



Sustentabilidade e Transparência em Viagens Corporativas

**CAC – Comunidade de Agências
de Viagens Corporativas**

Participantes



Giovana Jannuzzelli



Eduardo Murad



Marcel Gibin



Venicio Cardoso



Guilherme Rizzi



Juliana Varejão



Alessandra Antunes



Priscila Summchen



Raquel Monteiro



Liliana Moreira



Robson Caparroz



Regiane Morozetti



Danilo Aggio



Alexandre AboArrage



Marcio Margini



Fernando Sampaio



Carolina Tanasi



Cibeli Oliveira



Marcos Neves



Luana Nogueira

Guia de Sustentabilidade e Transparência em Viagens Corporativas

A missão da ALAGEV é conectar o mercado de eventos e viagens corporativas, compartilhando as melhores práticas e promovendo a capacitação e o desenvolvimento da indústria.

Nesse papel e buscando melhorar as práticas em nossa indústria, a ALAGEV por meio da CAC - Comunidade de Agências de Viagens Corporativas desenvolveu este guia com as melhores práticas, dicas e material de suporte para um entendimento de como fazer um Programa de Viagens ser mais sustentável e transparente para uma continuidade saudável de nossa indústria de viagens.

O compartilhamento dessas práticas na visão das TMCs (Travel Management Companies) é para que os gestores de viagens possam criar seus processos de concorrência BID/RFP formatados para receberem propostas que estejam equalizadas no ecossistema apresentado pelo gestor e ancorados em sustentabilidade e transparência, e não seja um somente um Guia para o BID, mas também para todo tempo do contrato.

Muito do que defenderemos aqui já está implementado em algumas empresas e algumas foram sugeridas até mesmo pelos gestores de viagens e outras pelos fornecedores para levar nossa indústria a uma relação mais saudável entre Clientes, TMCs e Fornecedores.

Aproveitem e compartilhem conosco práticas que possam ajudar as TMCs a serem mais sustentáveis e transparentes!

Diretoria e Conselho ALAGEV

Índice

- Guia de Sustentabilidade e Transparência em Viagens Corporativas..... 3
- Objetivo 5
- Agência de Viagens Corporativas | TMC – Travel Management Company 6
- Empresas | Clientes de agências corporativas 14
- Cias Aéreas 17
- Hotelaria 21
- Locação 28
- Rodoviário 32
- Tecnologia..... 33
- Soluções de Pagamento..... 35

Objetivo

A ALAGEV e a CAC têm como objetivo, por meio deste material, levar aos associados, fornecedores e clientes as melhores práticas de sustentabilidade e transparência em viagens corporativas e assim, ser um incentivador destas práticas para um equilíbrio de toda a cadeia.

Uns dos focos será demonstrar que um BID/RFP deve considerar um ecossistema pré-definido que permita boas práticas incluindo sustentabilidade e transparência dos fornecedores. Ao implementar alguns dos princípios deste material no programa de viagens, a relação entre Cliente Empresa, TMC e Fornecedores se tornará cada vez mais sólida e em uma cultura do ganha-ganha com benefícios a toda a cadeia.

O material encontra-se dividido por área de negócio conforme relação abaixo:



Agências de Viagens Corporativas
TMC = Travel Management Companies



Empresas: Clientes das Agências Corporativas



Cias Aéreas



Hotelaria



Locação de autos



Rodoviário



Tecnologia



Soluções de Pagamento



Agência de Viagens Corporativas | TMC – Travel Management Company

A TMC por ser um prestador de serviço que gerencia e intermedia os fornecedores do programa de viagens das empresas, recebe grande pressão em sua **sustentabilidade** e na entrega de transparência, por isso, pretendemos demonstrar como todos os elos da cadeia podem auxiliar na sustentabilidade das TMCs por meio de práticas que ajudarão não só a TMC, mas a cadeia como um todo. Na questão transparência focaremos nos conceitos e formas para um olhar da TMC no papel de parceira das empresas.

Para um melhor aproveitamento, além das dicas, o Guia compartilhará explicações sobre produtos, configurações, fluxos, processos, entre outros que ajudarão a atingir o objetivo aqui proposto. A ALAGEV e a CAC tendo a TMC como a centralizadora destas informações, buscará que os gestores de viagens e fornecedores entendam a importância de cada sugestão e busquem estas soluções para atingirmos positivamente a sustentabilidade e a transparência.

Sustentabilidade e Transparência na Cadeia de Viagens Corporativas



Destaques para as Melhores Práticas Sustentabilidade e Transparência:

Escolha do Sistema de Reservas OB T que permita o máximo de conteúdo online;

Soluções de Pagamento Cartão físico ou virtual;

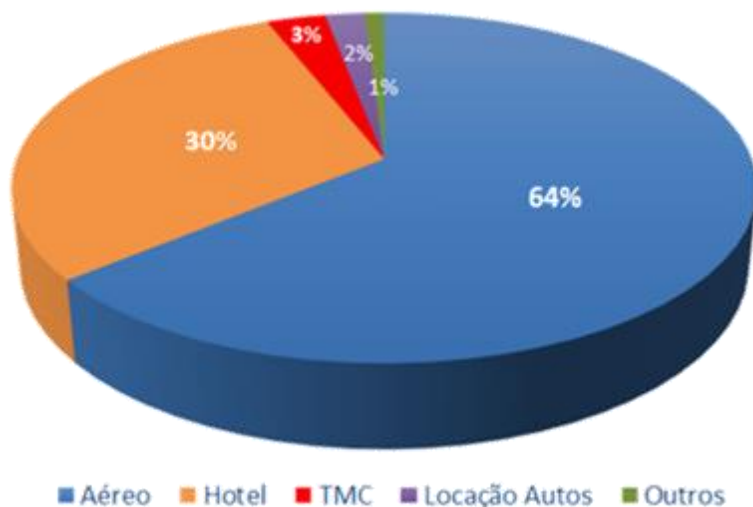
Priorize as configurações e fornecedores com distribuição online;

Client Review e relatórios

- Solicite relatórios dos KPIs;
- Solicite relatórios de comparação de tarifa acordo x menor tarifa;
- Solicite apresentações de benchmark e recomendações de boas praticas de mercado
- Avalie negociações com fornecedores para tarifas "acordo" tendo como premissa o volume e característica de seu program de viagens.
- Tenha uma gestão para bilhetes não voados e priorize reutilização de Tkts.

Custos e oportunidades: Um olhar consciente

Para termos sustentabilidade e transparência, é necessário um olhar consciente nos custos por parte dos gestores de viagens nas empresas, pois a TMC gerencia praticamente 100% dos gastos do programa de viagens, mas somente cerca de 3% são custos com a TMC. O exemplo a seguir demonstra como categorizar por importância cada custo e direcionar os esforços onde as possibilidades de economias são maiores. Entendendo que o custo da TMC não deverá ser o foco central para redução, mas sim que a TMC deverá adotar as melhores e mais transparentes práticas de mercado e assim se tornar o parceiro ideal para em conjunto com o Travel Manager, identificar e buscar essas reduções.



Praticamente 100% dos gastos passam pela TMC, mas somente cerca de 3% são custos da TMC.

Exemplo de Estudo de Redução no Orçamento

Volume Anual R\$ 1.000.000,00

Novo Orçamento R\$ 900.000,00

Fornecedor	Participação	Redução	Montante
TMC	3%	50%	R\$ 15.000,00

Fornecedor	Participação	Redução	Montante
Aéreo	64%	12%	R\$ 76.800,00
Hotel	30%	10%	R\$ 30.000,00

* Aéreo principais cias 15% + antecedência mínima

* Hotéis Negociados + Tarifas baratas (cerca de 20%)

Como podemos perceber os esforços em conjunto com a TMC trarão resultados consideráveis e no exemplo acima uma redução nos custos da TMC em 50% atingiu um volume de economia de R\$15.000,00, enquanto uma redução de apenas 12% no Aéreo, permitiu uma economia de R\$76.800,00.

Um outro fator que o Travel Manager deverá considerar, é que em nosso momento atual o gerenciamento de segurança e qualidade se tornou algo importantíssimo, então teremos o preço como importante desde que atenda aos requisitos novos de qualidade. Neste cenário, o papel da TMC torna-se ainda mais importante, identificando a tarifa lógica de menor custo que melhor atenda os critérios de saúde e segurança da empresa, bem como as menores restrições de acordo com as características e propósito da viagem.

O principal custo da TMC é proveniente de Mão de Obra, representando na maioria das vezes mais do que 50% dos custos diretos. Aqui temos uma grande oportunidade a ser explorada, tanto do lado das TMCs, que vem buscando cada vez mais processos automatizados, mas também há uma parcela significativa do lado dos gestores de viagens nas empresas que podem contribuir com o ajuste destes custos, pois depende da configuração adotada que vai desde a escolha do tipo de atendimento, Virtual na TMC (dedicado ou compartilhado) versus Posto de Serviço nas instalações do cliente, assim como políticas de uso e adoção de uma ferramenta de reservas online, escolha dos fornecedores e formas de distribuição, soluções de pagamento entre outros farão com que os processos se tornem mais ou menos automatizados e quanto maior o nível de automação, menor a necessidade de mão de obra e conseqüentemente menor o custo a ser repassado as empresas.

Para entendermos os custos de uma TMC segue um exemplo de alocação desses custos que são repassados a empresa cliente.

Custos Diretos Exemplo de Representatividade	
Consultores, Gerente de Contas, Administrativos...	54%
Aluguel	3%
Telecomunicações	3%
Tecnologia	19%
Despesas gerais de escritório/material	2%
Viagens e Entretenimento	3%
Despesas de Terceiros	3%
Depreciação	2%
Outros Custos	11%
Total	100%

Existem muitas formas de configuração que permitem mitigar custos. Abaixo elencamos algumas práticas:

- Pagamento com cartão de crédito evitando o custo financeiro e administrativo devido ao faturamento
- Automação na TMC
- Aumento da adoção online
- Escolha das ferramentas integradas

Custos do Faturamento

O faturamento vem sendo um desafio para as TMCs e Fornecedores em virtude dos custos, mas podemos incluir também as empresas clientes tanto no tópico custo, como no tema transparência, já que o faturamento torna o processo mais manual com fluxos e tarefas distintas entre os diversos fornecedores gerando maior probabilidade de erros e dificultando a transparência.

Um olhar consciente dos custos e seus impactos ajudarão os gestores nas empresas a adotarem meios de pagamentos que permitam ao máximo o não faturamento, deixando este apenas para exceções e adotando as soluções dos meios de pagamentos por cartão de crédito, seja físico ou virtual. Sobre esta soluções vejam o capítulo Soluções de Pagamentos.

Alguns custos como o desencontro de caixa, vem aumentando devido a prazos cada vez menores com os fornecedores, então para termos noção deste custo na composição, tomemos o exemplo abaixo.

Uma empresa com volume de 1 milhão de reais de faturamento e prazo de 60 dias para pagar; a TMC com prazo médio de 15 dias para pagar o fornecedor, captação de dinheiro CDI 1,5% para custear o desençaixe que será de 45 dias. O custo médio será de R\$25,31 por transação, ou cerca de 25 mil reais por ano a qual a TMC buscará equalizar através de receitas complementares.

Volume / Ano	Volume / Mês	Transações / Ano
R\$ 1.000.000,00	R\$ 83.333,33	900
Prazo Faturamento / Dias	Prazo Fornecedor	Desençaixe
60	15	45
CDI	Custo Faturamento Mês	Custo Faturamento / Ano
1,50%	R\$ 1.875,00	R\$ 22.500,00
Custo do Faturamento médio por transação		
R\$ 25,31		

Além do apresentado acima, o faturamento tem outros custos, como a mão de obra e o administrativo, na qual a agência precisará para compor as faturas; custo de vários pagamentos versus um pagamento único mensal no cartão virtual ou mesmo quando o pagamento é com cartão individual, a despesa entrará com as demais as quais o viajante já teria no expense.

De acordo com informações de mercado e empresas de BPO (Business Process Outsourcing), o custo administrativo por transação de uma fatura é de aproximadamente R\$ 20,00, ou seja, se considerarmos faturamento, haverá este custo extra que deverá ser calculado quantos pagamentos mês a mais a modalidade faturamento irá gerar para empresa.

Receitas

A receita de uma TMC é composta por em um mix, sendo parte desta proveniente dos clientes por meio da cobrança dos serviços da TMC em forma de taxa de transação, valor mensal fixo, uma composição dos dois dentre outras modalidades e a outra parte vem dos fornecedores em forma de comissão e incentivos.

O importante é que o Travel Manager deixe clara todas as regras da precificação que gostaria de adotar para que todas as TMCs, durante o processo de concorrência e posteriormente, possam entregar e cumprir suas propostas baseadas nas mesmas premissas.

Tipo de precificação

Taxa de Transação (transaction fee): É a cobrança de uma taxa por serviço prestado e pode ser determinado de diversas maneiras: Exemplo: é cobrada taxa de transação para cada passagem aérea nacional, internacional, reservas de hospedagem, locação de veículos e etc.

Taxa de Gerenciamento (management fee): É a cobrança de uma taxa de gerenciamento calculada normalmente sobre o volume de viagens da empresa. Exemplo: Empresa gasta R\$X em viagens por mês e paga Y% sobre esse volume como taxa de gerenciamento.

Taxa Fixa (Flat Fee): É a cobrança de uma taxa fixa por mês. Exemplo: Empresa paga R\$X fixos por mês pela prestação de serviços da TMC, independente da quantidade de transações.

D.O.E (Direct Operational Expenses): Cliente paga pelas despesas operacionais diretamente relacionadas ao atendimento da prestação de serviços a sua empresa. Esta modalidade costuma ser combinada com a taxa de transação ou taxa de gerenciamento como remuneração da TMC.

Taxa de Sucesso (Success Fee): Nesse modelo, a TMC é remunerada com base na conquista de metas pré-estabelecidas em um plano de economia, que visa reduzir as despesas de viagens e otimização de receitas do cliente.

Taxa DU/RAV: Nessa modalidade o cliente paga pelos serviços (especificamente passagens aéreas) de forma indireta, ou seja, as cias aéreas remuneram a agência de viagens incluindo essas taxas na emissão.

Comissão: Nessa modalidade os serviços de viagens (hospedagens, locações de veículos, outros serviços) são pagos de forma indireta, ou seja, os fornecedores remuneram a agência de viagens pagando comissões sobre as reservas de acordo com o volume transacionado de cada cliente.

Mixed Fee - Combinação entre as modalidades: por exemplo Taxa de Transação para os bilhetes aéreos combinado com comissionamento para o terrestre (hotel e carro)

Exemplo de precificação por Transação

Uma das formas mais utilizada de precificação tem sido a Taxa por Transação dos serviços com adicional das Taxas Auxiliares “Ancillary Fees” como demonstrado no exemplo a seguir:

Tabela Exemplo - Precificação "Por Transação"

Produto / Serviço	Online No Touched Online sem assistência	Online Touched Online com assistência	Offline / Tradicional Solicitação à agência pelo OBT, e-mail e telefone
Aéreo Doméstico	0,01	0,02	0,03
Aéreo Internacional	0,01	0,02	0,03
Hotel ou Locação de Autos Rodoviário	0,00	0,02	0,03
Ancillaries Fee / Serviços Adicionais		Tipo	Custo
Atendimento 24x7 - Informação		por atendimento	-
Atendimento 24x7 - Alteração		por atendimento	-
Atendimento 24x7 - Emissão de eticket ou voucher		por atendimento	-
Atendimento 24x7 - Nova solicitação		por atendimento	-
Atendimento VIP internacional		por atendimento	-
Atendimento VIP domestico		por atendimento	-
Cartão de embarque por e-mail		por atendimento	-
Cliente Review		trimestral	-
Compra assento conforto		por transação	-
Custos de Implementação OBT		único	-
Custo da OS - OBT		por PNR ou OS	-
Cancelamento da OS - OBT		por transação	-
OBT treinamentos eLearning		por treinamento	-
OBT treinamentos Presencial		por treinamento	-
Suporte na atualização da base de dados OBT		por usuário	-
Expense Management		por PNR ou OS	-
Integração entre sistemas - ERP		por projeto	-
Integração entre sistemas - projetos especiais		por projeto	-
Documentação (Visto e passaporte)		por serviço	-
Marcação assento e/ou compra bagagem, após emissão bilhete		por transação	-
Cancelamento de reserva		por transação	-
Reembolsos		por transação	-
Relatório de bilhetes não voados		por relatório	-
Relatório Gerencial - Analítico padrão mensal		por relatório	-
Relatórios Gerenciais (Gerador OBT e Gestão Online)		por relatório	-
Relatórios personalizados		por relatório	-
Serviço de Apoio aos Passageiros nos aeroportos		por solicitação	-
Entrega de documentos		por transação	-
Conciliação de cartão de crédito		por transação	-
Captura da Nota Fiscal		por captura	-
Merchant Fee - cartão corporativo		por transação	-
International Rate Desk (Tarifas internacionais cotação)		por transação	-
Negociação com fornecedores - Sourcing e Benchmarking		por programa	-
Serviços de Chauffeur, Taxi, estacionamento, etc.		por transação	-
Executivo de Contas / Gerente de Negócios / Relacionamento		horas adicionais	-
Taxa adicional para serviços fora do OBT ou GDS		por transação	-
Emissão de bilhetes de milhas		por transação	-
Serviço de moeda estrangeira		por solicitação	-
Web Check In		por transação	-
Reserva de Ferry ou boat bus		por transação	-
Tracking de viajantes - GDS		por viajante	-
Taxa de faturamento		por transação	-
Eventos e Incentivos		por demanda	-
Fretamento aéreo		por transação	-

Fornecedores Homologados

Para homologação de fornecedores de viagens corporativas, é importante levar em conta algumas considerações:

Cias. Aéreas, Hotéis e Locadoras de veículo – importante avaliar itens de segurança e higienização, bem como negociar tarifas competitivas. Caso a homologação seja feita diretamente pelo cliente, ele deverá atualizar a TMC com a lista de fornecedores homologados para que sejam realizadas as parametrizações necessárias no sistema.

TMCs – antes de lançar uma concorrência, é de extrema importância fazer uma avaliação prévia de cada empresa a ser convidada, levando em consideração itens como:

- Comprometimento da empresa com responsabilidade social, ética, *compliance* e sustentabilidade;
- Histórico da empresa em relação à apresentação de propostas que colocam em risco a saúde financeira da empresa;
- *Benchmarking* baseado no feedback de atuais clientes da TMC.



Empresas | Clientes de agências corporativas

BID - Concorrência

Antes de iniciar um processo de abertura de Bid, é necessário que a empresa tenha bem definido um ecossistema para apresentação das informações, separadas por RFI (Request for Information) e RFP (Request for Proposal).

As melhores práticas sugerem que sejam convidadas 10 TMC para o RFI para a qualificação técnica e posteriormente fazer uma RFP com àquelas selecionadas no processo de RFI.

Nesse material é de suma importância que a empresa disponibilize informações de volumetria, expectativa da configuração de atendimento, SLA (Service Level Agreement), OBТ (Online Booking Tool), meio de pagamento, modalidade de precificação, bem como é fundamental que as expectativas e necessidades da empresa se reflitam no documento a ser disponibilizado.

Informações Compartilhadas

Volumetria

Financeiro, transação por serviço, principais rotas, antecedência de compra, fornecedores preferências e adoção a OBТ quando aplicado.

Configuração de atendimento e SLA por serviço

Inplant; Posto Virtual (Dedicado x Compartilhado)

Atendimento com OBТ e sem OBТ

Fluxo de aprovação

Política de viagem

Tecnologia

Qual a OBT utilizada? OBT própria ou da TMC? Utiliza módulo de Travel, Expense e há integração? Qual o ERP?

Meio de Pagamento

As TMC's trabalham com um prazo médio, na grande maioria, de 15 dias corridos junto aos fornecedores e qualquer prazo diferente do informado, haverá desencanaço financeiro.

Cartão de Crédito - Qual banco, bandeira e tipo?

- Cartão de crédito individual
- Virtual Aéreo (WEX, CTA, EBTA, CPB, OUROCARD VIAGENS, outros)
- Virtual Hotel (WEX, CTHA, CONTA HOTEL, BTB, B2B PAY, outros)
- Será exigida a captura Nota Fiscal? Será contratada conciliação da agência ou de terceiros?
- Faturamento. Qual o prazo de pagamento? É exigido o envio da Nota Fiscal?

Modalidade / Metodologia de precificação

Os modelos aplicados no mercado de viagens corporativas são: Transaction Fee, Management Fee, Flat Fee, Sucess Fee, Mixed Fee e Comissionamento, já citado na página 11. Na RFP a modalidade definida pela empresa, deve levar em consideração a expectativa e necessidade do serviço a ser contratado. Em favor da transparência, as empresas deverão acordar com as TMCs a retenção ou repasse das comissões quando houver.

Expectativa e necessidades da empresa dos Serviços

Cabe a gestão de viagem da empresa uma profunda análise das necessidades e expectativas dos serviços a serem contratados, pois o trabalho de consultoria das TMC's vai muito além de emissão de aéreo, hotel e carro, etc. Esses serviços devem constar na RFP como os exemplos citados abaixo:

Consultoria; Benchmarking com clientes de mesmo perfil, apoio em negociações pontuais, garantia de segurança dos dados, sistema de gerenciamento de despesas, gerenciamento de frotas entre outros serviços adicionais ver tabela na página 15.

Os serviços das TMC's podem ser acessados na tabela exemplo de precificação por transações da página 12.

Informações: O que as empresa precisam informar.

Aéreo – É importante mencionar se a empresa possui negociações com cias aéreas, quais cias aéreas, validade do contrato e/ou se a agência fará as negociações, principais rotas, antecedência de compra

Hotel – Há programa “diretório” de hotéis? Quais os principais destinos? A negociação é via agência ou direto empresa?

Canais de distribuição - Qual a forma de distribuição da tarifa nos canais corporativos, quando a negociação é feita pela empresa?

Exigência de Compliance - Regras de periodicidade de aferição dos contratos

Consolidação do atendimento Local, Regional e Global - Concentrar o atendimento em uma única TMC

Política de viagem

Importante: O que não solicitar?

No Benchmarking, não solicitar volumetria de outros clientes da TMC, pois se trata de uma informação confidencial. . A melhor prática sugere que as referências sejam pedidas de cliente com mesmo perfil, comportamento de compras, etc.

Tarifas de hotéis também não devem ser solicitadas, uma vez que as redes hoteleiras e hotéis independentes praticam tarifas específicas para os clientes finais e, hoje em dia, tarifas flutuantes.

Aviso do Vencedor

Avisar aos envolvidos no processo de RFP, qual a TMC vencedora e abrir a possibilidade de uma conferência de feedback as TMCs que participaram do processo, apontando o que precisa melhorar para poder participar no próximo BID.



Cias Aéreas

Acordos

Os acordos comerciais são negociações firmadas entre as empresas (cliente final) e companhias aéreas diretamente, cabendo à TMC apenas o papel de emissora dos bilhetes aéreos. Vale reforçar que a TMC pode apoiar o cliente final nas negociações, oferecendo benchmarking de outros clientes e relatórios que contenham o histórico das rotas utilizadas, volumes entre outros detalhes operacionais que melhoram a negociação, mas não é ela quem determina o preço das tarifas, ficando a cargo da companhia aérea essa decisão. O preço das passagens aéreas dentro de acordos comerciais é disponibilizado pelos canais de vendas corporativos; pode ser variável por rota, sazonalidade, permanência mínima e/ou máxima e deve ser sempre menor que a tarifa pública destinada a outros canais de venda à pessoa física. A vigência, regras e classes tarifárias inclusas na negociação devem estar descritas no documento de acordo. Tarifas extremamente promocionais ou promoções do tipo “*last minute*” podem não ser contempladas ao desconto.

As companhias aéreas disponibilizam os acordos atrelados a uma meta de *market share* (fatia de mercado) e uma meta de volume em troca de percentuais de descontos. Os percentuais podem ser fixados ou flutuantes, sendo definidos de acordo com a estratégia comercial de cada companhia aérea. Caso a produção no acordo seja inferior à meta, a companhia aérea poderá decidir pela revisão do desconto ou até mesmo pelo cancelamento do acordo.

Os acordos comerciais são de utilização exclusiva do cliente signatário do acordo, suas condições são confidenciais e os descontos não podem ser compartilhados com nenhuma outra parte.

Tipos de Tarifas, Regras tarifárias, Multas e Reembolsos

Toda a aquisição de produtos e serviços aéreos baseia-se em regras específicas disponibilizadas pelo fornecedor, que podem ser muito restritivas, flexíveis ou sem restrições.

Para ter acesso a todas as condições disponíveis é necessário consultar a regra tarifária no ato da reserva e/ou emissão sobre as possíveis restrições. Os consultores de viagem têm a habilidade de auxiliar o cliente nesta identificação.

Diversas cias aéreas constroem suas tarifas com base em família de classes e bases tarifárias que são combináveis entre si. As famílias disponibilizam perfis de preço, flexibilidade, serviços agregados inclusos, características de reutilização, valores de multa e reembolso. São estas regras também que determinam se o bilhete pode ser adquirido com característica OW (*one way* - um único trecho), RT (*round trip* – ida e volta), trechos triangulares, trechos descasados, tarifas continentais ou tarifas de volta ao mundo. Por outro lado, há tarifas e bases tarifárias cujas regras e composições não se complementam ou divergem entre si. Para esses casos a construção tarifária poderá ser inviabilizada.

Os consultores de viagem da TMC são os que detêm conhecimento de como melhor construir rotas complexas para orientar o cliente na perfeita composição de sua viagem.

Flutuação tarifária entre canais

Além das características de construção de tarifas e rotas descritas no item anterior, as tarifas aéreas são extremamente dinâmicas e flutuam de preço conforme a composição de antecedência, oferta e procura; concorrência, custo e receita disponíveis para o voo, chamado *yield management*.

O processo de controle de preços das cias aéreas tem sido cada vez mais automatizado e os preços podem inclusive flutuar entre diferentes canais de oferta. É importante dizer que as estratégias de preço para os mercados corporativo e varejo são diferentes e alguns preços são destinados exclusivamente a um mercado em detrimento do outro.

Aos questionamentos sobre divergências de cotação e oferta, é imprescindível que a comparação seja feita em uma busca simultânea, com os mesmos parâmetros e condições.

Às TMCs é vedada a utilização de tarifas de operadora ou das agências online, denominadas OTAs (Online Travel Agency).

Controle de Bilhetes em Aberto e Reembolso

Todos os bilhetes aéreos emitidos possuem validade de doze meses a partir da data de emissão. Dentre este período e conforme a regra da base tarifária é possível reutilizar o crédito da passagem aérea emitida originalmente para a aquisição de uma nova passagem aérea. O procedimento de reemissão precisa ser conduzido pela TMC e sua equipe, a qual irá avaliar as condições e regras para cálculo. No processo de reemissão, a taxa de embarque também é utilizada como crédito.

A TMC poderá oferecer lista de bilhetes em aberto e, para isso, conta com a ação direta da companhia aérea na disponibilização dos dados, seja por consulta, conexão webservice com os OBTs ou através de relatórios específicos. A identificação dos bilhetes em aberto se dá pela atualização do status dos bilhetes aéreos pelas companhias emissoras, sendo a TMC a intermediadora das informações para o cliente.

Os bilhetes aéreos no mercado brasileiro são pessoais e intransferíveis e os créditos só podem ser reutilizados para uma futura viagem do mesmo passageiro e na mesma companhia aérea emissora do bilhete original. Não há a possibilidade de transferir o crédito para outro passageiro ou para outra cia aérea.

Caso o bilhete emitido originalmente não seja factível de reutilização, é possível solicitar o reembolso do valor pago, conforme as regras tarifárias do bilhete emitido. O reembolso é solicitado pela TMC por meio dos canais disponibilizados pelas companhias aéreas e o tempo do processamento é variável. O reembolso será sempre efetuado de acordo com o meio de pagamento original, ou seja, quando faturado o crédito do reembolso será disponibilizado para a TMC que fará o acerto com a empresa e para bilhetes pagos através do meio de pagamento cartão de crédito, o valor é recebido pela administradora e creditado na conta do cartão do cliente diretamente. Atenção às tarifas extremamente promocionais, elas podem não permitir reembolso ou remarcação em nenhuma ocasião.

Serviços auxiliares

Serviços auxiliares fazem parte de um portfolio disponibilizado pelos fornecedores que contribuem ou agregam valor à aquisição do produto padrão. Os serviços auxiliares podem ser pagos ou não. São eles:

- Quiosques de atendimento
- Facilidades de e-commerce
- Aplicativos de serviços online (reserva, check-in, consulta, status de reservas, remarcações, etc).
- Marcação de assento antecipada
- Aquisição de espaço/poltrona tipo *premium*
- Sistemas de entretenimento a bordo
- Refeições a bordo (incluem-se refeições especiais e escolha de menu)
- Conexão à internet, aparelhos ou aplicativos
- Melhoria de classe ou compartimento de voo
- Sistemas automatizados de pesagem e identificação de bagagens
- Concierge
- Prioridade em embarque
- Acelerador de milhagem
- Acesso à sala VIP
- Serviços de bagagens, entre outros.

Milhas

O acúmulo de milhas ou pontos é uma estratégia comercial de fidelização oferecida pelas companhias aéreas. Cada companhia aérea possui um programa com suas regras, suas conversões e possíveis taxas aplicáveis. Ao se inscrever em um programa de acúmulo de milhas, o viajante garante o benefício vinculado ao seu CPF, mesmo quando o pagamento do bilhete foi efetuado por uma empresa. Esse é um ponto que sempre gera dúvidas no programa de viagens das empresas, no entanto não há meios de garantir o acúmulo de milhas para a empresa, quando estamos falando de um programa de fidelização voltado para a pessoa física, no caso, o viajante.

Algumas companhias aéreas passaram a oferecer as milhas corporativas, em paralelo ao acúmulo de milhas usufruído pelo viajante. Nos programas de milhas corporativas um código de pontuação é gerado e inserido no

sistema de self-booking da TMC, que passará a inserir o código automaticamente em todas as reservas. Vale ressaltar que o programa de acúmulo de milhas corporativas pontua em paralelo com o de milhas para pessoa física, mas não opera em paralelo com os acordos comerciais. Cabe à empresa decidir, baseada em seu perfil de compra, se vale a pena ter um acordo comercial contemplando descontos em tarifas ou um programa de milhas corporativas, ou ambos

O mercado não indica a compra e comercialização de milhas de outros usuários. Aquisição de bilhetes através de canais que disponibilizam este tipo de venda pode incorrer no cancelamento da reserva e do bilhete aéreo sem prévio aviso, impossibilitando o embarque do passageiro.



Hotelaria

Tipos e meios de hospedagem

Existem diversas opções de hospedagem. Abaixo, destacamos algumas delas com seus respectivos descritivos para que o cliente possa escolher de acordo com perfil, política e tipo de passageiro:

Opções Simples:

Pensão, Albergue ou Hostel, Guest House ou Casa de Família, Bed and Breakfast ou Cama e Café, Motel, Airbnb.

Essas são as opções mais simples e econômicas de hospedar um viajante. Nem sempre a qualidade está no perfil desses estabelecimentos. São opções simples, muitas vezes sem infraestrutura para receber um passageiro corporativo. As principais adversidades encontradas em alguns desses estabelecimentos são:

Problemas com pagamento – não trabalham com faturamento, não aceitam todos os tipos de cartão de crédito, não aceitam pagamentos através de cartões virtuais, não possuem conta bancária em nome de pessoa jurídica, têm um processo amador.

Conservação e Limpeza – pode haver problemas na conservação como, limpeza dos quartos, roupa de cama, banheiro, cobertores, travesseiros, colchões, sofá, isso por não possuírem um padrão e uma supervisão constante de limpeza.

Segurança – Segurança do ambiente, muitas vezes não há, fica um colaborador que pode não te oferecer ajuda ou abrir a porta, a depender da hora de entrada dos viajantes, nem todos funcionam 24 horas, podendo haver problemas para entrar no estabelecimento, ausência de sistema e câmeras de segurança, falta de cofre, estes são os mais vulneráveis.

Comunicação – Alguns empreendimentos não possuem internet, telefone fixo, operação às vezes via celular, com telefonia geralmente incomunicável, operam por e-mails não comerciais (Gmail, Hotmail, Yahoo, entre outros), não possuem processos de gestão e alguns deles administrados por famílias, gestores não especializados em hotelaria, não profissionais.

Localização – É importante entender que localização não é tudo, em alguns casos, é a única opção, mas se houver outra que não possa oferecer risco ao usuário, prefira, com menos risco mesmo que seja com maior tempo de deslocamento, se for o caso.

OBS* **Motéis** – Os motéis apesar de pouco comum, há empresas que utilizam para hospedar seus colaboradores. Não é recomendado para público corporativo, alguns colaboradores podem se sentir constrangidos. Alguns motéis utilizam uma fachada de hotel, para absorver mais clientes, mas são motéis. Utilizar somente em casos de emergência e/ou buscar outras opções nas proximidades.

AIRBNB: É necessário o cadastro do usuário dentro do sistema, são hospedagens em residências ou locação de quartos por período. Neste item deve ser observado além da localização, o perfil da pessoa que hospedará, se há animais no imóvel, segurança, internet, café da manhã, acessibilidade, tipo de acesso sendo residência/apartamento e infraestrutura. Não é muito utilizado pelos viajantes corporativos, pois não atende muitos dos requisitos de segurança de muitas empresas clientes e também não há uma plataforma de vendas e distribuição para os canais de agência e operadoras, sendo importante atentar-se aos protocolos de segurança da empresa.

Opções Econômicas

Pousadas, Hotéis econômicos

Pousadas e hotéis econômicos são uma boa forma de reduzir os custos com hospedagem. Mesmo que em grandes redes possam ser encontrados esses segmentos, acaba oferecendo serviços reduzidos, principalmente de alimentação, onde optam pelo auto-serviço, ou seja, o passageiro faz tudo. O processo vem se tornando automatizado.

São muito utilizados para colaboradores de empresas dos mais variados segmentos, mas o foco do tipo de passageiro desses meios de hospedagens são técnicos, operacionais, vendedores, representantes.

Nesse tipo de hospedagem, começamos a ter serviços mais profissionais, como ambientes com departamentos de reservas, melhora nas opções de conservação, segurança, comodidade para hóspede.

Opções Intermediárias (Midscale)

Hotéis, Apartamentos tipo Studios, Flat ou Apart hotel

Esse tipo de estabelecimento é bastante utilizado pelo público corporativo, acima do nível técnico e operacional. Executivos, gerentes, auditores, advogados, consultores, são o perfil de público para esse meio de hospedagem.

Midscale são produtos que oferecem ou não, serviços tradicionais, personalizados, proporcionam um pouco mais de conforto para os viajantes, são 24 horas, possuem segurança, sistemas de reservas, são administrados por empresas especializadas, redes de hotéis, enfim, administradores hoteleiros.

Empreendimentos dessa categoria, geralmente possuem estrutura suficiente para atender o público corporativo, seguramente podemos afirmar que são os meios de hospedagens mais utilizados pelo mundo corporativo.

Opções Superiores e Luxo:

Os hotéis das categorias superior e luxo, são mais utilizados pelo público acima do nível operacional, ou seja gerentes, diretores, presidentes, altos executivos, artistas, celebridades, convidados.

Por conta da privacidade, segurança, por normalmente superar as expectativas dos hóspedes e, prestarem um atendimento mais personalizado e exclusivo.

Esses hotéis já estão acostumados a acomodar esse tipo de cliente/usuário, ficam atentos às preferências, oferecem mais benefícios do que os de categoria inferior.

Como sem dúvida são os melhores, por possuírem uma infraestrutura de conforto superior, tudo muda nesta categoria, desde *amenities*, roupa de cama, banho, segurança, alimentos e bebidas, e localização.

Alguns deles também chamados de 5 estrelas, são mais rigorosos nos controles de qualidade, processos, cuidados com o hóspede, desde sua chegada até a saída.

Normalmente não encontramos nenhum problema neste tipo de hospedagem, como conservação, segurança, infraestrutura, serviços e qualidade, são sempre bem avaliados pelos hóspedes.

Formas de Pagamento:

São utilizados como meio de pagamentos para hospedagem:

Pré-pagamento | Dinheiro | Depósito | Transferências bancárias - Todos os meios de hospedagens

Faturamento - Geralmente hotéis econômicos, midscale, superior e luxo

Cartão de crédito virtual - Já é uma realidade em boa parte do setor hoteleiro, mas há hotéis que não ainda aceitam, geralmente os econômicos ou simples.

Cartão de crédito físico - Todos os tipos de hotéis e pousadas dos simples até os superiores

Pagamento Direto no hotel – Todos os meios de hospedagem

Pagamentos com cartão de crédito necessitam de conciliação para que os devidos débitos sejam localizados e reconhecidos na conferência da fatura. Há empresas que fazem a conciliação externa, ou a própria TMCs pode oferecer esse serviço, sendo um serviço adicional, cobrado por linha conferida, na maioria dos casos de conciliação de cartões.

Prazo médio de faturamento de hotéis é de 15 dias. Alguns hotéis não realizam faturamento, apenas pagamento com cartão de crédito ou pré-pagamento.

Com a chegada do COVID-19, boa parte dos hotéis mudaram a sua infraestrutura de recebimentos, passando a não aceitar mais a opção de faturamento, trabalhando apenas com cartão de crédito, pré-pagamento ou pagamento direto no hotel.

Distribuição

As opções para compra de hotéis estão distribuídas nos canais abaixo:

Direto no Hotel - No site do hotel, plataformas do hotel, e-mail, telefone: processo manual, moroso, offline, compromete o SLA. Processos dessa natureza são mais lentos, pois os estabelecimentos que não detêm sistemas de reservas, ou que ainda tenham operações manuais, deixam o processo de reserva mais longos. É muito utilizado para adoção de tarifas acordo, negociação de clientes direto com os hotéis. Neste caso existem operações que são realizadas por TMCs.

Plataformas de reservas de hotéis – Meta buscadores (Trivago, Kayak, outras), essas ferramentas direcionam a compra para um revendedor, alguma agência online ou até mesmo o hotel. Não é possível aplicação de tarifa acordo dentro desses canais, não é um canal utilizado pela maioria das TMCs, pois as TMCs são revendedores e não faria sentido realizar a compra de um outro revendedor.

Agregadores de conteúdo – Plataformas centralizadoras que disponibilizam conteúdo de hotelaria e possuem tecnologia para ofertar além das tarifas publicadas, acordos do cliente, TMCs e próprias.

Plataformas de Selfbooking – OBTs - Online Booking Tools são disponibilizadas pelas empresas para os usuários com o conteúdo disponível e publicado pelos hotéis para acesso online, da busca até a emissão do voucher.

Os OBTs permitem o carregamento de tarifas acordo de cliente através dos GDS, Agregadores de conteúdo, desde que o hotel onde o cliente tem acordo tenha a plataforma e disponibilize o conteúdo online para a TMC.

Esse canal é o mais utilizado pelas TMCs, por conta do processo operacional e alinhamento com os conteúdos que são disponibilizados dentro dessas plataformas, são os mais compatíveis para controle de SLA.

A empresa antes de negociar as tarifas acordos com os hotéis, deve alinhar com a TMC os possíveis canais de distribuição que permitirão melhor experiência do usuário, disponibilidades online e garantia que o acordo será aplicado.

Operadoras Hoteleiras – Este canal de distribuição em alguns casos pode vincular a hospedagem a outros produtos e serviços, para que a configuração de operadora seja respeitada.

Conteúdo:

Todo conteúdo é fornecido pelo hotel como por exemplo disponibilidade, tarifas, taxas, inclusões como café, estacionamento, internet.

Nenhuma agência ou operadora, possui influência sobre a informação ou distribuição do conteúdo, uma vez que é de responsabilidade única e exclusiva dos hotéis, não é compatível com o trabalho de TMCs a carga de informações dentro dos conteúdos de hotéis. TMCs não possuem acessos a essas plataformas, pois são ferramentas desenvolvidas para os hotéis.

Tarifas e Acordos

Tarifa acordo é aquela que é negociada para o cliente final pessoa jurídica, entre o hotel e o cliente, na grande maioria das vezes, intermediada pela TMC.

Para caracterizar tarifa acordo, os hotéis solicitam informações sobre demanda, fluxo de compras de hospedagem durante um determinado período, após isso, realizam análise e estabelecem uma tarifa negociada para o cliente, normalmente essas tarifas são NET.

Tarifa NET é a tarifa na qual a agência não é comissionada sobre o valor da diária.

Em alguns casos essa operação de tarifa acordo não é disponibilizada online pelos hotéis, ou por falta de tecnologia do hotel ou por não querer arcar com o custo de distribuição online, seja no GDS ou nos agregadores de conteúdo.

Importante observar que se não houver uma demanda adequada para determinado hotel, o acordo versus tarifa de ocasião ou last minute poderá ter um custo mais caro. A TMC poderá promover a gestão através de BI / relatórios comparando quantas pernoites em tarifa acordo versus tarifas dinâmicas.

Uma boa dica é manter a sua TMC autorizada a realizar a compra da melhor tarifa, comparando a sua tarifa acordo com as demais e reservar a melhor opção.

Diretório

Lista dos hotéis que a empresa elege como preferenciais que em sua maioria possuem tarifas acordos, em grande parte não são distribuídos nos canais online, pois os hotéis não querem arcar com mais um custo do canal de distribuição, obrigando a TMCs e empresas a terem serviços offline.

É possível realizar uma construção de diretório quando o cliente possuir demanda, frequência e gestão de dados sobre os meios de hospedagem utilizados, como transações, localização, cidades, quantidade de noites.

Tarifas Last Minute

São tarifas de oportunidade lançadas em sistema de última hora. Numa ocasião do hotel estar vazio ou cheio, ele pode descer ou subir as tarifas conforme disponibilidade, caso o cliente não tenha acordo, ele pode ser penalizado com isso no caso de hotel com alta ocupação, e o inverso também é verdadeiro. Os acordos podem estabilizar este custo com a rede utilizada.

Cancelamento de Reservas e Emissões

São aplicadas penalidades sempre que o cancelamento for efetuado fora do prazo de cancelamento indicado pelo hotel ou fornecedor.

A cobrança muitas vezes é de 1 noite/diária, ou ainda poderá ser integral a depender das condições que foram negociadas no aceite da reserva. Ex. (Tarifas IRREVOGÁVEIS)

Tarifas IRREVOGÁVEIS são tarifas que não permitem qualquer tipo de alteração, cancelamento, reembolso. Se comprar e não utilizar, independente do motivo, não haverá restituição ou qualquer tipo de reembolso, parcial ou total.

Há redes de hotéis que permitem o cancelamento de reservas e emissões até 24 horas antes do check-in. Algumas redes de hotéis vêm mudando este posicionamento para cancelamento até 48 horas antes do check-in.

Os hotéis possuem horários distintos para check-in e podem variar de acordo com cada cidade e hotel. Geralmente como base pode-se utilizar entrada a partir das 12:00h, porém há hotéis com check-in às 14:00h, 15:00h e 16:00h, e o check-out pode ocorrer a partir das 11:00h até às 14:00h.

Observe sempre a política de cancelamento da sua reserva antes de emitir a mesma.

No Show

No Show, também conhecido como não comparecimento no check-in. É quando o usuário não chega no hotel no horário e data da reserva ou até o dia seguinte da reserva, pois a mesma fica ativa por 24 horas (atenção, pois há hotéis que não respeitam essa regra e podem considerar o no show antes desse prazo).

Quando isso ocorre o hotel aplica a cobrança de penalidade, não reembolsável na maioria dos casos.

Alguns hotéis cancelam a reserva do viajante, mesmo que haja garantia, a partir de um determinado horário de não comparecimento, por exemplo a partir das 18:00 horas, já é possível encontrar hotéis que cancelam a reserva do viajante.

Reembolso

Reembolso é aplicado quando as regras da tarifa permitirem, se o hóspede ficar menos noites do que o indicado na reserva, não significa que haverá reembolso para as demais noites não utilizadas.

Se os hotéis foram comprados via tarifas operadoras, ou ainda que tenham sido compradas diretamente no hotel, o que vale é a regra, pode não haver reembolso sobre diferenças de noites não utilizadas.

Para hotéis que são pagos no cartão de crédito, o reembolso é processado diretamente pelo hotel, não pela TMC, logo as TMCs não possuem controle sobre o período de devolução dos estabelecimentos.

Alguns estabelecimentos não devolvem ou estornam o valor do crédito para o cartão cliente ou usuário, é importante sempre ficar atento ao controle de reembolso da parte hoteleira via cartão, este serviço, a TMC pode oferecer.

Overbooking

Overbooking, é quando o hotel está acima da capacidade de hospedar os usuários, neste caso o hotel e/ou a TMCs direcionará o hóspede para outro hotel da rede. Se não for da rede, para algum hotel próximo que seja da mesma categoria ou superior. O Hotel pode não prestar nenhuma assistência para o viajante, por isso importância da centralização das operações de hospedagem via TMCs, uma vez centralizado o seu viajante não ficará desassistido em casos de ocorrências como essa.

Nota Fiscal

Se for o desejo da empresa em ter a nota fiscal com seus dados, ela precisa informar a TMC no momento da implantação, uma vez que para isso ocorrer de forma assertiva, os hotéis precisam receber os dados anteriormente.

Nem todos os hotéis têm esse processo bem alinhado, pode haver emissões de nota fiscal, em nome do colaborador /viajante com seus dados pessoais, isso é comum. Nota fiscal em nome do colaborador, não tem valor fiscal para empresa.

Para ter valor fiscal, a nota deve ser preenchida em nome da EMPRESA.

Quando a TMC emite um voucher de hotel e envia o pagamento, a nota fiscal emitida segue em nome da agência, caso ela não tenha os dados do cliente, a nota fiscal também não terá valor fiscal para a Empresa/cliente.

Para ter acesso a notas fiscais normalmente as compras devem ser realizadas diretamente nos hotéis, e para isso a empresa abre mão de possíveis reduções de tarifas de operadoras, de TMCs dentre outras disponibilizadas pela agência

As TMCs podem emitir como documento fiscal a Nota de Débito, que comprova o pagamento e a utilização pelo viajante da empresa, esse documento tem valor fiscal.

Verifique antes da implantação esses dados com sua área fiscal, financeira e tributária, certamente fará toda diferença na gestão e economia de recursos ao longo da gestão.

Quando a empresa estiver situada em outro município diferente ao da TMC, verifique o regime fiscal e tributário da empresa, e as exigências de composição na emissão de notas fiscais. O regime fiscal é diferente de acordo com cada município.



Locação

Locação de automóvel é um segmento de mercado muito importante para deslocamento terrestre, seja para viagens a trabalho, eventos ou lazer.

As parcerias estratégicas entre as TMCs e Locadoras são essenciais para uma prestação de serviços de qualidade, agilidade no atendimento, consultoria e gestão, e, sobretudo, transparência nos processos de auditoria.

Assim como em outros segmentos do mercado turístico, as locações de automóveis apresentam características semelhantes e requerem um relacionamento sustentável entre as TMCs, empresas clientes e fornecedores.

Formas de Pagamento

Os principais fornecedores de locação de automóveis estão alinhados com o objetivo de oferecer melhores formas de pagamento para atender ao cliente de forma sustentável e integrada, com cartões de crédito físico e virtual, e ainda faturado.

Podemos destacar quatro formas de pagamentos no mercado de locação:

1) Faturamento Simples

1.1 São cobrados diretamente das TMC as Diárias + Proteções inclusas na tarifa + taxas serviços.

1.2 Apropriação indébita, multas, avarias e despesas extras (diárias adicionais, proteções extras contratadas no balcão da locadora, WIFI, GPS, condutor adicional, lavagem, entre outros) são garantidas e/ou debitadas no cartão de crédito do condutor ou garantidas e cobradas diretamente da empresa cliente por meio de acordos tripartite.

2) **Faturamento Parcial**

2.1 São cobrados diretamente das TMCs as Diárias + Proteções inclusas na tarifa + taxas serviço + extras autorizados na reserva (GPS, Taxa de retorno, WIFI, outros).

2.2 Apropriação indébita, multas, avarias, despesas extras que não estejam na reserva como diárias adicionais, horas extras, proteções extras contratadas no balcão da locadora, lavagem, entre outros, são garantidas e/ ou debitadas no cartão de crédito do condutor ou garantidas e cobradas diretamente a empresa cliente por meio de acordos tripartite.

3) **Faturamento Total**

3.1 São cobrados diretamente das TMCs as Diárias + Proteções inclusas na tarifa + taxas serviço + extras autorizados na reserva (GPS, Taxa de retorno, WIFI, outros) + hora extra + período extra.

3.2 Apropriação indébita, multas, avarias, despesas extras que não estejam na reserva como proteções extras contratadas no balcão da locadora, lavagem, cadeiras crianças, entre outros, são garantidas e/ ou debitados no cartão de crédito do condutor ou garantidas e cobradas diretamente a empresa cliente por meio de acordos tripartite.

4) **Faturamento Totalíssimo**

4.1 São cobrados diretamente das TMCs TODAS as despesas autorizadas na reserva incluindo, multas + apropriação indébita e avarias.

4.2 Toda a garantia e pagamento vai para TMC.

Ainda referente ao faturamento, as locadoras podem apresentar outras tantas possibilidades, dependendo da necessidade da empresa cliente.

Meios de Pagamento – Cartões de crédito

As agencias ainda encontram dificuldades para integrar processos automáticos de reservas, emissões e gestão financeira para pagamento com cartão físico ou virtual.

A maioria das locadoras ainda não aceitam cartões virtuais e VCN, mas já investem em tecnologia para oferecer um processo mais integrado.

Modernização e padronização de processos e produtos ainda são necessárias para uma gestão transparente.

Acordos Tripartites

O que é? Muito comum e recomendado as empresas que possuem demanda de locação. O acordo Tripartite é o instrumento que vincula a empresa, a locadora de veículos e a TMC, tendo como objetivo:

- Condições comerciais e tarifas diferenciadas para atender a demanda de locações diárias ou mensalistas;
- Isenção da apresentação de cartão de crédito para pré-autorização no momento da retirada do veículo;
- Faturamento: determina a melhor opção de faturamento, seguindo a política de Viagens do cliente, e vincula a responsabilidade de apropriação indébita, multas e avarias à empresa.

As multas e avarias merecem um tópico a parte!

Hoje é difícil alinhar um formato de controle das multas aplicadas pelas autoridades de trânsito aos condutores com carros locados. Alguns problemas identificados com multas e avarias:

- As Locadoras não enviam as multas em tempo hábil para um possível processo de contestação junto ao DETRAN;
- As multas não chegam em tempo hábil para pagamento com desconto, antes do vencimento;
- Mesmo que tenha um segundo condutor na reserva, a multa pode ser pontuada automaticamente para o condutor principal;
- Prazo de cobrança das multas são muito longos, podendo passar de um ano para outro, que gera contestação dos clientes;
- Cobrança de avarias não são claras, e de difícil interpretação, pois nem sempre encaminham fotos e laudos, quando não alcança o valor da franquia;
- Os valores aplicados pelos terceiros para manutenção dos carros danificados, as vezes são abusivos, quando não alcançam o valor da franquia.

Categorias

Dentro das políticas de viagens das empresas, podem ser definidos tipos de carros, categorias e grupos que nem sempre são os mesmos entre as várias locadoras, conforme exemplos abaixo:

CATEGORIA – CARRO- REFERENCIA	LOCALIZA	MOVIDA	UNIDAS
ECONOMICO – KWID 1.0	B (ECMR)	AX (ECMM)	KWID/MOBI 1.0
COMPACTO - ONIX	C (EDMR)	C (CDMR)	E (CDMR)
INTERMEDIARIO - RENEGADE	GX (IFAR)	HX (JFAR)	SV (IFAR)

Essa diferença pode dificultar a escolha do melhor carro, pois além de encontrarmos diversos tipos de carros, grupos, categorias, assessórios, franquias, ainda temos muitas formas de proteções para cada tipo de carro.

As TMCs juntamente com os fornecedores estão trabalhando para padronizar algumas informações e diminuir a diversidade de códigos existentes.

Locações Internacionais

Reservas feitas no Brasil pela TMC para retirada de veículos no exterior. Principalmente EUA, onde é mais comum.

O condutor, independentemente de ser uma viagem a negócios, eventos ou lazer, deverá apresentar o cartão de crédito internacional como garantia.

Forma de Pagamento para reservas internacionais

Pré-pagamento: Consiste na TMC efetuar o pagamento antecipado de diárias, taxas, proteções e outros produtos que a locadora possa oferecer (tanque cheio, GPS) e seja permitido contratar previamente.

O condutor deverá apresentar seu cartão como garantia para cobrir eventuais multas, avarias, apropriação indébita e arcará com outros custos, como pedágios, wifi, upgrade, entre outros oferecidos na retirada do veículo.

Pagamento direto: Reservas feitas por meio de TMCs – todos os valores do contrato (diárias, taxas, proteções) e demais extras como possíveis multas e avarias, pedágios, apropriação indébita, serão debitados diretamente no cartão do condutor.

Faturamento: Operadoras e locadoras com representação aqui no Brasil, oferecem o faturamento das diárias, taxas, proteções, mas ainda é obrigatório a apresentação do cartão de crédito do condutor na retirada do veículo.

Acordo Tripartite para locações internacionais

Não há acordos tripartite para locações internacionais feitas no Brasil. Algumas locadoras oferecem negociações, porém, são feitas no exterior.



Rodoviário

Sites de Compra

Sites mais utilizados pelas TMCs são ClickBus, Voebus e QUEROPASSAGEM.

Integração com OBTs

Alguns sistemas de reservas OBTs possuem integração com os sites online de conteúdo rodoviário e sendo assim, permitem as empresas utilizarem a compra online na plataforma disponibilizada pela TMC.

O conteúdo online nas OBTs é proveniente das integrações dos provedores ClickBus, Voebus e QUEROPASSAGEM e deve-se considerar que há um custo de transação via este canal.

As OBTs globais não possuem o serviço rodoviário no Brasil.

Desafios na forma de pagamento

Alguns provedores de conteúdo permitem a compra por meio de cartão virtual sendo possível pagamento com os VCNs (Virtual Card Number), porém o processo de geração dos VCNs é manual.



Tecnologia

Custos

Licenças de OB, BI, BackOffice, Apps próprios, etc.

Cada sistema que a agência adquire tem um custo para implantação.

Manutenção

Sistemas cobram uma taxa mensal por transação ou fixa para utilização.

Integração

Muitas vezes, haverá custos de desenvolvimento tanto para a TMC, quanto para empresa, além das licenças e manutenção, sendo um desses custos a quantidade de HITS (quantidade de chamadas no servidor através de API ou Webservices e cada empresa de tecnologia tem sua metodologia de contagem e cobrança).

Criação de OS, SV, PNR e pedidos na OB, quando a licença é da agência.

Os sistemas de OB cobram do licenciado um FEE por criação de uma viagem, independente se ela é realizada ou não.

SSO - Single sign-on

Single Sign-on é uma funcionalidade de controle de acesso único a vários sistemas que tem a vantagem de eliminar grande quantidade de senhas. Isto pode gerar custos.

Custos Fixos

Internet, email, servidor, mão de obra, são recursos de tecnológicos que demandam custos fixos.

Sourcing

Sistema de gestão e negociação de hotéis.

GDS – Global Distribution System

O Sistema Global de Distribuição (Global Distribution System ou GDS) é uma ferramenta de reservas fundamental para os agentes de viagens. O GDS é uma rede que permite às agências de viagens e aos seus clientes ter acesso a dados de viagens, comprar e comparar opções de reservas e reservar viagens.

Agregadores de Conteúdo

O sistema de reserva online permite outros conteúdos online além GDS, existem agregadores de conteúdos que deverão ser analisado contrato a contrato, pois para cada cliente pode ter eficácia ou não.

Aplicativos

Aplicativos que auxiliam a experiência do usuário.

A TMC e/ou GDS possuem aplicativo que permita ao viajante receber mensagens, alertas de check-in, mudanças.

OBT

Locadora

Cias aéreas

Hotelaria

Expense

Mobilidade (99, Uber, Cabify, ...)

LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados / GDPR - General Data Protection Regulation

Com as normas LGPD em constante alteração, as tecnologias acima poderão sofrer algum tipo de mudança.



Soluções de Pagamento

Cartão de Crédito

Atualmente o mercado oferece diversas soluções de cartões físicos e virtuais:

Físicos: Pré e pós pagos são aceitos em todos os seguimentos de uma forma ampla.

Vantagens Cartão Físico:

- Ferramenta de controle de gastos disponível na Web;
- Seguro Viagem incluso* (para compra de passagens aéreas);
- Processo simplificado para o viajante;
- Alocação das despesas no mesmo período em que o gasto foi realizado;
- Compliance: possibilidades de configurações que limitam uma indústria específica;
- Sem nenhum custo de faturamento e/ou descasamento;
- Forma de pagamento aceita em todo o mundo;
- Aceito por todos os agregadores de conteúdos;
- A depender do cartão emitido, alguns permitem acesso à Salas VIPs de aeroportos;
- Conciliação à cargo de cada colaborador, sem custo adicional para a empresa cliente;
- Assertividade na alocação de valores reembolsados;
- Consolidação de todos os custos de viagens em apenas um canal (aéreo, hotel, aluguel de carro, gasolina, táxi, alimentação, entre outros), o que possibilita ao gestor uma visão mais clara do real custo de cada viagem.
- O processo de conciliação é simplificado, pois quem faz é o próprio viajante.
- Custa mais barato que faturamento

Nota: avalie com seu banco parceiro as possíveis vantagens em consolidar os gastos em cartões corporativos.

Cartões Virtuais

As contas centralizadoras de cartões virtuais são aceitas tem sido uma solução cada vez mais adotada, já que algumas empresas não possuem políticas de cartões individuais físicos, ou mesmo para as empresas que possuem cartões individuais e adotam os virtuais para pagamentos de despesas de não funcionários, como terceiros e convidados. Os cartões virtuais vem se modernizando e hoje possuem configurações que permitem a restrição por tipo de seguimento (merchant code) o que torna o produto mais seguro contra fraudes por não ser aceito em outro seguimento a qual não foi destinado. Então os cartões virtuais para o aéreo são destinados a esse propósito, assim como os cartões para hotelaria também, porém os cartões para locação ainda possuem alguns desafios, pois algumas locadoras ainda não estão preparadas.

Outra modalidade são os Cartões Virtuais que geram números por transação, chamados de VCNs (Virtual Card Number) tornando o processo mais conciliados e seguros.

Vantagens Cartão Virtual:

- Ferramenta de controle de gastos disponível na Web;
- Seguro Viagem incluso (para compra de passagens aéreas);
- Alocação das despesas no mesmo período em que o gasto foi realizado;
- Compliance: possibilidades de configurações que limitam uma indústria específica;
- Sem nenhum custo de faturamento e/ou descasamento. Atenção: a depender do produto a ser utilizado, pode haver custo de conciliação;
- Consolidação de todas as despesas de hotéis em apenas um vencimento mensal;
- Ótima opção de forma de pagamento para compra de passagens e hospedagens para terceiros e convidados;
- Possibilidade de emissão de 1 cartão por cada transação, evitando fraudes e clonagens.





Atenção: é necessária avaliação de cada produto para identificação da necessidade de contratação dos serviços de uma empresa conciliadora.

Vantagens Cartão Virtual – VCN:

- Ferramenta de controle de gastos disponível na Web;
- Integração direta com sistemas de distribuição de mercado;
- Seguro Viagem incluso (na compra de passagens aéreas);
- Conciliação eletrônica e centralizada de gastos;
- 1 cartão por cada transação, evitando fraudes e clonagens;
- Processo simplificado e automatizado para a gestão de viagens;
- Maior controle dos gastos por viajante;
- Alocação das despesas no mesmo período em que o gasto foi realizado;
- Compliance: possibilidades de configurações que limitam uma indústria específica;
- Sem nenhum custo de faturamento e descasamento;
- Aceito para pagamento de passagens aéreas, hotel, carro (em desenvolvimento) e Fee da agência de viagens.

Opções disponíveis no mercado:

A seguir um breve comparativo entre os produtos dos principais fornecedores do mercado, mas vale destacar que atualmente existem diversas opções disponíveis. Recomendamos que consulte seu banco parceiro ou demais provedores, bem como alinhe com sua agência de viagens para encontrar a melhor solução de pagamento para sua empresa.

VIRTUAL ACCOUNTS Modelos, Características e Funcionalidades				
Virtual Tradicional Aéreo (cartão estático)	—	CTA	EBTA e CPB	Santander Viagem
Conciliador do "Virtual Tradicional Aéreo"	—	Montanari (sem custo)	Algar / It Singular (sem custo)	Cielo (sem custo)
Prazo de implantação Virtual Aéreo Tradicional	—	Até 7 dias	Até 7 dias	Até 7 dias
Virtual Tradicional Hotel (cartão estático)	—	CTAH	Conta Hotel e BTB (por viajante)	Santander Hotel
Conciliador do "Virtual Tradicional Hotel"	—	Montanari (sem custo)	Algar / It Singular (com custo)	Sem conciliação
VCN para Aéreo	Sim	Sim	Não	Não
VCN para Hotel	Sim	Sim	Sim	Sim
VCN Multi-Indústrias (ex: aéreo e hotel na mesma fatura /relatório)	Sim	Não	Não	Não
Integração com OBТ (para geração do VCN)	Própria e Conferma	b2b e Conferma (em desenvolvimento)	b2b e Conferma	b2b e Conferma
Custo a ser considerado das soluções	Não	Não	Sim	Sim
Custo do VCN (do integrador)	Sim	Sim	Sim	Sim
Seguro Viagem	Sim	Sim	Sim	Sim
Relatório Online	Sim	Sim	Sim	Sim
Relatório Customizado do VCN	Sim	Sim	Sim	Sim
Integração com ERP	Sim	Sim	Sim	Sim
Prazo de implantação VCN (após liberação do cartão)	Até 7 dias	Até 60 dias	Até 60 dias	Até 60 dias
Fee da TMC	Sim	CTA e CTAH	EBTA e CPB	Não
Hotel internacional no Virtual de Hospedagem	Sim	CTAH	BTB	Sim

Fonte: Pesquisa CAC

Tendências

O faturamento de despesas de viagens caiu em desuso desde o lançamento das diversas soluções de pagamento, que proporcionam maior segurança da informação, evitam cobranças indevidas, auxiliam na manutenção do meio-ambiente (sem impressão de papel), excluem a necessidade de controles internos de diversas faturas mensais, excluem o custo financeiro para as agências de viagens que precisam honrar prazos que não são ofertados pelos fornecedores finais, gerando descasamento financeiro e por último, evita que as agências necessitem negociar prazos com fornecedores finais, garantindo assim a sustentabilidade do negócio.

Dito isso, concluímos que a substituição do faturamento pela utilização de cartões de crédito traz uma unificação de interesses de todas as cadeias envolvidas (empresas, TMC e fornecedores finais).

Uma outra forte tendência é a utilização de aplicativos para geração de cartões VCN. Alguns produtos já oferecem essa funcionalidade para seu viajante.