

Nove dicas para administrar programas de hotéis na LATAM

CWT Solutions Group

RoomIt 
by CWT

Sumário

- 3 | Introdução
- 4 | Dicas 1 a 9
- 13 | Próximos passos

Ao administrar uma parcela local de um grande programa de hotéis corporativos, é importante pensar como suas ações contam em prol da estratégia de viagens da empresa como um todo e saber como atendem às necessidades locais.

Estas dicas vão ajudar você a alcançar esses objetivos.

1

Fique atento ao mercado latino-americano.

Embora a APAC tenda a atrair mais a atenção, a região LATAM tem se transformado recentemente, com um crescimento de 1,2% em 2018 e um crescimento esperado de 1,7% em 2019. Desde 2018, são mais de 800 novos projetos de hotéis planejados em toda a região.

Mesmo que sua empresa ainda não esteja operando por lá, esses sinais econômicos positivos sugerem que talvez seja o momento de começar a entender os elementos característicos da gestão de viagens dessa região.



2

Inclua hotéis independentes nas suas áreas de alto movimento.

Assim como na Europa, a América Latina conta com um número expressivo de hotéis pequenos e independentes. Isso significa que acordos com grandes bandeiras, abrangendo toda uma rede de hotéis, talvez não sejam uma forma adequada de cobrir as suas necessidades de acomodação nessa região. As grandes redes hoteleiras estão começando a penetrar no mercado latino-americano, a começar pelo México. Contudo, há muitos lugares, como o Brasil, nos quais as [redes de hotéis representam apenas cerca de 11% de todo o mercado de hospedagem](#).

Use outras fontes de conteúdo da sua agência de viagens, como tarifas conseguidas com exclusividade ou conteúdo terceirizado de hotéis (como Booking.com ou Expedia), para incluir outros tipos de estabelecimento ao seu programa de hotéis.



3

Aprenda os regulamentos fiscais locais para economizar dinheiro.

Fazer o faturamento dentro do país e na moeda local, seguindo as exigências fiscais da região, é importantíssimo para fins tributários – e também para poupar dinheiro. Impostos pagos em viagens, como o VAT (mais conhecido em português como IVA, ou Imposto sobre Valor Agregado), podem ser aplicados à declaração tributária corporativa anual. Isso significa que o melhor é fazer o faturamento local de cada transação.

Alguns serviços oferecidos pela economia colaborativa e por outros provedores de hospedagem podem não fornecer esse tipo de recibo. Isso vira um problema, uma vez que você precisa de uma fatura válida onde conste o IVA ou outros recibos alfandegários pertinentes para comprovar esse imposto. O resultado pode ser uma enorme perda de economia, se considerarmos que a Colômbia, por exemplo, tem um [IVA padrão de 19%](#). Use sua TMC para lembrar os viajantes de solicitar uma fatura com o IVA e fornecer a você, ou a um fornecedor, todos os dados relevantes para reaver o valor do IVA.



4 É comum fazer o pagamento adiantado.

Na LATAM e em outros mercados emergentes, os viajantes muitas vezes não levam consigo cartões de crédito. O pagamento antecipado deixa tudo mais fácil para eles, que podem ficar despreocupados sabendo que todos os custos estão cobertos antes da viagem.

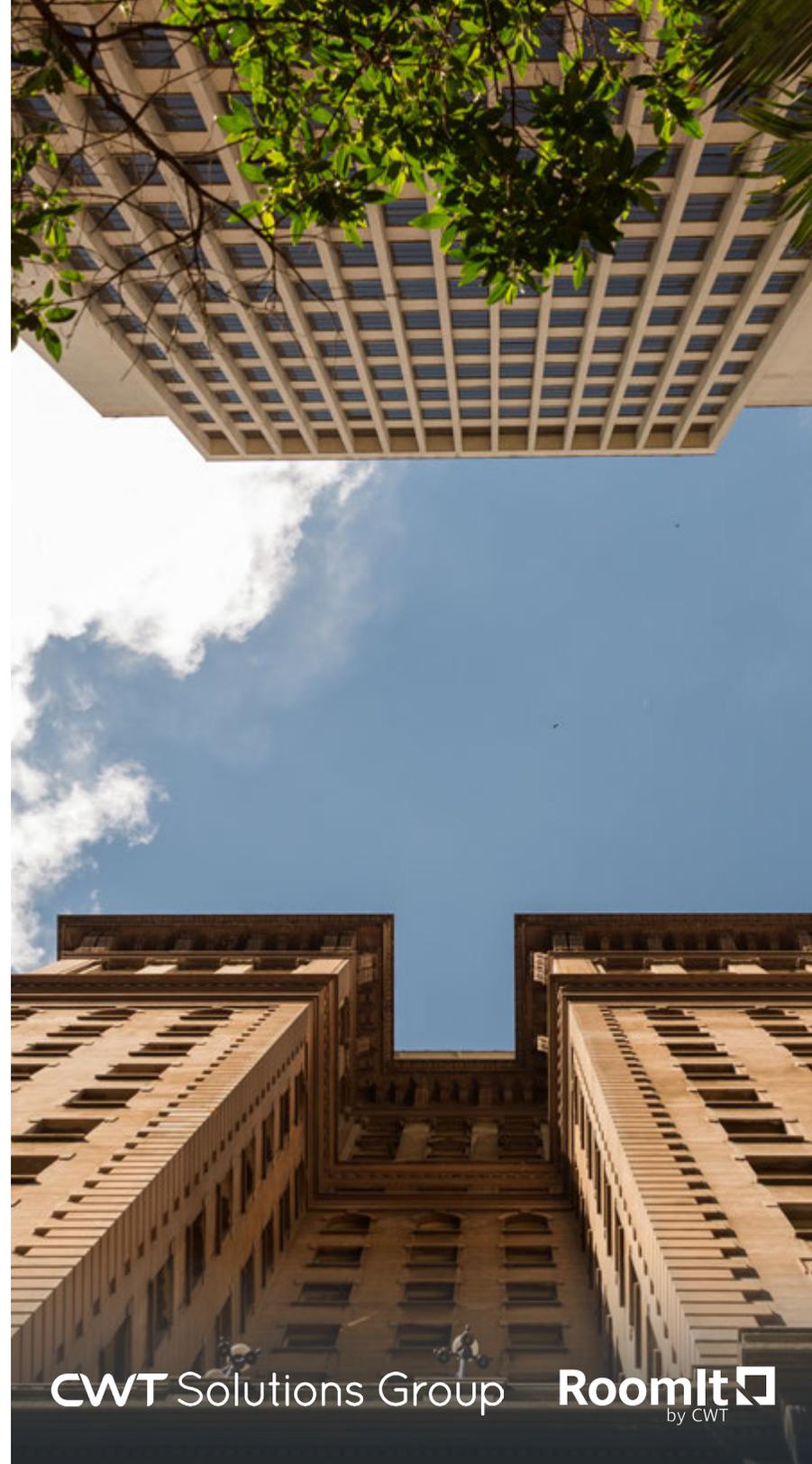
É importante usar serviços de pagamento que tenham abrangência global e comportem vários tipos de pagamento. Dessa forma, as empresas conseguem oferecer a mesma experiência de pagamento para seus viajantes, independentemente das necessidades específicas da região.



5

A necessidade de aprovação das viagens ainda é a norma.

Empresas que operam na LATAM costumam assumir uma abordagem mais manual ao administrar gastos com viagens. No geral, o setor está deixando de lado a necessidade de aprovação individual, pois só gera ineficiência. Portanto, pode haver a necessidade de uma mudança cultural. Isso significa muito mais instrução e comunicação com os viajantes e gerentes dessa região, para explicar como uma política corporativa e canais de reservas estabelecidos podem realizar a mesmíssima coisa – só que com mais eficiência.

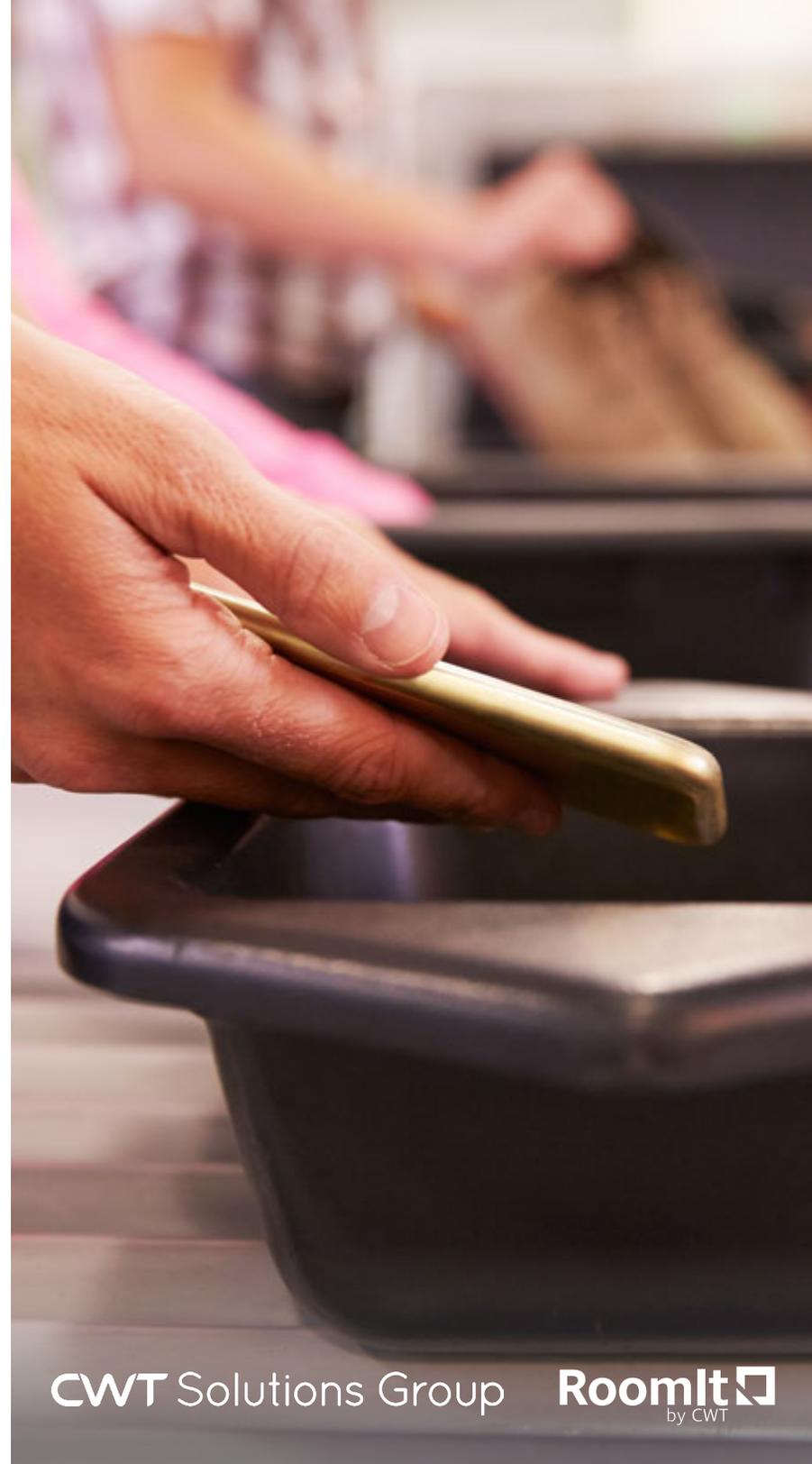


6

Usa-se muito o celular.

A América Latina é o segundo mercado de telefonia celular que mais cresce, e muitos países, como o Brasil, têm uma enorme população de usuários de dispositivos móveis que não possuem computador, seja laptop ou desktop. Eles estão acostumados a contar com os telefones nas atividades on-line. Além disso, os alertas de segurança e as orientações médicas podem ser automaticamente distribuídos por SMS, ajudando a atenuar os riscos de viagem.

Portanto, garantir que seus viajantes tenham acesso móvel e um aplicativo de reservas preferido com uma excelente experiência do usuário é essencial para manter a alta conformidade nesta região.



7 Eles gostam de café da manhã quente.

Café da manhã e café da manhã quente não são a mesma coisa na LATAM. A maioria dos viajantes dessa região só aprova o café da manhã se ele for quente. Boa parte dos hotéis da região percebeu isso, mas é importante ter em mente essa informação se você estiver negociando a inclusão do desjejum. O café da manhã continental não basta.



8

Não é fácil se manter conectado.

A inclusão de Wi-Fi premium continua estando entre as amenities mais importantes para quem viaja a negócios, mesmo que o Wi-Fi básico nem sempre esteja disponível nos hotéis dos países latino-americanos. Deve ser por isso que os viajantes a negócios no México identificaram a inclusão de Wi-Fi como o fator determinante mais importante ao escolher um hotel; mais importante do que a distância até o local de trabalho, o preço, a inclusão do café da manhã e até mesmo as fotos do hotel.

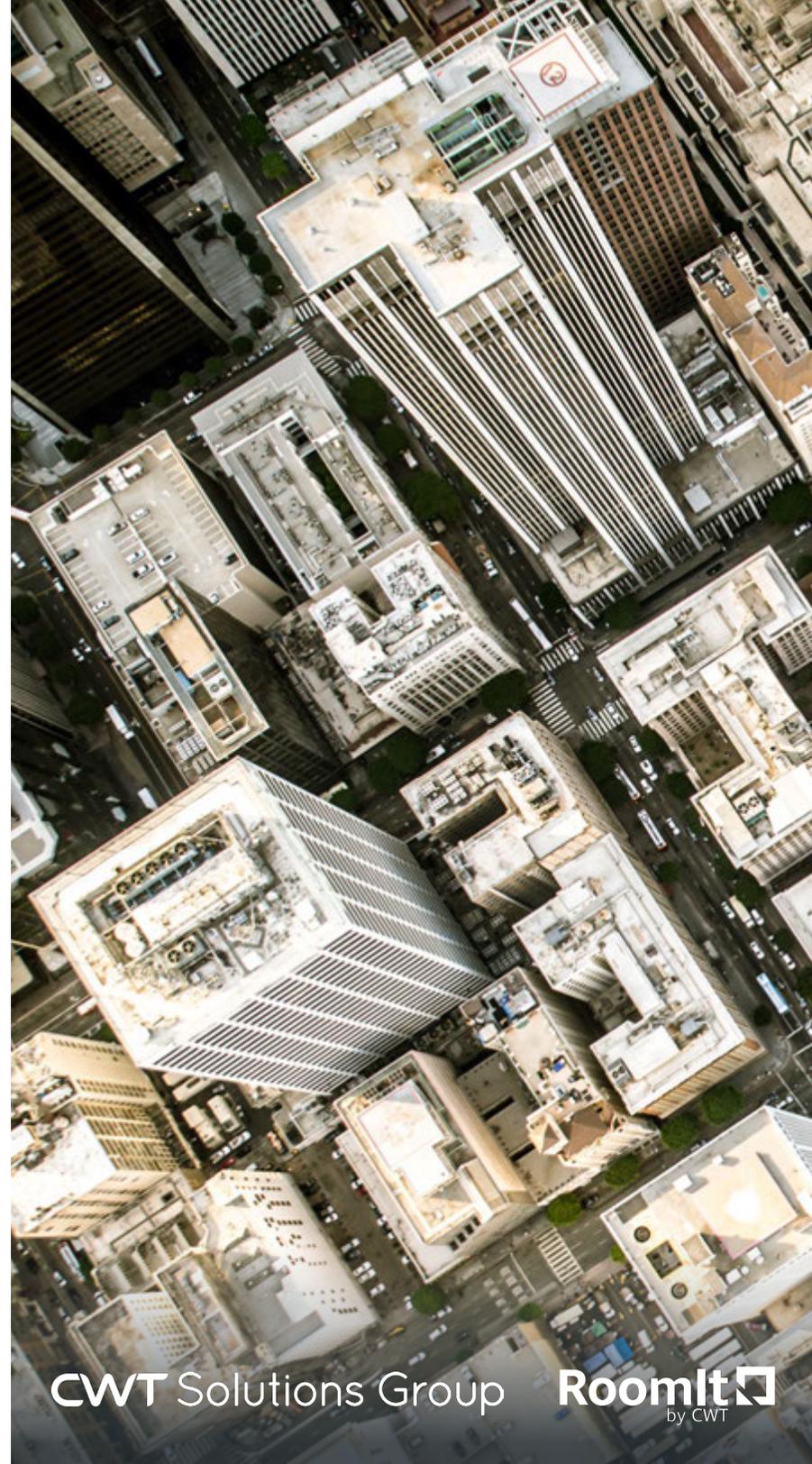
Muitos não contam com serviço de dados ou roaming ao viajar para ou entre países da América Latina. Por isso, garantir acesso ao Wi-Fi no hotel é extremamente importante na região.



9

O monitoramento de preços vai muito além das passagem aéreas.

Uma concepção errada muito comum nessa região é que as ferramentas de monitoramento de preços servem somente para passagens aéreas. As divisões que ali operam devem conhecer as ferramentas de monitoramento de preços para hotéis e fazer uso delas. É preciso saber que as ferramentas de monitoramento de preços reservam automaticamente tarifas semelhantes nos mesmos hotéis, só que gerando uma economia total de 1% a 2% para o programa.



Entre em contato com o gerente do seu programa para saber mais sobre como administrar viagens na LATAM.

CWT Solutions Group

RoomIt 
by CWT

6

Encontrar hotéis próximos ao local de trabalho pode não ser uma tarefa fácil.

Como há uma alta porcentagem de hotéis independentes e de redes regionais, pode ser difícil encontrar hotéis bem localizados usando as ferramentas de reservas corporativas. Reunir várias fontes de conteúdo proporciona mais opções próximas ao local de trabalho, resolvendo um grande problema que os viajantes corporativos têm com a ferramenta de reserva corporativa. Portanto, fornecer mais opções melhora a experiência e instiga os viajantes a usarem os canais de reserva do programa.

