

Bem-estar do viajante corporativo

Como manter seus funcionários saudáveis, felizes e produtivos quando viajam a trabalho

Prefácio



Sabine Hansen Peck
SVP, People, Culture,
Communications & Brand,
Amadeus

Nunca tivemos tantas maneiras de nos conectar instantaneamente com as pessoas do outro lado do mundo e, ainda assim, nunca estivemos tão ansiosos para conhecer pessoalmente nossos colegas no exterior, parceiros de negócios e clientes. Viajar está no coração do que fazemos. Por isso, acreditamos que uma viagem corporativa e a criação de novas oportunidades trazem grande valor, possibilitando uma interação pessoal entre nossos funcionários, nossos clientes e nossas empresas em todo o mundo.

De acordo com a Global Business Travel Association, os gastos globais com viagens corporativas deverão alcançar US\$ 1,7 trilhão em 2022 ¹.

Nada pode competir com um aperto de mão, um sorriso e com o compartilhar de uma xícara de chá para fechar um negócio, mesmo em 2019.

Não é tão difícil entender o motivo, afinal de contas. Há algo de especial na descoberta de novas culturas e em estar com as pessoas de forma presencial de tempos em tempos e das quais parecemos gostar.



Ángel Gallego
EVP, Corporations, Travel
Channels, Amadeus

Mas, para passageiros frequentes, a novidade e os benefícios das viagens corporativas podem se dissolver rapidamente em face de longas escalas, *jet lag* e pilhas de recibos em moedas estrangeiras para processar.

As viagens corporativas podem beneficiar empresas, funcionários e clientes, mas somente quando bem gerenciadas. Então, como podemos mitigar alguns dos fatores de estresse enfrentados pelos viajantes corporativos frequentes?

Essa era uma pergunta que a Amadeus esperava responder com este estudo sobre viagens corporativas e o respectivo impacto no estresse, produtividade e saúde. Descobrimos que, enquanto a maioria dos funcionários gosta de viajar a trabalho, pode haver fatores de risco influenciando o bem-estar dos viajantes, o que pode ocasionar custos e outras preocupações para as empresas.

Bem-estar do Viajante Corporativo: como manter seus funcionários saudáveis, felizes e produtivos quando viajam a trabalho, identifica cinco estratégias que as empresas podem aplicar para reduzir os fatores de estresse causados pelas viagens corporativas, melhorar o bem-estar dos viajantes, manter os funcionários, atrair novos talentos e impulsionar o ROI.

Em resumo, acreditamos que uma boa política de viagens é obrigatória para tornar todos mais felizes, saudáveis e mais produtivos.

Esperamos que goste de ler este estudo e que algumas dessas estratégias funcionem para você. Para obter mais informações sobre como a Amadeus pode ajudá-lo a criar melhores viagens, visite

www.amadeus.com/en/industries/corporations.

¹<https://www.businesstravelnews.com/Global/Global-Business-Travel-Spend-Will-Reach-17T-by-2022>

O que é bem-estar?

Introdução

O bem-estar é universalmente definido como o estado de estar confortável, saudável e/ou feliz. A área da Psicologia diz, hoje, que o bem-estar inclui "saúde, alta satisfação com a vida e um senso de significado ou propósito".² Isso significa que não é apenas sobre a nossa saúde física, mas também sobre a nossa saúde mental.

Na maioria dos países, os empregadores têm um *duty of care* jurídico e ético, o que significa que eles devem adotar todas as medidas adequadas para garantir a saúde, a segurança e o bem-estar de seus funcionários.

O argumento das empresas para gerenciar de forma efetiva o bem-estar dos viajantes está crescendo a cada dia. As conexões humanas estabelecidas por meio das viagens corporativas podem, frequentemente, impulsionar os planos de carreira dos funcionários, ajudá-los a fechar negócios e a melhorar os resultados de uma empresa. Mas pode haver muita coisa boa? As empresas que querem atrair e reter os melhores talentos têm muito a ganhar com o desenvolvimento de estratégias eficazes de bem-estar para seus viajantes corporativos.

As empresas normalmente têm os programas *duty of care* em vigor, incluindo seguro e assistência em caso de questões médicas ou de segurança, mas:

- *As empresas e os gestores de viagens estão desenvolvendo estratégias eficazes de bem-estar?*
- *Como os viajantes se sentem em relação ao estresse e à produtividade em viagens corporativas?*
- *O que as empresas em geral, empresas de gestão de viagens, agências de viagens, gestores de viagens e equipes de recursos humanos podem fazer para melhorar o bem-estar dos viajantes?*

Este relatório procura responder a estas três questões cruciais. Ele oferece uma nova visão sobre os impactos das viagens corporativas sobre os níveis de estresse e de produtividade dos funcionários. Também oferece maneiras práticas de reduzir ou mitigar esses efeitos para melhorar a satisfação e o bem-estar dos funcionários, enquanto aumenta o retorno sobre o investimento dos gastos com viagens.

Por que a saúde deve ser uma prioridade nas viagens

Não há dúvida de que tanto as empresas quanto os funcionários podem se beneficiar de viagens corporativas quando elas são bem gerenciadas. No entanto, há evidências crescentes de que altos níveis de viagens corporativas estão associados a alguns impactos no bem-estar dos viajantes. "Encontramos uma forte correlação entre a frequência das viagens corporativas e uma ampla gama de riscos para a saúde física e comportamental",³ escreveu Andrew

² <https://www.psychologytoday.com/us/blog/click-here-happiness/201901/what-is-well-being-definition-types-and-well-being-skills>

³Quão ruim é uma viagem corporativa para sua saúde? Aqui estão os dados, Andrew Rundle, Harvard, Business Review, 31 de maio de 2018.

Por que investir em saúde de viagem pode render grandes retornos

Rundle, professor-associado de Epidemiologia da Mailman School of Public Health que liderou o mais recente estudo sobre a questão.⁴

De acordo com Rundle, os funcionários que passam 14 noites ou mais por mês fora de casa podem ter índices de massa corporal significativamente mais altos e são mais propensos a relatar uma autoavaliação de saúde ruim, sintomas clínicos de ansiedade, depressão e dependência de álcool, tabagismo, dificuldade para dormir e nenhuma atividade física ou exercício. Outros estudos de médicos e especialistas em viagens chegaram a conclusões semelhantes.⁵

Foi comprovado que viajantes corporativos mais felizes, descansados e saudáveis são mais produtivos, presentes e mais propensos a manter boas relações com clientes e fornecedores, bem como têm a tendência de permanecer na organização.

Por outro lado, Rundle diz que questões relacionadas ao baixo bem-estar dos viajantes “podem criar custos para os empregadores por meio de reivindicações médicas mais altas, redução da produtividade e do desempenho dos funcionários, absenteísmo, presenteísmo e incapacidade de curto prazo, levando ao potencial de estreitar ou cortar relacionamentos com clientes e fornecedores”. Além disso, uma política de viagem pobre impacta negativamente a capacidade das empresas de atrair e reter talentos, como mostrado por uma pesquisa recente de viajantes guerreiros (road warriors) dos EUA⁶.

Em um mercado competitivo, cujas empresas lutam para atrair e reter grandes talentos, uma estratégia de bem-estar em viagens pode ser uma vantagem competitiva. Isto é especialmente verdadeiro para os *millennials* que, dizem, valorizam esse ponto mais do que seus colegas mais seniores em termos de equilíbrio saudável entre trabalho e vida pessoal.

De acordo com a Association of Corporate Travel Executives, a satisfação da política de viagens está cada vez mais desempenhando um papel nas agendas de aquisição e retenção de talentos das empresas.⁷

⁴Business Travel and Behavioral and Mental Health, op.cit.

⁵Por exemplo: pedidos de seguro médico associados a viagens corporativas internacionais, B. Liese, K.A.Mundt, L.D. Dell, L. Nagy, B. Demure, Medicina Ocupacional e Ambiental, julho de 1997; Viagens corporativas internacionais: impacto sobre famílias e viajantes, C.M. Espino, S.M. Sundstrom, H.L. Frick, M. Jacobs, M. Peters, Medicina Ocupacional e Ambiental, maio de 2002; Fatores de saúde e bem-estar associados à viagem corporativa, J.D. Burkholder, R. Joines, M. Cunningham-Hill, B. Xu, Journal of Travel Medicine, August 4, 2010; Travel Programs – Insights from U.S. Road Warriors, 2017, ARC, American Express Global Business Travel, tClara, 2017.

⁶83% dos executivos viajantes mudariam de emprego se isso significasse a mesma quantidade de viagens, mas uma melhor política de viagem, enquanto 83% consideram a política de viagem de um novo empregador igualmente importante ou mais do que o salário ou as responsabilidades; Airlines Reporting Corp., American Express Global Business Travel & tClara’s “Traveler friction: insights from US Road Warriors”.

⁷Balancing traveller tools & policy for the right traveller experience, Modern Business Traveller, Part 6, Association of Corporate Travel Executives, April 30, 2018.

Com este pano de fundo, a Amadeus decidiu fazer um relatório analisando as viagens corporativas e o respectivo impacto no estresse, na produtividade e na saúde. Achamos que era importante obter informações de ambos os lados do espectro e por isso realizamos duas pesquisas abordando o tema do estresse em viagens corporativas: uma com gestores de viagens e outra com viajantes corporativos.

O estudo foi feito em colaboração com a Global Business Travel Association (GBTA), que ofereceu informações sobre os instrumentos de pesquisa, revisou e endossou o conteúdo do relatório. A primeira pesquisa abordou um segmento de nicho, atendendo a um tamanho de amostra de quase 100 gestores de viagens de empresas de médio a grande porte em todo o mundo. O objetivo foi entender como o bem-estar dos viajantes é gerenciado em suas empresas. A segunda pesquisa, com um tamanho de amostra de cerca de 900 entrevistados, concentrou-se no entendimento das atitudes dos viajantes corporativos em relação às viagens, ao estresse e à produtividade.

Baseado nas duas pesquisas com gestores de viagens e viajantes corporativos, este novo relatório indica os principais pontos sobre o bem-estar dos viajantes e descreve diversas recomendações a serem consideradas por empresas, gestores de empresas de viagens e equipes de recursos humanos.

Este relatório é dividido em três partes:



Parte 1 - Resultado da pesquisa com gestores de viagens

A Amadeus entrevistou cerca de 100 gestores de viagens em todo o mundo sobre se eles gerenciam o bem-estar dos viajantes e se o tópico é apoiado pela gerência sênior. Esta seção revela os principais resultados da pesquisa.



Parte 2 - Resultado da pesquisa com viajantes corporativos

A Amadeus pesquisou cerca de 900 viajantes em todo o mundo para entender os principais pontos de estresse antes, durante e depois de uma viagem, como eles se sentem sobre o estresse e produtividade enquanto viajam a negócios. Esta seção revela as principais preocupações do viajante corporativo.



Parte 3 - Como melhorar o bem-estar dos viajantes?

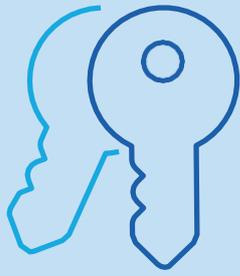
Esta seção descreve cinco estratégias que as empresas, os respectivos gestores de viagens e equipes de recursos humanos, além das empresas de gestão de viagens podem usar como guia para melhorar o bem-estar e a produtividade do viajante.

O que há neste relatório?



Atitudes da empresa em relação ao bem- estar dos viajantes: *espaço para melhorias*

Ao longo de dois meses, a Amadeus convidou gestores de viagens de empresas de médio a grande porte em todo o mundo para concluir uma pesquisa online sobre o bem-estar dos viajantes. Noventa e seis gestores de viagens em 14 países responderam, com 63% deles gerenciando mais de 1.000 viajantes; 13% gerenciando entre 501 e 1.000 viajantes; 17% gerenciando entre 100 e 500 viajantes e o restante gerenciando menos de 100 viajantes.



PRINCIPAIS

40%

Quase metade dos gestores de viagens pesquisados (44%) não têm responsabilidades de *duty of care*.

91%

91% dos gestores de viagens acreditam que as viagens corporativas são estressantes.

39%

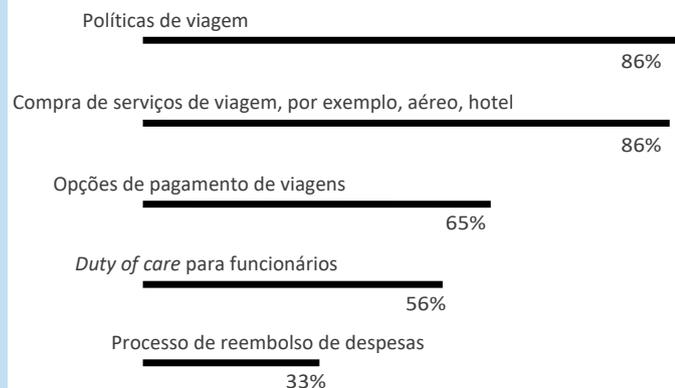
Uma porcentagem igual de empresas não toma nenhuma ação para o bem-estar dos viajantes em comparação com aqueles que o fazem (39%), enquanto que, em 22% dos casos, o gestor de viagens não tem certeza de que alguma ação está sendo tomada.



Quando os gestores de viagens propõem melhorias para o bem-estar dos viajantes, essas ideias são muitas vezes aceitas pela organização.

Quase metade dos gestores de viagens não estão envolvidos no *duty of care*

Figura 1: Por favor, indique quais dos seguintes itens você é responsável ou está envolvido em seu programa de viagens da organização (selecione tudo o que se aplica):



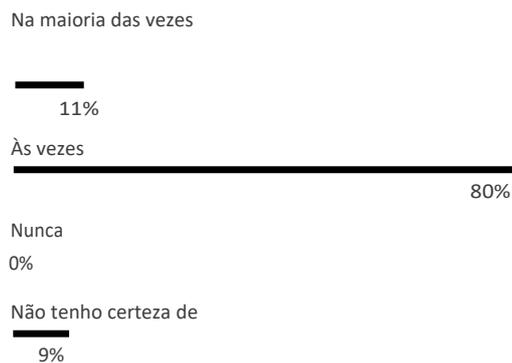
A pesquisa indicou que, embora a maioria dos gestores de viagens esteja envolvida em políticas e compras, apenas 56% estão envolvidos no *duty of care*.

Para 44% das empresas cuja atuação do gestor de viagens não inclui o *duty of care*, outras áreas podem ser responsáveis.

Mas, mesmo que esse seja o caso, o bem-estar do viajante pode não ser gerido como uma iniciativa de toda a empresa nessas organizações.

Gestores de viagens reconhecem que viajar pode ser estressante

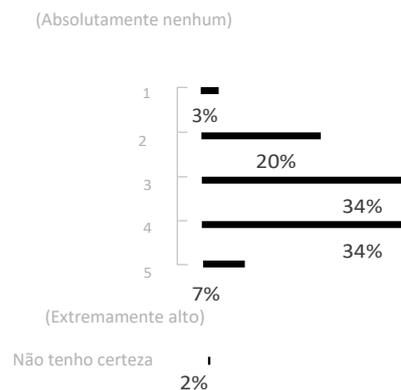
Figura 2: De forma geral, seus funcionários experimentam altos níveis de estresse ao viajar a negócios?



Quer sejam responsáveis ou não pelo *duty of care*, **91% dos gestores de viagens percebem uma ligação entre viagens corporativas e estresse**. De fato, 11% acreditam que os viajantes sofrem altos níveis de estresse na maioria das vezes.

Empresas pensam em seus viajantes

Figura 3: Que nível de atenção a sua organização dá ao bem-estar (saúde física e níveis de estresse) dos funcionários que viajam?



A maioria substancial dos gestores de viagens acredita que sua empresa presta alguma, ou mesmo significativa, atenção ao bem-estar dos viajantes. Apenas 3% dizem que a questão é completamente ignorada, enquanto outros 20% dão uma classificação ruim de "2". Por outro lado, apenas 7% dão ao seu empregador nota máxima por levar o bem-estar a sério.

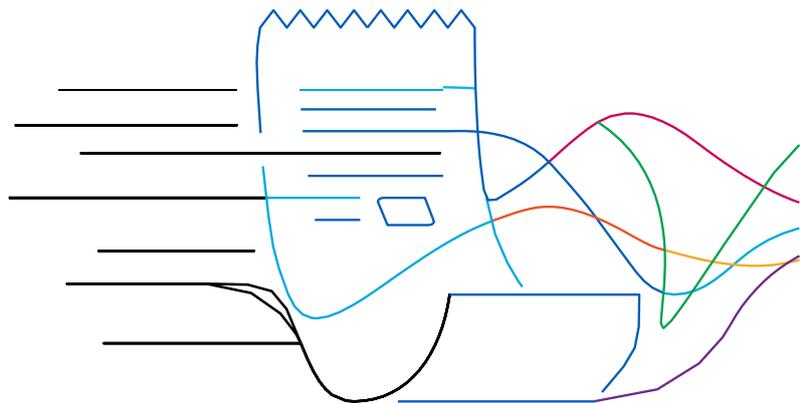
As boas intenções podem não se traduzir em ação

Figura 4: Sua organização tomou medidas para melhorar o bem-estar dos funcionários que viajam?



Os gestores de viagens podem (geralmente) acreditar que sua empresa pensa no bem-estar dos viajantes, mas isso não leva, necessariamente, a uma ação significativa. Por enquanto, 39% dizem que sua organização toma medidas ativas para melhorar o bem-estar dos viajantes e exatamente o mesmo número diz que nenhum passo está sendo dado para mudar a situação.

Também vale a pena notar que 22% responderam "não tenho certeza". Isso implica uma potencial desconexão interna, cujos responsáveis pela gestão de viagens desconhecem o que está sendo feito para gerenciar e melhorar o bem-estar dos viajantes.



Quem gerencia o bem-estar dos viajantes?

Apenas 26% dos gestores de viagens receberam instruções de sua organização para melhorar o bem-estar dos viajantes. Mais frequentemente, os gestores de viagens assumem a responsabilidade: 57% sugeriram melhorias em suas empresas. De forma encorajadora, uma alta proporção de gestores de viagens que faz sugestões tem suas ideias aceitas pelo menos às vezes.

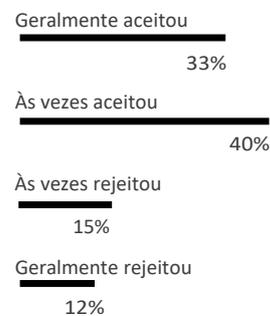
Figura 5: Sua organização já pediu que você fizesse alterações em sua política de viagens com o objetivo de melhorar o bem-estar dos funcionários que viajam?



Figura 6: Você já sugeriu mudanças em sua organização com o objetivo de melhorar o bem-estar dos funcionários que viajam?



Figura 7: Quando você fez sugestões, como sua organização respondeu à(s) sua(s) ideia(s)?



Por que as empresas não estão fazendo mais?



Um estudo recente descobriu que mais de 80% dos viajantes corporativos desejavam que a administração de sua empresa estivesse mais ciente do impacto das viagens corporativas e mostrasse mais apreço por isso⁸.

Então, se:

_As evidências médicas estão se tornando mais claras

_Gestores de viagens podem ver um problema

_Viajantes querem que os empregadores demonstrem algum interesse

...por que não há mais empresas tomando medidas para melhorar o bem-estar?

Existem várias explicações possíveis:

Falta de coordenação interdepartamental em toda a empresa

Os resultados da pesquisa de gestor de viagens sugerem que a má coordenação é um fator importante. O bem-estar dos viajantes é uma questão multidepartamental que potencialmente toca nos gestores de viagens, bem como em recursos humanos e gerenciamento de riscos. Em organizações complexas, onde muitas pessoas precisam ser consultadas sobre questões transversais, pode ser difícil para os indivíduos assumirem a liderança. Se nenhuma área ou equipe transversal tem o encargo, incentivo e autoridade para colocar estratégias eficazes de bem-estar do viajante no lugar, é fácil cair em problemas.



Prioridades do gestor de viagens

Se 44% nem sequer consideram o *duty of care* uma responsabilidade, a motivação para que os gestores de viagens tomem iniciativa sobre o bem-estar é limitada, os gestores de viagens muitas vezes se reportam para compras ou financeiro e são mais propensos a serem medidos (e em alguns casos recompensados) por indicadores-chave de desempenho, como economias financeiras imediatas, em vez do bem-estar do viajante, o que provavelmente resultará em retornos de longo prazo mais difíceis de calcular.

⁸Programas - Insights dos EUA Road Warriors, 2017, op. cit.



Receios sobre custo

Algumas empresas podem temer que a melhoria do bem-estar dos viajantes traz um preço alto anexado. Mas como um gestor de viagens pode defender o custo? É preciso considerar os custos ocultos em termos de redução da produtividade, recrutamento e problemas de retenção. Há muitas iniciativas para viajantes que podem ser introduzidas com pouco ou nenhum custo e isso será explorado adiante.



Falta de consciência

Pode ser que a alta administração desconheça os riscos causados pelas frequentes viagens corporativas ao bem-estar dos funcionários e as possíveis consequências na retenção de funcionários, recrutamento, produtividade e resultados da empresa. Aumentar as comunicações internas em torno do bem-estar dos viajantes criará mais conscientização e poderá ajudar para que os funcionários desenvolvam hábitos de viagem mais saudáveis, além da obtenção de patrocínio de nível C para políticas de viagem mais saudáveis em toda a empresa.



Falta de ferramentas para medir o ROI de melhores políticas de viagem

Mesmo que haja consciência dos benefícios de políticas de viagem mais saudáveis, é difícil medir os impactos de longo prazo do bem-estar dos viajantes na produtividade, no retorno sobre o investimento e na satisfação dos funcionários. Da mesma forma, há uma falta de métricas sobre os custos da inatividade e danos que as políticas pobres de viagem podem ter sobre a saúde do viajante e sobre os resultados dos negócios.



Atitudes do viajante corporativo em relação ao estresse e à produtividade

Uma segunda pesquisa online foi realizada com uma amostra de 874 viajantes corporativos de 109 países. Todos os entrevistados tinham feito pelo menos três viagens corporativas, das quais pelo menos uma incluiu um voo nos últimos 12 meses.



PRINCIPAIS

75%

75% dos entrevistados gostam de viajar a negócios na maioria das vezes, se não o tempo todo.

TOP 5

Os 5 principais fatores de estresse para viajantes corporativos são: atraso ou perda de bagagem, nenhuma rede ou conectividade ruim, voar de econômica em vôos de longa duração e atrasos de voo.

1 out of 5

1 em cada 5 viajantes corporativos acredita que a viagem os torna menos produtivos.

Atrasos e problemas de conectividade são as principais fontes de estresse

Pesquisamos viajantes corporativos para saber o que os estressa ao viajar. Pedimos para avaliar, a partir de "não estressado" para "extremamente estressado", como eles se sentiam sobre 37 aspectos diferentes da viagem. Os resultados serão apresentados nas figuras da próxima página.

Embora isso possa não ser uma surpresa, em termos gerais, os fatores que mais contribuíram para o estresse foram atrasos e problemas de conectividade de rede. O atraso ou perda da bagagem foi o maior fator de estresse, com voos de retorno atrasados na quinta posição. A falta de rede *mobile* e a ausência ou a má qualidade da conexão com a internet ficaram em segundo e terceiro lugar, respectivamente. Independentemente, esses fatores de estresse de viagem podem não parecer tão perturbadores, mas combiná-los facilita a identificação deles por parte das empresas, que passam a agir.

O desconforto tem um papel importante

A segunda categoria mais alta de fatores de estresse para viajantes corporativos está relacionada ao desconforto pessoal. A classe econômica em voos de longa distância ficou em quarto lugar, enquanto jornadas longas, tempos de voo inconvenientes, voos indiretos, baixa categoria de hotel e localização também ficaram em alta.

Preocupações com a saúde vêm à tona

Outro fator de estresse muito proeminente, classificado em 8º lugar entre 37, foi uma alimentação pouco saudável. Mais abaixo, em 13º lugar, foi a falta de exercício. Juntos, foram levantadas preocupações sobre o efeito direto da viagem sobre a saúde física e emocional dos funcionários.

Figura 7: Quão estressante você se sente antes, durante ou depois de uma viagem de negócios?

(Ranking de fatores de estresse de viagens)

Bagagem atrasada/perdida	83.0	Idioma desconhecido	51.0
Sem rede <i>mobile</i>	72.0	Tarifas restritas	51.0
Fraca/sem internet	71.0	Pedido de visto	50.0
Classe econômica em longo percurso	71.0	Viagem de fim de semana	49.0
Atrasos de voo de volta	69.0	Imigração e alfândega	48.0
Localização ruim do hotel	68.0	Estadia longa	47.0
Viagens longas	67.0	Destino nunca visitado	46.0
Alimentação não saudável	67.0	Trecho de casa para aeroporto	46.0
Tempo de voo inconveniente	65.0	Diferença cultural	45.0
Hotéis de baixa categoria	65.0	Uso de moeda estrangeira	45.0
Horário tardio de chegada do voo	65.0	Uso de carro alugado	43.0
Voo indireto	64.0	Embalagem de bagagem	43.0
Falta de exercício	60.0	Uso de táxi	41.0
Atraso após a viagem	59.0	Reserva com <i>mobile</i>	40.0
Tensões geopolíticas	57.0	Uso de agente de viagens	40.0
Despesas complementares de viagem	56.0	Uso de ferramenta de reserva online	38.0
Troca de fuso horário	54.0	Serviços complementares	37.0
Viagem de última hora	53.0	Medo de voar	33.0
Horário de negócios mais longo	53.0		

Estresse (pontuação máxima de 100)

A organização de viagem é relativamente livre de estresse

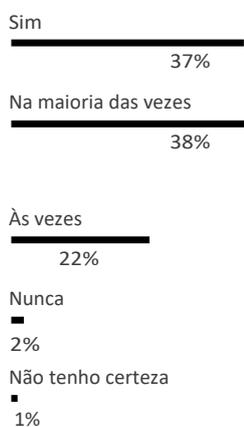
Duas categorias de potenciais fatores de estresse pontuaram relativamente baixo na pesquisa. A primeira categoria pode ser descrita como engajamento com o mundo em geral, tais como diferenças culturais ou uso de moeda estrangeira. A outra, em organizar viagens, por exemplo, fazer reservas ou pedidos de visto. O mais estressante desses fatores de gerenciamento de viagem foi a conclusão de despesas, que ficou em 16º lugar.

Os funcionários gostam de viajar na

maioria das vezes

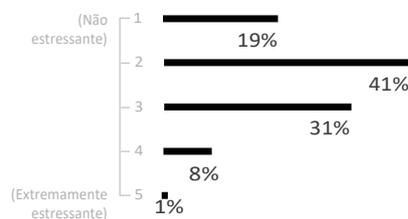
Os viajantes corporativos estão felizes? Parece que estão! A maioria dos entrevistados disse que gosta de viajar a negócios.

Figura 8: Você gosta de viajar a negócios?



Também pedimos aos viajantes que avaliassem quão estressante eles achavam as viagens corporativas:

Figura 9: No geral, quão estressante você acha as viagens corporativas?



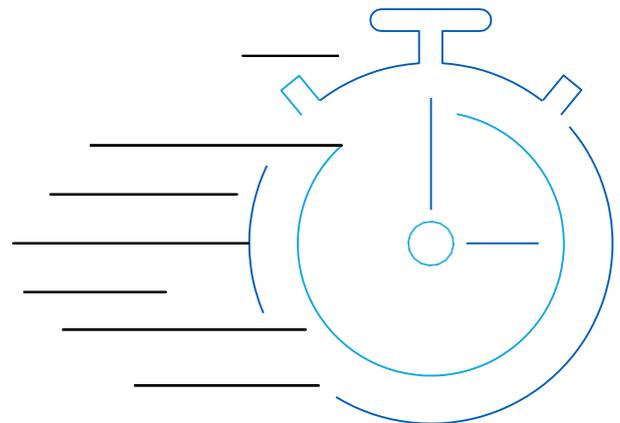
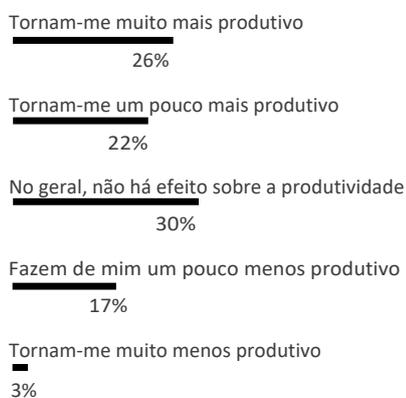
Em um forte contraste com os gestores de viagens — cuja maior parte considerou as viagens corporativas estressantes para seus funcionários —, as autoavaliações sugerem que apenas 1% dos viajantes corporativos acham as viagens corporativas extremamente estressantes.

A média ponderada para a pontuação geral de estresse foi 2.3. Mas quando olhamos para a média das respostas aos 37 fatores individuais de estresse, a pontuação foi consideravelmente maior: 2.8. Isso poderia ser uma indicação de que os viajantes estão mais estressados com a experiência de viagem do que imaginam?

Produtividade — uma preocupação para alguns

Talvez o resultado mais surpreendente da pesquisa do viajante foi o fato de quase metade dos entrevistados considerar que viajar os tornam mais produtivos. No entanto, um em cada cinco acha que a viagem tem um impacto negativo sobre a respectiva produtividade.

Figura 10: No geral, como as viagens corporativas afetam sua produtividade?



A flexibilidade intencional manterá os funcionários na força de trabalho, melhorará a produtividade, ampliará o *pool* de talentos e garantirá que as empresas estejam juntando demandas e expectativas da força de trabalho atual, que passou de um cronograma 9-5 para um modelo alternativo ditado pela tecnologia e globalização.



Cinco estratégias para melhorar o bem-estar do viajante corporativo

Os resultados da pesquisa revelaram muitas maneiras de reduzir o estresse dos viajantes corporativos, aumentar a produtividade e criar programas de bem-estar que beneficiam viajantes e empresas.



Em termos gerais:

- ✓ A pesquisa de gerente de viagens revelou a necessidade de as empresas organizarem melhor suas estratégias de bem-estar.
- ✓ A pesquisa de viajantes revelou pontos-chave de estresse para os viajantes, tornando possível propor recomendações e medidas para os pontos de estresse e ações para aumentar a produtividade.

5 estratégias

Com base nisso, a Amadeus identificou cinco estratégias-chave para gerenciar o bem-estar dos viajantes:

- _ Missão organizacional
- _ Disciplina de viagem (viajar ou não viajar)
- _ Políticas de viagem
- _ Gestão da saúde
- _ Gerenciamento de interrupção

1. Missão organizacional

Incentivar a gestão do bem-estar

Muitas vezes, os bônus de desempenho do gestor de viagens estão ligados apenas à economia financeira. Pode ser interessante analisar formas alternativas de recompensá-los por outros objetivos estratégicos, como retenção de funcionários, reclamações médicas ou dias de folga dos funcionários. Como opção, os marcos do programa relacionados ao bem-estar poderiam ser definidos como uma meta para os gestores de viagens.

Melhoria da coordenação interna

Pesquisas anteriores patrocinadas pela Amadeus mostraram que a gestão de viagens requer uma abordagem estratégica e global para maximizar o retorno de uma empresa sobre o investimento em viagens⁹. Como colaborador do ROI de viagens, essa mesma atitude holística também é importante para gerenciar o bem-estar dos viajantes.

Uma equipe transversal envolvendo não apenas gestores de viagens, mas outras áreas relevantes, como RH, saúde e segurança e gerenciamento de risco e segurança são mais propensas a ter o conhecimento, influência interna e participação para tornar o programa de bem-estar de viagens um sucesso. Essa equipe pode liderar uma abordagem multidisciplinar para identificar maneiras de melhorar o bem-estar do viajante, colocar em ação e medir a eficácia.

⁹Gerenciando cada milha. Como oferecer maior ROI de viagens e despesas, Dr. Alexander Grous, The London School of Economics and Political Science, agosto 2017.

1. Missão organizacional

Pesquisa

Pesquise seus viajantes para entender melhor os pontos de estresse, opiniões sobre produtividade e o que ajudaria a melhorar o bem-estar. Você pode descobrir muitos *insights* específicos que poderiam ser rapidamente abordados, tais como hotéis em seu programa preferido que estão localizados inconvenientemente.

Com a ajuda do RH, as 'equipes' poderiam rastrear dados anônimos, como absenteísmo, reclamações médicas e taxas de retenção de viajantes frequentes e comparar resultados com não viajantes, a fim de identificar potenciais problemas e medir o progresso no bem-estar dos viajantes ao longo do tempo.

Adesão da C-Suite

Tal como acontece com todos os aspectos da gestão de viagens, o endosso da *C-Suite* abrirá muitas portas. Pode haver gestores seniores na empresa, como o chefe de recursos humanos ou a pessoa com responsabilidade principal para a gestão de riscos que poderiam ajudar a obter a adesão para implementação de projetos de bem-estar. Para isso, as equipes podem considerar:

- ✓ *Criar uma análise de custo-benefício concisa, mas convincente, usando pesquisa interna.*
- ✓ *Identificar os destaques de artigos de pesquisa médica.*
- ✓ *Resumir os riscos da inatividade e o ROI das ações propostas para melhorar o bem-estar dos viajantes.*
- ✓ *Destacar que algumas iniciativas custarão à empresa pouco ou nada.*

Finalmente, não vamos esquecer que os líderes da diretoria provavelmente viajam muito e também podem se beneficiar pessoalmente das medidas propostas.

Faça com que os gestores de viagens sejam campeões de bem-estar

Se as empresas querem mostrar que levam o viajante a sério, é preciso deixar claro quem é responsável por isso e quem o gerencia.

Nossa pesquisa mostrou que, quando os gestores de viagens sugeriram mudanças para melhorar o bem-estar dos viajantes, sua organização aceitou tais sugestões em 73% dos casos. Isso representa uma grande oportunidade para que os gestores de viagens se tornem campeões de bem-estar.

Isso seria:

- *Assegurar uma abordagem equilibrada das prioridades de gestão de viagens (que atendem às necessidades do empregador e do empregado).*
- *Dar voz aos viajantes dentro da empresa.*

Política

Tornar a política mais flexível

A maioria dos viajantes é mais feliz quando tem maior autocontrole sobre os preparativos de viagem. Como resultado, as políticas tornaram-se mais flexíveis nos últimos anos, às vezes até a ponto de dizer aos viajantes simplesmente para fazerem "o que é certo". Uma maneira típica de mostrar maior flexibilidade e responsabilidade é deixá-los escolher qualquer hotel em uma cidade ou mesmo para ficar com amigos, familiares ou em um lar colaborativo, desde que custe menos do que um limite de preço definido.

A tecnologia pode desempenhar um papel importante ao oferecer mais opções aos viajantes, enquanto ainda tenta influenciar as decisões deles. Um exemplo dessa influência seria exibir uma mensagem informando sobre quanto seus colegas normalmente gastam em um itinerário semelhante.

Reduzir voos indiretos

O voo indireto também surgiu como um fator de estresse importante na pesquisa do viajante. Em outra pesquisa com viajantes corporativos, a opção de viajar sem escalas também foi escolhida como a maneira número um de reduzir o estresse do viajante.¹⁰

Permitir o tempo de recuperação da viagem

Algumas empresas permitem que os viajantes corporativos tirem um dia de folga depois de um voo de longa distância para ajudar a superar o *jet lag*, especialmente quando o voo ocorreu em classe econômica.

Minimizar as viagens fora do horário de trabalho

O tempo extenso gasto longe das famílias afeta não só os viajantes, mas seus parceiros e filhos, o que se torna outra fonte de estresse para os viajantes.¹¹ Raramente é possível exigir viagens apenas durante o horário normal de trabalho, mas o princípio pode pelo menos ser encorajado.

Escolha cuidadosamente os hotéis preferidos

Evite selecionar hotéis localizados longe de onde seus funcionários terão sua reunião, especialmente em cidades com problemas crônicos de tráfego. E, como os problemas de conectividade são identificados em nossa pesquisa como outra grande fonte de estresse, é igualmente importante garantir que os hotéis tenham as conexões de telefone ou Wi-Fi necessárias de que os viajantes precisam para fazer o trabalho.

Maximizar a capacidade de trabalhar durante a viagem

Os resultados desta pesquisa mostram que a incapacidade de permanecer "conectado" e trabalhar produtivamente durante uma viagem é uma importante fonte de estresse. Tome medidas de auxílio, como selecionar companhias aéreas que oferecem Wi-Fi a bordo ou permitir que os funcionários comprem o acesso ao *lounge* do aeroporto.

¹⁰Programas de viagem - Insights dos EUA Road Warriors, 2016, ARC, American Express Global Business Travel, 2016.

¹¹Viagens corporativas internacionais: Impacto sobre famílias e viajantes, C.M.

Política

Suporte "bleisure"

No passado, as viagens corporativas costumavam ser rápidas e clínicas. No entanto, de acordo com um [estudo da Expedia de 2018](#), 60% dos viajantes corporativos estendem sua viagem para incluir atividades de lazer e isso se aplica a todas as faixas etárias, não apenas à geração *millennials*.

Com os constantes avanços na tecnologia, os viajantes corporativos têm maior controle e conectividade enquanto estão na estrada, o que significa que a experiência de viagem corporativa assumiu uma dimensão diferente.

Cada vez mais os funcionários na estrada querem mais de suas viagens e é por isso que é importante para as empresas que eles possam aproveitar ao máximo a viagem.

Permitir que os viajantes adicionem um ou dois dias à viagem de negócios pode reduzir o estresse causado por voos antecipados ou atrasados e aumentar a satisfação geral com a viagem. Tal flexibilidade beneficiará não somente o funcionário, mas pode igualmente refletir em economia para a empresa, porque os voos do fim de semana costumam ser mais baratos.

Introduzir avaliações confiáveis

Os viajantes usam ferramentas de avaliação do consumidor para encontrar os hotéis que melhor se adequam ao seu senso de bem-estar, por exemplo, em um local tranquilo ou com uma academia bem equipada. Considere a introdução de ferramentas em que as avaliações são escritas por colegas de trabalho.

Considere o custo total da viagem

Algumas dessas opções podem aumentar o custo inicial da viagem, porém isso precisa ser ponderado com os custos ocultos de redução de produtividade, aumento da licença médica ou absenteísmo para a empresa ao longo do tempo caso o bem-estar de viagem não seja considerado. Trabalhe com o seu gestor de viagens ou consultor para entender exatamente como os custos de viagem podem ser afetados.



3. Disciplina de viagem

(viajar ou não viajar)

Entenda melhor quando não viajar

Uma viagem de negócios improdutiva é ruim para todos. Isso carrega um esforço desnecessário para os funcionários, pois eles sabem que não estão fazendo o melhor uso de seu tempo e estão longe de casa. Também desperdiça o dinheiro da empresa.

Encontre o equilíbrio ideal entre a duração da viagem e a frequência

Um estudo anterior sobre o retorno do investimento em viagens concluiu que as viagens são mais propensas à improdutividade se envolverem apenas um pequeno número de reuniões ou são reservadas em curto prazo (não dando tempo suficiente para planejar reuniões corretamente).¹² Em vez disso, uma viagem mais longa e que envolva mais reuniões poderia ser mais produtiva do que duas mais curtas.

Definir objetivos claros para cada viagem

Outra maneira de limitar viagens improdutivas é estabelecer, em primeiro lugar, por que alguém precisa viajar.

A tecnologia pode desempenhar um papel importante automatizando solicitações de aprovação com base em critérios específicos e/ou solicitando uma justificativa de viagem. Simplesmente passar pelo processo de ter que justificar a viagem faz de seus viajantes (e sua gestão) mais criteriosos sobre quando viajar ou não.

Opte por alternativas virtuais

De apps de *desktop* e *mobile* a videoconferência avançada e, em breve, por meio de fones de ouvido de realidade virtual, há maneiras cada vez melhores e baratas de fazer reuniões sem ter que viajar. As empresas podem adotar uma abordagem multidisciplinar com outras áreas para investir em alternativas de boa qualidade que não sejam viagens.

¹²O valor das viagens corporativas - Perspectiva dos viajantes, CWT Solutions Group, 2014.

4. _Gestão da saúde

Subsidiar aplicativos saudáveis

Recomende, e talvez até pague, apps para que os funcionários possam monitorar e melhorar sua condição física durante a viagem. Por exemplo, viajantes frequentes poderiam receber um *budget* para comprar uma seleção de apps de treino com exercícios sem equipamentos e que podem ser feitos em qualquer lugar, aplicativos de meditação ou apps que rastreiam o consumo de alimentos e bebidas.

Comunique opções de estilo de vida saudável

Os viajantes classificaram a alimentação não saudável e a falta de exercício como suas 8ª e 13ª maiores fontes de esforço, respectivamente. Responda oferecendo informação sobre nutrição saudável, exercícios e práticas de sono enquanto eles estiverem na estrada. As empresas podem incluir uma seção de viajante saudável em um aplicativo de viagem da empresa e convidar os funcionários a contribuírem com as próprias sugestões. Além disso, ofereça acessórios gratuitos para a saúde, como meias de compressão, por exemplo, para evitar trombose venosa profunda em voos de longa duração.

Escolha hotéis mais saudáveis

Faça do bem-estar uma consideração fundamental ao selecionar o programa de hotel. O local tem academia ou piscina, por exemplo, e tem no cardápio mais do que hambúrgueres e batatas fritas? Outra opção é oferecer uma adesão a academias externas perto dos hotéis.

Ajude os viajantes a gerenciarem sua carga de trabalho

Outros fatores de estresse que tiveram uma pontuação bastante alta na pesquisa foram trabalhar longas horas durante uma viagem e acompanhar as pendências de trabalho após a viagem. Colabore com o RH e outras áreas para mitigar esses problemas, como a designação de tempo para que os viajantes recuperem o atraso do seu trabalho no retorno, permitindo tempo de preparação pré-viagem e tempo de recuperação pós-viagem, ou delegando parte de sua carga de trabalho aos colegas.

Entenda quais viajantes estão em maior risco

Acompanhe o bem-estar dos viajantes que correm mais risco de serem afetados pelo estresse. Isso nem sempre acontece com aqueles que mais viajam. Outros fatores determinantes podem incluir aqueles que fazem regularmente voos antecipados, tardios ou durante o fim de semana, atravessam a maioria dos fusos horários ou fazem viagens consecutivas. Realize pesquisas regulares com eles e exames de saúde também — talvez um exame médico anual.

Esteja pronto para ouvir e intervir

Mais uma vez, trabalhe com o RH, incentive os funcionários a falarem se eles acreditam que a viagem os prejudica. Isso significa fazê-los sentir que serão tratados com simpatia e sem comprometer o seu trabalho — especialmente porque questões sensíveis como fumar e beber podem estar ligadas. E, também, incentive os viajantes a monitorarem a própria saúde e a detectarem sinais de estresse.

Dê uma folga

Considere permitir que os viajantes tirem alguma folga remunerada caso tenham viajado extensivamente, especialmente durante a noite ou fins de semana. Esse tipo de reconhecimento impede não somente potenciais crises de *burnout*, mas impulsiona o moral e a produtividade.

Flexibilidade intencional

Financiar alguns serviços de cuidado com as crianças e conceder maior flexibilidade aos funcionários para viajar durante a noite ou fazer viagens de um dia, quando possível, pode beneficiar todos os países. Isso melhorará a produtividade, ampliará o *pool* de talentos e garantirá que as empresas estejam combinando demandas e expectativas da força de trabalho atual.



5.

_ Gestão de interrupção

Coloque em prática ferramentas e processos eficazes de gestão de interrupção

Com a bagagem atrasada e os voos de retorno no top 5 dos 37 diferentes fatores de estresse de viagem, é claro que a interrupção atenuante é fundamental para gerenciar o estresse. Certifique-se de que seus provedores de serviços de viagens tenham bons processos e tecnologia para lidar com atrasos de voo, como alertas de interrupção previstos e reais, e remarcação móvel automatizada para voos cancelados ou transferências perdidas.

Mantenha-se informado sobre a maioria dos provedores pontuais

Empresas de gestão de viagens e empresas em geral podem rastrear as companhias aéreas ou os aeroportos mais pontuais e oferecer outras opções de transporte, como o ferroviário para viagens mais curtas, quando disponíveis.

Revisão de planos de comunicação mobile

Qualquer pessoa que tenha transitado em uma cidade estrangeira durante a hora do *rush* sabe sobre a importância de um plano de dados internacional confiável. As parcerias com provedores de telefonia *mobile* são frequentemente gerenciadas pela área de TI.

Certifique-se de que a TI entenda os tipos de problemas que seus viajantes podem enfrentar enquanto estiverem na estrada e peça que ofereçam informações sobre preços e necessidades de disponibilidade de sinal nos principais locais.

Use ferramentas de gerenciamento de viagem

A tecnologia pode ajudar a reduzir o estresse e a melhorar a produtividade, mantendo os viajantes mais bem informados durante toda a viagem. Um app de gerenciamento de viagens da empresa poderia oferecer informações essenciais, incluindo itinerários, mapas de destino e endereços, capacidade de reserva de viagem, números de contato e muito mais.



Conclusão:

Coloque o bem-estar no coração do seu programa de viagem. É mais fácil do que você pensa e beneficia tanto a empresa quanto o viajante

As empresas estão desenvolvendo estratégias de bem-estar?

Como os próprios viajantes se sentem em relação ao estresse e à produtividade das viagens corporativas

E o que as empresas, e em particular seus gestores de viagens, podem fazer para melhorar o bem-estar dos viajantes?

Não há dúvida de que a viagem corporativa é inerentemente boa para uma empresa e seus funcionários. Sair do escritório e conhecer clientes olho no olho ajuda a construir relacionamentos e a mover os negócios para a frente.

O desafio para as empresas é garantir que cada viagem de negócios seja tão produtiva quanto possível e cause o mínimo de estresse aos funcionários.

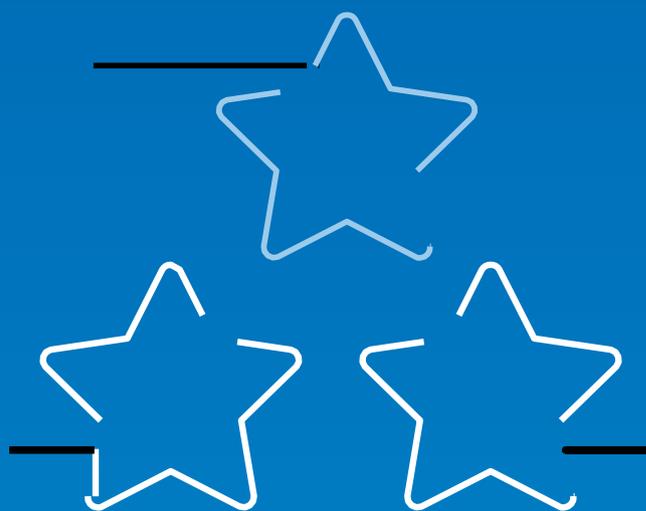
As pesquisas realizadas pela Amadeus, com cerca de 100 gestores de viagens e 900 viajantes corporativos, resultou em três questões principais:

Algumas sim, mas muitas não. As chances de sucesso são maiores quando o gestor de viagens leva em conta o duty of care, a autoridade e os incentivos necessários para fazer as mudanças acontecerem em toda a empresa.

Muito. Há uma série de oportunidades para as empresas impactarem positivamente o bem-estar dos viajantes para aumentar a produtividade, reduzir o estresse, reter e atrair os melhores talentos. Algumas iniciativas podem vir com um custo, mas isso não deve ser levado em consideração se olharmos para o retorno sobre o investimento geral da viagem.

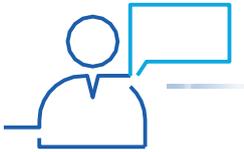
Viajantes corporativos gostam de viajar na maior parte do tempo. No entanto, eles podem estar mais estressados do que imaginam, especialmente por interrupções em sua vida pessoal e produtividade

A indústria de viagens está evoluindo para ajudar os viajantes em cada etapa de sua jornada. Os viajantes de hoje se beneficiam da conectividade Wi-Fi a bordo, da tecnologia do aeroporto para minimizar filas de espera, da tecnologia do hotel que oferece aos hóspedes serviços personalizados e de apps de viagens, tudo do que um viajante precisa — serviços que nós nunca teríamos sonhado dez anos atrás. No entanto, cabe à organização alavancar a tecnologia certa e implementar as políticas de viagem necessárias para garantir que os funcionários na estrada sejam saudáveis, felizes e produtivos.



Oportunidades para as agências de viagens corporativas de criar viagens sem estresse

Em um mercado competitivo, as agências de viagens corporativas e as empresas globais de gestão de viagens podem se diferenciar dos concorrentes estabelecendo-se como especialistas em bem-estar em viagens. Destaque-se da concorrência ajudando os clientes corporativos a percorrerem o que está sendo mais enfatizado para que eles possam tomar medidas práticas para melhorar o bem-estar do viajante.



Seja um conselheiro

A pesquisa da Amadeus sugere que muitas empresas têm pouca ou nenhuma medida para o bem-estar de viajantes.

Como uma agência, essa é a oportunidade para você ter uma conversa com seus clientes e aconselhá-los sobre os riscos a que estão expostos, além do retorno sobre o investimento que eles podem esperar por meio do desenvolvimento de uma abordagem estratégica para melhorar o bem-estar dos viajantes e, de forma mais ampla, falar de *duty of care*, bem como sobre as soluções disponíveis para eles. Lembre-se, estes profissionais estão frequentemente muito ocupados e, provavelmente, não estão cientes das leis locais e das práticas comuns. Como especialista, você pode conduzir essa conversa e apoiá-los na articulação da mensagem para o gestor sênior.

Outra área que as empresas estão avaliando é a de política de viagens. Embora vários fatores determinem a política de uma organização, o *feedback* dos viajantes desempenha um papel fundamental. No entanto, a gestão muitas vezes luta para encontrar o equilíbrio certo entre custo e satisfação.

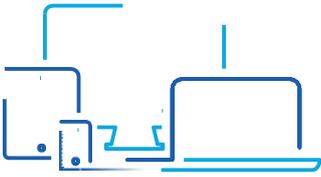
Ao envolver-se com os viajantes, traga o tema do bem-estar para saber o que está sendo feito atualmente, o motivo de certas decisões terem sido tomadas e qual tem sido o resultado. Em seguida, você pode usar essa informação para oferecer consultas aos clientes ou perspectivas — adição de valor incremental que será sempre bem-vindo.



Seja um educador

A indústria hoteleira está se tornando mais eficaz na promoção do bem-estar como um diferencial. As empresas de gestão podem aprender com essa prática, tornando o bem-estar dos viajantes um tópico sempre presente. Como?

- *Marque uma visita no escritório do seu cliente. Enquanto conversa com os funcionários sobre os serviços que oferece, você pode educá-los sobre o bem-estar de viagem. Melhor ainda, traga alguns brindes, como um travesseiro ou uma máscara para os olhos.*
- *Ofereça informações mais detalhadas que são enviadas diretamente aos viajantes corporativos de seus clientes. Estabeleça um calendário editorial com seus clientes para oferecer informações que serão incluídas nas comunicações com os funcionários ou intranet.*
- *Compartilhe insights da indústria e experiências em serviços de bem-estar disponíveis que ajudarão as empresas a tirar o máximo proveito de suas viagens corporativas.*



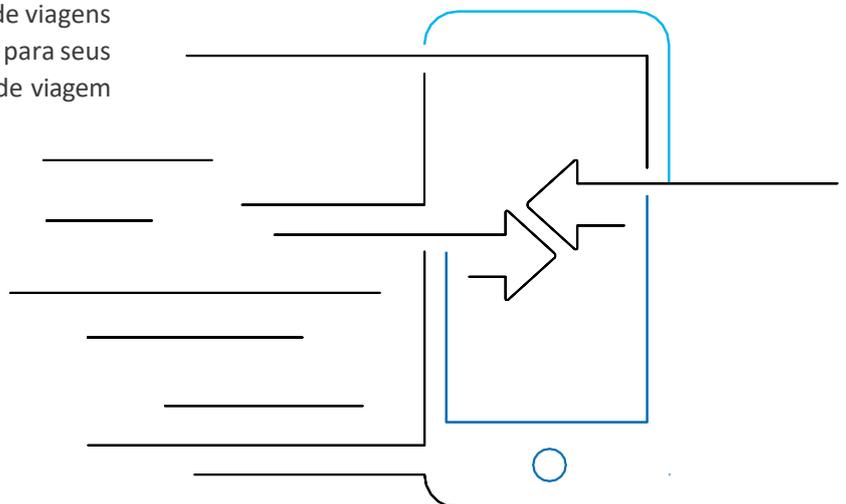
Alavanque a tecnologia disponível

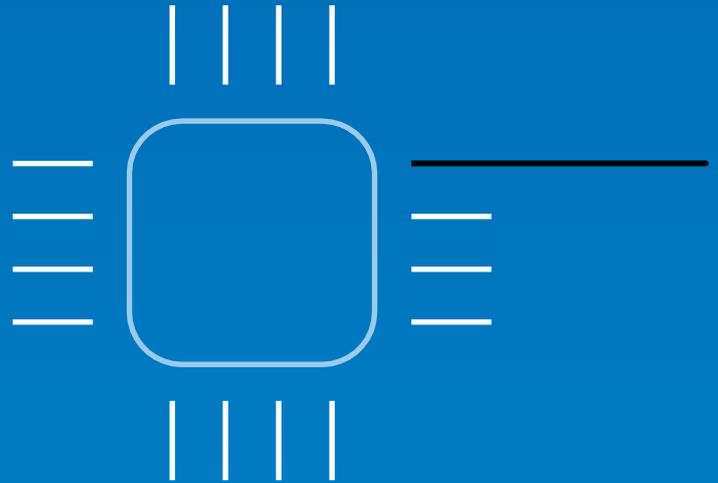
As tecnologias digitais estão mudando a cara das viagens corporativas, então, trabalhe com seus fornecedores de tecnologia para oferecer serviços que atenuem os fatores de estresse para os viajantes antes, durante e depois da viagem.

Aqui estão alguns exemplos:

- *Inclua preferências pessoais em hotéis, como uma academia ou piscina em perfis de viajantes e procure-as automaticamente. Você pode facilmente ver se as preferências pessoais correspondem às aprovações da empresa.*
- *Configure a ferramenta online de reserva corporativa para que, no momento da reserva, os funcionários possam se beneficiar de ofertas proativas, como acesso a lounge de negócios, embarque rápido ou serviços de transferência.*
- *Ofereça alertas instantâneos aos funcionários na estrada via SMS ou e-mail com alterações e atualizações de status de voo. Enquanto você não fizer as interrupções desaparecerem totalmente, o estresse emocional pode ser reduzido com informações em tempo real.*
- *Esteja ao alcance dos seus viajantes com serviços mobile que permitam fazer upload de despesas e reservas de serviços adicionais enquanto estiverem na estrada.*

Ao tomar uma abordagem consultiva e capitalizar sobre a tecnologia em questão, as agências de viagens corporativas podem trazer valor significativo para seus clientes corporativos, reduzindo o estresse de viagem para criar melhores jornadas _____ para todos os funcionários.





A tecnologia por trás de melhores viagens corporativas

Há mais de uma maneira de simplificar as viagens corporativas. Em 2019, a tecnologia está fazendo todos os tipos de soluções possíveis. Os *players* de toda a indústria de viagens têm a oportunidade de desenvolver soluções mais simples e mais fáceis de usar, e tornar as viagens mais eficientes e responsivas em tempos de disrupção.

Com isso em mente, a Amadeus investiu em vários projetos de inovação, em colaboração com os principais *players* da indústria e *startups*, para manter tudo em movimento. Aqui está uma rápida pincelada no que estamos trabalhando hoje em dia para tornar a experiência de viagem de amanhã mais suave, mais rápida e conveniente.



Rastreamento de bagagem

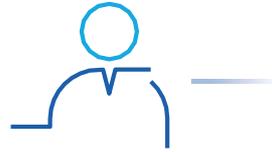
O principal fator de estresse expresso pelos viajantes corporativos (figura 7, página 14) é o atraso ou perda da bagagem. Com 23 milhões de peças de bagagem mal manuseadas em 2017¹³, o tema é uma área de foco para as companhias aéreas e aeroportos, especialmente agora que [a resolução 753](#)¹⁴ da IATA exige que as companhias aéreas rastreiem a bagagem em quatro pontos-chave na jornada da bagagem.

É aqui que a internet das coisas (IoT) pode ajudar. A IoT basicamente incorpora pequenos dispositivos de computação em objetos do cotidiano para que dados possam ser enviados e recebidos, como a localização exata, por exemplo.

Com isso em mente, a equipe de Pesquisa e Inovação da Amadeus está colaborando com companhias aéreas, aeroportos e [Sigfox](#), um dos principais provedores de internet das coisas, para rastrear os contêineres usados para transferir bagagem dentro e fora de aeronaves. Ao combinar a tecnologia de IoT com o Sistema de Reconciliação de Bagagem (BRS) da Amadeus — uma solução universal usada por manipuladores de terra, companhias aéreas e aeroportos —, será possível localizar automaticamente a bagagem em todo o mundo.

¹³ https://rainfid.org/wp-content/uploads/2017/11/RFID_for_Baggage_Handling_and_Tracking-UK.pdf

¹⁴ <https://www.iata.org/whatwedo/ops-infra/baggage/Pages/baggage-tracking.aspx>



ID digital do viajante

Para viajantes corporativos frequentes, cada minuto conta. Infelizmente, ter que provar sua identidade repetidamente durante toda a jornada não faz dela uma experiência suave. Começa cedo, quando você insere os dados para fazer a reserva; em seguida, para o *check-in* online e várias vezes durante a viagem — no aeroporto (*check-in*/entrega de bagagem, segurança, acesso ao saguão, embarque, etc.), para a locadora de carros, *check-in* no hotel. E se você tivesse uma única identificação digital certificada?

Muitos *players* da indústria de viagens (IATA One ID, Fórum Econômico Mundial, Conselho Mundial de Turismo de Viagens, entre outros) e até mesmo outros setores estão tentando resolver esse problema. A visão da Amadeus é oferecer interoperabilidade de ponta a ponta, entre *players* de identificação de não viagens e atores de viagens, para preencher a lacuna entre os pontos de contato digitais, físicos, aéreos e não aéreos. Mas o mais importante: nossa abordagem é centrada no viajante, com o objetivo de as viagens terem o mínimo de problemas, deixando-o no controle. Embora seja um objetivo compartilhado em toda a indústria, para que os provedores de viagens cheguem a um acordo, eles devem garantir a manutenção da segurança e da privacidade do viajante, bem como dos dados, e isso deve ter a mais alta prioridade.



A importância da localização

Biometria e Inteligência Artificial (IA) também estão abrindo várias portas no mundo da identificação do viajante. Apenas no ano passado, a Lufthansa e a Amadeus embarcaram em um A380 em aproximadamente 20 minutos graças à tecnologia biométrica.

Vários países implementaram e-Visas para viajantes de entrada ao longo dos últimos dois anos, e 1 em cada 1.000 passageiros ainda chegam ao aeroporto sem a documentação de visto de que precisam¹⁵. Oferecer aos funcionários recomendações personalizadas sobre os requisitos de visto durante o processo de submissão também pode resolver um grande ponto de dor para eles.

[JoinSherpa](#), um membro do programa Amadeus Explore, desenvolveu uma plataforma para processar solicitações de visto de arquivo eletrônico, descrevendo tudo o que os viajantes precisam saber antes de passar pela alfândega.

Encontrar o local mais adequado é fundamental para os viajantes corporativos na estrada. Depois do preço, este é um dos dois principais critérios ao escolher uma acomodação. A tecnologia de geomarcação pode ajudar os viajantes com informações mais precisas e detalhadas sobre os lugares que vão visitar.

- *Por exemplo, [a Avuxi, uma das muitas startups em que a Amadeus investiu como parte de nosso programa de empreendimentos, analisa e classifica dados geolocalizados](#) — como comentários, fotos e avaliações de milhões de usuários por meio de mais de 60 fontes, incluindo Instagram, Facebook, Twitter, Google, Wikipedia e muito mais — para avaliar a popularidade de todos os lugares na Terra. Em seguida, sua tecnologia mostra as áreas mais populares dentro de uma cidade por meio de mapas de calor fáceis de entender para que os viajantes que procuram um hotel, restaurante ou bar possam facilmente entender os lugares mais populares da cidade que estão prestes a visitar.*
- *A [GeoSure](#), outra startup que [recentemente se juntou ao programa Amadeus Explore](#), usa big data, relatórios de origem de crowd e inteligência geoespacial para desenvolver um padrão global de pontuação que permite aos viajantes estabelecer pontuações de segurança em 35 mil locais ao redor do mundo. Oferece pontuações com base em sete "categorias de segurança": geral, saúde e médica, roubo, danos físicos, liberdades políticas, segurança para as mulheres e segurança LGBTQ.*

¹⁵ <https://www.joinsherpa.com/solutions/airlines/>



Outras áreas a explorar

Por último, mas não menos importante, a Amadeus também está olhando para o poder da Inteligência Artificial para melhor servir os viajantes. Aqui estão algumas áreas que estamos investigando ativamente:

- *Como os chatbots, alimentados por IA para reserva, suporte ou gerenciamento de interrupção, podem melhorar o atendimento ao cliente?*
- *Como o processamento de linguagem natural e os serviços cognitivos podem identificar planos de viagens corporativas de trocas de e-mail para sugerir proativamente opções de reserva, como voos e hotéis?*¹⁶
- *Como podemos desenvolver um mecanismo de recomendação para oferecer serviços hipercontextualizados? Por exemplo, o [Feasy](#), desenvolvido pelo Amadeus Ambient Services, atua como um concierge de viagens digitais que só potencializa o serviço mais qualificado (com base em*
- *utilidade, não em classificação e margens pagas) de um ecossistema de provedores de viagens e não viagens.*
- *Como podemos usar a análise preditiva para antecipar interrupções¹⁷? A indústria de viagens gera grandes volumes de dados. Com o uso de algoritmos supervisionados de machine learning, podemos identificar padrões com base em uma série de fatores, como um conjunto de sintomas que ajudam os médicos a diagnosticar uma doença. Por outro lado, algoritmos de aprendizagem não supervisionados podem detectar anomalias que desencadeiam alertas quando alguns dos dados se tornam suspeitos.*

Ao adotar tecnologia de ponta e explorar novas áreas, as empresas podem atender melhor os viajantes, em última análise, incorporando "paz de espírito" na viagem.

¹⁶ <https://amadeus.com/en/insights/blog/5-examples-predictive-analytics-travel-industry-2>

¹⁷ <https://amadeus.com/en/insights/blog/5-examples-predictive-analytics-travel-industry-2>

amADEUS

Amadeus IT Group, S.A.
C/ Salvador de Madariaga, 1
28027 Madrid, España
Telephone: +34 91 582 0100
corporatesolutions@amadeus.com
www.amadeus.com