

A VIAGEM DE SUCESSO DA VOLL

Após ampliar portfólio e integrar a jornada corporativa em uma só plataforma, agência digital brasileira chega ao faturamento de R\$ 800 milhões em 2023 e deve atingir a marca de R\$ 1,3 bilhão neste ano

Letícia FRANCO

Quando quatro pessoas com interesses em comum se encontram, elas planejam uma viagem. Quando Luciano Brandão, Jordana Souza, Eduardo Vasconcellos e Luiz Moura se conheceram, eles criaram uma empresa. E assim nasceu a Voll. Fundada em 2017, a agência digital de viagens corporativas surgiu como uma solução para mobilidade urbana e logo ampliou seus serviços para unir e simplificar os processos que integram uma viagem corporativa. Com a digitalização da jornada completa em uma única plataforma, a agência tem clientes como Itaú, Nubank, Claro e Heineken, chegando ao faturamento de R\$ 800 milhões em 2023 e com projeção de R\$ 1,3 bilhão para este ano.

Hoje, a scale-up — empresa de alto crescimento que passou por validação do modelo de negócios e está em fase de acelerar ganhos —, engloba 500 clientes e 700 mil usuários, além de mais de 300 colaboradores espalhados pelo País. Para chegar até aqui, tudo começou com a ideia de construir a própria tecnologia para gestão de viagens, mobilidade urbana e gerenciamento de custos.

“Com a atuação em empresas tradicionais de viagens corporativas e transporte de passageiros, percebemos a necessidade de unificar e digitalizar os serviços de maneira prática”, disse à DINHEIRO Lu-



ciano Brandão, cofundador e CEO da Voll.

A decolagem da empresa se intensificou exatamente um mês antes da pandemia, decretada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 11 de março de 2020, recebeu a primeira rodada de investimentos da Telefônica Vivo no valor de US\$ 1 milhão. Com o aporte e uma nova postura diante de uma realidade de viagens mais restrita, a marca mineira passou a atender não apenas a mobilidade urbana, como também todo o processo de viagem corporativa, do momento em que o colaborador sai de casa até o seu retorno, já que mesmo durante a pandemia, alguns deslocamentos eram inevitáveis.

Jordana Souza, cofundadora e CRO da companhia afirmou que “foi nesse período em que as empresas começaram a olhar mais para o cuidado, praticida-



de e satisfação do funcionário, além da redução de custos”.

Com o ritmo conquistado na pandemia, a agência seguiu crescendo, e em 2022, recebeu mais um impulso. A Localiza, até então cliente, entrou na operação como sócia, sustentando o modelo de escalada. Segundo Brandão, a empresa vem dobrando o faturamento ano a ano desde a sua fundação. “Em 2022, registramos 2,7 milhões de operações (viagens). Em 2023 chegou a 4,8 milhões e, para este ano, espera-se 6,3 milhões de operações em todo o Brasil e América Latina”, disse o executivo.

MERCADO O setor de viagens e eventos corporativos movimentou R\$ 118,7 bilhões no ano de 2023, de acordo com o Levantamento das Viagens Corporativas (LVC), pesquisa da FecomercioSP realizada em parceria com a Alagev. O volume representa 11,4% mais que o resultado do ano anterior, já com descontos da inflação do período, marcando o terceiro ano de recuperação após os impactos da pandemia, em 2020, e o terceiro maior faturamento anual desde o início do estudo, abaixo apenas dos números de 2013 (R\$ 120,2 bilhões) e 2014 (R\$ 121,6 bilhões).



EM 2023, REGISTRAMOS 4,8 MILHÕES DE OPERAÇÕES (VIAGENS) E, PARA ESTE ANO, ESPERA-SE 6,3 MILHÕES EM TODO BRASIL E AMÉRICA LATINA ”

LUCIANO BRANDÃO,
COFUNDADOR E CEO DA VOLL

É neste cenário de crescimento que a agência conquistou clientes através de uma experiência de ponta-a-ponta para gestores e viajantes. Entre eles, o Banco BMG. Segundo Renata Cavalcante, gerente de facilities, o banco registrou uma economia média de 47% após a transição para o sistema Voll. Para a Nubank, a integração de outros idiomas e moedas facilitou a experiência dos usuários. Se da porta para fora a experiência do cliente parece ser suprida, dentro da companhia os cuidados também se aplicam. Jordana Souza, única mulher entre os fundadores, afirmou que a diversidade é uma prioridade. Atualmente, as mulheres representam 61% do quadro de colaboradores, sendo 40% em cargos de liderança.

Como todo grupo de amigos que planeja a próxima viagem, a Voll também prospecta seu próximo voo. A ideia é crescer em duas frentes: alavancar a gestão de pagamento pelo app e manter a excelência da jornada de viagens corporativas. Questionado se, no início dessa empreitada, o plano era chegar ao destino atual, o CEO disse que há muito a desbravar. “A gente sempre imagina mais. Celebramos as conquistas, mas ainda não chegamos onde a gente quer: ser líder de mercado.”

