



GUIA DE BOAS PRÁTICAS DO FORNECEDOR





GUIA DE BOAS PRÁTICAS DO FORNECEDOR

1. Com o conjunto destes valores, pretendemos zelar pela relação com os Fornecedores que compartilham valores de integridade, idoneidade e respeito às comunidades nas quais se inserem, bem como, defender os direitos do consumidor, zelando mutuamente pelas imagens e compromissos acordados entre ambas as partes.

2. Fica expresso que as TMC's associadas da Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas, incluídos todos seus colaboradores, se relacionam com prestadores de serviços e Fornecedores idôneos.

3. A seleção e contratação de Fornecedores serão sempre realizadas de forma imparcial e transparente, considerando critérios técnicos, profissionais e éticos, consideradas sempre as melhores ofertas apresentadas no mercado, no que se refere a custo, prazo e nível de serviço.

4. Sempre haverá respeito na tratativa com todos os fornecedores, sem privilégios ou discriminação de qualquer natureza, independentemente do volume de negócios que mantém com os associados Abracorp, devendo ser recíproco por parte dos fornecedores o mesmo tratamento.

5. As TMC's Abracorp não fornecem/fornecerão aos seus fornecedores informações ou dados de outros fornecedores e/ou clientes, não se infringindo regras de confidencialidade e conformidade da TMC com esses stakeholders.

6. A Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas e seus associados esperam de seus fornecedores:

a) Respeitar a confidencialidade de dados e informações de cada TMC;

b) Informar às TMC's Abracorp e ao mercado em geral, com antecedência, as modificações comerciais ou operacionais em seu processo de distribuição/vendas, de modo a permitir e viabilizar as adaptações necessárias, o envolvimento de outras partes e provedores necessários no processo, prevenindo e minimizando qualquer impacto aos clientes;

c) Ser transparente na divulgação de informações ao mercado quanto a novos procedimentos operacionais ou quanto às suas políticas, quer seja no âmbito do cliente ou das TMC's Abracorp;

d) Respeitar regras de conduta e procedimentos adotados pela TMC Abracorp;

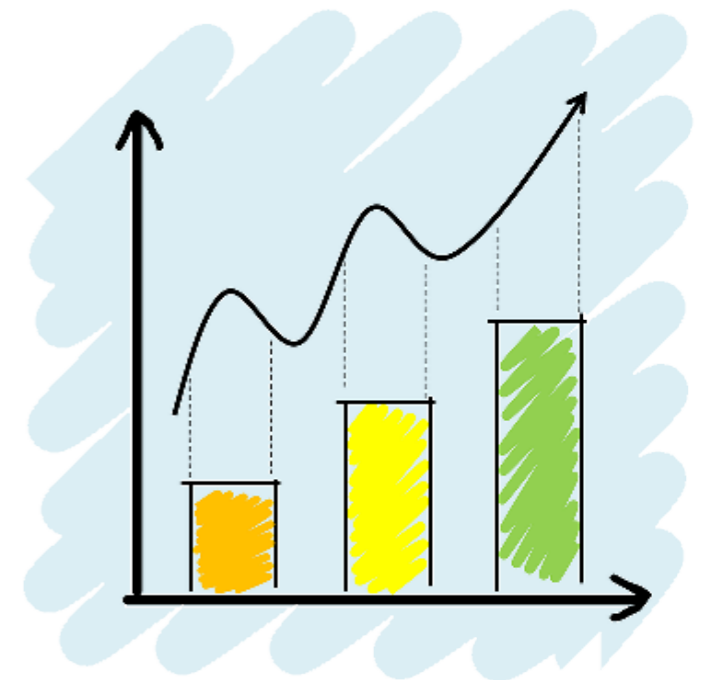
e) De extrema necessidade que o Fornecedor aprove, previamente, com a direção da TMC, toda e qualquer ação comercial, benefício pessoal ou plano de incentivos voltado a colaborador(res) da TMC;

f) Agregar propostas e diferenciais de valor aos produtos/serviços oferecidos e intermediados pelas TMC's Abracorp;

g) Envolver sempre a TMC associada nas comunicações e/ou alterações de condições comerciais propostas e dirigidas a cliente quando este seja atendido pela TMC respectiva;

h) Considerar sempre o potencial de vendas global da Abracorp ao negociar propostas comerciais com uma TMC associada Abracorp;

i) Aplicar a paridade tarifária entre os canais e todas as associadas Abracorp, para que haja atuação em consonância com as regras e legislação de todas as esferas aplicadas.



BREVE PERFIL INSTITUCIONAL

A Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp) se dedica a gestões voltadas para a qualificação e aprimoramento dos serviços prestados pela indústria de viagens corporativas.

Ética, transparência, comprometimento e responsabilidade são valores que permeiam todas as suas ações, uma vez que a entidade é referência no seu segmento.

A entidade reúne 28 agências associadas, responsáveis por cerca de um terço da movimentação total de viagens corporativas no Brasil.

A Abracorp, na sua estrutura administrativa, conta com seis instâncias de poder: Assembleia Geral (órgão soberano); Conselho Consultivo, Conselho de Administração; Conselho Fiscal, Conselho de Ética e Conduta e Diretoria Executiva.



ABRACORP

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS CORPORATIVAS