



Guia de Boas Práticas do Fornecedor





1. Princípios Gerais

A Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp) e suas TMCs associadas estabelecem este Guia de Boas Práticas com o objetivo de orientar o relacionamento com fornecedores, promovendo uma atuação ética, transparente, colaborativa e orientada à geração de valor ao cliente final.

Espera-se que todos os fornecedores atuem em conformidade com princípios de integridade, legalidade, respeito às pessoas, às comunidades e ao meio ambiente, contribuindo para relações sustentáveis e de longo prazo.



2. Ética, Integridade e Compliance

Os fornecedores devem:

- Atuar em conformidade com a legislação vigente, incluindo leis anticorrupção (Lei nº 12.846/2013 e demais aplicáveis);
- Manter políticas internas de ética e compliance;
- Evitar qualquer prática de corrupção, fraude, suborno ou conflito de interesses;
- Garantir transparência em todas as relações comerciais;
- Respeitar códigos de conduta das TMCs associadas;
- Disponibilizar canais de denúncia e mecanismos de apuração de irregularidades.





3. Proteção de Dados e Confidencialidade

Os fornecedores devem cumprir integralmente a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD – Lei nº 13.709/2018) e demais legislações aplicáveis.

Isso inclui:

- Garantir a segurança e confidencialidade de dados pessoais e corporativos;
- Utilizar dados apenas para finalidades legítimas e previamente acordadas;
- Implementar controles técnicos e administrativos de segurança da informação;
- Reportar imediatamente incidentes de segurança ou vazamento de dados;



4. Sustentabilidade e Responsabilidade Social (ESG)

Os fornecedores devem adotar práticas responsáveis que incluam:

- Respeito aos direitos humanos e trabalhistas;
- Combate ao trabalho infantil, forçado ou análogo à escravidão;
- Promoção da diversidade, equidade e inclusão;
- Redução de impactos ambientais e incentivo a práticas sustentáveis;
- Atuação ética em toda a cadeia de fornecimento.





5. Relacionamento e Governança

A relação entre fornecedores e TMCs deve ser baseada em respeito, equidade e colaboração.

Os fornecedores devem:

- Garantir tratamento isonômico a todas as TMCs associadas;
- Comunicar mudanças comerciais, operacionais ou tecnológicas com antecedência mínima acordada;
- Utilizar canais formais de comunicação;
- Envolver a TMC em interações com clientes atendidos por ela;
- Participar de fóruns de alinhamento e governança quando aplicável.



6. Condições Comerciais e Transparência

Espera-se que os fornecedores que atuam com as agências associadas à Abracorp conduzam suas relações comerciais com base em critérios técnicos, comerciais e éticos, garantindo transparência e equidade nas negociações.

Os fornecedores devem:

- Garantir transparência nas condições comerciais;
- Apresentar propostas competitivas e sustentáveis;
- Evitar práticas que prejudiquem a livre concorrência;
- Manter consistência nas condições oferecidas, respeitando a legislação vigente;
- Considerar o potencial de negócios das TMCs associadas em suas negociações.
- O fornecedor deverá manter equidade dos canais, evitando colocar em desvantagem competitiva as agências que atuam exclusivamente no segmento corporativo.
- Definir regras de reajuste de tarifas de forma clara e previamente acordada
- Garantir visibilidade total das tarifas, sem custos ocultos ou condições não explicitadas



7. Tecnologia, Inovação e Integração

Os fornecedores devem acompanhar a evolução tecnológica do setor, promovendo: Integração com sistemas das TMCs (APIs, plataformas digitais, NDC, entre outros);

- Qualidade e confiabilidade dos dados disponibilizados;
- Automação de processos;
- Segurança da informação;
- Inovação contínua em produtos e serviços.



8. Níveis de Serviço e Experiência do Cliente

Os fornecedores devem garantir padrões de qualidade compatíveis com o mercado e com as expectativas dos clientes corporativos.

Recomenda-se a definição de indicadores de desempenho (KPIs), tais como:

- Tempo de resposta;
- Disponibilidade de serviço;
- Taxa de erro;
- Satisfação do cliente.
- Deve haver monitoramento contínuo e implementação de planos de melhoria quando necessário.
- Disponibilizar canal de atendimento 24 horas para situações emergenciais
- Estabelecer e cumprir SLAs claros e previamente acordados com as TMCs



9. Disposições Finais

Este guia estabelece diretrizes gerais e poderá ser complementado por contratos específicos entre as partes.

O não cumprimento das práticas aqui descritas poderá resultar na revisão ou encerramento da relação comercial.

A Abracorp e suas associadas reforçam o compromisso com relações éticas, sustentáveis e orientadas à excelência no atendimento ao cliente final.

Atualizado 22/04/2026