



AL CONNECT
2026

Realização

VISA

VOLL

LATAM
AIRLINES

TRAVEL CONNECT

★ EDIÇÃO ESPECIAL DE 5 ANOS ★

Principais destaques | 09 de setembro de 2026



Travel Connect 2026

A 5ª edição do **Travel Connect** aconteceu no dia 9 de setembro, no WTC Golden Hall, em São Paulo. Cerca de 1.500 profissionais estiveram presentes, absorvendo sete horas de conteúdo com mais de 40 speakers referências no setor, entre eles três nomes internacionais, **Katharine Farrell** (VP para as Américas da GBTA), **Clyde Rosanowski** (SVP de Soluções Corporativas da Mastercard) e **Linda Zhang** (Diretora Global de B2B da 99).

Realizado anualmente, o Travel Connect é o maior evento de inovação em viagens, mobilidade e despesas corporativas do país, promovido pela agência de viagens VOLL, com pautas de inovação, tecnologia e inteligência artificial.

A novidade da edição foi a divisão em três trilhas temáticas simultâneas, **Viagens sem Fronteiras**, **Quem Faz Acontecer** e a estreante **Procurement em Rota**, assinada pela Live University e a Inbrasc. Pela primeira vez, **LATAM**, **Azul** e **GOL** dividiram o palco como patrocinadoras simultâneas, e o dia marcou o lançamento do estudo **Radar Business Travel**, feito pela VOLL em parceria com a Panrotas, com apoio de dados da Visa.

O ponto alto da manhã veio do próprio CEO da VOLL. Depois de um bate-papo com **Luciano Huck**, **Luciano Brandão** anunciou a ferramenta de IA agêntica que passa a antecipar as necessidades do viajante ao longo de toda a jornada.

Confira os melhores momentos do Travel Connect 2026



Confira as fotos do evento

Quem construiu o Travel Connect 2026

VISA

VOLL

LATAM
AIRLINES

Azul



next level
software house

99 Para
Empresas

ACCOR

AirEuropa

ATLANTICA
HOSPITALITY INTERNATIONAL

Aviva

B2B.reservas

Blue Tree
Hotels

BRITISH AIRWAYS

charlie

CLICKBUS

ESTANCORP

five
transportes

GOL

Hilton

IBERIA

live university
inbrasc

ICH
HOTELS

Iterpec

JFL

Localiza

Quero
Passagem

unidas
aluguel de carros

AEROMEXICO

100
American

Club Med

COSTAO
DO SANTINHO

MELIÀ HOTELS
INTERNATIONAL

sabre

shift

WYNDHAM
HOTELS & RESORTS

ALAGEVO

ASSIST
CARD

bedonline

CARLTON
GRUPO DE HOTÉIS

HCC
HOSPITALITY

movida
aluguel de carros

OMNIBEE'S

OTHON

ROYAL PALM
Hotels & Resorts

sables
HOTEL

tg.mob

VILA ANGATU
ECO RESORT & SPA

ZORAH BEACH
HOTEL

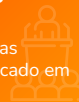
Números que comprovam o impacto

Exclusivo para convidados, o **Travel Connect** se tornou indispensável para profissionais que buscam conhecimento, atualização, tecnologia, inovação e liderança.

O Travel Connect 2026 foi muito mais que um evento, **foi um divisor de águas** no setor de viagens e despesas corporativas. Confira os números que refletem o alcance e a transformação proporcionados por essa edição inesquecível.

40 Speakers, sendo 3 internacionais, divididos em 3 trilhas simultâneas

Palco formado apenas por C-level, Diretoria e Heads das empresas que estão liderando a transformação do mercado em seus segmentos.



47 Patrocinadores e parceiros

Principais players da indústria de viagens, mobilidade e despesas corporativas participaram da Arena de Conexões, promovendo encontros reais na era da IA.



1.500 Profissionais e 400 empresas presentes

Empresas mais valiosas e prestigiadas do Brasil fazem parte dessa lista. E agora têm membros de seus times que fizeram parte da experiência Travel Connect.



NPS 84

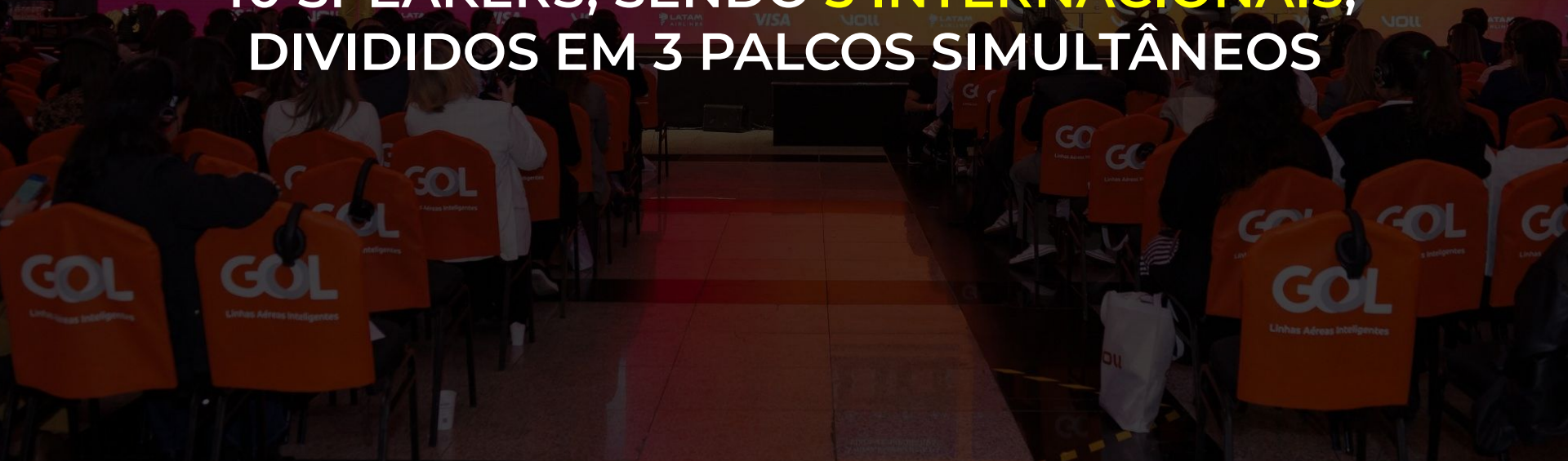
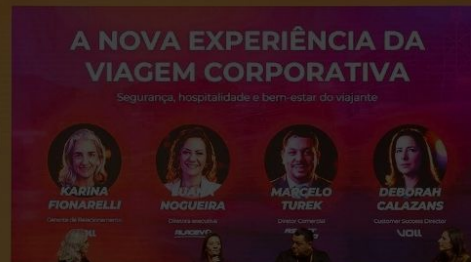
Mais uma vez, o Travel Connect entregou uma experiência incrível aos seus participantes. Por isso, celebramos o NPS em Zona de Excelência.



QUEM FAZ ACONTECER - CANAL 1: ROSA

VIAGENS SEM FRONTEIRAS - CANAL 2: LARANJA

40 SPEAKERS, SENDO 3 INTERNACIONAIS,
DIVIDIDOS EM 3 PALCOS SIMULTÂNEOS





No Travel Connect 2026, a VOLL não conectou apenas pessoas e negócios: conectou todos a uma causa social!

Tivemos no evento o espaço VOLL Pets, iniciativa criada junto à Desabandone, ONG que desde 2012 resgata, cuida e encontra um novo lar para centenas de animais todos os anos. Um espaço dedicado a receber doações e onde os convidados puderam interagir com os animais resgatados.

Conheça o trabalho da ONG Desabandone





MAIS DE 2.000 INSCRITOS E 1.500 PARTICIPANTES PRESENTES



Travel Connect 2026 reúne 1,5 mil participantes para conteúdo e networking; fotos

Evento da VOLL, agora na 5ª edição, foi realizado pela primeira vez no Golden Hall do WTC Events Center

Travel Connect 2026

Com palestras – como do apresentador **Luciano Huck**, sobre cenário da **GBTA para viagens corporativas** e da chef de cozinha **Paola Carosella** – e sessões divididas em diferentes temas, o evento foi ponto de encontro para gestores de viagens, fornecedores e parceiros se atualizarem e fazerem networking.

Veja as últimas fotos no álbum abaixo.

Leia mais

DESTAQUES EVENTOS NOTÍCIAS

Travel Connect 2026 reúne líderes do setor para debater IA, dados e o futuro das viagens corporativas



Travel Connect 2026 reúne líderes do setor para debater IA, dados e o futuro das viagens corporativas

Leia mais

DESTAQUES EVENTOS NOTÍCIAS

Travel Connect, da VOLL, ganha edição da Revista PANROTAS com conteúdo exclusivo

PANROTAS.com.br

Travel Connect, da VOLL, ganha edição da Revista PANROTAS com conteúdo exclusivo

Leia mais

DESTAQUES EVENTOS NOTÍCIAS

Travel Connect 2026 reúne líderes do setor para debater IA, dados e o futuro das viagens corporativas



Travel Connect 2026 reúne líderes do setor para debater IA, dados e o futuro das viagens corporativas

Leia mais

DESTAQUES EVENTOS NOTÍCIAS

VOLL e PANROTAS lançam Radar Business Travel com retrato da gestão corporativa no País

PANROTAS.com.br

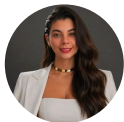
VOLL e PANROTAS lançam Radar Business Travel com retrato da gestão corporativa no País

Leia mais

Depoimentos que inspiram

“

Parabéns pela **estrutura, pelas palestras, acolhimento e possibilidades de criar conexões com temas específicos** e que fazem parte do meu dia a dia corporativo.



Camila Butinholi
Pharlab



“

Evento perfeito para se **conectar com profissionais incríveis**, se reencontrar com amigos de outras companhias e falar de negócios com quem realmente faz acontecer.

Obrigada por esse evento maravilhoso VOLL!



Kedma Ross
Fundação Itaú



“

Que experiência incrível participar do Travel Connect! ❤️

Foi um **evento muito especial, daqueles em que dá para perceber o carinho em cada detalhe**: os parceiros, o conteúdo, as conexões, os mimos e principalmente, a **oportunidade de trocar ideias e conhecer pessoas incríveis**.



Daiana Lara
Arezzo



Depoimentos que inspiram

“

O Travel Connect 2026 foi simplesmente fantástico, maravilhoso!

Que deixou de ir, não faz ideia do que deixou de ver, ouvir e da experiência proporcionada neste dia. Foram **muitas trocas, sem contar os momentos de muita emoção com os palestrantes!!**



Cláudio Silva
Arcos Dorados



“

O conceito de ter **três palestras acontecendo simultaneamente foi muito interessante.**

Além da variedade dos assuntos abordados, os temas estavam muito conectados com situações que vivenciamos no dia a dia, o que tornou a experiência ainda mais relevante e enriquecedora.



Laís Bezerra
Beiersdorf



“

Excelente evento, onde foi possível realizar **conexões produtivas e adquirir conhecimento e troca de experiências.**

PARABÉNS pela organização, cuidado e carinho com todos os convidados.



Débora Silva
JCB



Realização

[Voltar ao início](#)

VISA

VOLL

LATAM
AIRLINES

TRAVEL CONNECT 2026

ARENA DE CONEXÕES

Continue para **ver agora os parceiros** que marcaram presença

O ponto de encontro perfeito entre **inovação, networking e oportunidades** de negócios.

Com **47 parceiros** de empresas líderes no mercado de viagens corporativas, tecnologia e serviços, a arena proporcionou um **espaço dinâmico e interativo** onde decisões foram tomadas e novas parcerias formadas.



1.500 visitantes únicos passaram pela Arena de Conexões, explorando as inovações e criando oportunidades de parcerias estratégicas.



3.5 horas de interação ao vivo, com demonstrações de produtos, soluções tecnológicas e serviços customizados.



Networking 360° – A Arena foi projetada para maximizar interações, com áreas de lounge, coffee breaks próximos aos estandes e horários dedicados para visitas.



Diversos participantes mencionaram que a Arena de Conexões foi relevante para o dia a dia.



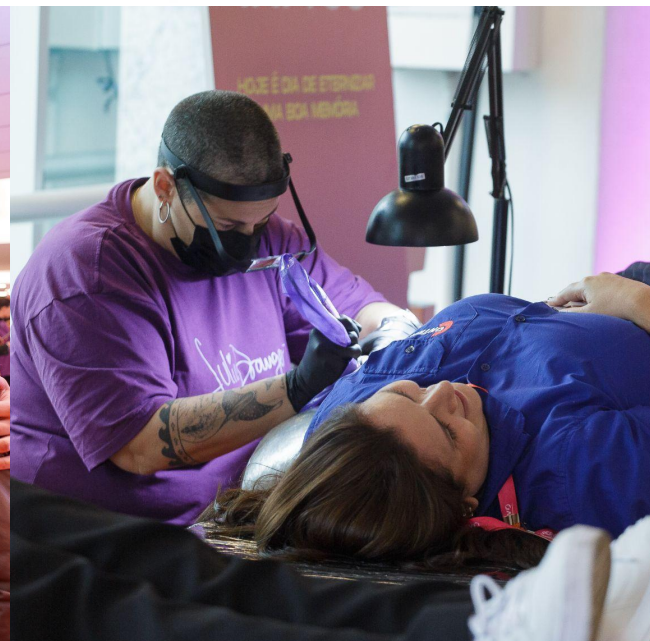
Viajar é sobre conexões.
Os pagamentos também.



Experiências Travel Connect

Enquanto o palco e as trilhas simultâneas recebiam o público, o foyer do Travel Connect 2026 funcionou como uma extensão viva do evento. Entre um bloco de conteúdo e outro, participantes circulavam pelos estandes de parceiros, trocavam contatos, e aproveitavam ativações da própria VOLL.

Cumprimentos, risadas e conversas de corredor lembraram que parte do valor de um evento como esse acontece fora do palco, nos encontros que ali se tornam parcerias.



Asas abertas pra receber você.

O céu
do Brasil é **Azul** 

Conforto em cada
detalhe. Exclusividade
em toda a experiência.
Acesse voeazul.com.br
ou baixe o app.

[△ Voltar ao início](#)

Ao longo do dia, os participantes tiveram a oportunidade de explorar soluções inovadoras e conhecer de perto os principais players do setor, em um ambiente totalmente voltado para a geração de valor e troca de experiências.

Mais de 1.000 visitantes passaram pela **Arena de Conexões**, um espaço especialmente planejado para impulsionar interações estratégicas e apresentar as novidades que estão moldando o futuro das viagens corporativas.



Bruno Divetta
Marketing Lead Partner

 **Live university**
inbrasc

Estar no Travel Connect é estar num círculo virtuoso de negócios e informação, com um **público qualificado e realmente interessado nas soluções apresentadas**. Expor a marca aqui também é uma questão de contexto, e estando no lugar certo, a marca se fortalece e prospera. A parceria com a VOLL é admiração recíproca, e estamos muito felizes de estar aqui.



Natália Martim
Meeting Event Coordinator LATAM

 **ACCOR
LIVE
LIMITLESS**

Participar do VOLL Travel Connect foi uma experiência de **troca de altíssimo nível, com parceiros, fornecedores e clientes**, num conteúdo preparado com muito carinho pela VOLL. A parceria entre a Accor e a VOLL é de extrema importância para nós, uma jornada contínua de aprendizado em que seguimos traçando novos horizontes e superando obstáculos juntos.

A Arena foi pensada para oferecer um **networking 360°**, com áreas de lounge confortáveis, coffee breaks estrategicamente posicionados próximos aos stands e horários dedicados exclusivamente para visitas e conversas de negócios.

Esse cuidado na concepção do espaço potencializou encontros de qualidade, estimulando desde reencontros com colegas de longa data até a criação de novas oportunidades de parcerias.



Priscila Pereira
Diretora Nacional de Vendas



A VOLL é um grande parceiro de negócios da Atlantica, e mais do que parceiros, viramos amigos ao longo do caminho. Como 80% do portfólio da Atlantica é de hotéis corporativos, **existe uma sinergia enorme entre as duas empresas**, que crescem juntas a cada ano com o mesmo DNA de inovação.



Anderson Wolff
Gerente Nacional de Vendas Corporativas



A GOL participa do Travel Connect desde a primeira edição. O evento é muito bem construído, e a companhia está sempre atenta às novidades do trade para entender como pode contribuir para que a gestão e a experiência em viagens corporativas evoluam cada vez mais.

next level
software house

Credenciamento e tecnologia para eventos

Tudo o que o seu evento precisa



Totens de
autoatendimento



Apps
personalizados



Controle de
acesso



nextlevelcode.com.br

Tecnologia sob medida para eventos

Parceiros do Travel Connect 2026



Saiba mais

Conheça mais sobre Atlantica, parceira oficial do Travel Connect



Saiba mais

Iterpec oferece mais de 1 milhão de hotéis em 10 idiomas e 135 moedas



Acesse

Voe para mais de 40 destinos europeus com a Air Europa!
Parcelamento em até 10 xs sem juros.



Saiba mais

Mais do que alugar carros, nós cuidamos do seu caminho. Confira as nossas dicas de viagem para inspirar sua próxima experiência.



Saiba mais

Conheça mais sobre Aviva, parceira oficial do Travel Connect.



Saiba mais

Conheça mais sobre 99 para empresas, parceira oficial da VOLL e do Travel Connect



Saiba mais

Solução digital completa, da reserva ao pagamento, para viagens corporativas



Saiba mais

Conheça mais sobre Blue Thee, parceira oficial do Travel Connect



Realização

[Voltar ao início](#)

VISA

VOLL

LATAM
AIRLINES

TRAVEL CONNECT 2026

ARENA DE CONTEÚDO

Continue para **ver agora os destaques** da programação

Conectar é Transformar

Luciano Huck abriu a programação contando sua trajetória e os momentos de virada que a marcaram. Relembrou a estreia no comando do **Caldeirão do Huck**, em 8 de abril de 2000, atração que comandou por mais de duas décadas misturando entretenimento, histórias de pessoas comuns e transformação social.

No meio desse percurso, em maio de 2015, ele e a família sofreram um acidente aéreo ao voltar do Pantanal. Foi preciso fazer um pouso de emergência depois de uma pane no bimotores em que viajavam, e Huck fraturou uma vértebra torácica. Ele descreveu o episódio como um verdadeiro renascimento para todos os envolvidos.

Ao longo da conversa, Huck defendeu que o momento atual da **inteligência artificial** representa uma **ruptura maior do que outras transformações tecnológicas recentes**, com potencial para influenciar diretamente a forma como as pessoas aprendem, escolhem e decidem no dia a dia.

“Cada vez mais ela vai atuar na forma como aprendemos, escolhemos e tomamos decisões”, destaca Luciano Huck.



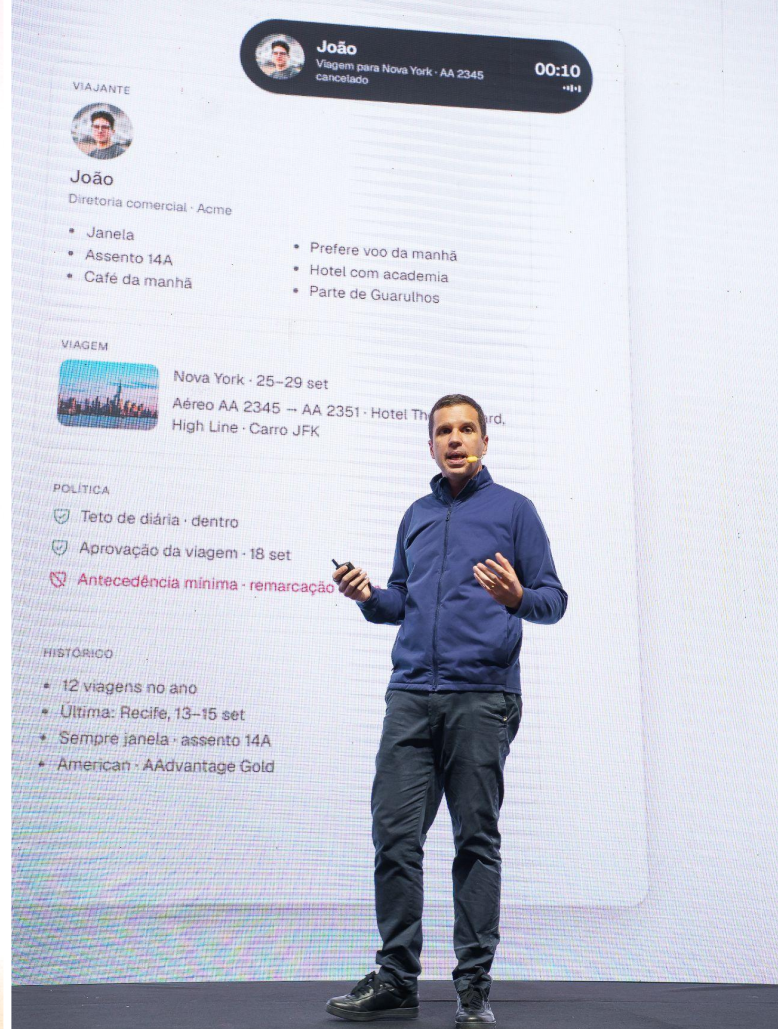
LANÇAMENTO

Nova versão da plataforma VOLL

Na sequência do bate-papo com Huck, Luciano Brandão, CEO da VOLL, anunciou a VOLL Intelligence, uma ferramenta de **IA agêntica que passa a auxiliar o viajante de forma proativa ao longo de toda a jornada**. A ferramenta antecipa necessidades como hotel, aluguel de carro e transporte público a partir da reserva original, e integra tudo à agenda do usuário, sempre considerando o perfil e as preferências de cada um. Segundo Brandão, até hoje personalização e escala pareciam quase antagônicas, e a nova ferramenta consegue reunir as duas coisas na mesma experiência.

A ferramenta também passa a **notificar o viajante em caso de atraso ou cancelamento de voo, acompanhando cada etapa da jornada**. E permite que a reserva seja feita tanto com apoio de um agente de IA quanto diretamente pelo próprio usuário, por conversa ou por escrito, da forma que for mais conveniente.

Para os gestores de viagens, a promessa é acabar com a configuração manual de parâmetros de política. Basta subir o PDF da política de viagens da empresa dentro da interface conversacional para que ela passe a valer no sistema.





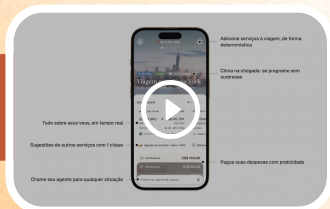
LANÇAMENTO

Nova versão da plataforma VOLL

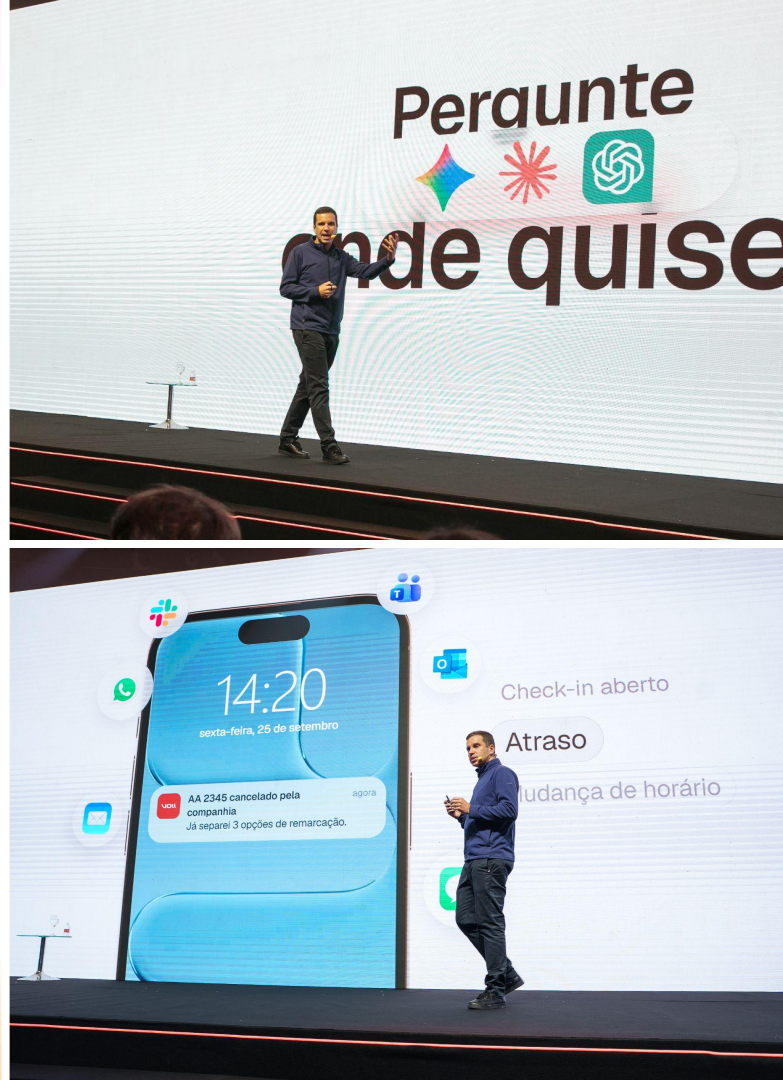
Ao apresentar a novidade, Brandão explicou que o novo produto foi pensado para dar autonomia a cada personagem da jornada de viagem corporativa. O viajante ganha um agente de IA para chamar de seu, mas também a capacidade de auditar o que esse agente faz. O gestor ganha a mesma autonomia na hora de levantar dados, configurar políticas e puxar relatórios. E o consultor de viagens vira o que Brandão chamou de "super consultor", com mais ferramenta, mais contexto e mais informação para estar perto de quem precisa de ajuda na estrada.

“Cada personagem dessa jornada passa a ter uma ferramenta muito mais poderosa para gerar ainda mais valor para suas companhias.”

Luciano Brandão, CEO da VOLL



Assista à demonstração da nova plataforma e saiba como a IA da VOLL vai potencializar a sua gestão de viagens





IA em movimento, o futuro das viagens corporativas começa pelos dados

Tiago Moherdaui, Vice-Presidente Brasil da Visa Consulting & Analytics, e **Valter Andrade**, diretor executivo de Data Science da Visa, dividiram o palco para falar sobre o crescimento das transações em cartão no segmento de viagens corporativas.

Segundo Andrade, o **Brasil já ocupa a 10ª posição entre os países que mais gastam com viagens a negócios no mundo**. O volume de transações da Visa no país cresce mais de 30% ao ano, acima do patamar de cerca de 20% observado nos demais mercados, com exceção dos Estados Unidos. Para ele, não é a quantidade de viagens que aumenta, e sim o valor gerado por cada uma delas.

Moherdaui reforçou que o objetivo da Visa, em parceria com clientes como a VOLL, é usar dados para reduzir a fricção ao longo de toda a jornada do viajante, não apenas na reserva de hotel ou passagem.

Os executivos ainda destacaram três tendências observadas com base em dados. A primeira é o **viajante híbrido**, que já mistura trabalho e lazer na mesma viagem. A segunda é a **jornada agêntica**, em que agentes de IA passam a executar ações e não apenas responder perguntas. A terceira é a **hiperpersonalização**, cada vez mais dependente do conhecimento fino sobre o perfil de cada cliente.

“Não é a quantidade de viagens que está aumentando, e sim o valor gerado nelas.” Valter Andrade, Visa





Onde os negócios
levarem você,
**seu cartão Visa
acompanha.**

Conte com a aceitação global, praticidade
e segurança Visa em milhões de
estabelecimentos ao redor do mundo.

Saiba mais em **visa.com.br**

VISA

Radar Business Travel

Antes de passar a palavra à Panrotas, Luiz Moura, cofundador da VOLL, chamou atenção para o motivo de a empresa investir num estudo como esse. Para ele, a maior perda das empresas não está apenas no que gastam em viagens, mas no que deixam de ganhar por não terem dados de qualidade para decidir melhor, e é esse o compromisso que a VOLL quer sustentar com o mercado brasileiro de gestão de viagens e despesas.

“A maior perda das empresas está no que deixam de ganhar”, apontou Luiz Moura, cofundador da VOLL.

O Radar Business Travel foi apresentado no palco por **José Guilherme Alcorta**, CEO da Panrotas, e **Artur Luiz Andrade**, editor-chefe da Panrotas, como um **estudo feito pela VOLL em parceria com a Panrotas e com apoio da Visa por meio do acesso aos dados do GBTA Business Travel Index 2026 (BTI)**, que coloca lado a lado os dados nacionais de gestão de viagens corporativas e as referências internacionais do setor.

O material combina a operação da VOLL entre janeiro de 2025 e agosto de 2026, pesquisas com gestores de viagens, despesas e procurement de grandes empresas brasileiras, e benchmarks da GBTA, da Iata e da Anac, somando informações de mais de 850 mil usuários da plataforma.

MATERIAL NA ÍNTEGRA

Clique aqui e acesse o Radar Business Travel 2026, com todos os insights reunidos pela VOLL em parceria com a Panrotas e apoio de dados da Visa.



Radar Business Travel

O estudo confirma, com base na GBTA, que o Brasil deve registrar crescimento de 13,8% ao ano nos investimentos em viagens corporativas em 2026, o maior entre as 15 maiores economias analisadas.

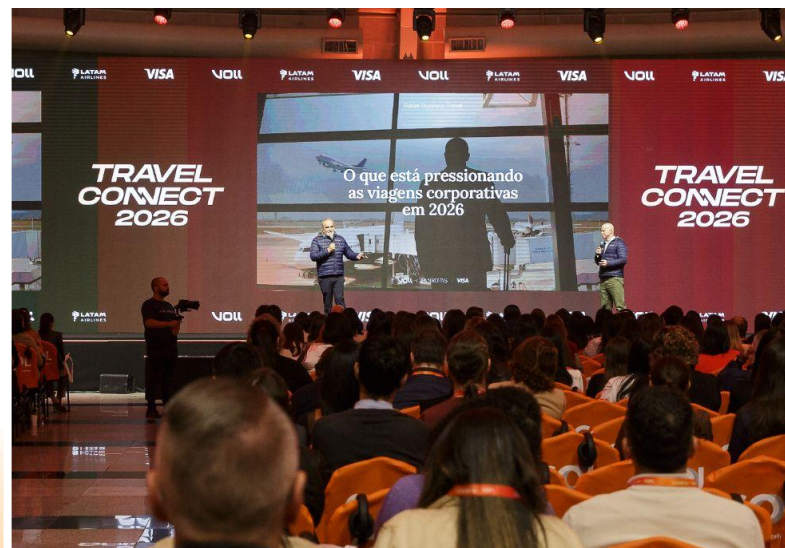
Do lado orçamentário, **44,1% dos gestores brasileiros relatam ter recebido aumento no orçamento de viagens**, mas a mesma proporção, 44,1%, ainda trabalha com sistemas de viagens e despesas desconectados entre si, e apenas 5,9% têm visibilidade dos custos em tempo real.

Sobre **governança**, 85% das empresas dizem ter uma política formal de viagens, mas apenas 56% registram aderência efetiva na prática, e só 15% utilizam políticas dinâmicas, capazes de se adaptar a variações de preço. Os gargalos mais citados pelos gestores foram processos manuais e retrabalho, com 37% das menções e falta de integração entre sistemas, com 22%.

No campo da **inteligência artificial**, 54% das empresas brasileiras ainda estão nos estágios iniciais de adoção, e 12% mantêm postura cética quanto ao valor prático da tecnologia. Entre as aplicações de maior potencial já identificadas pelos gestores estão a previsão de custos e orçamento, citada por 42%, e a auditoria automática de tarifas, citada por 31%, enquanto a integração com sistemas legados segue como o principal obstáculo à adoção.

MATERIAL NA ÍNTEGRA

Clique aqui e acesse o Radar Business Travel 2026, com todos os insights reunidos pela VOLL em parceria com a Panrotas e apoio de dados da Visa.



Radar *Business* Travel

O primeiro panorama real da gestão de viagens corporativas no Brasil, com benchmark global e impacto mensurável da IA.

[Clique aqui e acesse](#)

Quem voa com *dado*
sabe aonde vai chegar.

VOU | PANROTAS | **VISA**

Panorama Global de Viagens Corporativas

Katharine Farrell, VP para as Américas da GBTA, abriu sua participação lembrando que a associação representa mais de 9 mil membros ao redor do mundo e o equivalente a US\$ 1,71 trilhão do setor global de viagens e reuniões corporativas.

Com base na 18ª edição do **Business Travel Index**, ela mostrou que o gasto do setor é historicamente resiliente, com uma taxa composta de crescimento de 4% ao ano mesmo somando as recessões das últimas duas décadas. A projeção é que o mercado ultrapasse US\$ 2 trilhões em 2030, partindo dos US\$ 1,71 trilhão previstos para 2026.

Ela chamou atenção para um descompasso relevante. Enquanto o gasto global cresce 7,2% em 2026, o volume de viagens sobe apenas 1,3%, o que confirma que cada viagem custa mais e passa a ser decidida com foco redobrado em valor para o negócio.

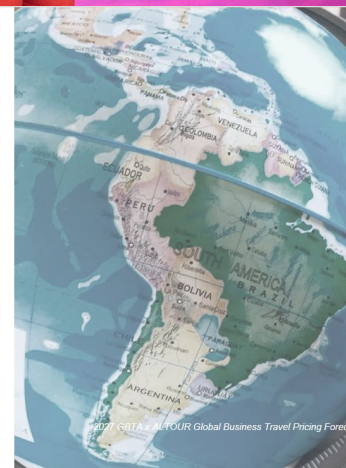
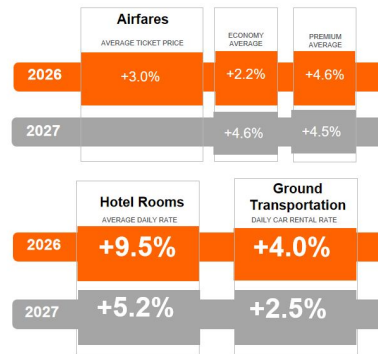
Entre os 15 maiores mercados do mundo, o Brasil aparece como o único representante latino-americano no grupo e também como o de maior crescimento esperado, com alta de 13,8% e gasto de US\$ 35,8 bilhões em 2026, o equivalente a R\$ 183 bilhões movimentados no segmento no país.

Do lado de preços, Farrell destacou que a América Latina deve ser a região mais estável do mundo em tarifas aéreas, com alta de apenas 3% em 2026, mas também a mais pressionada em hotelaria, com diárias subindo 9,5% neste ano e mais 5,2% em 2027. O motivo é uma demanda que corre à frente de uma oferta hoteleira ainda enxuta.



GLOBAL PRICING OUTLOOK 2026-2027

Pricing Insights for LATAM



Panorama Global de Viagens Corporativas

O ponto alto da apresentação, no entanto, foi um **recorte específico sobre São Paulo**, dentro de um levantamento maior da GBTA que cobre cidades ao redor do mundo. Segundo os dados apresentados, o **turismo de negócios gerou mais de US\$ 3,4 bilhões em receitas relacionadas à atividade econômica na cidade em 2024**, sustentou mais de 33 mil postos de trabalho e reteve 31% dos gastos na própria economia local, além de contribuir com US\$ 391 milhões em impostos e US\$ 737 milhões em valor agregado direto à economia da cidade.

“Business travel is resilient, but not immune.”

Katharine Farrell, GBTA

GBTA INTERNATIONAL BUSINESS TRAVEL IMPACT STUDY

Business Travel's Economic Impact in São Paulo^(in USD)



Associe-se à GBTA

Acesse todo o conteúdo da GBTA Convention 2026, incluindo o BTI completo e mais de 85 sessões educativas, disponível para todos os associados a partir de novembro. Além disso, garanta sua inscrição para a GBTA Convention 2027, em San Diego, EUA, com valor preferencial exclusivo para profissionais da América Latina.

Sua associação inclui:



NETWORKING GLOBAL

Eventos, comunidades e o Diretório Global de Membros para ampliar sua rede.



PESQUISA E FERRAMENTAS

Acesse estudos, infográficos, modelos de RFP, ferramentas de benchmarking e mais.



COMMUNITY+

Mais de 2.000 conteúdos sob demanda, incluindo sessões educacionais, webinars, entrevistas e painéis.



DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

Aproveite descontos em cursos, eventos da GBTA, Convenção GBTA e certificação GTP.

ESCANEIE PARA SE
ASSOCIAR HOJE



gbta.org/pt/latam-membership



DIRETO

Gestores
Clientes

US\$ 50
anual



ALIADO

Fornecedores,
Consultores,
Associações

US\$165
anual



GBTA



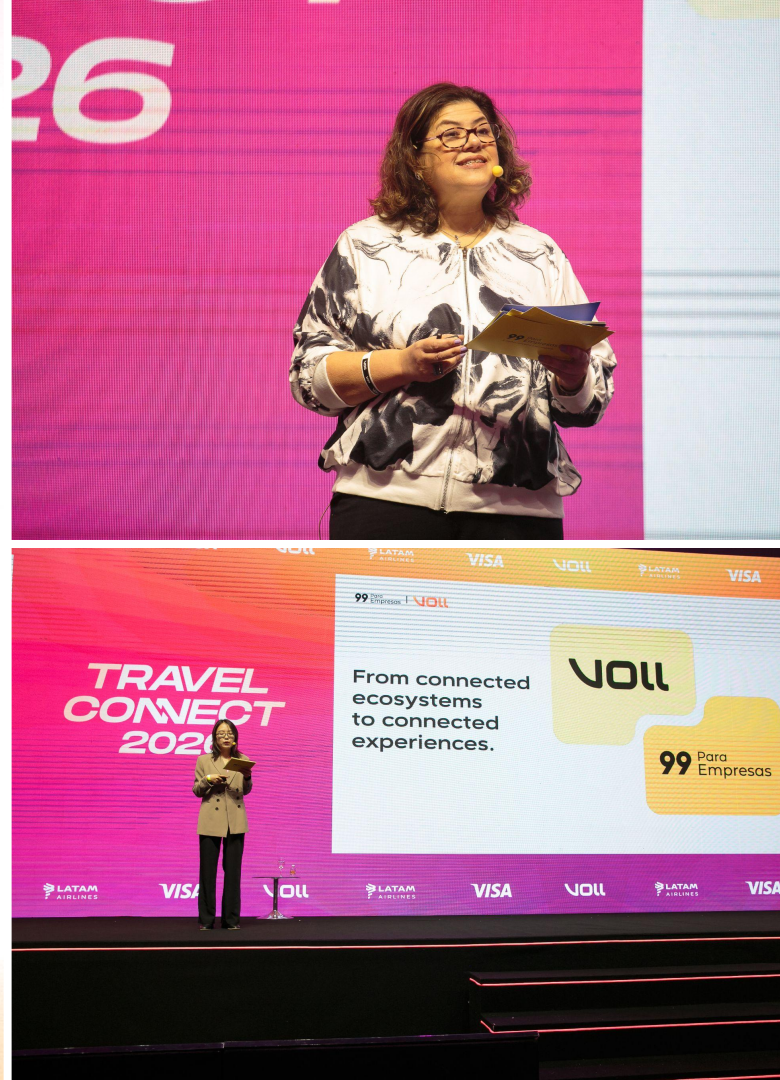
VOLL e 99, o lançamento da nova mobilidade corporativa

Karina Melendez, Diretora de Novos Negócios da 99 para Empresas, à frente de um dos maiores negócios de mobilidade B2B da 99 no Brasil, usou o palco para anunciar oficialmente a integração entre VOLL e 99.

O projeto nasceu como uma exploração de parceria e virou, segundo a executiva, uma nova experiência de mobilidade corporativa. Em vez de simplesmente levar o usuário de um aplicativo a outro, a **solução trouxe a mobilidade para dentro da própria jornada VOLL**.

Direto no app, o colaborador já consegue comparar opções de corrida, como Pop, Plus e táxi, com preço, tempo estimado e voucher corporativo aplicado automaticamente, sem precisar abrir um segundo aplicativo.

Na sequência, Linda Zhang, Diretora Global de B2B da 99 para Empresas, assumiu o palco para falar sobre modelos de parceria e digitalização na construção de jornadas mais integradas, defendendo que nenhuma empresa precisa cuidar sozinha de toda a jornada do viajante quando a tecnologia já permite soluções mais abrangentes.





VOLL e 99, o lançamento da nova mobilidade corporativa

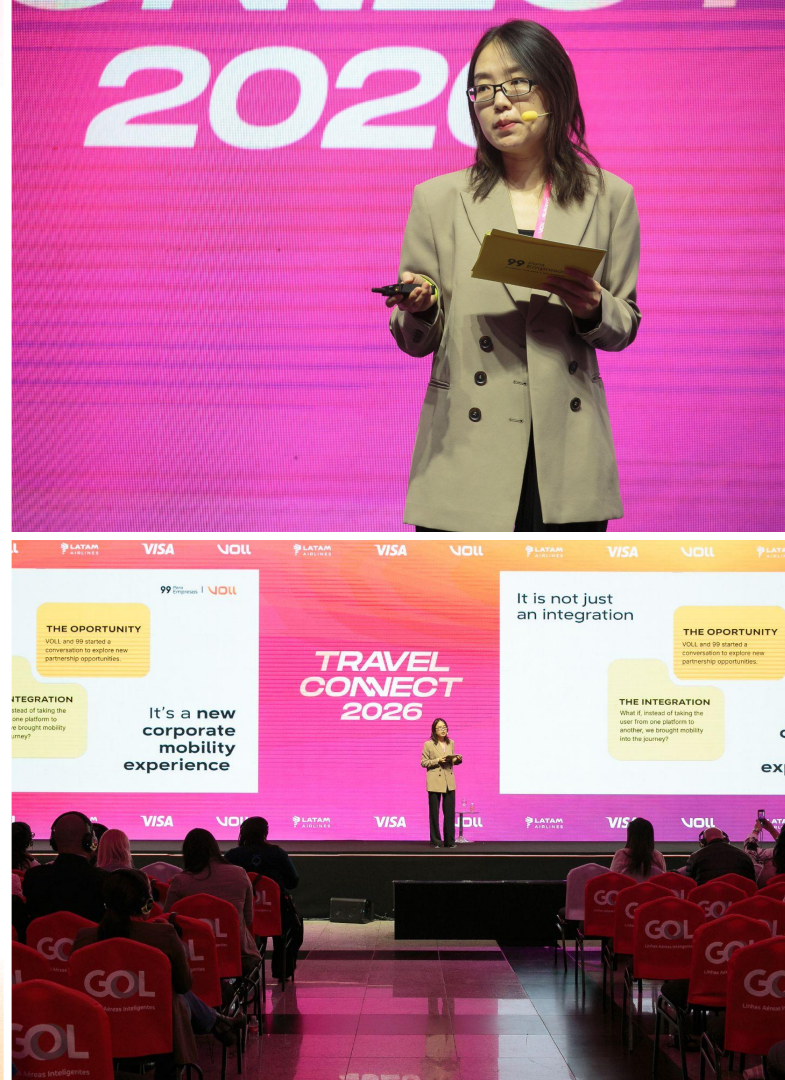
Para **Jordana Souza**, cofundadora e Diretora de Novos Negócios da VOLL, que encerrou o bloco, a novidade vai além de uma simples integração técnica. É colocar, na mão de quem gerencia viagens, uma solução que simplifica o complexo, dá previsibilidade de custo e cuida da experiência de quem está na rua, todo dia, a trabalho.

Antes de chegar a esse anúncio, as executivas compartilharam alguns dados: 81% das empresas brasileiras já operam em modelos presenciais ou híbridos, e apenas 3% seguem 100% remotas.

Os deslocamentos não diminuíram, apenas se redistribuíram entre atendimento a clientes, com 58% das menções, deslocamento entre unidades da própria empresa, com 51%, reuniões externas, com 50%, e participação em eventos e feiras, com 47%, segundo pesquisa Datafolha e 99 para Empresas feita entre junho e julho de 2026.

“O importante é estarmos abertos, porque nenhuma empresa precisa cuidar sozinha de toda a jornada.”

Linda Zhang, 99 para Empresas



Parceiros do Travel Connect 2026

charlie

Saiba mais

Charlie, seu concierge.



Somos Patrimônio do Bem Estar

Saiba mais



Acesse

Viabilizar momentos únicos e transformadores



Saiba mais

Conheça mais sobre Inbrasc, parceira oficial do Travel Connect



Saiba mais

Five, conectando pessoas a oportunidades



Saiba mais

Linhas aéreas inteligentes — Inteligência faz a gente voar



Saiba mais

Hilton. For the Stay



Saiba mais

Conheça mais sobre ICH, parceira oficial do Travel Connect

A nova experiência da viagem corporativa, segurança, hospitalidade e bem-estar do viajante

Marcelo Turek, diretor comercial da Assist Card, Karina Fionarelli, gerente de relacionamento da VOLL, e Luana Nogueira, diretora executiva da Alagev, se reuniram em painel conduzido por Deborah Calazans, diretora de sucesso do cliente da VOLL, para discutir os desafios enfrentados por diferentes perfis de viajantes corporativos, incluindo mulheres e pessoas LGBTQIAPN+.

Um dos dados apresentados mostra que **62% dos gestores de viagens já reconhecem que mulheres estão mais expostas a riscos em deslocamentos corporativos**, mas apenas 27% das empresas contam com políticas específicas voltadas a essa questão.

Luana Nogueira chamou atenção para os desafios adicionais em viagens internacionais, que somam à questão de gênero aspectos de idioma, cultura e protocolos locais que precisam ser estudados caso a caso. Para ela, uma régua padrão não é suficiente para medir riscos tão diferentes entre si, e a tecnologia tem um papel importante em ajudar a adaptar a política de viagens a cada perfil, sem abrir mão de segurança e de acolhimento.

"Uma régua não mede todos igualmente. A tecnologia ajuda."
Luana Nogueira, ALAGEV



O futuro do Turismo Corporativo no Brasil

Eduardo Giestas, CEO da Atlantica Hospitality International, e Daniela Araujo, Chief Alliances Officer da VOLL, em sua estreia no palco do Travel Connect, partiram de um dado que resume o momento do setor.

O gasto global com viagens corporativas deve bater recorde de US\$ 1,71 trilhão em 2026, alta de 7,2%, mas o número de viagens cresce só 1,3%. Na leitura de Giestas, as empresas não abandonaram a viagem corporativa, mas ficaram mais seletivas. Gasta-se mais por viagem, não se viaja mais. A Atlantica sente isso na prática, com a rede crescendo 11% em 2025, mais que o dobro do setor no Brasil, puxada pela alta da diária média.

Giestas comentou a chegada do **viajante bleisure**, que já responde por cerca de 60% das viagens de negócio ao combinar trabalho e lazer na mesma estadia, movimento que levou a Atlantica a entrar em multipropriedade e empreendimentos residenciais com serviços. Na tecnologia, a **adoção de IA em eventos corporativos saltou de 22% para 43% em um ano**, e vem por aí uma IA Concierge disponível 24 horas.

Ao lembrar a recessão de 2015 e 2016, quando o setor reagiu à queda de demanda com cortes de preço que não funcionaram, Giestas disse que essa experiência moldou uma resposta diferente na pandemia, com mais diversificação e investimento em tecnologia. Citou ainda o peso do turismo na economia brasileira, entre 6% e 8% do total e cerca de 8 milhões de empregos, e apontou o **ecoturismo** e o **ESG, hoje padrão operacional, como frentes de maior potencial**.





Booking to Borderless, o futuro da viagem corporativa

Clyde Rosanowski, SVP de Soluções Corporativas da Mastercard para Europa, Oriente Médio e África, construiu toda a palestra em torno de uma metáfora, a evolução da mala de viagem. Da mala carregada à mão para a de duas rodas, e desta para a mala giratória de quatro rodas, que segue a direção de quem viaja sem exigir esforço.

Para ele, a **IA agêntica é exatamente esse salto na gestão de viagens corporativas**, o momento em que o sistema passa a se mover junto com o viajante em vez de precisar ser empurrado o tempo todo.

Antes de chegar lá, ele apresentou credenciais de viajante contumaz, foram 55 voos no último ano, 32 deles de mais de oito horas, somando cerca de 440 mil quilômetros, o equivalente a 11 voltas ao redor do planeta.

Rosanowski descreveu o que chamou de **trabalho invisível da viagem**. Para o viajante, a viagem é uma intenção simples, estar em determinado lugar, em determinado horário, pronto para o trabalho. Mas os **sistemas atuais enxergam uma cadeia de tarefas separadas**, buscar e comparar, checar política, encontrar quem aprova, atualizar agenda, remarcar quando algo muda, guardar recibos, montar o relatório de despesas.





Booking to Borderless, o futuro da viagem corporativa

O funcionário, disse ele, vira a própria camada de integração entre companhias aéreas, hotéis, agências, políticas, pagamentos e sistemas de despesa. Na leitura dele, a última década digitalizou essa experiência sem de fato removê-la. O recibo virou digital, mas o funcionário ainda precisa fazer o upload. A aprovação foi para o aplicativo, mas ainda precisa ser cobrada por e-mail.

Para sustentar o argumento, ele citou uma pesquisa da Mastercard com mais de 1.750 tomadores de decisão em T&E de 15 mercados. Globalmente, **85% esperam que a IA gerencie a maior parte das decisões de viagem e despesa em até cinco anos**, e 91% consideram essencial embarcar programas de cartão corporativo para ter controle em tempo real, ainda que 29% das empresas operem hoje com sistemas fragmentados de reserva, pagamento e despesa.

O Brasil aparece à frente da média global em adoção de cartão virtual, com 73%, e em integração conectada entre reserva e despesa, com 68%, entre os mais altos de todos os mercados pesquisados. Já a **Europa** concentra esforço em **governança**, e a **Ásia** em **velocidade de automação**, dois caminhos que, segundo Rosanowski, o **Brasil pode combinar em vez de escolher um deles**.



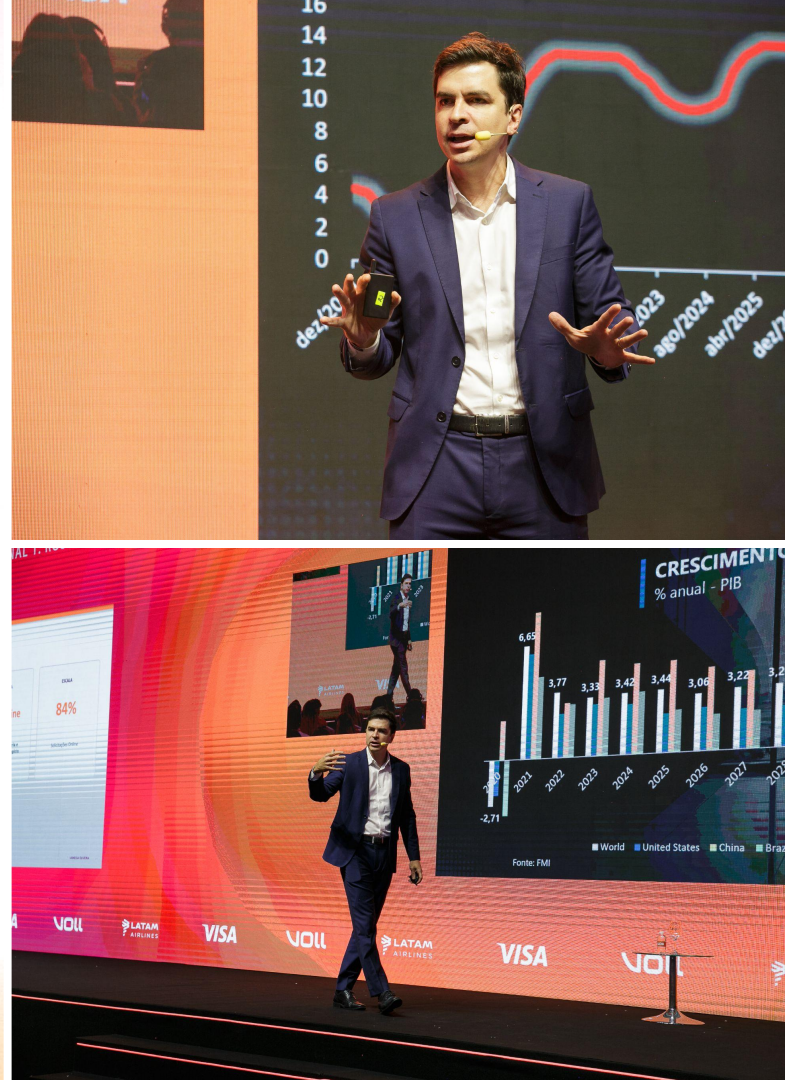
Indicadores, dados e tendências que vão moldar a gestão de viagens em 2027

O economista **Guilherme Dietze, presidente do Conselho de Turismo da FecomercioSP**, trouxe ao palco uma leitura macroeconômica direta para quem gerencia viagens. O PIB brasileiro deve desacelerar de forma gradual nos próximos anos, saindo de 2% em 2026 para 1,5% em 2027, com recuperação lenta até 2% em 2029, segundo o boletim Focus do Banco Central. A **Selic** segue trajetória de queda no mesmo horizonte, de **13,75% neste ano até 10% em 2029**, o que tende a aliviar o custo de capital das empresas aos poucos.

Ele também chamou atenção para os efeitos dos juros sobre indústria, varejo e serviços, especialmente pelo encarecimento do crédito e seu impacto sobre consumo e investimento, e apontou a reforma tributária como um tema que vai exigir atenção redobrada de empresas e agentes de viagens nos próximos anos.

Já as **viagens corporativas no Brasil**, medidas pelo indicador LVC, **cresceram 5% no último ano, para R\$ 205,6 bilhões**, número que conversa com a leitura da GBTA de US\$ 35,7 bilhões no país. Na **hotelaria**, a **taxa de ocupação média chegou a 60,6% entre janeiro e julho de 2026**, alta de 0,5 ponto percentual, com o RevPAR subindo 5,9%, para R\$ 267,6.

A conclusão do economista foi direta. A produtividade cresce com o apoio da inteligência artificial, mas o processo de decisão das empresas segue mais cauteloso do que a tecnologia permitiria.



O que vem depois do bilhete, a nova relação entre empresa e companhia aérea

O painel, mediado por **Eduardo Vasconcellos**, Chief Strategy Officer da VOLL, recebeu **Ricardo Bezerra**, diretor executivo da Azul Linhas Aéreas, para discutir a relação entre empresa e companhia aérea deixando de se resumir ao preço do bilhete. Um dado ancorou a conversa: o **aéreo responde por 57,51% da receita do turismo corporativo no Brasil, R\$ 7,87 bilhões, à frente da hotelaria**, o que explica o peso dessa negociação no orçamento de viagens.

A discussão passou pelo fim do bilhete como commodity, com a receita ancillary, tudo além da passagem, respondendo por cerca de 15% da receita global das companhias aéreas, puxada pelos programas de fidelidade. Entrou em pauta o NDC, padrão de distribuição direta que já responde por 24% das vendas indiretas globais mas que a maioria dos programas corporativos brasileiros ainda não incorporou, e o **uso de dados de perfil do viajante para personalizar ofertas**, recurso disputado entre viajante, empresa e companhia aérea.

O painel colocou a **milha corporativa em xeque, questionando se ela pertence ao executivo ou deveria reverter para a política da empresa**, e fechou olhando para o crescimento da malha da Azul como fator de previsibilidade para o viajante corporativo. Vasconcellos reforçou que essa relação está deixando de ser transacional para virar estratégica, e que cabe à agência ajudar a empresa-cliente a navegar essa mudança sem perder controle.



Experiências integradas na era dos agentes de IA

Paulo Victor Mathias Silva, Head de Arquitetura, LATAM Airlines, abriu sua apresentação com números que mostram que o comércio agêntico já deixou de ser promessa. **Nos Estados Unidos, o tráfego de IA para sites de viagens cresceu 119% frente a 2025**, com conversão 60% maior via IA em julho de 2026.

Para ele, a experiência do viajante está migrando de buscar e selecionar para declarar a intenção e executar. O passageiro diz o que quer, e o agente interpreta o contexto, executa com autorização e monitora exceções ao longo da jornada.

A própria LATAM já vive essa transição por dentro. O assistente de viagens da companhia somou mais de 52 mil usuários só no primeiro mês, **90% dos clientes já são identificados automaticamente no primeiro contato**, e **mais de 35 mil funcionários em seis países têm acesso à IA interna batizada Amélia**. Ao todo, a companhia opera mais de 120 produtos de inteligência artificial na plataforma COSMOS. Para Silva, o gestor de viagens está se tornando um orquestrador, com autonomia para quem viaja e controle para a empresa.

Ele reconheceu, no entanto, que a **confiança ainda é o principal obstáculo dessa transformação**. 78% dos decisores de TI apontam governança e auditabilidade como barreiras à IA autônoma, e apenas 24% descrevem a experiência de viagem atual como contínua e de baixo esforço.





67 destinos nacionais atendidos



14 aeronaves Embraer E195-E2



42 rotas operadas pelo Brasil



4 novos destinos

E isso é só o **começo...**



Minha Bagagem, Minha Vida

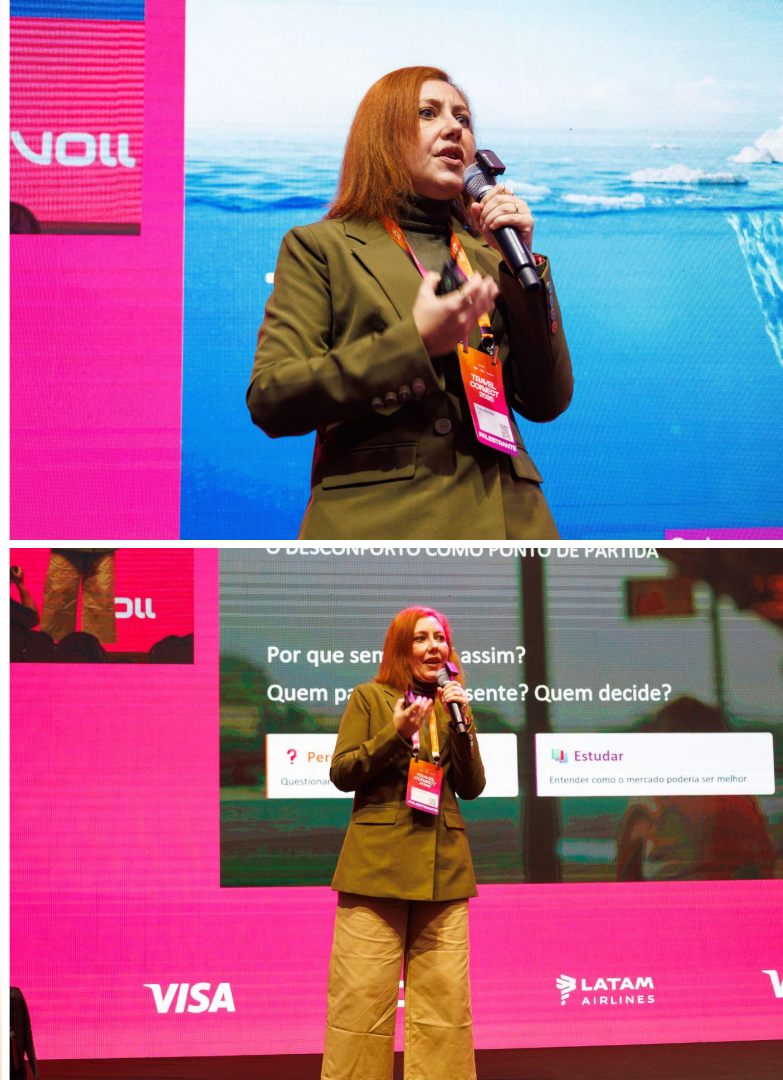
25 anos transformando caminhos e conectando pessoas

Thaís Meirelles, gestora global de Viagens e Eventos da XP, construiu sua palestra como uma viagem em seis paradas, usando a metáfora de uma bagagem que se constrói ao longo do caminho e nunca é apenas despachada.

A primeira parada foi o desconforto. Ela propôs **questionar por que as coisas sempre foram feitas de um jeito**, e quem, afinal, paga, sente e decide sobre elas. Defendeu que esse incômodo inicial é o que revela o que o conforto normalmente esconde, como decisões que impactam pessoas, idiomas diferentes entre viajante, cliente e fornecedor, custos invisíveis e experiências esquecidas.

Ao longo da trajetória, Thaís insistiu em uma virada de chave para o mercado. **Parar de tratar a relação entre empresas e fornecedores como disputa e passar a construí-la como parceria**, com espaço para questionar, provocar, reconhecer avanços e também exigir coerência.

Não adianta cobrar inovação do fornecedor sem mudar hábitos internos, nem pedir uma experiência incrível sustentada por políticas impossíveis de cumprir. Ela chegou à XP nesse espírito, encontrando ali a oportunidade de reconstruir a área do zero, ouvindo a cultura da casa antes de propor caminhos.



Quem cuida de quem decide

Histórias, desafios e escolhas de quem transforma a rotina dos grandes executivos

Todo executivo que decide os rumos de uma grande empresa tem, ao lado, alguém que faz a rotina dele acontecer, que conhece a agenda melhor do que ninguém e antecipa o que pode dar errado antes que aconteça. O painel, mediado por **Caroline Nogueira, Customer Success Director de VIP Services e G&E da VOLL**, trouxe ao palco duas profissionais que vivem essa rotina de perto, **Marcela Barreto, Executive Assistant do iFood**, e **Sandrine de Mercês, Executive Assistant da Afya**, para falar sobre uma profissão que raramente aparece em primeiro plano.

A conversa passou pela **crença comum entre secretárias executivas de que "se não for eu, não vai dar certo"**, e pelo custo real, de tempo, energia e vida pessoal, de tentar controlar cada detalhe sozinha. Um dos pontos centrais foi o momento em que essa lógica muda, quando a executiva percebe que **não precisa mais controlar cada detalhe de uma viagem para confiar que tudo vai dar certo, passando a delegar parte da operação a um parceiro externo**, o que abriu debate sobre se isso é abrir mão de controle ou assumir um papel mais estratégico.

A partir daí, a conversa girou em torno do que se recupera quando a operação de viagens deixa de consumir o dia a dia, e terminou com uma rodada de conselhos das convidadas para quem ainda centraliza tudo por acreditar que só assim as coisas dão certo. Caroline Nogueira fechou o painel reconhecendo a própria profissão, lembrando que **quem cuida de quem decide também merece alguém cuidando dela**.

Histórias, desafios e escolhas de quem transforma a rotina dos grandes executivos



Mindset em atualização, como a IA gera eficiência, resultados e escala

Viviane Dizaró Lourenço, Gerente de Operações da Cogna, levou ao palco a palestra “A Virada de Chave, do Caos Offline à IA em Escala”.

Logo no início, comentou que a demanda de viagens da Cogna já soma R\$ 51,45 milhões em transações entre 2025 e 2026, atendendo 26 mil colaboradores. Esse volume, segundo ela, tornava insustentável o modelo anterior, baseado em cotação de hotéis por atendimento humano off-line, sem comparativo de brokers e com morosidade generalizada nos processos, tudo isso somado à falta de visibilidade tanto para o gestor quanto para o cliente interno.

O **ponto de virada veio com a comparação automatizada de preços entre novos brokers e a integração sistêmica via ERP**, que trouxe transparência de política e reduziu custos com viagens corporativas.

O atendimento via chat, segundo ela, provocou uma queda expressiva no tempo de resposta e melhorou a satisfação do colaborador. Hoje, o **foco da operação está em auditoria contínua das tarifas de hotel via RatesAudit**, disponibilidade garantida das tarifas negociadas e negociação estratégica junto a suprimentos.

“A tecnologia escala o CNPJ, mas o processo serve às pessoas.”

Viviane Dizaró, Cogna



Quebrando Paradigmas, como escalamos soluções de impacto e elevamos o NPS

Viviane Parrini de Moraes, Especialista de Viagens da Arcos Dorados, maior operadora de restaurantes **McDonald's do Brasil e da América Latina**, descreveu o problema como um paradoxo operacional. A empresa tinha tecnologia moderna, fornecedores de mercado e processos bem desenhados no papel, mas o NPS continuava sofrendo na prática. Na escala do McDonald's Brasil, qualquer melhoria pequena vira um impacto gigantesco, e qualquer falha pequena também.

O ponto de virada nasceu de uma pergunta incômoda. **Será que era preciso continuar fazendo do mesmo jeito só porque sempre foi assim?** A resposta trocou a lógica de você precisa usar isso por você pode escolher aquilo que faz mais sentido.

Na hora de testar a mudança, a equipe optou por um piloto pouco óbvio. Em vez de começar pelos defensores da operação, foi conversar primeiro com quem mais reclamava, na aposta de que convencer os críticos traria os demais por consequência.

O resultado confirmou a hipótese. Confiança e autonomia geraram mais adesão do que controle rígido, com **mais de R\$ 16 milhões em custo evitado e o NPS saltando de 30 para 94**.

"Descobrimos que o trabalho não é reservar voos e hotéis. É permitir que as pessoas cheguem ao seu destino para fazer o que realmente importa."

Viviane Moraes, McDonald's



De uma jornada fragmentada a uma experiência conectada

Depois de quase 20 anos em gestão financeira, **Vanessa Oliveira** assumiu a gestão de viagens de um dos maiores bancos do Brasil, hoje como **gerente de produtos de viagens e mobilidade do Itaú**, e se deparou com uma operação que atendia 90 mil colaboradores e 30 mil viajantes frequentes por meio de cinco agências e três sistemas diferentes.

O diagnóstico revelou três problemas centrais, a fragmentação de sistemas e fornecedores, uma experiência que dependia da agência escolhida por acaso, e a dificuldade real de consolidar dados para apoiar decisões.

A virada veio da decisão de sair de várias agências e sistemas para uma jornada integrada, mantendo apenas uma agência principal, com uma segunda em regime de contingência, orientada por princípios de compliance, segurança da informação, usabilidade, atendimento e ética.

A implantação aconteceu em um war room de 90 dias, com **adoção orgânica de 98% já nos primeiros meses**. Os resultados vieram em seguida, até **15% de saving**, NPS de 87 e 84% das solicitações já feitas online.

“A agência de viagens não deve ser responsável pelo seu programa de viagens.” Vanessa Oliveira, Itaú



De processos travados a uma gestão de viagens mais inteligente

Danilo Almeida, Managing Director, e Felipe Lacerda, Senior Associate, da A&M Performance, núcleo de performance da Alvarez & Marsal, apresentaram o caso da própria consultoria como cliente da VOLL.

Antes da mudança, a operação somava mais de R\$ 8 milhões em passagens aéreas e cerca de 8 mil emissões por ano, além de R\$ 9 milhões em hospedagem e 15 mil diárias, com acordos mal geridos e baixa aderência à política. A gestão era dividida entre duas agências, com aprovação rígida e pouca proatividade.

A escolha da VOLL veio de um processo estruturado. A dupla mapeou mais de 30 fornecedores, reduziu a lista a três finalistas a partir de nove parâmetros comparativos, e a decisão final se apoiou numa simulação prática de atendimento e cotação em tempo real, testando diferentes perfis de viajante.

Os resultados vieram em capital técnico e financeiro. A A&M passou a contar com uma equipe de inteligência dedicada, com mais de 10 mil tickets emitidos, um sistema de reservas próprio integrado ao ERP e aderente aos fluxos de aprovação, atendimento de excelência 24 horas, e redução de custo de mais de R\$ 1,5 milhão somando aéreo, hotéis e agência, com potencial de ganho de cerca de 40% em hotéis.



Mercado Fornecedor

Volume de 21k emissões de passagens no ano e mais de 17M de gasto, e apoio de mais de uma gestora de viagens. Foram mapeados +30 fornecedores de mercado para o processo. Incluindo a VOLL

Abordagem de mercado

Com algumas rodadas de apresentação e tomada de decisão, utilizamos 9 parâmetros comparativos para selecionar 3 finalistas.

Agentes de IA, o potencializador da gestão de viagens e despesas

Tiago Póvoa, diretor de CSC da Vitru Educação, levou ao palco o case de uma das maiores educadoras digitais do país, com mais de 1 milhão de alunos em 2.300 polos e 1.300 cidades, sob as marcas Uniasselvi e UniCesumar. A aquisição da Unicesumar, em 2022, deixou a empresa com duas agências e duas experiências de viagem diferentes, projetando R\$ 15 milhões em gastos anuais sem padrão único de gestão.

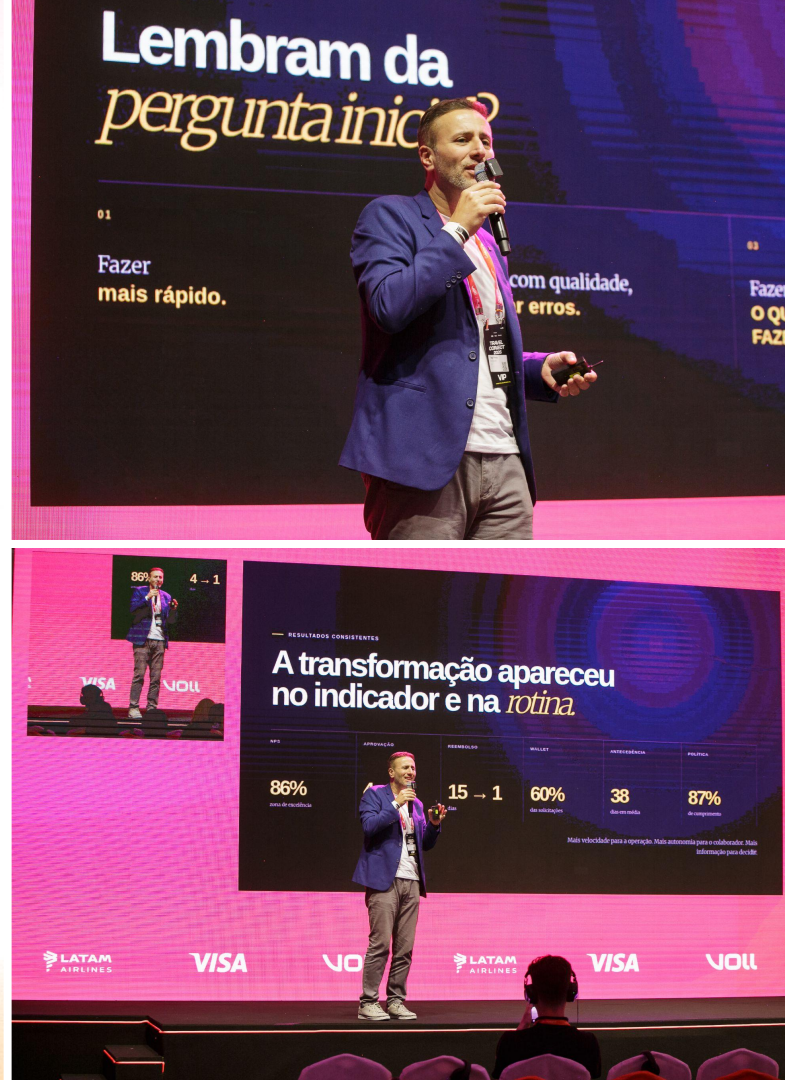
A unificação com a VOLL trouxe ERP integrado, aprovação automática e fluxos personalizados, ao ponto de a viagem virar fluxo em três meses. Os números comprovam a mudança. NPS de 86%, na zona de excelência. Aprovação caiu de 4 para 1 dia, reembolso de 15 para 1 dia, 60% das solicitações já passam pela wallet digital, e 87% da política é cumprida.

Com o ExpenseAudit, 100% dos comprovantes já são auditados automaticamente, e o RatesAudit acompanha 67 acordos de hotéis, com 85% de honra em média. O próximo passo é o AirSave, para monitorar preços de passagens e recomendar opções melhores.

A relação com a Vitru vai além da de cliente. Foi Tiago Póvoa quem ajudou a construir o SmartHub, lançado no ano anterior como o primeiro marketplace de agentes de IA do mercado.

"Tecnologia só transforma quando vira comportamento."

Tiago Póvoa, Vitru



Parceiros do Travel Connect 2026

JFL

[Acesse](#)

Apartamentos mobiliados para locação nos bairros mais desejados de São Paulo

Quero
Passagem

[Saiba mais](#)

O melhor app de Passagens de Ônibus + Hotéis em um só lugar

 **unidas**
aluguel de carros

[Saiba mais](#)

Conheça mais sobre Unidas, parceira oficial do Travel Connect



Procurement além do Savings, a nova área estratégica das empresas

Marcelo Tiverão Lemos, líder de Compras das Lojas Marisa, abriu a palestra provocando a plateia com a pergunta que definiu o Procurement por décadas, quanto economizamos este ano, para propor outra: quanto valor ajudamos a empresa a gerar?

Para ele, o mundo mudou o suficiente para que toda estratégia empresarial passe hoje por terceiros, da tecnologia à logística, energia, facilities e viagens corporativas. Compras deixou de apoiar o negócio para fazer parte da estratégia.

Ele descreveu o **novo Procurement em seis pilares: savings, cost avoidance, eficiência operacional, gestão de riscos, experiência do cliente interno e inovação**, com indicadores que passam a medir também compliance, SLA, NPS interno e ESG.

Como estudo de caso, citou as viagens corporativas, que deixaram de ser despesa administrativa para virar categoria estratégica. Num comparativo entre duas empresas fictícias, mostrou que o verdadeiro savings nasce de processos melhores, como planejamento antecipado e uso de dados, não apenas do menor preço.

"Quando tudo isso acontece, o savings deixa de ser o objetivo e passa a ser a consequência natural de um Procurement verdadeiramente estratégico." Marcelo Tiverão Lemos



Você está preparado para as competências do futuro?

Alex Leite, sócio-investidor da Live University/Inbrasc, construiu a palestra a partir da história real de João, um coordenador tecnicamente excelente, de bom comportamento e muitos anos de casa, que mesmo assim foi demitido. O diagnóstico oficial falava em falta de perfil ou de evolução. O real, segundo Leite, era a ausência de pensamento crítico, capacidade de resolver problemas e domínio de IA e automação, competências que nem entravam no radar de João ou do seu gestor.

A partir de estudos como o Future of Jobs Report do Fórum Econômico Mundial, o Skills on the Rise do LinkedIn e levantamentos da McKinsey e da Deloitte, ele apresentou um mapa de competências em três blocos.

Nas **soft skills**, lideram **comunicação, liderança, inteligência emocional, colaboração e empatia**. Nas **hard skills**, o topo é alfabetização em IA, análise de dados, fluência tecnológica, uso de LLMs e automação no-code e low-code.

E nas **power skills**, de maior alavancagem, aparecem **pensamento crítico, resolução de problemas, criatividade, tomada de decisão e learnability**, a curiosidade de aprender continuamente. Leite encerrou convidando a plateia a uma autoavaliação sincera.

"Você quer ser demitido por algo que você nem sabe que não sabe?"

Alex Leite



Debate, o futuro do procurement será decidido por pessoas ou por AI Agents?

O debate, mediado por **Alex Leite**, da **Live University**, colocou frente a frente **Lilio Rocha**, também da **Live University**, e **Roberto Caram**, diretor de facilities e suprimentos do grupo **FM2C**, em torno de duas visões sobre o futuro da profissão.

De um lado, a defesa de que **Compras é uma disciplina baseada em relacionamento, influência e julgamento estratégico**, na qual a IA será uma ferramenta poderosa, mas jamais substituirá o papel do líder de Procurement

Do outro, o argumento de que a evolução dos agentes inteligentes deve levar atividades como sourcing, análise de propostas, gestão de fornecedores e recomendações estratégicas a serem cada vez mais executadas por IA, mudando profundamente o papel do comprador.



Da operação à inteligência, como a XP transformou a gestão de viagens e despesas corporativas

Jamil Syrio, Head de Procurement da XP Investimentos, defendeu que viagens corporativas nunca foram apenas gasto. Elas geram receita via reuniões comerciais, roadshows e visitas a clientes estratégicos, fortalecem parcerias com fornecedores e impactam a experiência do colaborador.

Na XP, o raciocínio se traduziu em duas frentes. A primeira foi **consolidar volume para ganhar poder de negociação**, usando dados de gasto para fechar acordos melhores com aéreas e hotéis e reduzir a compra avulsa. A segunda foi **reduzir a dispersão de fornecedores**, priorizando parceiros preferenciais.

Syrio foi além ao mostrar como o dado de viagem também orienta decisões de TI. Um perfil heavy traveler pede equipamentos mais leves e baterias melhores, enquanto um perfil office-based dispensa kits de deslocamento em favor de periféricos fixos. O mesmo raciocínio se estende ao dimensionamento de licenças de software e ao planejamento de espaços físicos, sempre evitando compra padronizada para perfis de uso diferentes.

"Dados de viagem conectados a resultados ajudam a entender quais viagens geram mais retorno." Jamil Syrio, XP



Procurement conectado, o impacto das integrações ERP na eficiência e governança

Pedro Durigon apresentou a Citrosuco como uma operação de escala considerável para uma área de Suprimentos, com 120 pessoas, 2,7 mil fornecedores ativos na safra, spend global anual de R\$ 3,4 bilhões e equipes no Brasil, Estados Unidos e Bélgica.

O ponto de partida da transformação foi um processo de compra moroso e vulnerável, que levava 73 dias entre cadastro, sourcing, pedido e pagamento, hoje reduzido a 46 dias, com mais conformidade e menos risco. Para Durigon, **controle não é sinônimo de burocracia**.

A virada veio da passagem de sistemas isolados para um ecossistema orquestrado, com Coupa e SAP no centro, integrações especializadas para risco, cadastro e jurídico, e dados em tempo real para apoiar o sourcing.

O resultado aparece nos números. Apenas 1% da compra segue delegada às áreas, contra 3% antes. **99% do spend já é transacionado via Suprimentos, e 78% das compras já são automatizadas**. O impacto financeiro chegou a 12,8% de custo abaixo do mercado, 7,5% de saving, ROI de 11 vezes e 92% de automação.

"O difícil precisa ser feito. Conheça sua realidade. Não se isole, comunique." Pedro Durigon, Citrosuco



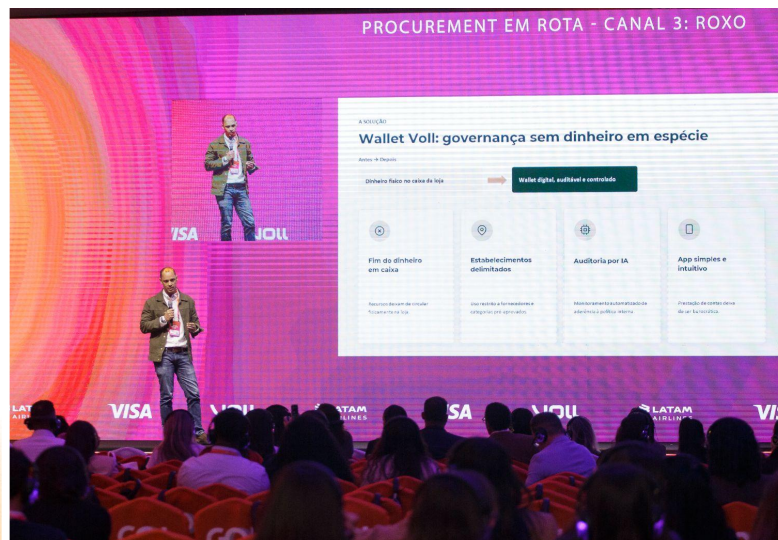
Do fundo fixo ao digital, mais simples, mais seguro e mais inteligente

Felipe Dias, diretor de Suprimentos e Prevenção de Perdas da Riachuelo, trouxe o case Riachuelo e VOLL a partir de um problema conhecido de quem opera mais de 400 lojas: o fundo fixo de caixa, usado para tudo, do reparo emergencial ao bolo de aniversário do mês, sem padronização entre unidades e com prestação de contas manual, lenta e sujeita a erro.

A resposta foi a **Wallet VOLL**, uma carteira digital que elimina o dinheiro físico do caixa da loja, restringe o uso a fornecedores e categorias pré-aprovados e conta com auditoria automatizada por inteligência artificial para checar aderência à política interna.

A comparação antes e depois é direta. O **dinheiro físico deu lugar ao 100% digital**, a **análise manual virou auditoria automatizada**, e a **prestação de contas burocrática se tornou um processo simples dentro do próprio aplicativo**, liberando três funcionários para atividades de maior valor. Mais de 400 lojas já migraram para a carteira digital, e as pendências recorrentes de fundo de caixa foram completamente eliminadas desde a conclusão do rollout.

"Não é só uma mudança de meio de pagamento, é uma mudança de modelo de governança, menos controle manual, mais visibilidade em tempo real." Felipe Dias, Riachuelo



E se você nunca estiver pronto?

Nascida na Argentina em 1972, em família de imigrantes italianos, **Paola Carosella** cresceu numa casa em que as mulheres ainda plantavam, colhiam e cozinhavam com as próprias mãos, e costuma dizer que a cozinha é seu lugar favorito no mundo. Terminou o colegial em 1992 e foi direto para a cozinha de um restaurante, passando por Buenos Aires, por Paris, em endereços como o Le Grand Véfour e o Le Bristol, e ainda pela Califórnia, Uruguai e Mendoza, até chegar a São Paulo em 2001. Em 2003, abriu o **Julia Cocina**, homenagem à Julia Child, seguido pelo **Arturito** e pelo **La Guapa**.

No Travel Connect, ela usou essa trajetória para falar sobre **insegurança, amadurecimento e a construção de confiança para ocupar novos espaços**, além da diferença entre o perfeccionismo e a capacidade de fazer o melhor possível em cada situação.

Para Paola, o **melhor possível exige constância e repetição**, fazer a mesma coisa todos os dias e aceitar o erro. Já o perfeito, além de inalcançável, é barulhento e busca holofotes. Ela contou que passou dois anos à frente do MasterChef sem realmente ocupar aquele lugar, num momento que descreveu como distópico.

Foi uma pergunta da jornalista Ana Paula Padrão, sobre se ela estava feliz ali, que mudou sua relação com o programa, quando percebeu que vinha aprendendo a trabalhar sofrendo, em vez de se divertir e se entregar ao papel.

"Aquele pedacinho, entre o medo e o primeiro passo." Paola Carosella, sobre o momento de se sentir pronta para um novo lugar





VOLLCAST conversa **sem escalas**

Bastidores do podcast da VOLL

Enquanto o palco principal e as três trilhas simultâneas recebiam o público, o Travel Connect 2026 dez episódios de podcast foram gravados ao vivo em estúdio próprio, com apresentação de Luana Spínola, Larissa Vidotto e Mariana Hauck e participação de clientes e parceiros da VOLL.

Passaram pelo estúdio **Tiffany Buzo, da Afya, Renato Takacs, da Decathlon, GlauCIA Pinto, do Grupo Profarma, Camila Belinelli, da LATAM, Ricardo Bezerra, da Azul, discutindo o novo destino das viagens corporativas depois do bilhete, Renata Dias, da Danone, Célio Leitão, da 3 Corações, Danillo Barbizan, da GOL, e Grazielle Freitas, da Riachuelo.** As conversas giraram em torno de eficiência, cuidado e o papel da inteligência artificial na gestão de viagens de cada empresa.

Logo mais você acompanha em nossa redes sociais todos os episódios!

CONVERSE COM QUEM ESTEVE NO TRAVEL CONNECT 2026



Jordana Souza
Chief Revenue Officer
jordana.souza@govoll.com



Luiz Moura
Chief Business Officer
luiz.moura@govoll.com



Fabio Souza
Head de Novos Negócios
fabio.souza@govoll.com



Veja o fenômeno do Travel Connect 2026 no LinkedIn e acompanhe as publicações e comentários de quem participou da experiência

No **Travel Connect 2027**, você terá acesso a novas tendências, tecnologias e oportunidades de networking que farão a diferença na gestão de viagens e despesas da sua empresa

TRAVEL CONNECT 2027

MAIS INFORMAÇÕES EM BREVE