

COM ISOLAMENTO SOCIAL, MINSAIT MOSTRA COMO O SETOR DE TURISMO PODE MINIMIZAR PERDAS USANDO TECNOLOGIA

- **Em estudo recente, companhia da Indra mostra a necessidade de empresas focarem em quatro pontos principais: estratégia de negócios, comunicação, canais e clientes**

São Paulo, 26 de maio de 2020.- A pandemia de coronavírus trouxe uma crise sanitária e econômica sem precedentes. Em âmbito global, diferentes setores buscam se reinventar para minimizar perdas e auxiliar cidadãos neste momento desafiador. Nesse sentido, o setor de turismo tem sofrido duras penas: no Brasil, durante a primeira quinzena de março as perdas já superavam os R\$ 2 bilhões e tinham potencial de reduzir até 115 mil empregos formais, de acordo com estimativas da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Para superar esse cenário, cada vez mais empresas têm visto a tecnologia como um meio eficaz de garantir produtividade. E, de acordo com a Minsait, essa estratégia está mais do que correta. O momento é de ter empatia, cuidar para aumentar a visibilidade e estar preparado para rápidas mudanças são conceitos essenciais para ter em mente durante esse período.

Trazendo essa abordagem para o ponto de vista prático, segundo a companhia, será necessário ter o olhar digital direcionado a quatro pontos essenciais: estratégia de negócios, comunicação, canais e clientes. “As estratégias têm como objetivos a digitalização da experiência do usuário e, também, a automatização de processos internos visando à redução de custos”, afirma Marcelo Bernardino, head de Indústria e Consumo da Minsait no Brasil.

1. **Estratégia de negócios:** Tornar o acesso fácil a políticas de cancelamento claras e oferecer novas soluções de pagamento, junto a cupons de desconto e novas formas de assinatura. É necessário também repensar o próprio modelo de negócio e a proposta de valor a que se propõe a cumprir. A hora também é de tirar projetos da gaveta e fazer testes com consumidores, usando metodologia ágil
2. **Comunicação:** Fortalecer o posicionamento de marca, construir ofertas personalizadas, trazer flexibilidade nas ofertas e incentivar compras com descontos
3. **Canais:** Simplificar o processo de reserva, adaptar canais para novos padrões de usabilidade, otimizar a presença em sites de busca, reduzir custos de distribuição
4. **Clientes:** Trazer estratégias centralizadas no consumidor, com análise e conhecimento a respeito de quem compra, comunicação e experiência personalizadas, constante avaliação e feedback para aprimorar a relação com clientes.

E depois do coronavírus?

Minsait defende que essas estratégias serão fortalecidas continuamente, com o olhar centrado em como conseguir tornar mais rentável a experiência de passageiros em todo o mundo. “Reforçar a oferta de pacotes nacionais, investir em posicionamento e SEO, manter interações constantes por meio de canais digitais e adequar canais à nova demanda serão pontos fundamentais a serem explorados pelo setor de forma global”, defende Bernardino.

Exemplo disso é a projeto Smart Camiño, já em operação pela Minsait antes mesmo da pandemia. A solução consiste basicamente em uma plataforma digital com aplicativos que turistas podem baixar no próprio celular a fim de obter orientação e informações turísticas de forma ágil e eficiente.

Atualmente, a plataforma está em funcionamento na Galícia (Espanha) e já trouxe como consequência o aumento de 68,5% em consultas a respeito dos destinos da cidade por parte de turistas. Ao todo, já foram

registradas mais de 300 mil visitas aos sites relacionados à cidade, feitas principalmente por turistas da Itália, Portugal, Estados Unidos, Alemanha, França, Argentina e México.

Sobre a Minsait

A Minsait, uma empresa da Indra (www.minsait.com), é uma empresa líder em consultoria de transformação digital e tecnologia da informação na Espanha e na América Latina. A Minsait apresenta um alto grau de especialização e conhecimento setorial, complementados com sua alta capacidade de integrar o mundo core ao mundo digital, sua liderança em inovação e transformação digital e sua flexibilidade. Com isso, concentra sua oferta em propostas de valor de alto impacto, baseadas em soluções end-to-end, com uma notável segmentação, o que permite obter impactos tangíveis aos seus clientes em cada setor sob uma abordagem transformacional. Suas capacidades e sua liderança são mostradas na oferta de produtos, sob o nome de Onesait, e sua oferta transversal de serviços.

Indra no Brasil

Presente no Brasil desde 1996, a Indra é uma das principais companhias de tecnologia e consultoria do país. Conta com mais de 9 mil profissionais, escritórios distribuídos nos principais estados brasileiros e quatro Centros de Produção. A companhia faz parte de alguns dos projetos mais inovadores para o desenvolvimento econômico e tecnológico do Brasil nos setores de Transporte & Defesa e de Tecnologia da Informação (TI), os quais estão agrupados em sua filial Minsait.

Sobre a Indra

A Indra (www.indracompany.com) é uma das principais empresas globais de tecnologia e consultoria e parceira de tecnologia para as principais operações comerciais de seus clientes em todo o mundo. É uma fornecedora líder global de soluções proprietárias em segmentos específicos dos mercados de Transporte e Defesa e uma empresa líder em transformação digital e consultoria em Tecnologia da Informação na Espanha e na América Latina através de sua subsidiária Minsait. Seu modelo de negócios é baseado em uma oferta abrangente de seus próprios produtos, com uma abordagem de ponta a ponta, alto valor e um componente de alta inovação. No final do exercício de 2019, a Indra alcançou receitas de 3.204 milhões de euros, mais de 49.000 funcionários, presença local em 46 países e operações comerciais em mais de 140 países.