
E-BOOK

GUIA DEFINITIVO SOBRE
CONTRATAÇÃO DE

TMCs



TOURHOUSE
corporativo • eventos • incentivos



Introdução

Você terá acesso agora a um compilado de melhores práticas e dicas fundamentais para tornar a contratação de uma Travel Management Company (TMCs ou agências de viagens corporativas) em um verdadeiro case de sucesso.

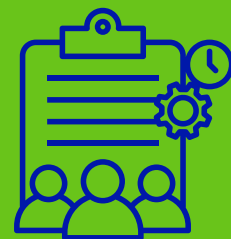
A seguir, evidenciamos também pontos de atenção que devem ser considerados antes, durante e após o acordo de prestação de serviços.

Boa leitura!





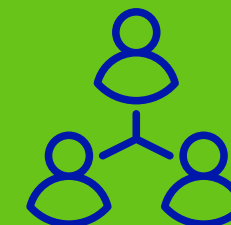
Gestão de fornecedores para sustentabilidade



Atração, retenção e desenvolvimento do capital humano



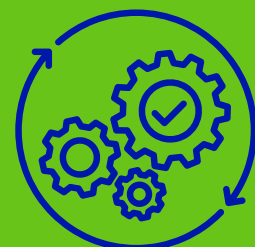
Gestão econômica e financeira



Direitos humanos, diversidade e inclusão



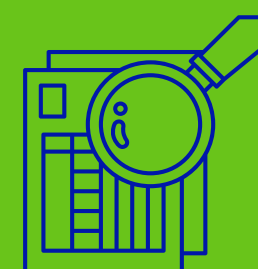
Relacionamento com cliente



Privacidade e segurança da Informação



Gestão de resíduos



Planejamento estratégico e sustentabilidade



Gestão de Riscos



Iniciativas e parcerias setoriais

10 temas materiais priorizados conforme risco e oportunidade para a empresa e nossos *stakeholders*



A prestação de serviços

O contrato de prestação de serviços para agenciamento de viagens nacionais e internacionais rege, por parte da TMC e em nome da empresa contratante, as aquisições de passagens aéreas, reservas em hotéis e locações de veículos, além de uma série de outros serviços que mostraremos a seguir.





Além da emissão de bilhetes

CONTEÚDO

Consolidadores
NDC
Brokers
Off-line

COSTUMER EXPERIENCE

Reembolsos
Controle de custos
Atendimento 24/7
Relatório de despesas
Política de viagens

TECNOLOGIA

Self booking
User Experience
Big Data
Business Intelligence
Meios de pagamento



O que considerar

Em primeira instância, o gestor de viagens deve ter como pré-requisito a segurança ofertada para a gestão das transações e todos os serviços auxiliares, e isso envolve uma série de fatores, como transparência nos processos, disponibilização de mecanismos para a realização de auditorias e sistemas virtuais confiáveis, de acordo com o compliance da empresa.





O que observar na TMC?

01

Sistema de reservas

Prefira um **OBT** que permita o **máximo de conteúdo on-line.**

02

Pagamento em cartão

As **soluções de pagamento** devem ser, prioritariamente, **via virtual.**



O que observar na TMC?

03

Client Review e relatórios

Uma **TMC transparente oferece dados de análise** sobre sua prestação de serviços, além de dados para tomada de decisão, como benchmark, comparação de tarifa acordo x menor tarifa e KPI, entre outros.

04

Gestão de não voados

Verifique se a **TMC oferece gestão para bilhetes não voados e priorize reutilização de tkts** para garantir ainda mais savings.



O que observar na TMC?

05

Homologação

Realize e **exija a homologação de fornecedores e da própria TMC**, solicitando documentação completa para garantir a transparência no processo.

06

ESG

Comprometimento da empresa com **responsabilidade social, ética, compliance e sustentabilidade;**



O que observar na TMC?

07

Negociação de tarifa

Avalie negociações com fornecedores para tarifas “acordo” tendo como premissa o volume e característica de seu programa de viagens. E mais: **suspeite de tarifas abaixo do praticado pelo mercado.**

08

Histórico como empresa

Investigue a TMC antes de fechar negócio. Nenhuma proposta extremamente vantajosa vale o risco de ter o nome da empresa envolvido com problemas jurídicos.

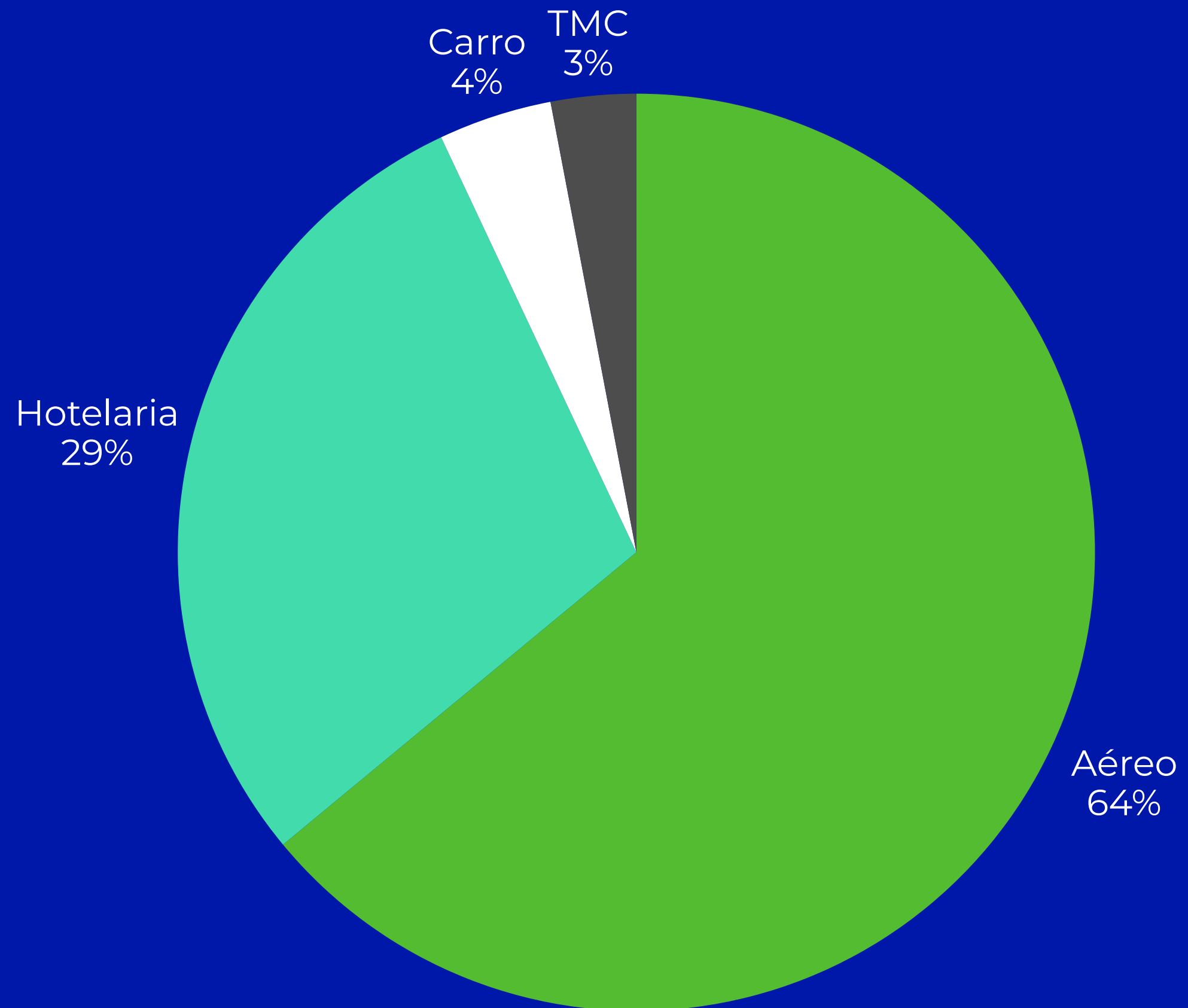


Os custos

Um programa de viagens sustentável e transparente tem um olhar consciente sobre os custos e qual a ordem de grandeza de cada um deles.

Observe que a TMC gerencia praticamente 100% dos gastos do programa de viagens, mas somente cerca de 3% são custos com ela.

Quando elaborar um BID, lembre-se disso. Escolher uma TMC de confiança é mais do que um custo: é um investimento em performance e economia.





Suspeite do **milagre**

Toda TMC tem seus custos como empresa. São gerentes, atendentes 24h, equipe comercial, marketing, financeiro, tecnologia... Quando você receber uma proposta muito tentadora, lembre-se disso. Não há milagres no mercado.



Preparando o BID

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 as empresas selecionadas.





Tenha em mente

TÉCNICO

É de suma importância que a empresa disponibilize informações de volumetria, expectativa da configuração de atendimento, SLA (Service Level Agreement), OBT (Online Booking Tool), meio de pagamento e modalidade de precificação.

EXPECTATIVA

O trabalho de consultoria das TMC's vai muito além de emissão de aéreo, hotel e carro. Esses serviços devem constar na RFP, detalhando a consultoria; benchmarking com clientes de mesmo perfil, apoio em negociações pontuais e garantia de segurança dos dados, entre outros.

SINERGIA

Não há como negar: a relação entre a TMC e a empresa deve ser de complementaridade. Performance, transparência, ética e iniciativas sustentáveis fazem parte de uma parceria duradoura e que oferece vantagens para os dois lados.



Atenção às fraudes

Infelizmente há relatos no mercado de empresas que se utilizam da expertise tecnológica e acordos conquistados pelos clientes para aplicarem mark-ups e ocultar descontos derivados de parcerias junto a companhias aéreas, hotéis e locadoras de veículos. O cenário é preocupante, mas é possível evitar.

Confira a seguir algumas dicas.



Como se prevenir

Realize auditorias periódicas

Busque por emissões efetivadas com descontos e confronte com os acordos que a empresa possui. Outra boa iniciativa é verificar se o código de desconto está sendo usado da forma correta e em todas as situações as quais ele se aplica.

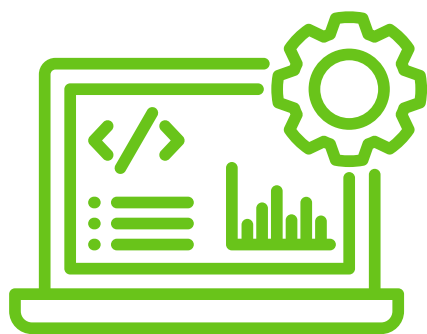
Relatórios dos fornecedores

Correlacione valores que as companhias aéreas receberam e os valores pagos pela sua empresa. A fonte de informação mais segura são os relatórios dos próprios fornecedores, ou seja, em auditorias, prefira sempre o documento do fornecedor.

Analise a fatura do cartão

Algumas companhias aéreas não permitem a utilização de um cartão de crédito de terceiro (da TMC, por exemplo) para a compra de bilhetes. Analisar a fatura para garantir que esta regra está sendo aplicada é outra forma de se prevenir contra fraudes.

Diferenciais



ITM Travel

Gerenciamento de viagens 100% on-line com meio de pagamento via cartão do cliente.



TH Intelligence

Bussiness Intelligence com Big Data e SmartData para gestão de dados em tempo real e com o máximo de transparência.



TH Budget Control

Agrupamento de centros de custos por área com definição de políticas de viagens e adequação ao compliance do cliente.



Diferenciais



Primeiro programa de experiência de viagens com benefícios para os colaboradores da sua empresa.



Plataforma feita para dar a liberdade que os seus viajantes querem, com a velocidade e controle que o seu negócio precisa.





Parceiro global

AMEX GBT

Egencia

A Tour House é parceira da **Egencia**, parte do Grupo Expedia e líder global em distribuição de viagens. Conectamos o seu negócio a mais de 65 países com uma experiência de viagem única.



Ética e transparência

Em 2017, o Grupo Tour House implementou um Comitê Consultivo (que, em 2022, transformou-se em Conselho de Administração) com profissionais independentes, contratados para analisar as atividades da empresa e propor melhorias constantes.

O resultado de tamanha preocupação é um grupo ainda mais consciente de sua importância para o mercado, que valoriza as relações genuínas e boas práticas corporativas.





Conheça nossas soluções

Há 33 anos atuando com ética nas relações para a sustentabilidade nos negócios



TOURhouse
viagens corporativas

Uma TMC completa

- Ferramentas de gestão
- Atendimento humanizado
- Programa de benefícios



TOURhouse
eventos e incentivos

Logística apurada

- Planejamento
- Consultoria
- Produção



TOURhouse
lazer

Viagens espetaculares

- Pacotes nacionais e inter
- Passagens aéreas
- Hotéis



FALE CONOSCO

www.tourhouse.com.br

@grupotourhouse

São Paulo - (11) 3156-7777

Rio de Janeiro - (21) 3500-4386

Fortaleza - (85) 3512-13206



Tour House
CORPORATIVO • EVENTOS • INCENTIVOS