



VIAGENS CORPORATIVAS SOMAM R\$ 11,9 BILHÕES EM JULHO, BATEM NOVO RECORDE E ACUMULAM ALTA DE 5,6% NO ANO

Férias escolares e Copa do Mundo ao longo da primeira quinzena fizeram de julho um mês relativamente mais fraco para o ambiente corporativo. Ainda assim, o LVC – Levantamento de Viagens Corporativas, realizado pela FecomercioSP em parceria com a ALAGEV (Associação Latino-Americana de Gestão de Eventos e Viagens Corporativas), registrou faturamento de R\$ 11,9 bilhões no mês, alta de 4,0% sobre julho de 2025 e novo recorde para o período. O resultado mostra que, mesmo em condições desfavoráveis de calendário, a demanda corporativa por serviços de viagens se mantém resiliente.

Os indicadores setoriais revelam dinâmicas distintas. Na aviação, dados da ANAC apontam 11,9 milhões de passageiros transportados em julho, avanço de 2,4%, enquanto a tarifa média recuou de R\$ 742 para R\$ 704 — movimento que chama atenção porque o querosene de aviação (QAV) subiu de forma expressiva no período. A leitura é de que as companhias aéreas absorveram parte da pressão de custos para manter assentos ocupados, privilegiando volume em detrimento de preço.

Na hotelaria, o caminho foi o oposto: segundo a FOHB, a taxa de ocupação caiu de 63,8% para 62,9%, mas a diária média avançou de R\$ 403,20 para R\$ 424,40, alta de 5,3%. Ou seja, os hotéis conseguiram repassar preços mesmo com menos hóspedes. Para o turismo corporativo, essa divergência importa: sugere que a alta do faturamento não tem uma fonte única e que o equilíbrio entre preço e volume varia conforme o elo da cadeia.

Com o resultado de julho, o faturamento acumulado no ano chega a R\$ 114,1 bilhões, crescimento de 5,6% sobre o mesmo intervalo de 2025. O ritmo é mais



contido do que os 9,4% observados em fevereiro, mas isso era esperado: a base de comparação se torna cada vez mais exigente — em julho do ano passado, o setor já havia crescido 7,5%. Dentro desse contexto, a manutenção de uma alta ao redor de 4% a 6% ao mês sinaliza consistência, não desaceleração, e mantém a projeção de expansão próxima a 5% para o fechamento de 2026.

Para os próximos meses, dois vetores devem sustentar o setor em terreno positivo. O primeiro é orçamentário: muitas empresas ainda têm recursos aprovados para 2026 que precisam ser executados, o que tende a concentrar viagens no segundo semestre. O segundo é a própria agenda corporativa, que deve ganhar intensidade mesmo com o calendário espremido pelas eleições. Há, porém, sinais de cautela no horizonte: os orçamentos para 2027 já começam a ser desenhados de forma mais conservadora, reflexo de um crescimento econômico fraco e das incertezas fiscais e monetárias. Se a pressão do QAV voltar a se refletir nas tarifas aéreas, parte das empresas pode migrar para alternativas terrestres em trajetos curtos — ônibus e locação de veículos —, redistribuindo, mas não necessariamente reduzindo, os gastos com deslocamento.

Julho reforça o padrão de 2026: recordes mensais consecutivos, sustentados por uma economia que, apesar dos juros elevados, segue gerando deslocamentos corporativos. O ponto de atenção é que os aumentos de preços — passagens, hospedagem, locação de veículos — continuam pressionando os orçamentos das empresas, que cada vez mais buscam antecipar compras e montar estratégias mais assertivas de gestão de viagens.



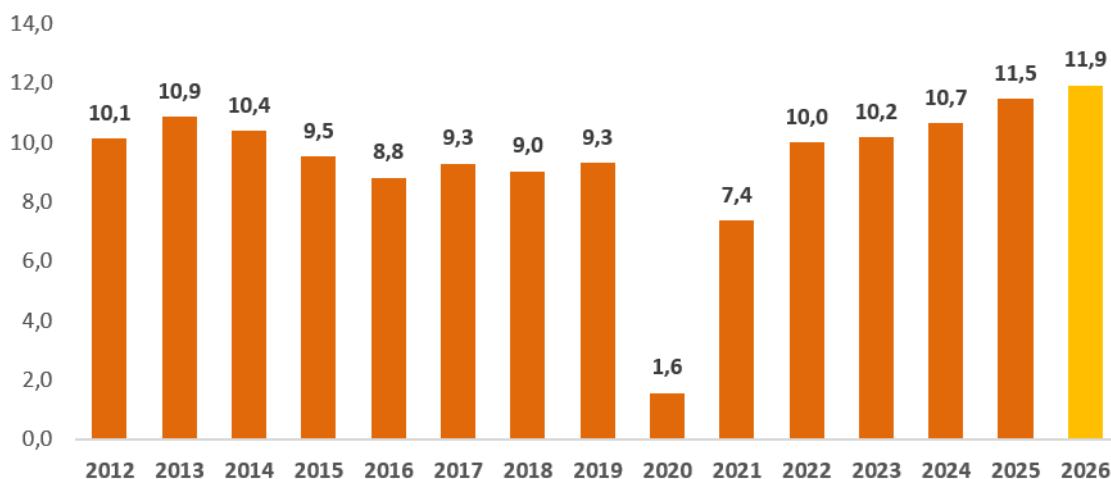
LVC - VIAGENS CORPORATIVAS

Atividade	jul-26	
	2025	2026
Total do Turismo	11.469.466	11.931.784
VARIAÇÃO ANUAL T/T-12	7,5%	4,0%
VARIAÇÃO ACUMULADA NO ANO	10,2%	5,6%
VARIAÇÃO ACUMULADA EM 12 MESES	8,6%	6,8%
VARIAÇÃO TRIMESTRAL	10,2%	4,9%

(*) a preços de jul-26

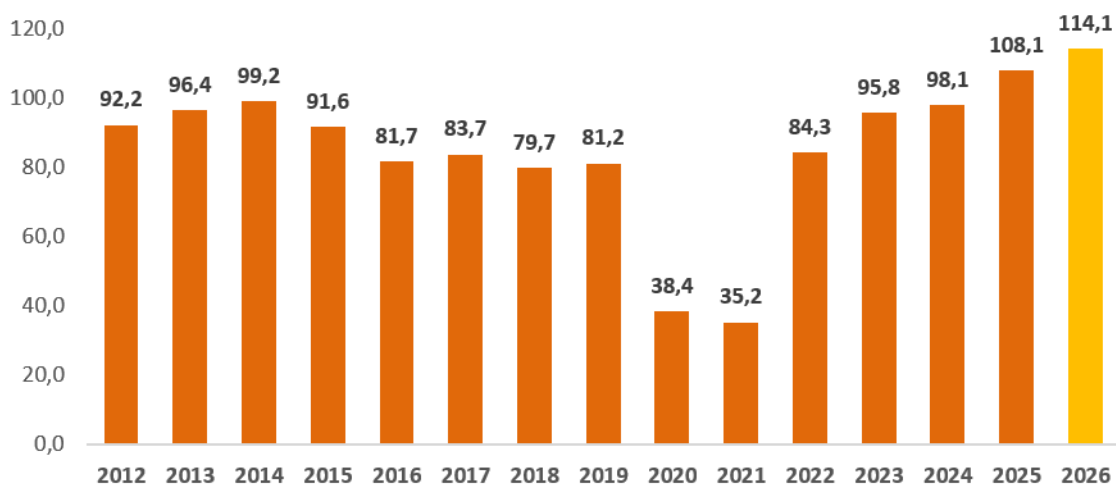
TURISMO CORPORATIVO

Faturamento nos meses de Julho
(Em R\$ bilhões)





LVC - VIAGENS CORPORATIVAS
Faturamento Acumulado no Ano (Jan-Jul)
(Em R\$ bilhões)



Nota metodológica:

O LVC – Levantamento das Viagens Corporativas é realizado mensalmente pela FecomercioSP em parceria com a ALAGEV. Os dados são coletados de pesquisas do IBGE, a Pesquisa Anual de Serviços e Pesquisa Mensal de Serviços. São levados em consideração setores como transporte aéreo e rodoviário, meios de hospedagem, restaurantes, agências e operadoras, locadoras de veículos, eventos culturais, entre outros. Contudo, o LVC não tem por objetivo trazer de forma detalhada essas informações, mas trazer uma dimensão desse mercado de viagens corporativas. A partir das informações levantadas, é feito um extenso trabalho estatístico de ponderação para se chegar ao valor do faturamento nacional do setor de viagens corporativas. Os valores são atualizados pelo IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo), do IBGE