresas tradicionais com soluções tecnológicas mais robustas que algumas techs, mas elas não se enquadram nas definições acima que nortearam esta publicação.



## Por que existem anunciantes que não são Techs?

Por ser um anuário de tecnologia, convidamos algumas empresas tradicionais (não-techs) a exporem soluções tecnológicas que tenham para melhor experiência de clientes, otimização de custos, etc. Todas estas empresas possuem tecnologia, como vocês verão nos anúncios ao longo da publicação.

A ideia do Anuário não é excluir e criar uma divisão no mercado, muito pelo contrário. É pacificar o tema através de estudos, dados, fatos e números.

## Classificação das Techs

Como classificar 219 empresas tão diversas, com atuações tão multifacetadas e multidisciplinares? Imaginem o desafio? Por isto este trabalho demandou 3 meses de construção, escrita, trocas, reuniões virtuais, emails, grupos de WhatsApp para entregar o melhor possível no momento.

Criamos 7 grandes categorias para tentar enquadrar empresas tão diferentes como a Onfly e o Hotel Urbano, mas que em sua essência têm a mesma atividade-fim: agenciamento e reservas online.

Ou empresas como Flapper e BuscaOnibus, que utilizam do ar e da terra para transportar pessoas, cada uma no seu quadrado.





## Agenciamento e reservas online

Techs voltadas para agenciar (intermediar) serviços de turismo e viagens junto a provedores finais, com ou sem suporte offline humano

## Despesas Corporativas

Techs voltadas para adiantamentos, prestação de contas, reembolsos e meios de pagamentos para CNPJs (ONGs, empresas, órgãos governamentais)

## Eventos

Techs voltadas para organizar ou contribuir com a melhoria de experiência de participantes de eventos

## Tecnologia para outros players

Techs voltadas para automatizar processos de outros fornecedores, sejam outras techs ou empresas tradicionais.

## Mobilidade (todos os modais)

Techs voltadas para transporte/locomoção de pessoas, independentemente do modal utilizado (inclusive intramunicipal)

## Experiências

Techs voltadas a oferecer experiências ao consumidor, ou a melhorar experiências promovidas por outras empresas (techs ou não)

## Hospedagem

Techs cujo negócio principal seja acomodar pessoas (atividade-fim)





E para dar robustez à pesquisa, convidamos 11 especialistas de diversas frentes para falar sobre tudo isto com diferentes perspectivas e formações, dentre eles dois Professores-Doutores em Turismo.

A Diversidade mostra como podemos enriquecer qualquer iniciativa. Inclusive, prezamos desde sempre pela aproximação entre Mercado e Academia, como ocorre em países e economias desenvolvidas, pois embora o interesse aparentemente seja distinto (olhar mais social vs. olhar mais capitalista) no fim todos os interessados podem contribuir para a construção de uma sociedade mais justa, pacífica, com mais oportunidades e renda.

Além disto, 1 deles representa a força do Nordeste, 1 a força do Sul e 1 pessoa que vivenciou diretamente o Vale do Silício, nos EUA.

Não poderíamos deixar de agradecê-los, os 11, bem como à Paola Benevenuto, que contribuiu no comitê revisor da publicação. Sim, a gente pediu para algumas pessoas revisarem-na antes de divulgarmos para que a cocriação coletiva trouxesse o melhor e mais apurado conteúdo para você!





Simplifying your journey.

## Gestão de viagens e despesas corporativas - São Paulo/SP.

A Argo Solutions oferece soluções E2E para viajantes corporativos com emissão e reservas aéreas atendendo às políticas da empresa e *duty of care*. Em Gestão de Despesas, oferecemos soluções para prestação de contas, adiantamentos e reembolso.

Ferramenta mais robusta do mercado, com as melhores soluções para gerenciamento de viagens e despesas corporativas, com maior conteúdo e customizável para atender todas as políticas da empresa.

14 anos de mercado atendendo clientes no Brasil e em toda a América Latina.

Receita por franquia mínima ou por transação.

Visite nosso site - [useargo.com](https://useargo.com)





A equipe conta com 115 membros fixos.



Atualmente, buscando oferecer mais ferramentas e ajudar o mercado a atravessar a crise criada pela pandemia, a Argo está investindo em tecnologia, novos produtos e novos serviços. Além disso, versionou o já consolidado Argo Travel para torná-lo mais acessível à novos players que se encontram revendo seus orçamentos. Oferece consultorias das mais diversas para otimizar o tempo e qualificar a mão de obra do cliente.

## TRAVEL TECHS : OPORTUNIDADE DA EVOLUÇÃO DO TURISMO ATRAVÉS DA DIVERSIDADE E INCLUSÃO

A evolução é inevitável , o que pode variar é velocidade da mesma. Segundo Darwin , trata-se de uma seleção natural baseada no principio da tentativa e erro , no qual sobreviverá o que melhor se adapta às condições do ambiente em que vive. E esta teoria se aplica perfeitamente para setores econômicos como o turismo , um dos mais importantes geradores de renda empregos para países que o leva a sério, com apoio e incentivos para o seu desenvolvimento.

A atual pandemia do coronavírus mudou nossa forma de conviver em sociedade e para melhor nos adaptarmos a este novos cenário , tendências da economia 4.0 foram aceleradas rumo a vivermos em breve nos conceitos da sociedade 5.0. No Brasil , ainda temos problemas em alguns setores , pois sempre foram tradicionais , que não acompanharam as tendências da economia 4.0 e agora estão " perdidos " , pois os investimentos estão escassos devido a crise e não conseguem pensar em estratégias ágeis para mudar o status atual. Na minha visão / opinião o turismo brasileiro , com poucas exceções , se encaixa perfeitamente no conceito tradicional.

As Travel Techs são e ditarão o futuro do turismo no Brasil. Aplicando o " darwinismo " , elas serão a que melhor se adaptarão ao mercado pós-pandemia. Se pensarmos que os futuros potenciais consumidores do turismo serão compostos em sua maioria por pessoas da Geração Y ( 50 % ) e Geração Z ( 25 % ) , as mesmas já estarão adaptadas aos hábitos de consumo destas gerações. Mas o que ainda sinto falta nas culturas corporativas destes novos players do turismo são as propostas para diversidade e inclusão. E a tendência que mais será exigida de um setor que deseja receber grandes e bons investimentos atualmente e no futuro é estar focado no ESG ( sigla em inglês Meio Ambiente , Social e Governança ). Um mercado evoluído será composto por empresas que tenham esta mentalidade inserida em suas gestões. Só não podem cair na tentação de focar apenas em um item da sigla, pois para ser considerada uma empresa ESG , é preciso aplicar e praticar os três.

E as Travel Techs , por serem empresas que nascem "geração Z" têm a grande oportunidade de evoluir o mercado do turismo através da diversidade e inclusão. Ter a cultura da D&I em sua empresa aumentam consideravelmente a capacidade de inovação, engajamento interno das equipes e relações positivas com lideranças, colaboradores, clientes e sociedade. É o caminho mais curto para que esteja adaptada ao capitalismo consciente e a economia circular. Dificilmente uma empresa tradicional do turismo conseguirá ser rapidamente diversa e inclusiva , pois muitas ainda estão na fase da aceitação que precisam mudar. Para startups, rápidas mudanças já fazem parte do *mindset* das suas gestões.

Se as Travel Techs aproveitarem esta oportunidade para evoluírem o mercado do turismo no Brasil, têm muito a ganhar. O país tem um enorme potencial turístico inexplorado devido a vários fatores, mas se tivermos a maioria do setor composto por empresas disruptivas e inovadoras, podemos aumentar nossa atividade turística. As Travel Techs só não podem cair na "armadilha" de parecer diversa e inclusiva, pois no mundo hiperconectado em que vivemos, as aparências não enganam mais.

Eu, como hoteleiro, apaixonado por turismo, desejo que as Travel Techs ocupem cada vez mais espaço no nosso mercado , pois precisamos de todos os benefícios que elas podem trazer. Que a tecnologia alinhada ao humano possa proporcionar experiências turísticas únicas, inesquecíveis, hoje e sempre.

“A viagem não acaba nunca ... prolonga-se em memória, em lembrança, em narrativa ... o fim de uma viagem é apenas o começo de outra” - José Saramago



**Hubber Clemente**



## A Mentalidade para Inovar

Inovação é a palavra da vez. As empresas querem, os consumidores pedem, os empreendedores desejam, a sociedade necessita. Entre as muitas coisas que a pandemia nos trouxe, destaca-se o chamado para nos adaptarmos, nos reinventarmos, jogarmos fora o que não nos serve mais e abriremos espaço para o essencial.

O Vale do Silício, berço das grandes empresas de tecnologia, tem sido há décadas uma fonte de transformação no modo como produzimos, consumimos, trabalhamos, viajamos, nos relacionamos - enfim, vivemos. Google, Apple, Facebook, Paypal, LinkedIn, Zoom, Uber, Airbnb, Instagram e Netflix são alguns dos exemplos de empresas inovadoras que nasceram no Vale e ganharam o mundo.

Mas afinal, o que tem na água deste lugar que as pessoas bebem e geram tantas inovações?

Essa foi uma das perguntas que me motivou a morar no Vale do Silício por um ano e meio, pesquisando, vivenciando e mapeando traços dessa extraordinária cultura de inovação. Sabe o que eu descobri?

Empreender no Vale não é só uma profissão: é uma atitude, um estilo de vida. É uma forma de abordar os desafios e criar soluções. É uma perspectiva, uma espécie de programação mental que favorece a inovação.

Para que você também possa se tornar uma pessoa mais inovadora no seu dia-a-dia, vou compartilhar alguns aspectos deste mindset de inovação:

### 1. Propósito



Ter clareza da transformação que você quer gerar no mundo é um grande combustível para a inovação, pois seu tempo, seus recursos e suas conexões estarão focados em buscar soluções para os desafios que você está tentando superar e os benefícios que você quer gerar. O Google, por exemplo, tem como PTM (Propósito Transformador Massivo) “Organizar a Informação do Mundo”. A partir disso, sua busca é focada em: como posso aperfeiçoar constantemente a organização das informações do mundo?

## 2. Otimismo

Bill Gates, em seu discurso para os formandos da Universidade de Stanford, disse: “Há uma flexibilidade mental aqui, uma vontade de mudar, uma cabeça aberta para o que é novo (...) Há um otimismo contagiante de que inovação pode resolver quase qualquer problema.”

Esse otimismo mencionado por Gates é uma força propulsora no Vale, onde, diante de crises, aqueles de mente empreendedora enxergam oportunidades de fazer melhor, de transformar, de criar algo novo, de gerar soluções.

## 3. Colaboração

No Vale, as pessoas estão preparadas para se conhecerem e rapidamente contarem o que fazem, qual impacto querem gerar, em que ponto estão, o que precisam para mudar de fase, o que buscam, o que tem para oferecer (o famoso *pitch* de elevador). Uma frase comum nas conversas do Vale é: “Como posso te ajudar”? E a troca de mentorias, contatos, ferramentas e insights é tão corriqueira quanto a conversa sobre o sol e da chuva em outras regiões. Como diz a Luiza Trajano, “A soma dos QI’s é maior do que qualquer QI”, e disso o Vale sabe bem.

## 4. Execução

Diminuir o tempo entre a ideia e a execução é uma das buscas constantes do Vale. Por isso, testar, avaliar, medir, aprender com os erros e acertos, calibrar e testar novamente é uma realidade constante para quem quer ser mais inovador.

## 5. Entrega

O foco é o cliente. Resolver o problema dele, seja sua dor ou sua ambição (que muitas vezes nem ele mesmo sabe descrever). Para isso, a agilidade e o aprendizado são fundamentais. Para entregarmos algo melhor precisamos estar abertos a ouvir com empatia, a nos desapegarmos de velhas crenças, incorporarmos novos insights e tecnologias e focarmos no aperfeiçoamento constante em todos os aspectos da nossa entrega.

Agora é sua vez. Como você pode ser uma pessoa mais inovadora hoje?



*Cynthia Michels*



Conectamos o setor de viagens corporativas de forma inteligente e criamos um ecossistema ÚNICO de distribuição, reservas e pagamentos para empresas, hotéis e agências - Porto Alegre/RS

A B2B nasceu para integrar o mercado de turismo corporativo e auxiliar no crescimento e fortalecimento do ecossistema, ampliando a visibilidade e a distribuição da hotelaria independente, facilitando o dia-a-dia de empresas e agências a partir de maior oferta para reservas e de soluções eletrônicas de pagamento com segurança e proteção de dados.

Temos 6 anos de operação e contamos com mais de 4.500 hotéis, mais de 150 agências e operadoras e servimos mais de 10 mil empresas a partir do nosso ecossistema digital.





A B2B é líder em distribuição hoteleira para o segmento de viagens corporativas e líder absoluta em solução de pagamento das despesas com viagens utilizando a nova geração de pagamentos, o VCN.

Desenvolvemos duas plataformas - B2B BOOKING e B2B P@Y - para simplificar os processos de reservas de hotéis e pagamento de todas as despesas com viagens corporativas de forma ágil e segura, com integração aos principais sistemas de *self-booking*. Proporcionamos uma experiência única aos gestores de viagens, compras e financeiro, que terão acesso a geração e conciliação dos pagamentos em uma única plataforma, contando com a segurança do nosso modelo de pagamento através de VCN (Número de Cartão Virtual) com conciliação total da operação, disponibilizando em um só lugar todas as informações para a prestação de contas.



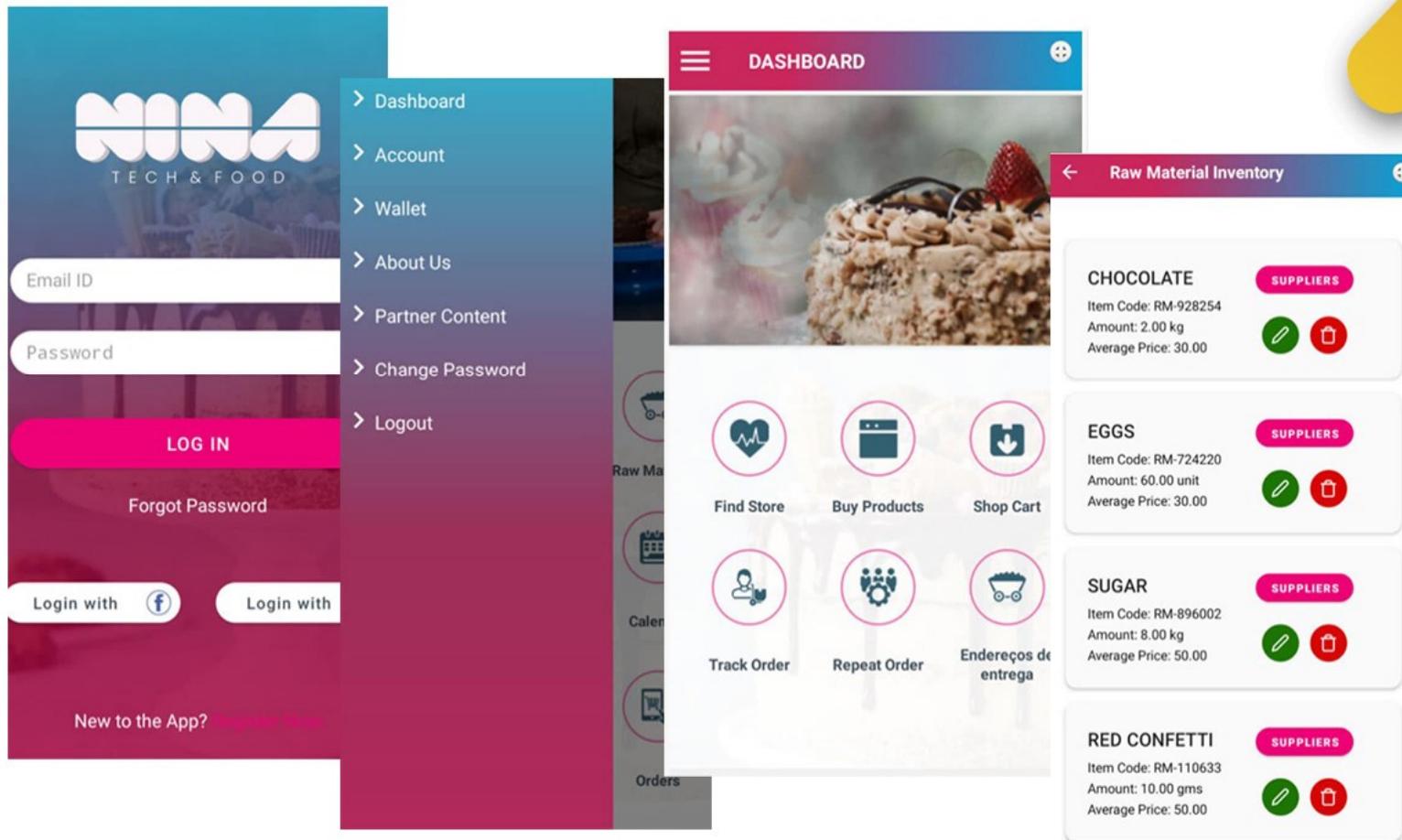
## O agente transformador na gestão de confeitarias e panificação - MICE - São Paulo/SP.

Em *Early Stage*, pensamos em soluções *Food as a Service* para o mercado de confeitaria e panificação. Uma solução B2B e B2C que conecta desde o pequeno ao grande produtor com todo o seu ecossistema: fornecedores, parceiros e clientes. Trabalhamos a partir das dores e necessidades da arte da confeitaria e panificação se transformarem em negócios mais rentáveis e ao alcance de todos. Somos o agente transformador na gestão de confeitaria e panificação.

Em nossa solução é possível comprar de produtos para consumo imediato até para eventos que ocorrerão em meses. Compras internacionais com produtores locais são um dos grandes diferenciais da ferramenta, além da opção de em um único pedido comprar um artigo de confeitaria ou panificação para sua equipe de 20 ou mais pessoas, com endereços diferentes para entrega.

Baixe nosso app disponível em todas as plataformas  
Visite nosso site: [ninatech.app](https://ninatech.app)





Conheça mais sobre a Nina:  
A plataforma estará disponível em 3 idiomas (português, inglês e espanhol) e contará com funcionalidades exclusivas que apoiarão a rotina da confeitaria e suas etapas na gestão do negócio.

## O tempo não para!

- Ninguém está ileso da inovação e das tendências em qualquer mercado. Por isso, em mais de 40 anos no setor do Turismo, não percebo nenhuma régua diferente de qualquer outro segmento. Precisamos
- caminhar em uma curva crescente!

Vamos falar de empreendedorismo e da tecnologia no mercado de lazer? De acordo com o banco de dados da Associação Brasileira de Startups (ABStartups), existem atualmente cerca de 5 mil startups cadastradas. Tais empresas têm como objetivo criar alternativas para solucionar e melhorar processos que antes demoravam muito para serem feitos, e por meio de plataformas e aplicativos são realizados mais facilmente, tornando alguns serviços primordiais para os brasileiros e, óbvio, para quem viaja também. Com esse cenário, é nítido que precisamos empreender, evoluir nos readequar às novas tendências.

Primeiramente, reforço que o empreendedorismo nesse mercado é notório. São muitas as opções de novos produtos e serviços ao lazer que abrem espaço no mercado brasileiro de viagens. Crescemos e vamos crescer ainda mais, segundo minhas avaliações e percepções. Há uma gama de oportunidades para serem exploradas.

Em paralelo às alternativas de novos empreendedores no setor, a tecnologia precisa caminhar a passos largos. Digo que ela mudou completamente nosso jeito de viajar – antes, durante e depois de chegar ao destino desejado. Quantos apps estão à disposição do viajante? Dezenas, centenas talvez? Pois é, não podemos ignorar que o comportamento do turista teve uma transição. A tecnologia está à disposição. As facilidades já estão tão inseridas no nosso cotidiano, usamos os aplicativos em casa, no exterior; salvamos documentos de viagem em nuvem por questão de segurança; reservamos o aéreo; pesquisamos roteiros; buscamos experiências nos destinos e por aí seguimos nessa conexão digital de toda a cadeia do turismo.

O consumidor ficou mais exigente e com mais necessidade de resolver tudo com agilidade. Para se preparar para essa tendência, é preciso investir em marketing a fim de incentivar as reservas com antecedência, além de criar parcerias com negócios locais para dar conta da demanda, por exemplo.

O Brasil é uma das dez maiores economias de turismo do mundo. O segmento apresentou evolução, favorecido pelo uso de tecnologia e inovação. Claro, sabemos dos desafios que enfrentamos atualmente, mas podemos apontar transformações que interferem nos modelos tradicionais de negócios.

Minha atuação nesses mais de 40 anos no mercado, possibilitou a percepção da necessidade do viajante na vivência de experiências exclusivas. O “novo” viajante busca economia, valoriza a sustentabilidade, procura opções em lazer, cultura e gastronomia em cada destino.

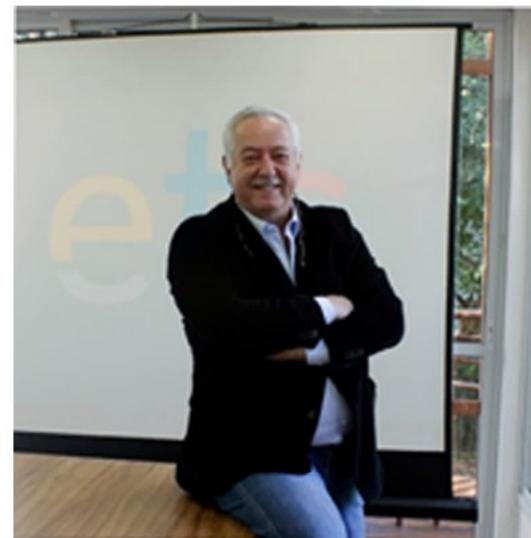
Com todos esses itens, não há como dispensar a inovação tecnológica. A internet, por exemplo, contribui para o aumento da comercialização direta de passagens aéreas ao consumidor final e favorece todo o ciclo de vida do segmento de turismo. Esse crescimento impacta uma das principais fontes de receita para as agências de viagens.

O uso da tecnologia pode ser apropriado pelas empresas do setor para otimizar a eficiência, agilidade e controle de processos e custos, impactando fortemente na lucratividade.

Há nesse cenário uma oportunidade de se desenvolver negócios turísticos que se norteiem pela inovação, ferramentas digitais e formatos de acesso ao consumidor final que inovem em resposta às demandas.

Use a tecnologia para mostrar essas novidades. Há possibilidades para o segmento de turismo, quando o assunto é inovação. Alguns fatores podem revolucionar as estratégias de atuação das empresas. Inspire-se com ideias inovadoras, avalie seu mercado e pense como aprimorar seus negócios. Avante!

***Michael Barkoczy***





Plataforma para gestão de viagens e reembolsos - Belo Horizonte/MG

Ajudamos as empresas com a simplificação de processo de viagens, compra de passagens aéreas, hotéis e carros em um único lugar, gestão de despesas totalmente *paperless*, redução de custos de viagens com descontos exclusivos (comparando tarifas-acordo com tarifas públicas) e transparência dos dados de viagens, com redução de fraudes.

Entre em contato conosco em: [vendas@onfly.com.br](mailto:vendas@onfly.com.br)





Tornar simples e fácil a gestão de viagens para pequenas e médias empresas. Ajudamos a digitalizar processos e reduzir custos nas empresas, além de entregar uma experiência melhor para os viajantes

Chegou o **ced**Free  
Livre de assinaturas  
e econômico!  
Feito para você  
de pequenas e  
médias empresas!



compradireta

viagens corporativas sem intermediários



## FUNDAMENTOS ECONÔMICOS DAS OPORTUNIDADES PARA TRAVEL TECHS



À primeira vista, o fenômeno das techs pode parecer imprevisível. Qual será a próxima grande inovação? Sem dúvida, uma parte das inovações que estão revolucionando o cenário da gestão de viagens e hospitalidade só pode ser conhecida pelo a posteriori. Os desenvolvedores e empreendedores estão criando o futuro.

Contudo, por trás de cada grande negócio, há sempre um princípio econômico que admite o sucesso. Onde não há oportunidade econômica, o fracasso dos negócios é garantido. Por outro lado, quando os princípios econômicos estabelecem uma oportunidade, o sucesso torna-se possível. Quais são os princípios econômicos que condicionam o sucesso das travel techs? Não tenho uma lista completa, mas não poderia deixar de citar três:

i. Custos de transação: Negócios são frutos do encontro entre pelo menos dois agentes. Um tem custo para ofertar um bem ou serviço inferior ao valor que o outro atribui a esse item. Contudo, não é qualquer diferença entre custo e valor de consumo que gera negócios. No meio do caminho, estão os custos de transação, como aqueles relacionados à busca por informação, ao processo de negociação e decisão, ao monitoramento do cumprimento de acordos firmados e às eventuais providências em caso de descumprimento. As tecnologias de informação e comunicação modernas reduziram brutalmente alguns desses custos, criando oportunidades para novos negócios que antes eram inviáveis. O AirBnb é um exemplo disso. Antes era impraticável encontrar um locatário para seu apartamento na praia a cada final de semana em que você decidisse não utilizá-lo. A plataforma P2P permitiu o encontro de locatários por uma fração do antigo custo de transação. O mesmo vale para diversos outros aplicativos e sistemas que permitem a comercialização fácil e ágil de ativos e mão-de-obra que antes permaneciam desocupados em razão dos altos custos de transação. A importância da tecnologia na redução dos custos de transação é ainda mais destacada em negócios de pequena duração ou porte, já que o valor total do negócio é reduzido, não comportando custos adicionais.

ii. Economias de escala: Em 1776, Adam Smith publicou seu famoso livro A Riqueza das Nações. Na obra, o economista escocês ressaltava os ganhos da especialização e como isso leva à redução do custo unitário em fábricas maiores. A diminuição do custo médio de produção em função do aumento do número de unidades produzidas ficou conhecida como economia de escala. Esse princípio se aplica amplamente às travel techs e à informatização em geral. Administrar uma reserva gera quase o mesmo custo que administrar um milhão de reservas se o sistema estiver redondo. O princípio é tão relevante no contexto das startups que virou verbo: escalar. No limite, todo o custo é fixo, estando associado essencialmente ao desenvolvimento e à manutenção do sistema. Dessa forma, com custo variável tendendo a zero, os negócios escaláveis podem crescer continuamente até conquistarem grandes fatias de incontáveis mercados consumidores.



iii. Poder de monopólio: no mercado competitivo as empresas se veem obrigadas a praticar preços parecidos com os de seus concorrentes. Já as empresas que têm algum poder de monopólio conseguem estabelecer preços mais vantajosos para ampliar suas receitas. Esse poder, tão desejado, pode vir tanto da segmentação e diferenciação, quanto da conquista de mercados amplos. Na primeira linha, estão as travel techs que usam a tecnologia para oferecer serviços novos, exclusivos e criativos que não seriam viáveis sem a tecnologia. Na segunda linha, estão aquelas que oferecem serviços escaláveis. Nesses casos, além do baixo custo variável, a empresa ganha poder de negociação perante seus clientes e parceiros. A Booking.com, por exemplo, domina fatias muito expressivas de alguns mercados, tendo uma enorme capacidade de definir o preço dos serviços de intermediação prestados aos meios de hospedagem. Muitas vezes, para o hoteleiro as alternativas são aceitar os termos da OTA ou simplesmente ficar de fora do acesso aos grandes mercados consumidores. Por outro lado, para a travel tech, o poder de monopólio rende receitas bastante ampliadas em comparação com aquelas que seriam obtidas caso o mercado fosse perfeitamente competitivo e o hoteleiro tivesse algum poder na negociação.

Em suma, a explicação do sucesso nos negócios contém alguns elementos amplamente conhecidos. Os princípios dos custos de transação, das economias de escala e do poder de monopólio estão na base da teoria econômica e explicam grande parte das oportunidades de lucro das travel techs. Ainda que o futuro dessas empresas seja relativamente difícil de prever, entender o contexto em que o negócio está inserido é fundamental. Essa é a única forma efetiva de identificar as oportunidades para poder aproveitá-las a partir da criatividade, iniciativa, gestão e sorte.



***Prof. Dr. Glauber Eduardo Santos***



**Jordana Souza**

## TRAVEL TECHS VÃO SUBSTITUIR O AGENTE DE VIAGENS — SERÁ?

Existe um debate interminável sobre se a tecnologia irá, em algum momento, substituir o ser humano. Os algoritmos estão cada vez mais sofisticados, a ponto de termos máquinas que aprendem com as nossas escolhas e nos oferecem soluções sempre mais adequadas às nossas necessidades. Se, até poucos anos atrás, isso pertencia aos filmes de ficção científica, hoje é assim que você vê boa parte da publicidade com a qual tem contato — para citar somente um exemplo.

Na empresa em que atuo, somos grandes entusiastas da tecnologia e acreditamos que essa ferramenta tem um poder enorme de transformação. Seria até estranho se pensássemos diferente, uma vez que o nosso negócio está no setor tech. A nossa empresa permite aos viajantes ter acesso a uma série de serviços diferentes em um único ambiente digital e *mobile*.

O viajante abre o aplicativo e pode comprar suas passagens aéreas, reservar seu hotel e alugar um carro. Chegando ao destino, ele pode comprar um jantar em um restaurante e pedir para entregar onde está hospedado. Também pode explorar os transportes públicos da cidade e todas as opções de mobilidade urbana disponíveis na região. Tudo isso de forma independente e com muita agilidade.

É um serviço pensado para o viajante corporativo, com o objetivo de facilitar a gestão de viagens nas empresas e, por outro lado, proporcionar uma experiência mais positiva para esse viajante. Em tempos de confinamentos por causa da pandemia de covid-19, quando restaurantes podem ficar semanas operando só para o *delivery*, o app permite mais comodidade. Afinal, nem sempre a pessoa quer pedir no quarto uma refeição do restaurante do hotel.



Fora do contexto pandêmico, o acesso a diferentes modais de transporte em uma cidade estranha abre novas possibilidades de interação com o espaço e com as pessoas. Se tiver que baixar todos os diferentes apps dos modais de transporte disponíveis, talvez o viajante prefira andar sempre de táxi ou equivalente. Mas, com todas as opções em um mesmo ambiente digital e na palma da mão, fica muito mais fácil combinar e explorar novas formas de se locomover pela cidade — contribuindo inclusive para o trânsito local e o meio-ambiente.

Mas isso significa que o app substitui por completo o serviço de assistência realizado por um agente de viagens humano? De jeito nenhum. O mercado de turismo e viagens é vasto e inclui segmentos muito diferentes de clientes e consumidores finais. Alguns usuários ficarão extremamente satisfeitos em abrir o app e resolver, de forma autônoma, suas demandas em uma cidade diferente, talvez até em um país estrangeiro. Mas nem sempre é assim.

Grandes empresas, com estruturas complexas e uma necessidade latente de viagens corporativas, são um exemplo disso. Em casos frequentes, é preciso remarcar uma passagem, trocar a data de reserva de um hotel, dar assistência a um passageiro no aeroporto, fazer gestão de reembolsos. Para essas e outras atividades, a tecnologia, sozinha, não consegue fornecer todas as respostas. Continuamos precisando de uma pessoa para fazer ligações, pensar em soluções, estar presente para dar apoio quando necessário. “Cuidar” sempre será uma atribuição humana. O que precisa acontecer é que a tecnologia precisa potencializar essa interação para ela ser ainda mais impactante.

De um lado, é verdade que a maior parte das demandas dos viajantes será atendida dentro do app. Por outro lado, estamos prontos, com mãos e sensibilidade humanas, para intervir nos casos em que somente o algoritmo não será suficiente. Compreendemos que, quando lidamos com pessoas, as soluções não podem ser do tipo "*one size fits all*" — ou algo como "tamanho único", que acaba sendo tamanho para ninguém. Algumas empresas precisam de serviços personalizados, e é isso que estamos prontos para oferecer — com muita tecnologia, calor humano e o insubstituível olho no olho.

Portanto, se você me perguntar se eu acredito que a tecnologia vai substituir o ser humano, minha resposta virá em formato de reflexão: que sentido faz a tecnologia sem o ser humano? Nós criamos as tecnologias (e não só as digitais) para nos permitir viver experiências de mundo mais audaciosas, conhecer e construir realidades diferentes e chegarmos até onde não conseguiríamos com as nossas próprias pernas e braços. Se a tecnologia tirar o ser humano da equação, qual é o seu papel?



# LOUPIT



A Loupit é um site comparador de viagens corporativas - São Paulo/SP

Uma ferramenta *all-in-one* que economiza tempo e dinheiro buscando preços e disponibilidades em diversas agências aplicando simultaneamente descontos corporativos e acordos da agência, tudo isso com políticas de viagens e relatórios. O resultado é o aumento de inventário hoteleiro em até 30% e redução de até 40% nos gastos com viagens.

Ferramenta gratuita para empresas com autonomia para o gestor moderno, atrelado a economia de tempo e dinheiro. Pesquisa multi-agências na mesma tela (também através de milhas).

Contato comercial: [patrickt@loupit.com.br](mailto:patrickt@loupit.com.br)



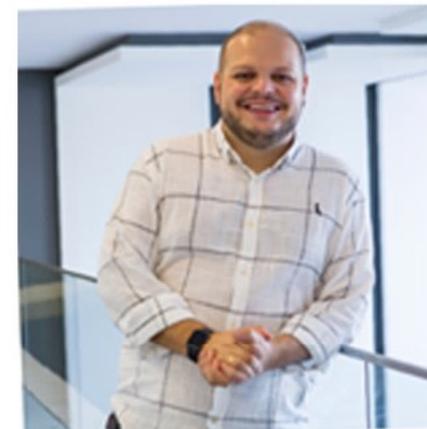
## Revolucionando a hotelaria: tecnologias reinventam hotéis durante a pandemia

Há anos, a tecnologia vem se voltando cada vez mais para o setor hoteleiro. Desde o início da pandemia do coronavírus, esse cenário se intensificou, pois fez com que o mercado se reinventasse para enfrentar a crise e continuar atraindo hóspedes, de forma segura e eficaz.

Em pleno século XXI, se debatemos a reinvenção, falamos em investimento em tecnologias revolucionárias. Em outras palavras, ferramentas que empoderem cada vez mais o hoteleiro, tornando-o protagonista da sua própria distribuição, sem depender de intermediários, como *channel managers* ou OTAs. Assim, aumentando mais a sua porcentagem de venda direta e, conseqüentemente, o lucro do hotel. Como exemplo, podemos citar e-commerces hoteleiros, dedicados a serem muito mais do que apenas um motor de reservas.

Com tecnologias pensadas exclusivamente para o setor hoteleiro, esses novos e-commerces conseguem abranger estratégias de CRM, realizar a gestão do hóspede, identificar suas preferências de tarifas, automatizar campanhas, aumentar a conversão, assim como o ticket médio e incluir táticas de UX (*User Experience*) que valorizem a experiência de compra dentro do site do próprio hotel. Afinal, o site é o primeiro contato que o hóspede tem com a marca escolhida e, por isso, a jornada deve começar desde esse ponto. Dentro dele, quem se hospeda já precisa começar a experienciar o que o hotel tem de melhor. E como se faz isso? Através da tecnologia.

É por meio dela que podemos gerar relacionamentos únicos em escala. Ou seja, manter a excelência offline na experiência online, criar comunicações humanizadas, passando atenção e carinho nos detalhes, trabalhando de forma personalizada e aprofundando o relacionamento com cada hóspede, de maneira escalável.



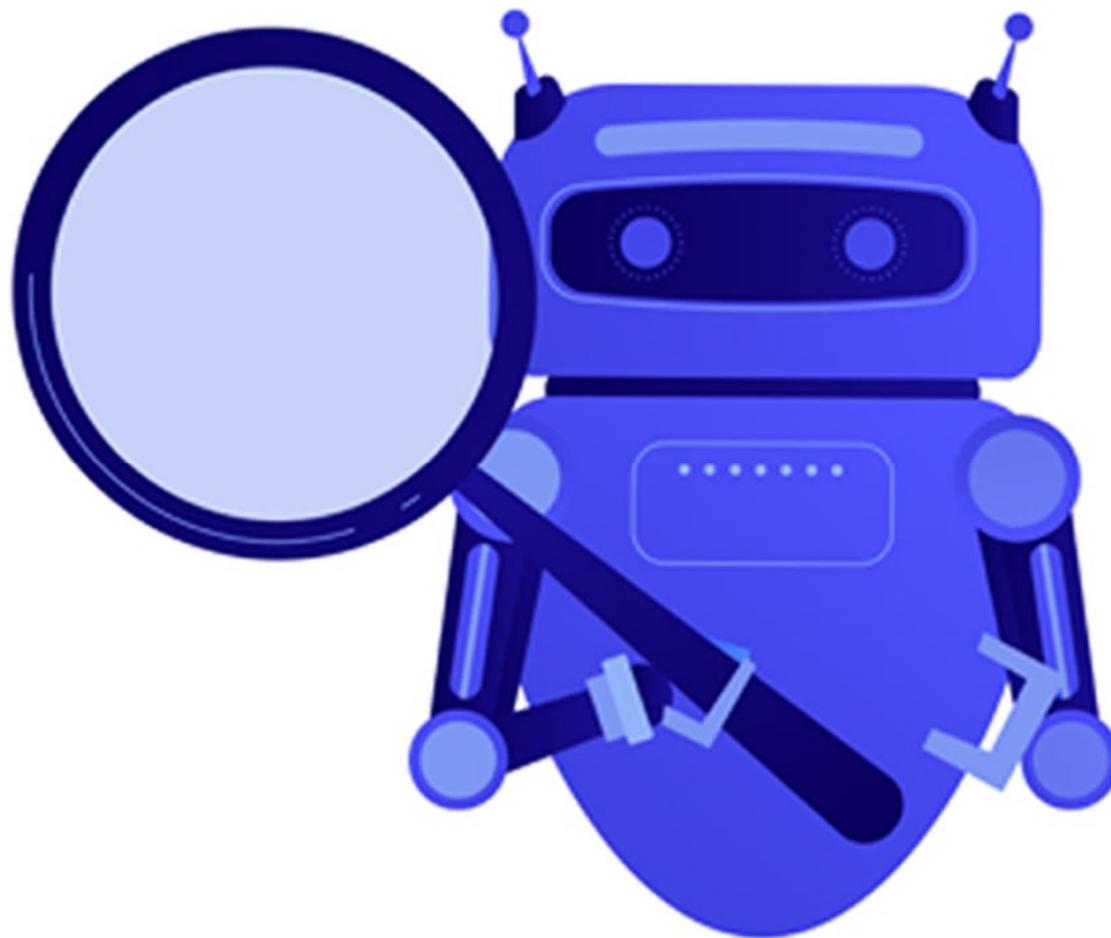
*Augusto Rocha*

# SENSYS

Sensys Intelligence (Sensysi) - Monitoramento/Auditoria de Tarifas  
Aéreas Corporativas - São Paulo/SP

Até o aparecimento de nossa solução, as empresas não tinham como verificar se as tarifas ofertadas pelas agências de viagens corporativas realmente eram as menores do mercado e estavam com o acordos corretamente aplicados. Nossa ferramenta permite exatamente isso! Com a Sensysi é possível monitorar cada reserva da empresa frente ao mercado e verificar se a agência ofertou a melhor tarifa disponível, tudo de forma online e em tempo real (com registro de telas).

Visite o noso site: <https://loureiroconsultores.com/sensys-intelligence>



Acelerados pela Loureiro Consultores, e com histórico no e-commerce, através da Sensys o buyer corporativo poderá auditar sua agência de viagens com relação aos preços oferecidos nas reservas, em tempo real.



## Tecnologia transformando a forma como viajamos

A tecnologia que já transformou a forma como viajamos a lazer, deve estar cada vez mais presente no mercado corporativo. Um mercado que necessita ainda de novas soluções tecnológicas, alinhando os interesses das organizações e proporcionando uma experiência que supere as expectativas dos seus viajantes.

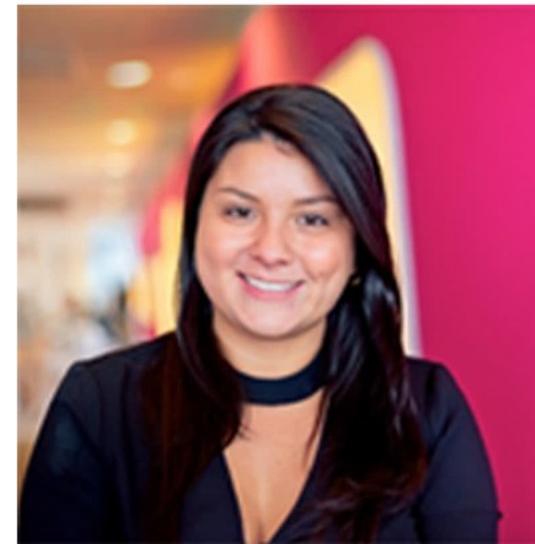
Para que as Travel Techs consigam ser eficientes e eficazes para o mercado corporativo, elas precisam ter como objetivos: ser uma solução *mobile*, automatizar viagens, integração com diversos serviços, otimizar o tempo, reduzir custos e criar uma experiência excelente para os viajantes (antes, durante e depois de uma viagem).

Alguns elementos que podem ser fundamentais para o sucesso das Travel Techs:

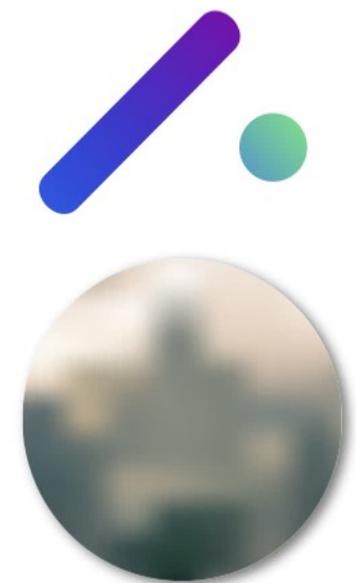
- Simplificar: a navegação da ferramenta deve ser realizada de forma intuitiva, eliminando processos desnecessários e confusos.
- Automatizar e integrar soluções: reserva de hotéis, passagens, locações, reembolsos e adiantamento de despesas, mobilidade, etc.
- Divulgação das informações e os melhores custos ofertados pelo mercado: fornecer de forma clara, transparente e objetiva as informações de todos os serviços e sobre as reservas realizadas.
- Acessibilidade e inclusão: Estar na língua local e ser acessível para todos os públicos é essencial para assegurar a autonomia e para que todos possam usufruir da mesma experiência.

- *Customer Experience*: Facilitar a comunicação, maior flexibilidade de horário de atendimento, antecipação, otimização do tempo e agilidade para resolução de problemas integrando tecnologias como IA, *Chatbots*, etc.
- Conseguir oferecer experiências personalizadas para cada viajante.
- Oferecer mais segurança e flexibilidade como oportunidades de melhorar a experiência dos viajantes: o trabalho remoto se faz cada vez mais presente, estar conectado durante toda a viagem permite que o viajante possa aproveitá-la melhor, se sentindo mais seguro.

As Travel Techs deverão ser grandes aliados da transformação digital das empresas: ajudam as organizações a empoderar os seus funcionários, a terem cada vez mais autonomia nas decisões, geram produtividade, criam experiências personalizadas para os viajantes, ao mesmo tempo em que melhoram o atendimento, garantem a segurança, redução de custo, conseguem dar mais visibilidade das informações, gerando insumos e dados importantes para melhorias dos processos, e atendendo as necessidades de compliance das viagens corporativas.



*Thays Borin*



NO CAMINHO  
EU  
TE  
CONTO

**f in**  fernaoloureiro



#NoCaminhoEuTeConto

Contato: [marketing@loureiroconsultores.com](mailto:marketing@loureiroconsultores.com)

Em parceria com AVSC

Líder Mundial em Comunicação Corporativa

Acesse o site: [avsc.com.br](http://avsc.com.br)



## Gestão de Viagens Online - São Paulo/SP.

Experiência, Eficiência, Customização e Inovação.

Há mais de 14 anos atuando no mercado, o Gover é pioneiro em promover alta tecnologia para o mercado de viagens corporativo, tornando-se fundamental para as Empresas em sua jornada na Gestão de Viagens.

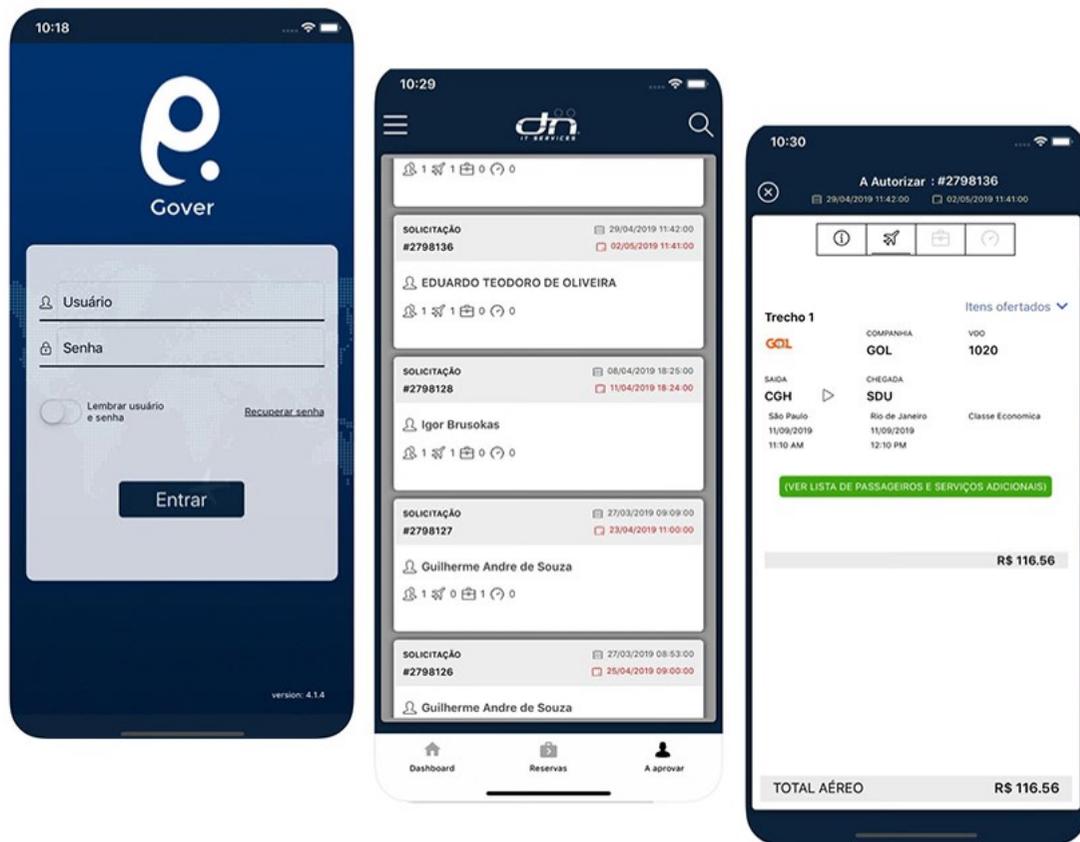
A plataforma já processou mais de 45 MILHÕES de solicitações, para mais de 150 clientes e executou mais de 200 projetos em parcerias com seus clientes.

O Gover foi desenvolvido para ser adaptável e para adequar-se às necessidades de cada cliente, transformando necessidades complexas, em tecnologia simples, amigável e rápida.

Entre em contato: [comercial@dnitservices.com.br](mailto:comercial@dnitservices.com.br)

App disponível para Android e iOS.





No Gover você tem a garantia de uma implementação rápida e integração com todos os sistemas de back office (RPS), contando com uma equipe treinada e proativa no atendimento do Suporte, Equipe técnica com ampla experiência no turismo, Dashboards, relatórios customizáveis e flexibilidade para aplicar Políticas de viagens e regras de compliance que atendam 100% das necessidades de cada cliente

Como inovação é um dos pilares, o Gover apresenta funcionalidades únicas do mercado, como o Open Travel , uma tecnologia que compara a cada consulta de viagens as tarifas disponíveis no mercado, assegurando ao cliente a compra mais econômica sempre, o The Saving game, um programa de incentivo dentro da plataforma oferecido aos clientes, que querem recompensar suas equipes pelas boas práticas do uso da Política de viagem, através de regras e critérios pré-determinados e que trazem como resultado para a empresa maior adesão e redução de custos, e o SAM, um App conectado com o Gover, que acompanha o passageiro durante toda sua experiência, trazendo informações e up dates de toda a viagem.



## Online Booking Tool para empresas finais e agências de viagens corporativas - Rio de Janeiro/RJ

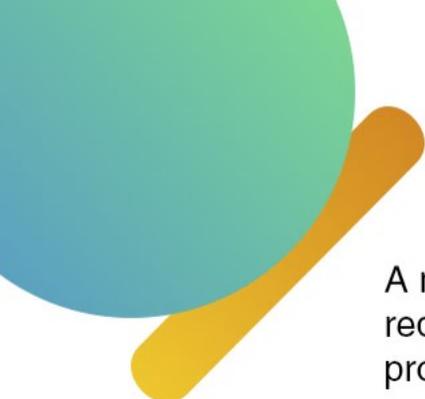
Nascemos há 3 anos com o objetivo de atender a um nicho específico, daqueles clientes insatisfeitos com seu OBT. Tratamos as funcionalidades necessárias de nosso cliente e prezamos pela agilidade nesta resposta. Também notamos um descaso no atendimento de suporte, tanto de dúvidas quanto de processo de implantação e treinamento.

Personalização de funcionalidades do sistema e atendimento de suporte e implementação ativo e efetivo.

Com qualidade de produto e serviço alinhado a um preço justo

Visite nosso site: [ttravelconnect.com](http://ttravelconnect.com)





## Como me apaixonei por traveltechs.

A nova geração de empresas “tech” diferencia-se por buscar a junção de experiência do usuário, redução de burocracias, processos mais claros, estudo do comportamento do usuário, produto proprietário e tecnologia para garantir tudo isso com escalabilidade.

- No turismo, as traveltechs ainda exigem muito estudo do comportamento do comprador em outros sites visitados e qualidade no uso dos cookies para trazer melhor eficiência nas buscas. Se fomos para o mercado corporativo, ainda diria que é fundamental uma preocupação com a experiência da empresa e com a construção de soluções que tornem as políticas flexíveis e dinâmicas de acordo com o perfil da comunidade de viajantes da traveltech e dos usuários de cada corporação.

Meu contato com a primeira traveltech, que me apresentou tudo o que eu listei anteriormente, aconteceu há 4 anos. Ouvir que uma empresa queria trazer todos esses conceitos para viagens corporativas, em um mercado arraigado de processos manuais (quando não usam BPO para ocultar), pareceu-me um conto de fadas e, para isso, muitas premissas precisariam ser abandonadas sobre o mercado que hoje conhecemos.

Não estavam apresentando uma TMC (*Travel Management Company*) ou OTA (*Online Travel Agency*) corporativa. Era um negócio novo. Uma solução que viria para ofertar às empresas um conjunto de soluções que juntam melhoria em recursos humanos com eficiência operacional, ambiente *paperless*, fim de faturamento, início do uso dos grandes *brokers* de hotelaria e serviços terrestres (como alimentação, passeios fora do horário do trabalho e outras tantas experiências )que, mesmo tendo trabalhado em dois OBTs (*online booking tools*), nunca tinha pensado no tanto de possibilidades que estavam sendo postas como opção ao viajante corporativo.



Os entraves estavam na falta de APIs robustas de conteúdo, ausência de consultorias que possibilitassem a aceleração desses negócios e, mais importante, conhecimento de todas as possibilidades de experiências que o uso de APIs poderia trazer para o negócio.

-



Pensando nisso, como sócio de um *broker* de hotelaria, aperfeiçoei nossas APIs de hotelaria e locação de carros, associei-me a uma solução de experiências (transfers, tours, restaurantes e tickets) do Brasil - e criei uma empresa de consultoria. Desde então as traveltechs entraram no meu DNA.

Hoje, o tempo para um programador sênior entregar uma aplicação de hotelaria completa é menor do que um mês, com mapeamento de hotéis, fotos de quarto e tarifas dinâmicas, com confirmação imediata, pagamento com VCN e conciliação realizada no ato da transação.

E essa agilidade e experiência construiu um ecossistema de empresas que vêm revolucionando o jeito de pensar em viagens e de pensar o planejamento, contratação, execução e prestação de contas da viagem, tanto no lazer como no corporativo.

Há um verdadeiro mundo novo de oportunidades para quem quer mudar o jeito de viajar. E eu sinceramente acredito que o mercado de viagens demorou demais para criar sua camada de techs.

No começo a velha economia reclamará, depois irá dizer que o mundo com tanta tecnologia não se sustenta e depois vai escolher entre montar um concorrente ou comprar quem acertar o melhor modelo comercial, com a melhor tecnologia e a melhor experiência.

O mundo é de ciclos. Não acredito que o atendimento humano tenha qualquer chance de acabar. Só acredito que uma era nova de eficiência aliada a atendimento humano, com ferramentas ágeis e escaláveis, fará toda a diferença nos próximos anos. E só consigo ver eficiência em escala por meio das traveltechs. Este estudo é a prova viva disso.



**Danilo Gonçalves**





## Software para Gestão de Viagens e Despesas Corporativas. Adiantamento, Viagens, Reembolsos, Aplicativos de Mobilidade, Meios de Pagamento - Blumenau/SC

Gestão de ponta a ponta, em fase de Scale Up e **com crescimento exponencial**.

A Paytrack centraliza todo o processo de gestão de despesas e viagens corporativas entregando **mais controle e compliance**.

Uma plataforma multiagência e multicanal, que foca no poder de escolha do cliente, de ponta a ponta em todo o processo.

Criamos uma experiência sem igual para o colaborador e viajante em um **aplicativo user-friendly**, orientado à simplificação do dia-a-dia.

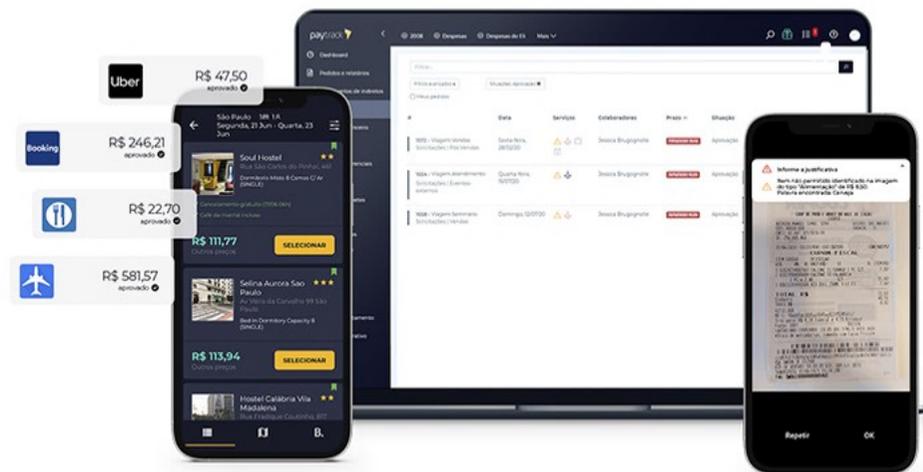
Na Paytrack estamos comprometidos em **aumentar o nível de compliance e possibilitar a auditoria completa** e online do processo de viagens e despesas corporativas.

Levamos mais automatização à gestão de viagens das empresas, **eliminando processos e controles manuais** no backoffice, da conciliação de faturas aos lançamentos de despesas.

Tudo isso, com a segurança de que a **integridade de dados está garantida**. Criando uma visão global dos gastos corporativos e reduzindo custos por meio da integração com múltiplos fornecedores, sejam eles agências ou conexões diretas.

Visite nosso site: [paytrack.com.br](https://paytrack.com.br)





As soluções da Paytrack visam tornar a **gestão de viagens e despesas corporativas** mais estratégica e automatizada.

Mais de 300 empresas , entre elas JBS, SEARA, WEG, Hypera Pharma, Apsen Farmacêutica, Sicoob, Sicredi e Unimed, já transformam sua gestão com a Paytrack.

A solução para Gestão de Viagens Corporativas da Paytrack traz o conceito de **CBT (Corporate Booking Tool)**, com **mais transparência e redução de custos para as empresas**. Uma plataforma completa de selfbooking, gestão de crédito de bilhetes não voados, aplicação de políticas em tempo real, além da conexão com múltiplas agências e canais de conteúdo.

O produto para Gestão de Despesas e Reembolsos traz mais **precisão e compliance para as despesas corporativas**. A solução conta com digitalização de despesas intuitiva, pacote **antifraude** para validação de comprovantes de despesas, gestão de reembolsos de quilometragem e gravação de trajetos via GPS, além de fluxos especialistas que se ajustam à realidade das empresas.

A Paytrack conta ainda, com complementos que alavancam a gestão de nossos clientes, como a **gestão de orçamentos e verbas**, gestão de **mobilidade** urbana integrada a aplicativos como **Uber Business** e **99 Empresas**.

Para tornar o **ecossistema de gestão das empresas mais fluido e conectado**, a Paytrack conta com a **integração ativa entre sistemas**. Ou seja, a plataforma se ajusta às necessidades de integração do ERP, RH, CRM, entre outras plataformas que o cliente possa utilizar.



## Novas tecnologias, *smart destinations* e empregabilidade no futuro

Estamos vivendo um momento diferente no mundo todo. A pandemia afetou nossas vidas e a atividade turística. As tecnologias que já vinham impactando e transformando o operacional, gerencial e estratégico das empresas e o dia a dia dos viajantes, passaram a ter um papel ainda mais fundamental com o distanciamento social e medidas de prevenção ao coronavírus.

No passado as tecnologias que dominavam as empresas no turismo giravam em torno dos Sistemas de Reservas Computadorizados (CRS), Sistemas Globais de Distribuição (GDS), enquanto que a Internet, Smartphones e Aplicativos Móveis entre os viajantes. Nos últimos anos surgiram novas tecnologias que vem mudando cada vez mais as operações no turismo, tais como: internet das coisas, robôs, *big data*, realidade aumentada, realidade virtual, RFID, inteligência artificial, *chatbots*, tecnologias vestíveis, *beacons*, drones, criptomoedas, etc.

Com a chegada da pandemia, várias dessas novas tecnologias que iriam ser usadas somente a partir de 2030, tiveram que ser ajustadas e adaptadas para o contexto do “novo normal” do turismo respeitando as novas regras de viagem. Além disso, outro fator tecnológico que está chegando e que vai ainda mais impactar as atividades turísticas é o 5G.



O fato é que com a utilização do 5G, essas novas tecnologias que precisam de determinada rapidez e velocidade de transmissão de dados pela Internet, não encontrarão barreiras para uso e disseminação das tecnologias, criando um ambiente propício para a Internet das Coisas nos destinos turísticos, onde as ferramentas tecnológicas poderão estar todas conectadas. Isso tudo irá favorecer o desenvolvimento dos Destinos Turísticos Inteligentes, pois essas novas tecnologias criaram uma nova infraestrutura de redes, sistemas e sensores que interconectam todos os *stakeholders* na cadeia produtiva do turismo, tanto física quanto digital.

Quando falo sobre esse assunto das novas tecnologias em sala de aula, muitos alunos de turismo me perguntam: "mas professor, essas tecnologias irão substituir pessoas e muitos empregos irão acabar no turismo?". Eu respondo que não só o turismo, mas também várias outras profissões e atividades irão passar por mudanças, ou até mesmo serão substituídas por robôs ou outras tecnologias. Isso já aconteceu em outros períodos do passado e agora deverá acontecer novamente.

Aquelas atividades mais operacionais no turismo, como por exemplo, realização de check-in e check-out por recepcionistas deverão ser substituídas por tecnologias. Então, os turismólogos precisam se atualizar (assim como profissionais de outras áreas) e se preparar para exercer funções cada mais gerenciais e/ou estratégias nas organizações, onde as tecnologias irão ajudar nas tomadas de decisões do dia-a-dia. Assim como, poderão surgir outras funções ou atividades no turismo que dependerão de tecnologias, mas que ainda não existem no mercado.



*Prof. Dr. Luiz Mendes Filho*

TECNOLOGIA + TRANSPORTE = SATISFAÇÃO<sup>2</sup>



**CEP**

Gestão em movimento

(11) 95540-5129

[fernando@ceptransportes.com](mailto:fernando@ceptransportes.com)

[www.ceptransportes.com](http://www.ceptransportes.com)



Seus eventos focam na tecnologia ou no Ser Humano?

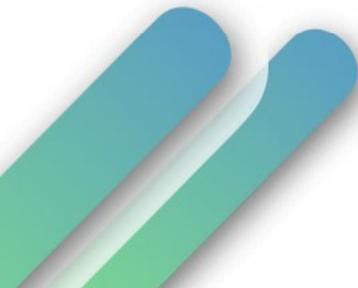
A tecnologia é apenas a ferramenta através da qual seu evento poderá oferecer experiência que atrairá e engajará seus stakeholders!

É inegável o papel fundamental que a tecnologia e todos os *devices* que utilizamos regularmente exercem no seu cotidiano e no de todas as pessoas pelo país e mundo todo. O celular, de tão essencial, já é quase uma extensão do nosso corpo, assim como o notebook, desktop e tablets. Já nem dá mais para calcular a quantidade de aplicativos (app) e softwares que utilizamos, muito menos dimensionar as novidades que aparecem a cada dia. Essa realidade é espelhada também no mercado MICE.

Mas o que pode passar despercebido por alguns, é que essa chamada relevância da tecnologia é, na verdade, secundária. Nosso foco deve sempre ser no SER HUMANO, nas suas necessidades e anseios. Afinal, tudo que é criado ou melhorado tem como referência o usuário. É ele que escolhe qual empresa, produto, serviço ou app receberá sua atenção, além de como, quando e quanto será utilizado. E mais ainda, em qual local ou ambiente (presencial e/ou virtual) essa interação acontecerá. E para ele, o que importa é a experiência. Incluído aqui, TUDO o que o evento pode proporcionar e envolver, seja com os patrocinadores, com outros participantes, com o conteúdo e em quaisquer atividades ou possibilidades.

Sem saída para os encontros presenciais, empresas e participantes tinham apenas as telinhas como meio de contato, 2020 já é chamado de o ano do evento virtual. 2022 será o ano do evento híbrido, aquele que é realizado para público presencial, mas com componentes de transmissão digital. E 2021 como o ano de transição entre eles.

O que move o consumidor para a marca ou o participante para os eventos é a experiência oferecida.



Em eventos, oferecer experiência ao participante requer entender a fundo os detalhes específicos de cada um dos modelos (presencial, virtual e híbrido) tem suas próprias regras do jogo e vantagens/desvantagens inerentes a sua escolha. 80% das inscrições dos eventos virtuais são gratuitas e as taxas de *no-show* são mais elevadas que no presencial, ocorrendo o inverso no preço dos ingressos, que tendem a ser 45% menores nos virtuais (The Virtual Attendee Experience Report & The 2021 Virtual Events Benchmark Report, Bizza-bo, 2021). Por outro lado, a energia humana é incontestavelmente mais forte quando os encontros são presenciais e neles a experiência é mais significativa e envolvente.

Ao considerar que a experiência e o engajamento andam de mãos dadas é muito significativo e desafiador constatar que 4 em cada cinco empresas reportaram que este último é o principal desafio nos seus eventos (The Ultimate Guide to Virtual Event Engagement, MeetingPlay).

E elas tem razão. Conseguir entregar experiência relevante em eventos não é uma tarefa fácil como quando eles eram na sua maioria presenciais: tudo no evento pode ser usado para tal. Com a forte chegada dos virtuais, os eventos tem agora cauda longa, ou seja, eles foram alongados na sua temporalidade. Na prática, isso quer dizer que o tempo de contato do evento com os participantes transcende e em muito o período no qual ele acontece, abrangendo o pré e o pós evento de uma edição, mesclando com a edição anterior e posterior.

Tudo isso significa que a lição de casa do profissional de eventos ficou mais complexa? Sim, é verdade. E para dar conta do recado, o *long-life learning* (aprendizado contínuo) é a saída para obter o conhecimento e as novas habilidades necessárias face a tantas novidades. Estudar e aprender com a concorrência, ter a mente aberta, consolidar rede de contatos e parceiros e estar aberto às mudanças também são práticas saudáveis e essenciais para o profissional de sucesso.



*Profª Vanessa Helena Martin*

# Kontrip

## A cada viagem um bom negócio! - São Paulo/SP

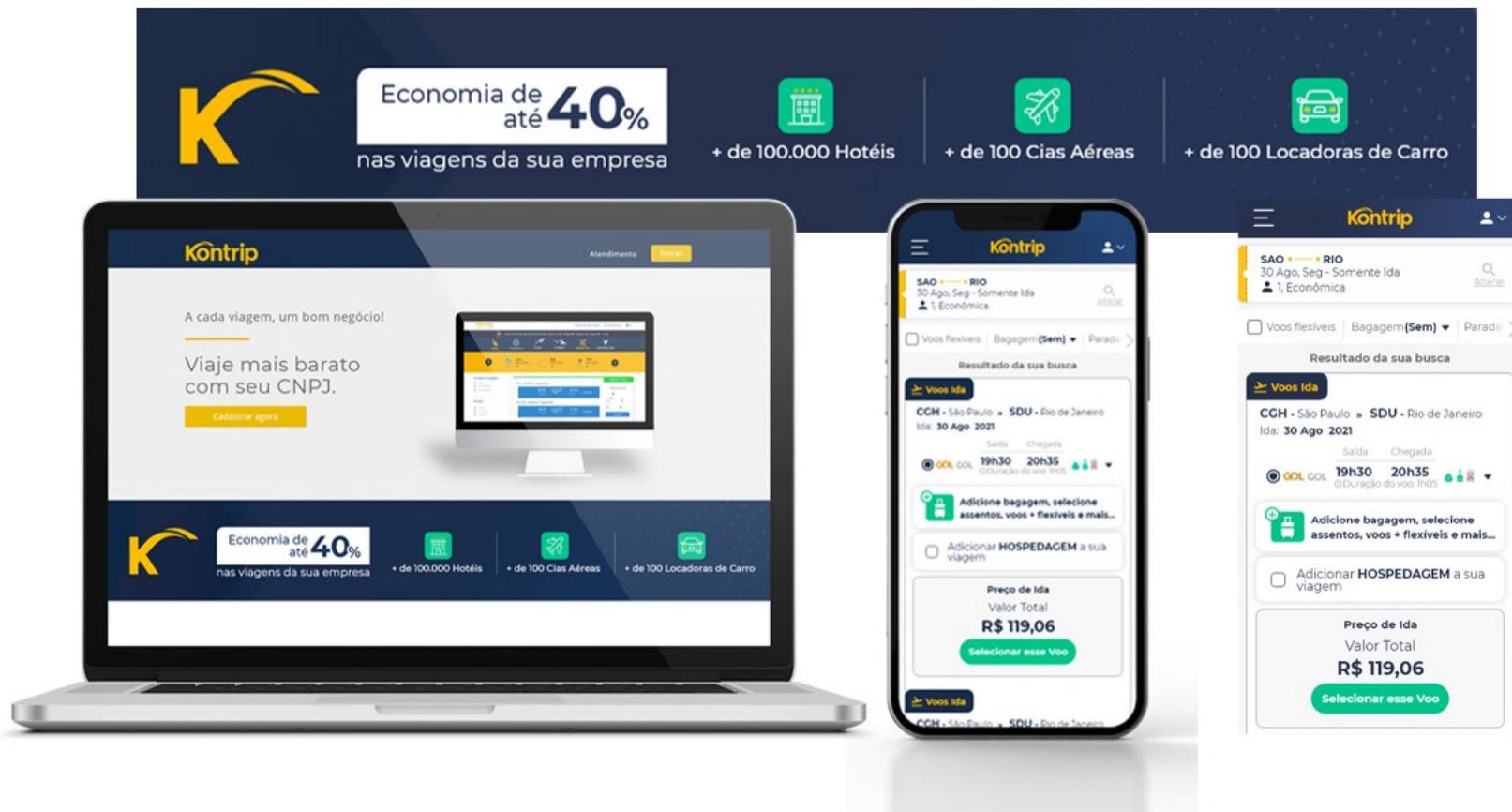
Uma Travel Tech especializada em soluções de viagens corporativas para micro, pequenas e médias Empresas. Com 18.000 clientes ativos na plataforma, Kontrip tem como missão de transformar a experiência de compras e gestão de viagens corporativas, democratizando serviços de gestão e de viagens corporativas.

A Kontrip é uma Plataforma Gratuita, sem fidelidade e super intuitiva. Possibilitamos uma gestão integrada de viagens, através de funcionalidades que auxiliam no controle de gastos e no processo de compras de modo prático, rápido e econômico.

Aliamos praticidade, tecnologia, economia e atendimento especializado e equipe de pós vendas 24h.

Visite nosso site - [kontrip.com.br](https://kontrip.com.br)





Gerencia suas compras on line utilizando as diversas funcionalidades da plataforma:

- Usuários por CNPJ ilimitado
- Criação de Centros de Custos
  - Fluxo de Aprovação
  - Relatórios de compras

Além disso, tenha acesso as melhores condições comerciais e tudo isso sem a menor burocracia ou contratos.

*Low-friction* como uma plataforma digital deve ser.

Cadastre-se e conheça o novo jeito de viajar para suas viagens à negócios.

S A V E T H E D A T E



## Primeiro evento exclusivo de tecnologia e inovação para a hotelaria.

Venha conhecer as principais novidades e tendências em soluções para fortalecer a estratégia hoteleira.

Um evento totalmente interativo, dinâmico e repleto de questionamentos com debates interessantes sobre a atualidade.



**15 e 16 de julho de 2021**

9h às 12h30min



**Híbrido**

Escolha se irá pessoalmente no Hotel Hilton SP ou assistirá online.

**É gratuito. Se inscreva já!**

[hsmabrazil.org](https://hsmabrazil.org) - [contato@hsmabrazil.org](mailto:contato@hsmabrazil.org) - Whatsapp (11) 97143.0803





Ajudamos hotéis na distribuição com centenas de canais de vendas, também pelo website próprio e otimização de tarifas - Florianópolis/SC

A HSystem acredita que para qualquer hotel obter sucesso em vendas, a resposta é sempre através da tecnologia. Nossa razão de existir é ajudar hotéis e pousadas, independente do tamanho, a distribuir seu inventário nos principais canais de vendas, conhecer seus hóspedes em detalhes e incrementar suas vendas no próprio website, através de uma plataforma completa de softwares totalmente integrados.

Atendemos atualmente 1.200 hotéis e pousadas do Brasil  
Tecnologia no estado da arte, atendimento e educação do mercado.

Visite nosso site - [www.hsystem.com.br](http://www.hsystem.com.br)



Palace Hotel

RESERVAS GALERIA DE FOTOS BR

02/07/2021 03/07/2021 2 Adultos Nenhuma criança Código Promocional PESQUISAR

1. Seleção de acomodações 2. Informações do Hóspede 3. Finalizando sua reserva

**MELHOR PREÇO GARANTIDO!**

Parcelamos em até 6x

**APARTAMENTO STANDARD DUPLO SOLTEIRO** 🌞 📶 📺 📞 📧

Ver detalhes

2x Cama de Solteiro

TARIFAS PREÇO PARA 1 DIÁRIA

Tarifa Café da Manhã -5% RESERVAR  
CAFÉ DA MANHÃ WIFI  
**R\$ 340,10**

Tarifa Meia Pensão -5% RESERVAR  
CAFÉ DA MANHÃ WIFI JANTAR  
**R\$ 447,45**

---

**APARTAMENTO STANDARD DUPLO CASAL** 🌞 📶 📺 📞 📧

Ver detalhes

1x Cama de Casal

TARIFAS PREÇO PARA 1 DIÁRIA

Tarifa Café da Manhã -5% RESERVAR  
CAFÉ DA MANHÃ WIFI  
**R\$ 340,10**

Tarifa Meia Pensão -5% RESERVAR  
CAFÉ DA MANHÃ WIFI JANTAR  
**R\$ 447,45**

MINHA RESERVA

Adicione ao menos uma acomodação

CONTINUAR →

✓ Wi-Fi Grátis  
 ✓ Melhor preço garantido

Atendemos as recomendações de boas práticas no controle da pandemia

INSIGHTS ANÁLISES CALENDÁRIOS FLUTUAÇÃO CONFIGURAÇÕES UPLOAD

CONFIGURAÇÃO DE ALERTAS

**ALTERAÇÃO DE PREÇO**

**Diminuição de 10%**  
Para qualquer concorrente  
Qualquer data

**Aumento de 10%**  
Para qualquer concorrente  
Qualquer data

**Diminuição de 10%**  
Concorrentes: Hotel Floreze Primo, Hotel Monte Felice Centro  
Qualquer data

**Aumento de R\$60**  
Para qualquer concorrente  
Qualquer data

+ Adicionar Regra

**COMPARAÇÃO DE PREÇO**

**Preço maior que o meu em 10%**  
Combinação: Qualquer nº pessoas / Pensão Todos / Cancelamento Todos  
Para qualquer concorrente  
Qualquer data

**Preço menor que o meu em R\$75**  
Combinação: 2 pessoas / Pensão Café da Manhã / Cancelamento Todos  
Para qualquer concorrente  
Qualquer data

+ Adicionar Regra

**DISPONIBILIDADE**

**Diminuição de disponibilidade em 10% dos quartos na praça**  
Para qualquer concorrente  
Qualquer data

**Diminuição de disponibilidade em 5% dos quartos na praça**  
Para qualquer concorrente  
Nas datas especiais: Dia dos Namorados

**Diminuição de disponibilidade em 5% dos quartos na praça**  
Para qualquer concorrente  
Nas datas especiais: Natal - Natal Luz

+ Adicionar Regra

**Ocupação**

**Alerte-me quando minha taxa de ocupação estiver acima de 25%**  
Qualquer data

**Alerte-me quando minha taxa de ocupação estiver acima de 50%**  
Qualquer data

**Alerte-me quando minha taxa de ocupação estiver acima de 75%**  
Qualquer data

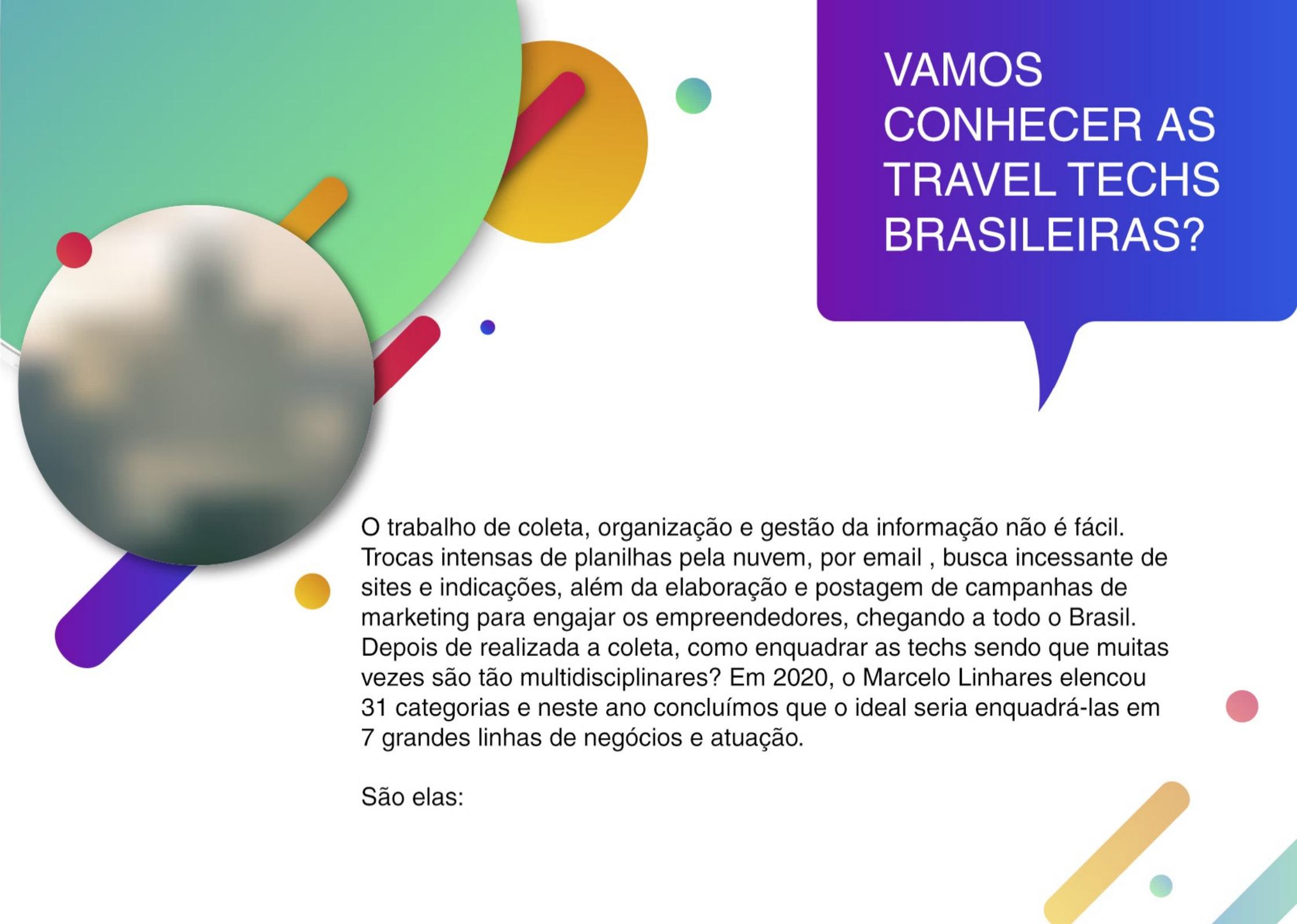
**Alerte-me quando minha taxa de ocupação estiver acima de 90%**  
Qualquer data

+ Adicionar Regra

HOTEL TISSIANI CANELA	331,20	384,00	240,00	240,00	240,00	240,00	210,67	S/D	LOS 2	312,00	312,00	S/D	312,00	198,36	S/D	S/D	S/D	312,00
HOTEL POUSADA BLUMENBERG	356,59	S/D	304,04	304,04	304,04	304,04	S/D	S/D	S/D	394,13	394,13	394,13	S/D	349,60	S/D	S/D	337,82	365,98



A HSystem ajuda você a conseguir mais hóspedes para seu hotel!

A decorative background featuring a large, blurred sphere in the center-left, surrounded by various colored circles and shapes in shades of green, orange, red, purple, and blue. A speech bubble on the right contains the main title.

# VAMOS CONHECER AS TRAVEL TECHS BRASILEIRAS?

O trabalho de coleta, organização e gestão da informação não é fácil. Trocas intensas de planilhas pela nuvem, por email, busca incessante de sites e indicações, além da elaboração e postagem de campanhas de marketing para engajar os empreendedores, chegando a todo o Brasil. Depois de realizada a coleta, como enquadrar as techs sendo que muitas vezes são tão multidisciplinares? Em 2020, o Marcelo Linhares elencou 31 categorias e neste ano concluímos que o ideal seria enquadrá-las em 7 grandes linhas de negócios e atuação.

São elas:

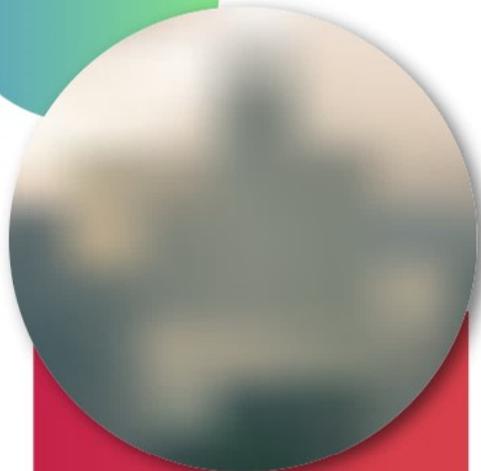


Mobilidade  
(todos os modais)

Techs voltadas para transporte/locomoção de pessoas, independentemente do modal utilizado (inclusive intramunicipal)

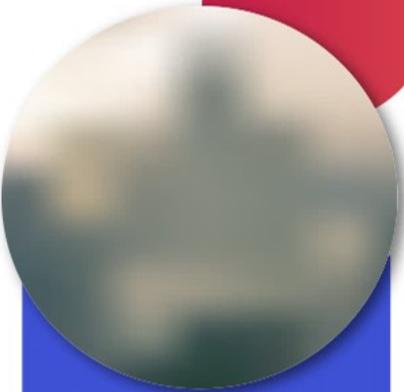
Hospedagem

Techs cujo negócio principal seja acomodar pessoas (atividade-fim)



Experiências

Techs voltadas a oferecer experiências ao consumidor, ou a melhorar experiências promovidas por outras empresas (techs ou não)



Agenciamento e Reservas online

Techs voltadas para agenciar (intermediar) serviços de turismo e viagens junto a provedores finais, com ou sem suporte offline humano

Eventos

Techs voltadas para organizar ou contribuir com a melhoria de experiência de participantes de eventos



Tecnologia para outros players

Techs voltadas para automatizar processos de outros fornecedores, sejam outras techs ou empresas tradicionais.

Despesas Corporativas

Techs voltadas para adiantamentos, prestação de contas, reembolsos e meios de pagamentos para CNPJs (ONGs, empresas, órgãos governamentais)

# Loureiro Consultores



Gestão Terceirizada de Viagens e Eventos de sua empresa

Revisão e Implantação de Políticas de Viagens,  
Eventos e Frota Corporativa

Assessoria em BIDs e RFPs (Procurement)

Tecnologia para Gestão de Viagens, Eventos e Frota

Coaching e Mentoria Profissional

Visite o nosso site: [loureiroconsultores.com/travel-techs](https://loureiroconsultores.com/travel-techs)



The background features a white space with various colorful geometric elements. On the left, there are several diagonal bars in shades of pink, yellow, green, and purple, interspersed with small circles of the same colors. On the right, a large blue globe is partially visible, with a white map outline of the Americas. Overlapping the globe are a large yellow circle with a blue bar passing through it, and a large green bar. A small purple circle is at the bottom right, and a red circle is at the top right.

Obrigado!

1º Anuário Brasileiro de Travel Techs.

Redação/Idealização: Fernão Loureiro  
Produção/Design/Arte Final: Fábio Cruz



**Loureir Consultores**

Gestão | Processos | BPO | Representação | Treinamentos

