

REGIONALIZAÇÃO | GLOBALIZAÇÃO DAS CONTAS **DE VIAGENS CORPORATIVAS**

instituto alatur 

HRGTM



GRUPO ALATUR

UM MUNDO DE SOLUÇÕES EM MOBILIDADE CORPORATIVA

O Grupo Alatur é um dos maiores e mais completos players do mercado brasileiro:

- Forte presença global em associação com a HRG Worldwide.
- Soluções que integram gestão e serviços de viagens para o dia a dia da sua empresa.
- Coordenação, planejamento e execução de eventos corporativos.
- Inteligência e logística para ações de incentivo.
- Organização de roteiros exclusivos, e muito mais.

Grupo Alatur. Um único grupo. Todas as soluções.



GRUPO ALATUR

www.alatur.com

A pesquisa sobre Regionalização e Globalização de viagens corporativas, encomendada pelo Instituto Alatur e HRG Brasil foi realizada em sua 1ª edição pelo Instituto de Pesquisa Ivani Rossi Conhecimento Aplicado a Negócios, durante os meses de fevereiro e março de 2012. Nesta edição além de traçar as tendências entre empresas brasileiras que se internacionalizaram, foi feito um paralelo com as multinacionais que estão instaladas no Brasil. O estudo mostra quais os mercados mais frequentes na expansão dos negócios das empresas multinacionais no presente e no futuro. O estudo demonstra ainda os desafios e benefícios da consolidação regional e global da conta de viagens corporativas. Uma referência para compradores e gestores de viagens que atuam na América Latina.

Sobre o Instituto Alatur

O braço institucional do Grupo Alatur, o Instituto Alatur tem missão de estimular o desenvolvimento de conteúdo e difundir as melhores práticas do mundo, onde quer que elas estejam, para contribuir com o crescimento sustentável das atividades relacionadas às viagens, eventos e mobilidade corporativa no seu sentido mais amplo.

O Instituto Alatur foi desenvolvido para disseminar, cada vez mais, as informações sobre o setor. Por isso, dentre suas atividades estão:

- Geração e difusão de pesquisas de mercado e estatísticas do setor;
- Promoção e intercâmbio de melhores práticas;
- Desenvolver e promover conteúdo através de publicações como livros e periódicos;
- Integrar gestores de viagens e eventos, por meio de programas de debates, fóruns, atividades de conteúdo e iniciativas de apoio ao desenvolvimento sustentável;
- Abertura para iniciativas e projetos relevantes do mercado

Sobre a HRG Worldwide

Hogg Robinson Group plc (HRG) é uma empresa de serviços reconhecida e premiada no seu setor. Fundada em 1845 com matriz em Basingstoke, Hampshire, no Reino Unido, a HRG é especialista em gestão de viagens, despesas e dados através de tecnologia e produtos próprios. Com uma rede global que abrange mais de 120 países a HRG oferece conhecimento local e expertise global nas Américas, Europa, Ásia Pacífico, África e Oriente Médio.

Sobre Ivani Rossi Conhecimento Aplicado a Negócios

- Mais de 25 anos de experiência;
- Grande conhecimento do mercado Brasileiro;
- Foi sócia da ex-InterScience Informação e Tecnologia Aplicada;
- Realizou mais de 1700 projetos qualitativos e quantitativos em praticamente todos os segmentos de negócios (serviços, consumo, B2B, varejo, financeiro, serviços, imobiliário)

Cenário

Com a ascensão da economia brasileira, muitas empresas multinacionais se instalaram no Brasil, além do fenômeno de empresas brasileiras que se internacionalizaram ou estão nesse processo.

Frente a este cenário, o programa de viagens, principalmente das empresas brasileiras internacionalizadas, tomou outro vulto, uma vez que seus negócios se estendem por mercados globais.

Assim sendo, novos desafios relativos ao deslocamento de seus recursos humanos se apresentam num cenário onde a legislação tributária e os hábitos culturais são desconhecidos por essas empresas.

Objetivos desta pesquisa

Compreender em relação à regionalização (globalização da gestão das viagens corporativas)

- Como veem o processo de regionalização no futuro próximo?
- Quais as vantagens e as dificuldades desse processo?
- Para quais mercados as empresas estão indo (América Latina, Europa, Ásia)?
- Qual a tendência futura? Conquistar novos mercados? Onde?
- Quais as facilidades encontradas nesse processo de internacionalização?
- Como resolvem seus programas de internacionalização das viagens corporativas?
- Atuando em mais de um país, qual o procedimento adotado?
- Existe um protocolo de ação para países diferentes? Como funciona?
- Existem diferenças entre as empresas brasileiras que se internacionalizaram e as multinacionais?

Usos das informações desta pesquisa

Entender como é o processo de internacionalização, mobilidade e políticas

- Identificar modelos de regionalização das contas corporativas
- Compreender as especificidades das multinacionais brasileiras
- Identificar os aspectos valorizados na contratação de uma empresa de serviços a fim de subsidiar a estratégia de abordagem
- Servir de benchmark às empresas que passam por processos semelhantes.

Características do Projeto

Metodologia

- Quantitativa, em entrevistas telefônicas, questionário estruturado em perguntas fechadas e abertas.

Universo

- Diretores, gerentes, superintendentes e gestores, responsáveis por definir as políticas de viagens da empresa.

Amostra

- Foram obtidos **53 casos**, distribuídos:
 - 28 casos com empresas brasileiras, extraídos da Revista Multinacionais Brasileiras, publicação do jornal Valor Econômico, contendo 77 empresas brasileiras
 - e 25 casos, com empresas multinacionais, para efeito de comparação.

6 Segmento de atuação e presença nos países

Brasileiras
presentes em média em 3 países/regiões

Multinacionais
presentes em média em 4 países

México



América Central



Países Andinos



Países do Cone Sul



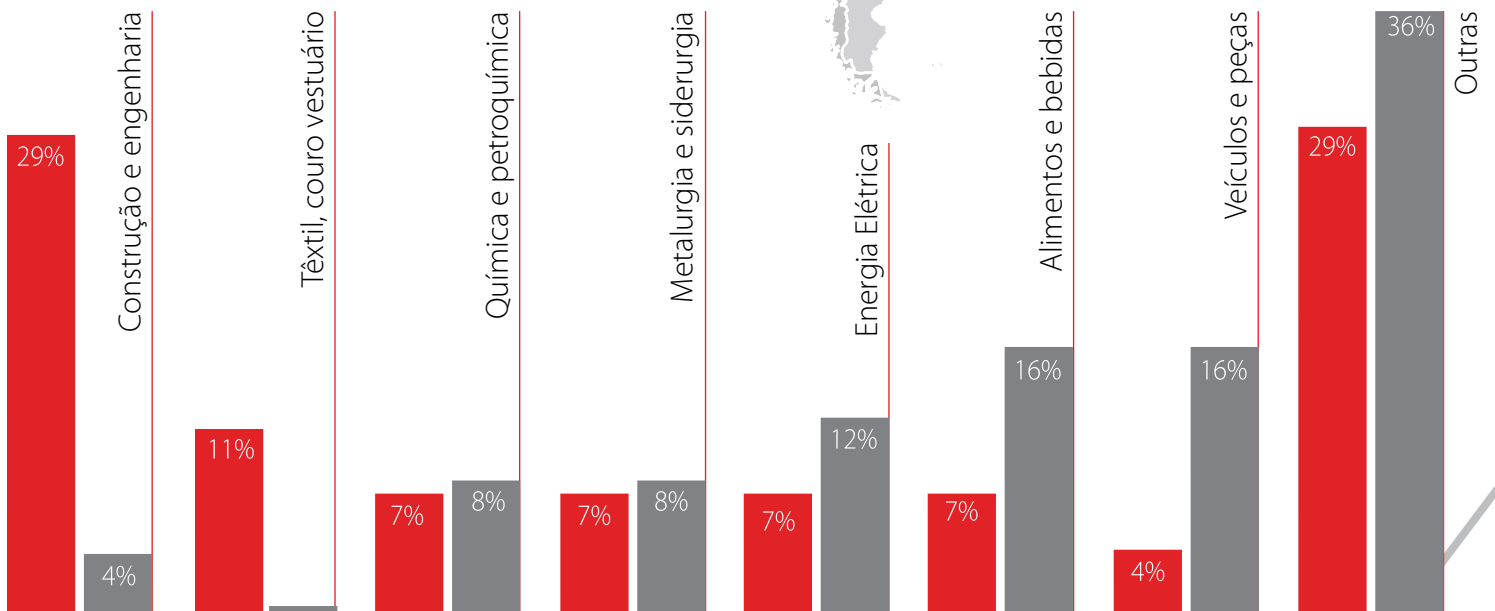
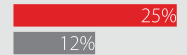
Estados Unidos e Canadá



Europa



África



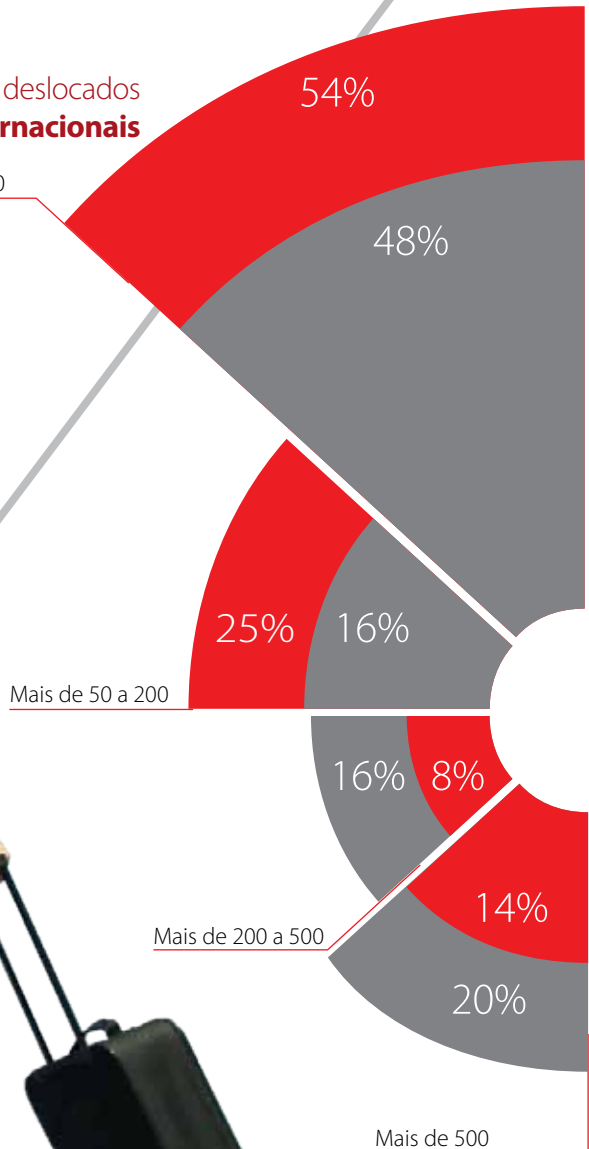
Base: 53/28/25 Fonte: Total de Empresas/Brasileiras/Multinacionais Obs: Ordenado pelas empresas Brasileiras

Número de funcionários deslocados anualmente em viagens internacionais

Ásia



Até 50



Mais de 50 a 200

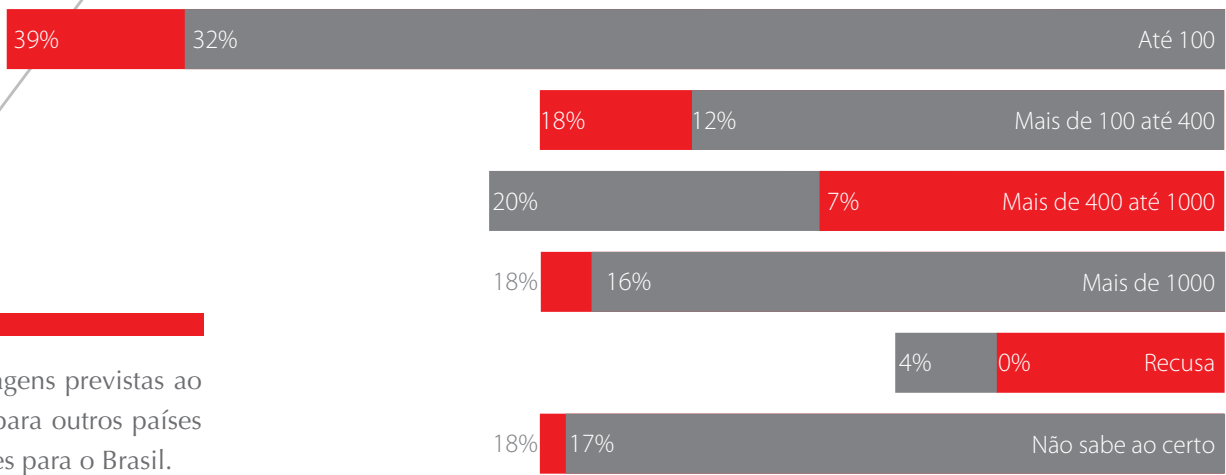
Mais de 200 a 500

Mais de 500

Média anual : 186 156 218

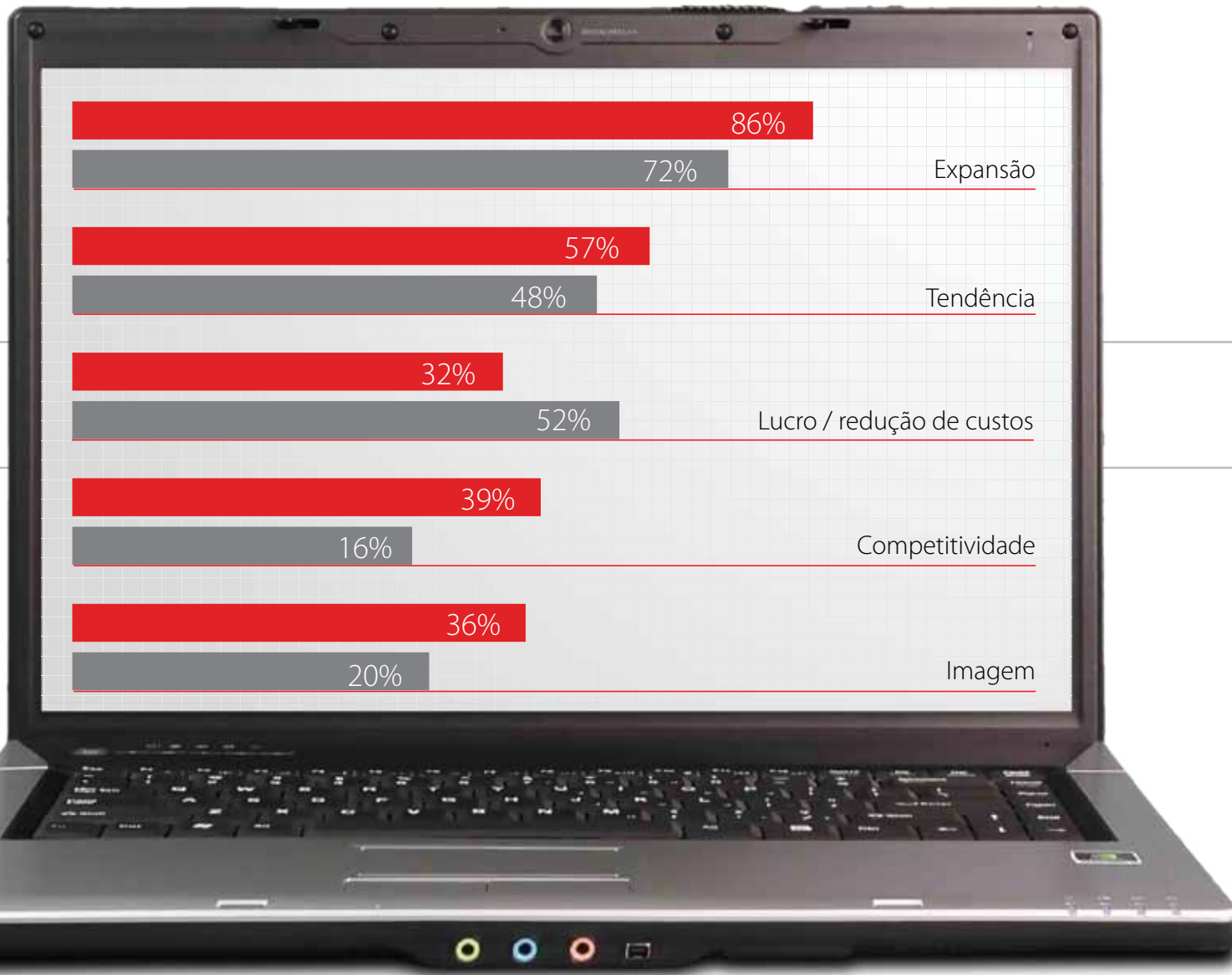
■ Brasileiras ■ Multacionais

Número de viagens internacionais previstas ao ano



Número de viagens previstas ao ano do Brasil para outros países ou desses países para o Brasil.

Opinião sobre a regionalização das empresas



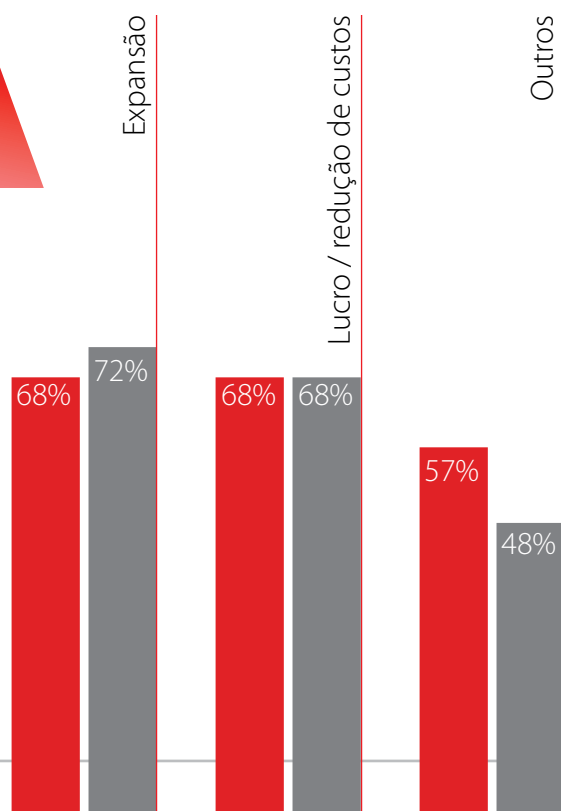
■ Brasileiras ■ Multinacionais

Três aspectos destacam-se no desafio da regionalização, independente se do ponto de vista de uma empresa brasileira se expandindo ou de multinacionais com grande experiência:

- ▀ Possibilidade de aumento na participação de mercado
- ▀ Com a abertura da economia brasileira, definiu-se como uma oportunidade
- ▀ E uma combinação lucro vs redução de custos por conta de produção em larga escala.

Vantagens do processo de regionalização

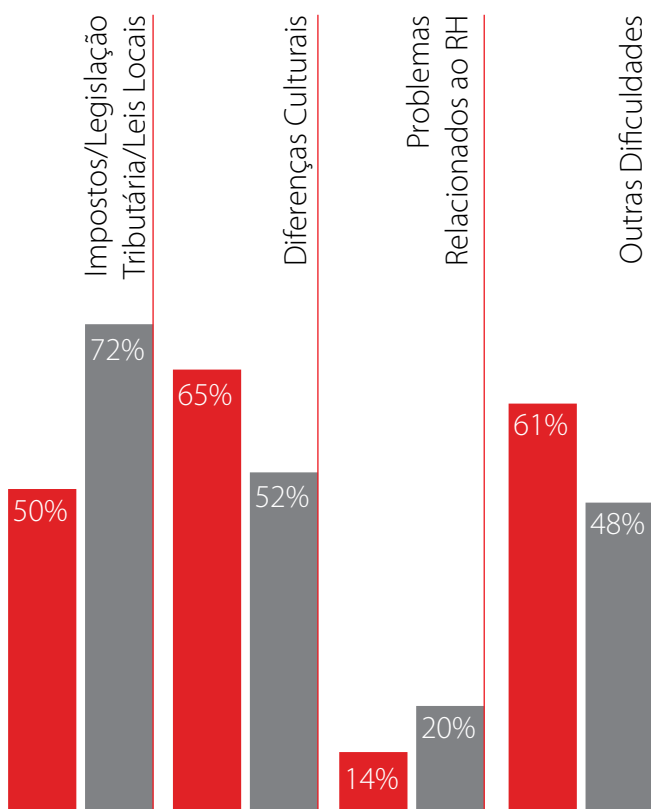
As vantagens são tanto a possibilidade de expansão dos negócios como de lucratividade e redução de custos.



Dificuldades enfrentadas no processo de regionalização

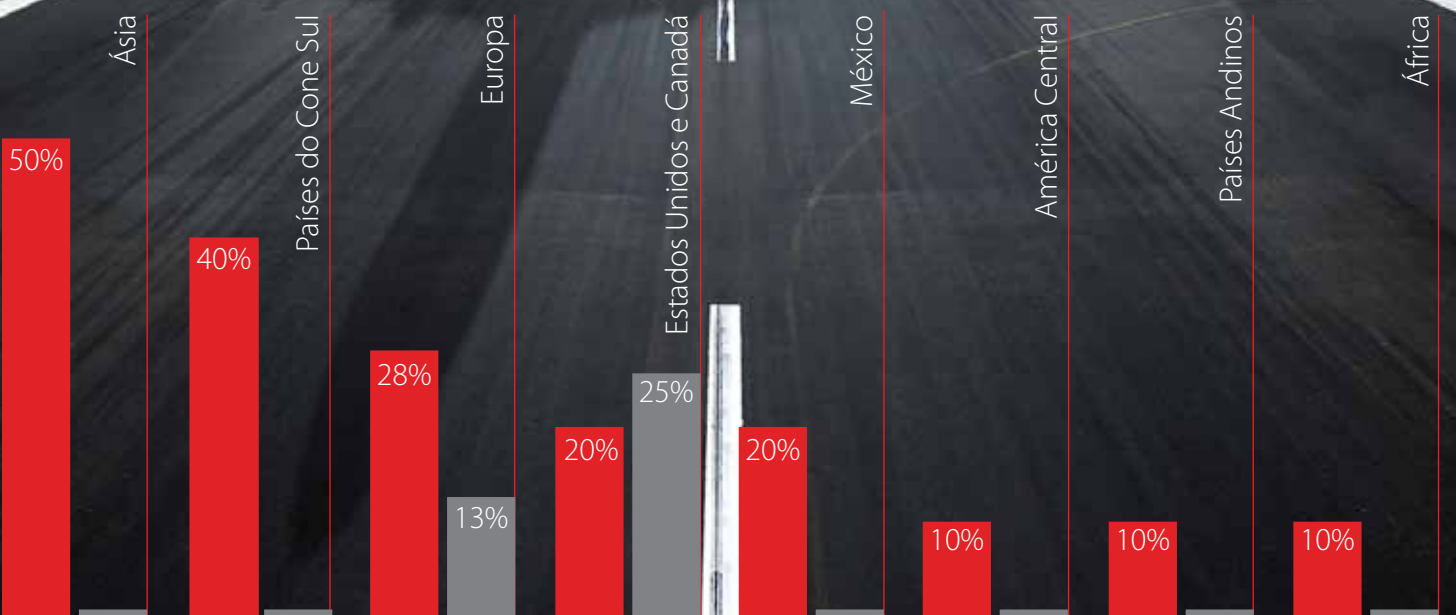
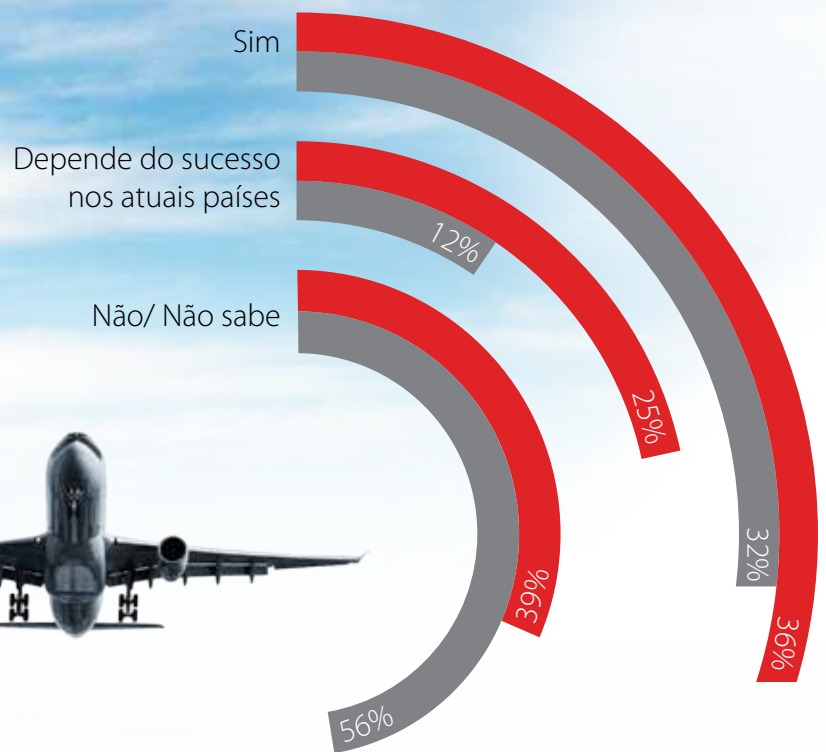
As dificuldades enfrentadas dizem respeito aos impostos, a legislação tributária local.

As diferenças culturais também acabam criando entraves ao processo de entrada no país.



Planejamento: expansão para os próximos 10 anos

Um terço das empresas planeja expandir seus negócios nos próximos 10 anos, entre as brasileiras os países da Ásia e Cone Sul foram os mais citados.



Base: 53/28/25 Fonte: Total de Empresas/Brasileiras/Multinacionais

A grayscale photograph of several business professionals in a meeting, blurred to suggest movement. The image is partially obscured by a diagonal white line and a horizontal white line. The text 'VIAGENS CORPORATIVAS' is overlaid on the bottom right of the image.

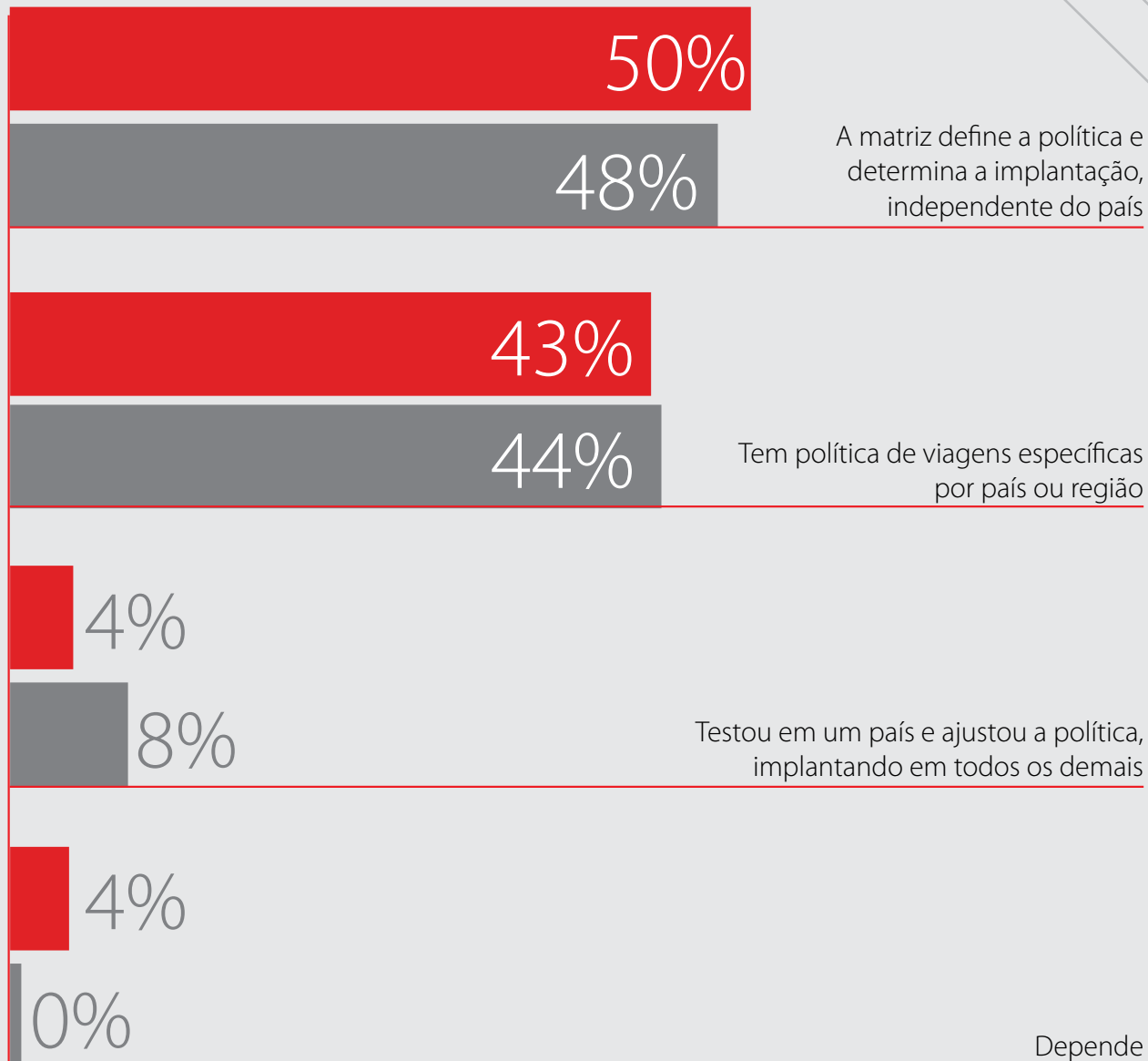
VIAGENS
CORPORATIVAS



Como ocorre a gestão do planejamento da política de viagens corporativas

Metade das empresas define uma política e determina a implantação e isto ocorre tanto nas empresas brasileiras como na multinacionais. E praticamente a outra metade tem política de viagens específica por região.

■ Brasileiras ■ Multinacionais



Base: 53/28/25 Fonte: Total de Empresas/Brasileiras/Multinacionais

Como é feita a gestão da política de regionalização

Cada unidade tem seu orçamento mas é validado pela Diretoria

75%

80%

Cada unidade tem seu próprio orçamento

25%

16%

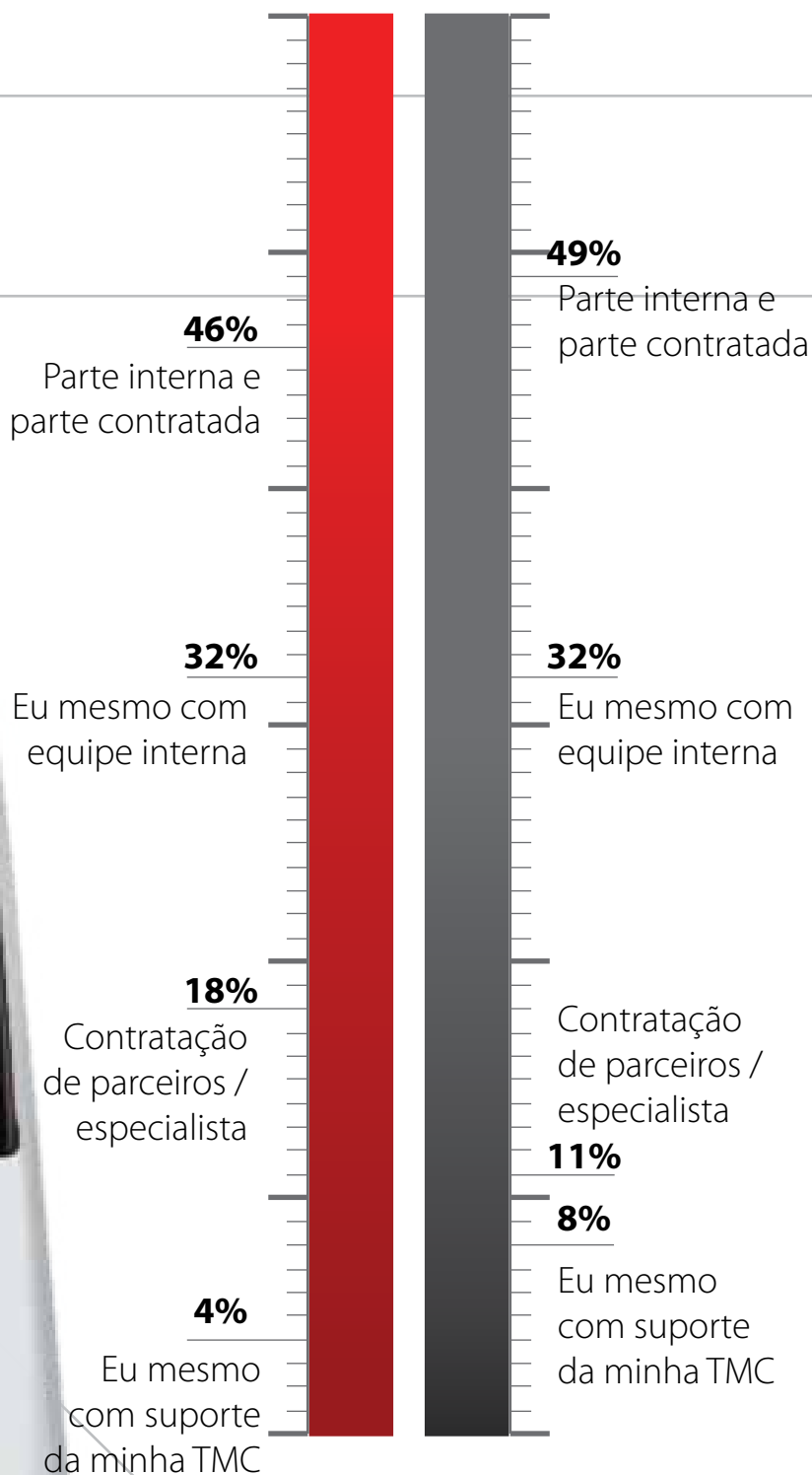
Um orçamento por departamento

0%

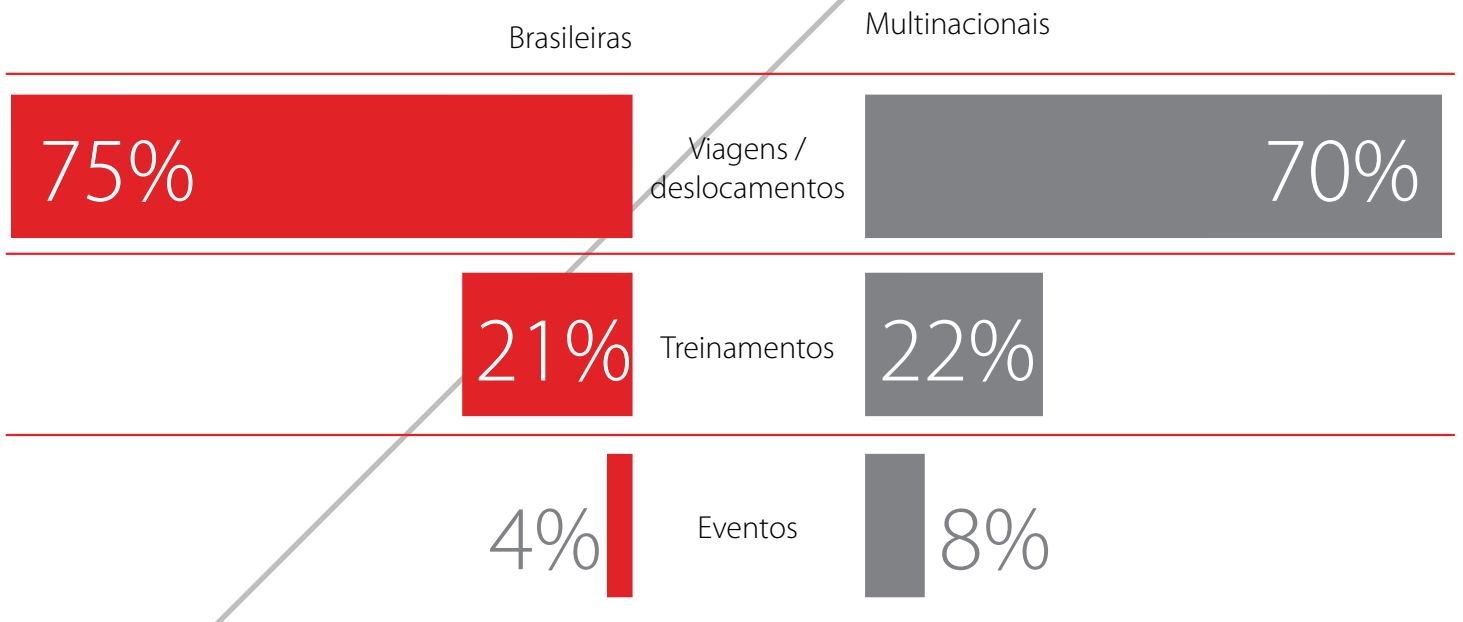
4%

Responsável pela coordenação do processo de gestão

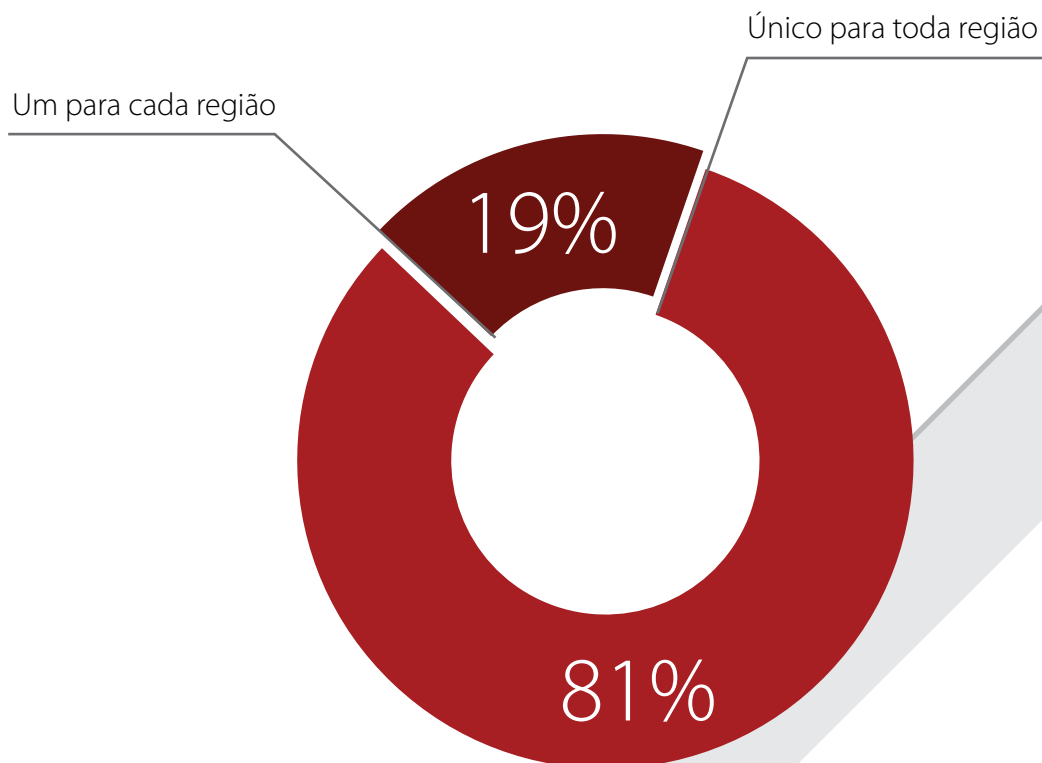
■ Brasileiras ■ Multinacionais



O que está contemplado na estratégia de regionalização



O que está contemplado na estratégia de regionalização



Dificuldades encontradas na gestão da política de viagens



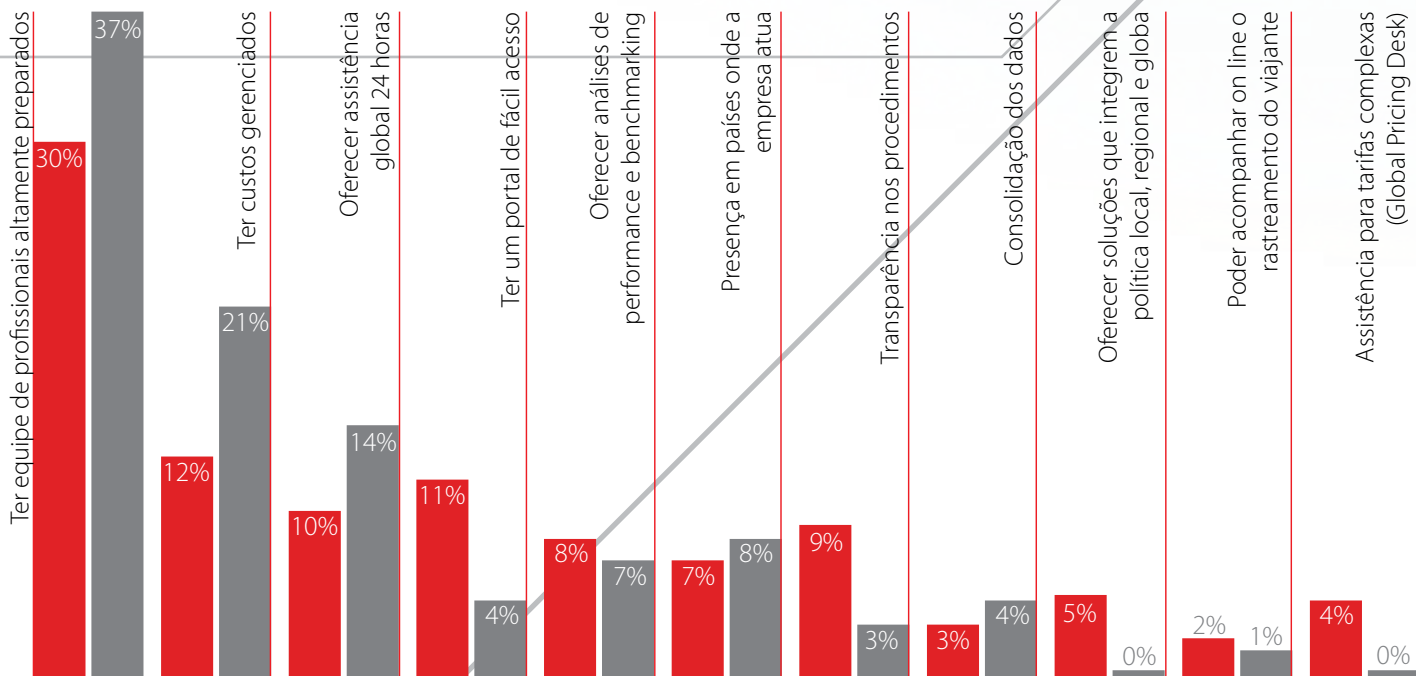
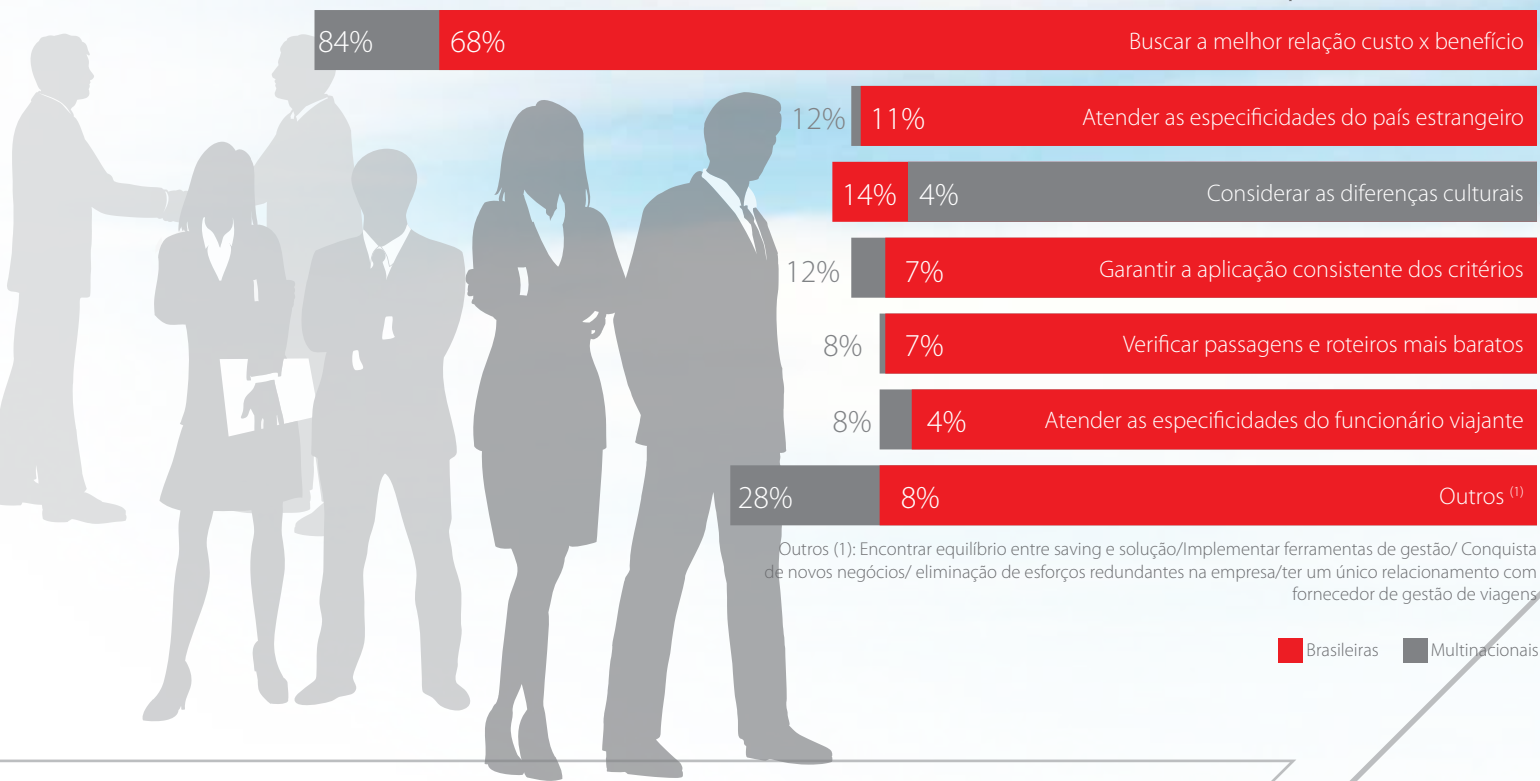
Base: 53/28/25 Fonte: Total de Empresas/Brasileiras/Multinacionais

Obs.: Total de Menções

Outras (1): Especificidade de cada um dos mercados/Rastreamento de viajantes/ Conversão de diferentes moedas

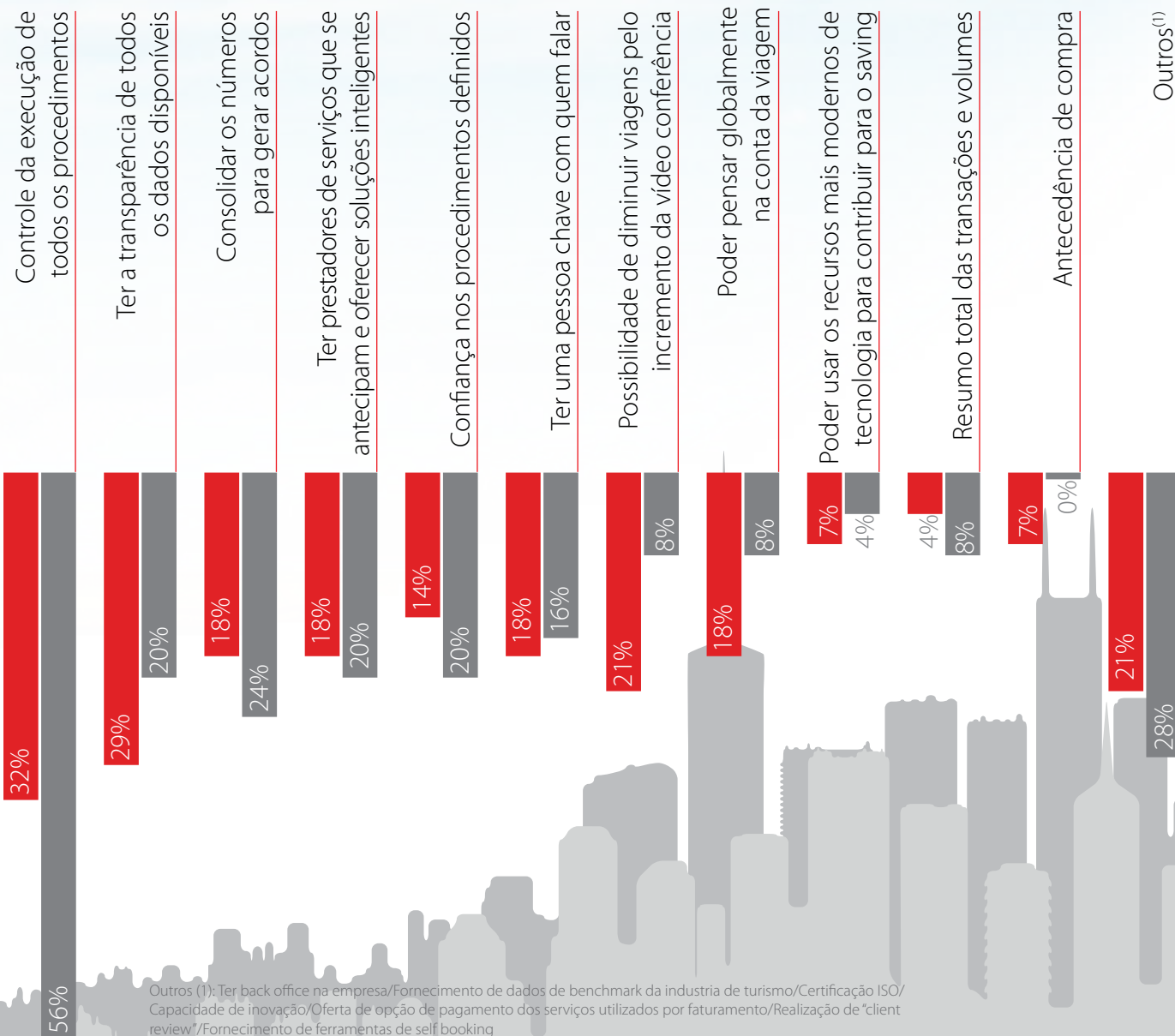
Aspecto mais importante na contratação de um parceiro/especialista

(importância do atributo)

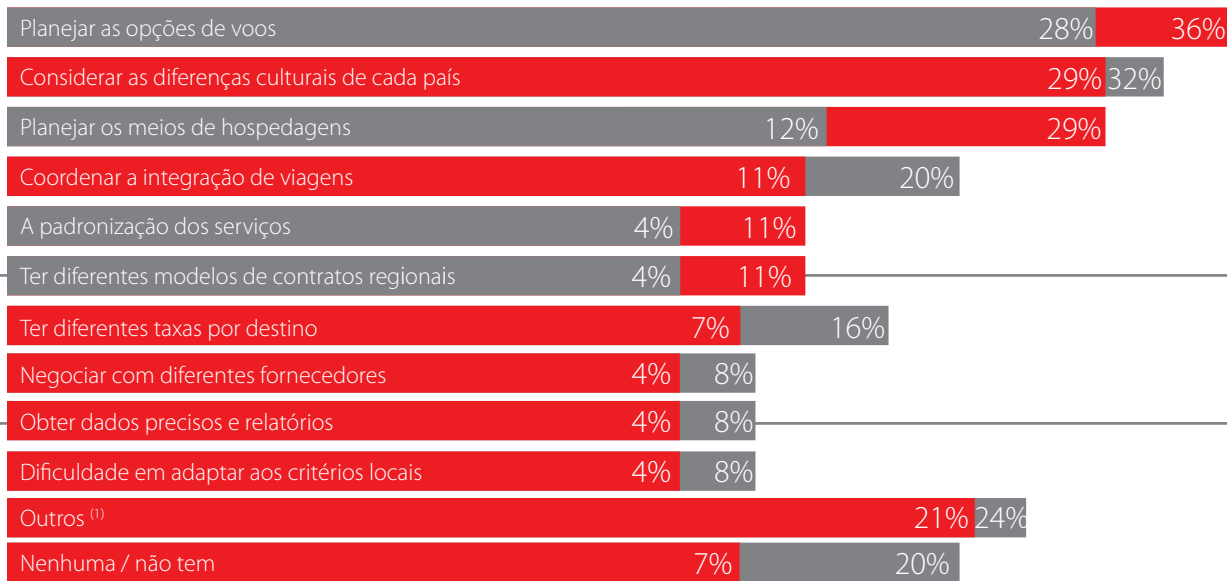


Base: 53/28/25 Fonte: Total de Empresas/Brasileiras/Multinacionais

Fatores que facilitam a execução da **administração da política de viagens**



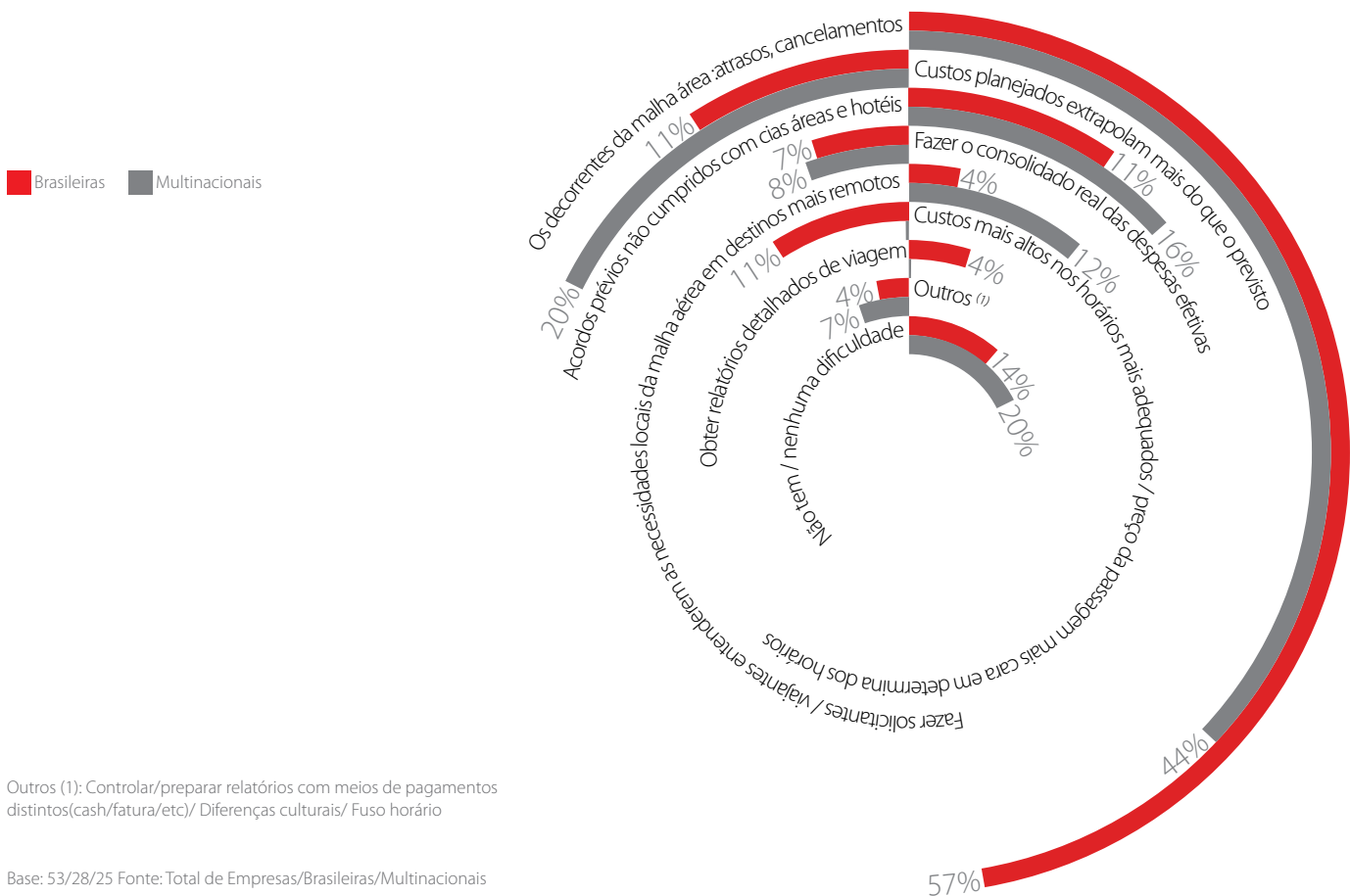
87% apontou alguma dificuldade no planejamento da política de viagens corporativas



Outras(1): Definir claramente os critérios de locomoção terrestre/Diferentes formas de recebimento e faturamento/Restrições legais/ Confiabilidade nos fornecedores locais/Resistência em mudar comportamento da equipe local/ Falta da oferta de serviços dependendo da região

Há problemas na execução da política de regionalização

Problemas



Base: 53/28/25 Fonte: Total de Empresas/Brasileiras/Multinacionais

Instituto Alatur

O Instituto Alatur tem como missão estimular o desenvolvimento de conteúdos e difundir as melhores práticas do mundo, contribuindo com o crescimento sustentável das atividades relacionadas à mobilidade corporativa. Para isso, a entidade publica livros, financia pesquisas e realiza eventos que tratam sobre o setor, apontando as principais tendências do mercado.

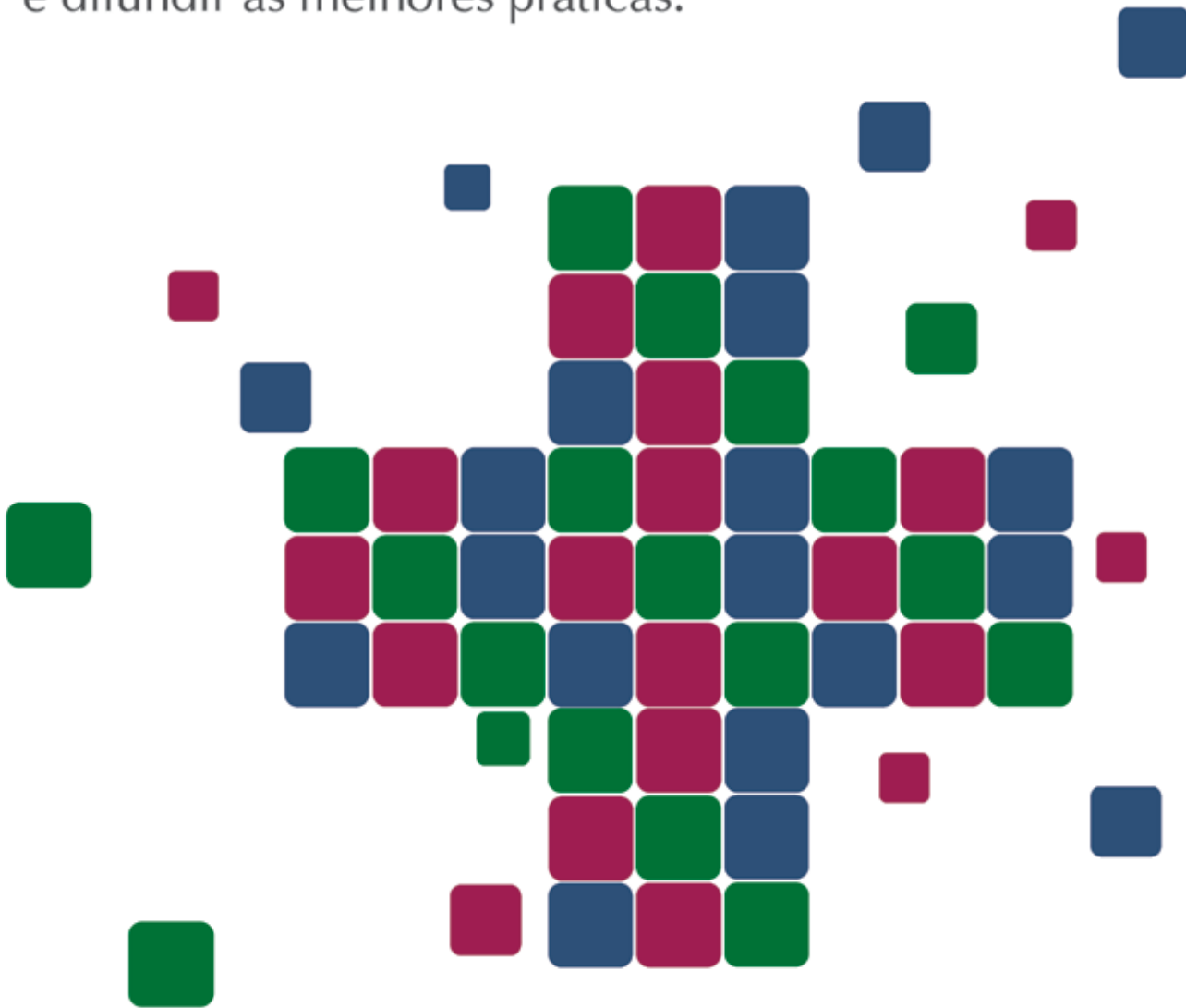
Atividades:

- Lançamento dos livros *Eventos, Uma Alavanca de Negócios*; *O Valor Estratégico dos Eventos*; *Improvisação Estratégica e Corporate Mobility*;
- Realização do Fórum Alatur desde 2008, Fórum Latino Americano HRG;
- Pesquisas TMC Ideal. O Processo Decisório em eventos: ambiente high tech ou high touch? Mobilidade Corporativa e Regionalização;
- Realizou diversos encontros de negócios para debater temas como: Regionalização e globalização, Programa Estratégico de Gestão de Eventos, Fragmentação de Serviços, Expense Management e Mobilidade Corporativa.



MOBILIDADE CORPORATIVA

O Instituto Alatur não para de estimular e difundir as melhores práticas.



Aprimorar as práticas de Mobilidade Corporativa é fundamental para o controle de processos, economia de recursos e para a ampliação do papel e funções do gestor de viagens. O Instituto Alatur é pioneiro na difusão destas práticas nas áreas de Logística de Treinamento, Gestão de Expatriados, Gestão de Frotas, Expense Management, Eventos Virtuais e Híbridos e Consultoria.

- Fórum HRG LATAM
- 5º Fórum Alatur
- Projetos de pesquisa: Regionalização, Logística de Treinamento, Eventos e Mobilidade Corporativa.
- Workshop de Mobilidade Corporativa

instituto alatur
www.alatur.com/instituto
instituto@alatur.com