

economia

Turismo corporativo prevê segundo semestre otimista

Segmento já comemora melhora de faturamento e movimentação

/TURISMO

Mariana Guazzelli Costa
marianag@jcrs.com.br

Apesar dos altos custos operacionais impulsionados pela inflação, do aumento dos combustíveis e do conflito na Ucrânia, o setor de turismo corporativo vem conseguindo superar os obstáculos iniciados com a pandemia. Prova disso é que o segmento encerrou o primeiro semestre de 2022 com bons resultados para o mercado de eventos e viagens corporativas, e projeta números também positivos para os próximos meses.

Pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp) aponta que o segmento faturou, somente no mês de maio, R\$ 1,093 bilhão em relação a abril - mês que já havia sido positivo, com uma movimentação de quase R\$ 875 milhões - um crescimento de 25%, evidenciando a recuperação registrada desde o início do ano.

Apesar do impacto positivo no faturamento, esse aquecimento do turismo corporativo não seguiu a mesma proporção no número de tickets emitidos, em comparação com o ano de 2019. “Nós estamos com um ticket menor ainda de emissão. Isso não só no internacional, mas também no mercado doméstico. Em maio, nós fechamos ainda



Setor encerrou a primeira metade do ano com bons resultados

35% abaixo em número de bilhetes emitidos”, explica Gervásio Tanabe, presidente executivo da Abracorp.

Ainda assim, a expectativa para o segundo semestre continua positiva para o setor de viagens corporativas. “No mercado doméstico, nós imaginamos que no segundo semestre tenhamos, tanto um crescimento do ponto de vista de faturamento, quanto um empate do ponto de vista de emissão de bilhetes, em comparação com 2019”, declara.

Segundo a lista de eventos corporativos credenciados junto à Associação Brasileira de Agências de Viagens no Rio Grande do Sul (Abav RS) e a Secretaria Estadual do Turismo (Setur), existem cerca de 20 eventos programados para este segundo semestre, entre julho e dezembro. Desses

eventos, pelo menos 11 serão realizados no Rio Grande do Sul.

Na capital gaúcha, o Porto Alegre & Região Metropolitana Convention & Visitors Bureau (POACVB) contabiliza 7 eventos para o segundo semestre de 2022, estimando um total de 14,7 mil pessoas. Segundo a presidente da entidade, Adriane Hilbig, a expectativa é de um semestre bastante movimentado para o setor. “Porto Alegre, tem no seu DNA os eventos de negócios, então, a cadeia toda gira em torno disso. Nós temos uma projeção para um segundo semestre cheio atividades e de eventos, em função também dos 250 anos da cidade, que também trouxeram muitos eventos para a nossa Capital, que aconteceram no primeiro semestre e acontecerão neste segundo”, declara Hilbig.

Eventos de negócios aquecem o mercado hoteleiro

Para o setor hoteleiro, o aquecimento do mercado do turismo corporativo também impacta positivamente e de maneira significativa. Segundo dados fornecidos pelo Sindicato de Hotéis de Porto Alegre (Shpoa), a taxa de ocupação dos hotéis da cidade cresceu 27,99%, em maio, em comparação com maio de 2019.

“Nos primeiros três meses do ano, o movimento da cidade de Porto Alegre, pela nossa experiência, foi dado por um pouco de turismo de lazer e um pouco pelas empresas de pequeno

porte. Mas, de março a maio, as grandes empresas começaram a voltar a viajar, assim como voltaram os grandes eventos e as convenções. E isso resgatou o movimento da cidade”, declara Alexandre Gehlen, vice-presidente Institucional do SHPOA e diretor geral da ICH Administração de Hotéis.

Maio, inclusive, foi o mês da realização do South Summit na Capital, que contribuiu para o aumento da demanda turística e da rede hoteleira da cidade.

Quanto à expectativa para esse segundo semestre, Gehlen

declara um otimismo cauteloso para o setor hoteleiro.

“Para quem estava na indústria, que sofreu dois anos do jeito que a gente sofreu, em função da pandemia, os últimos três meses de crescimento, com gente voltando a viajar, é um sinônimo de otimismo. Mas eu falo em otimismo cauteloso, porque estamos frente a um cenário desafiador, em termos de inflação. Ainda assim, a malha aérea tem que ser nossa linha aliada. Ela não pode falhar e a inflação ainda pode atrapalhar em termos de custos”, explica Gehlen.

Viagens de negócios deverão somar US\$ 792 bilhões até 2026

Mesmo com muitas incertezas que ainda pairam em torno da indústria de viagens, desde o surgimento de mais variantes do coronavírus e a trajetória da guerra entre a Rússia e a Ucrânia, no mercado corporativo as pessoas estão saindo do on-line para o presencial. Trata-se do retorno das viagens corporativas. Um estudo recente publicado pela Global Industry Analysts, Inc. (GIA), intitulado “Business Travel - Global Market Trajectory & Analytics”, apontou que as viagens de negócios, domésticas ou internacionais, as quais compreendem trabalho, hospedagem, alimentação, lazer e transporte, estão entre os principais contribuintes para a economia global e a perspectiva é que atinjam US\$ 792 bilhões até 2026.

Propelida por esta tendência, a Gol viu sua receita líquida com o transporte de passageiros, em janeiro e fevereiro, atingir patamares de comercialização que superaram o mesmo período pré-pandêmico de 2019, em 10% e 30%, respectivamente - valores que expandiram para 60%, em março de 2022, alavancados pelo aumento de 63% nas vendas para o segmento corporativo e o estímulo para as viagens de trabalho combinadas com lazer.

A Azul, em comparação com 2019, somente no primeiro trimestre de 2022, teve um crescimento de 16,8% na receita de passageiros, comparado com o mesmo período de três anos atrás.

Tanto a Gol quanto a Azul deixaram claro em sua apresentação trimestral aos investidores a importância da retomada das viagens a trabalho para a melhora dos indicadores financeiros: “Terminamos o trimestre com nove meses consecutivos de forte e crescente demanda de lazer, ao mesmo tempo em que o corporativo acelerou

rapidamente, nos permitindo elevar tarifas para compensar o aumento dos preços dos combustíveis”, afirmou a Azul em relatório do primeiro trimestre de 2022.

Impulsionadas pela expansão da indústria de viagens e turismo como um todo, visto que depois de dois anos de reclusão as pessoas não aguentam mais ficar “trancadas em casa”, pelo aumento das iniciativas de reuniões, lançamentos de produtos, feiras, marketing, conferências e eventos, bem como pelo aumento da globalização de negócios, empresas que operam neste cenário estão tentando fazer programas bem gerenciados e econômicos aos clientes.

Como a Onfly, por exemplo, startup 100% nacional que tem por propósito promover e facilitar a gestão de viagens a trabalho. Por lá, foi registrado, em maio, um crescimento de 900% em relação ao período pré-pandemia. Marcelo Linhares, CEO da Onfly, enaltece que é unânime entre seus clientes o conceito de que viajar nessa modalidade é fundamental para o estabelecimento de parcerias e fechamento de novos contratos, e as plataformas de gestão de viagens on-line vieram para facilitar a vida dos empresários e aumentar a produtividade dos colaboradores: “Então, naturalmente, trata-se de um segmento extremamente promissor”.

Reservas de hotel no sistema da Onfly aumentaram 417%, enquanto as de avião cresceram em 745%, quando comparadas ao mesmo período do ano passado. Para se ter uma ideia da expansão, só no primeiro trimestre do ano, o faturamento com as reservas de hotel no sistema da Onfly aumentou 417%, enquanto o faturamento com as viagens de avião cresceu em 745%, quando comparados ao mesmo período do ano passado.



Venda de passagens aéreas e reservas de hotéis aumentaram no País