GUIA SOBRE O ECOSSISTEMA DA HOTELARIA

E A PROTEÇÃO DE DADOS

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS - INPD

RESUMO

O guia sobre o ecossistema da hotelaria e a proteção de dados pessoais aborda a importância da conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no setor hoteleiro brasileiro. Destinado a profissionais como hoteleiros, gestores de agências de viagem e provedores de tecnologia, o material destaca a necessidade de transparência no tratamento de dados dos hóspedes, enfatizando a obtenção de consentimento claro e a implementação de medidas de segurança robustas. Além disso, o guia explora as responsabilidades dos diversos atores no ecossistema, incluindo OTAs, agências de viagem e sistemas de distribuição global, oferecendo recomendações práticas para assegurar a privacidade e a confiança dos clientes.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

CONTEÚDO

CONTEXTUALIZAÇÃO DO ECOSSISTEMA DA HOTELARIA

O ecossistema da hotelaria desempenha um papel essencial no turismo, conectando viajantes a experiências e serviços que abrangem hospedagem, transporte, alimentação e lazer. No entanto, o setor enfrenta desafios significativos em relação à proteção de dados pessoais, um tema cada vez mais relevante diante da evolução tecnológica e das exigências regulatórias, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil.

OBJETIVO E PÚBLICO-ALVO

Este guia foi desenvolvido para oferecer uma visão abrangente e prática sobre a interseção entre hotelaria e proteção de dados.

Ele se destina a profissionais do setor, como hoteleiros, gestores de agências de viagem, provedores de tecnologia e parceiros comerciais, além de usuários que desejam compreender como seus dados são tratados e protegidos.

Ao longo do conteúdo, serão abordados tópicos que variam desde o papel das OTAs (*Online Travel Agencies*) e agências de viagem, até a governança de segurança em redes Wi-Fi e os desafios relacionados à privacidade no uso de plataformas digitais. Também exploraremos as responsabilidades de hotéis e parceiros no ecossistema, os sistemas de distribuição global (GDS) e os Metabuscadores, enfatizando como cada ator pode se adequar à legislação vigente para promover transparência e confiança.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

ELABORAÇÃO E CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Este estudo foi desenvolvido com a valiosa contribuição de membros do Instituto Nacional de Proteção de Dados (INPD), cujas expertises abrangem áreas fundamentais para a análise dos temas tratados. Agradecemos especialmente:

- **Atilio Augusto Segantin Braga**: Profissional especializado em governança corporativa, compliance, controles internos e gestão integrada de riscos. No **INPD**, ocupa os cargos de Presidente da Comissão de Governança e Compliance e Secretário-Geral da Diretoria Executiva. Em sua trajetória profissional, atua como Advogado, Consultor, Professor, Auditor e Encarregado de Dados (*As a Service e As a Consulting)* em diversos segmentos, incluindo hotelaria, Software como Serviço (SaaS), entre outros.

- **Larissa Zarur Romanowski**: Profissional com sólida formação e experiência nas áreas de Administração, Gestão da Qualidade e Processos. Graduada em Administração e Administração da Produção, possui especializações em Gestão da Qualidade - Six Sigma e Gestão por Processos de Negócios. Atualmente, é responsável pelas áreas de Qualidade, Gestão de Processos e Privacidade na Rede Deville e Membro do INPD (Instituto Nacional de Proteção de Dados) e DPO Certificada pelo Exin.

A dedicação e o compromisso desses profissionais garantiram a qualidade e a relevância do conteúdo aqui apresentado, promovendo um estudo abrangente e alinhado às melhores práticas nacionais e internacionais em proteção de dados e prevenção de fraudes.

Nosso objetivo é fortalecer a compreensão sobre os papéis e responsabilidades no ecossistema da hotelaria, incentivando boas práticas e a construção de um ambiente mais seguro e transparente para todos os envolvidos. Convidamos você a explorar as seções deste guia e a utilizar as informações aqui contidas como ferramentas para promover a excelência no setor hoteleiro, alinhando inovação e proteção de dados pessoais em um mundo cada vez mais digital.

ADVERTÊNCIA JURÍDICA

Esta publicação reflete os pontos de vista e interpretações dos autores, salvo indicação expressa em contrário. Não constitui obrigação ou recomendação regulamentar do INPD e não substitui, sob nenhuma circunstância, a consulta de profissionais especializados em privacidade, tais como encarregados de dados, advogados, consultores ou especialistas de setores regulados.

O INPD reserva-se o direito de alterar, atualizar ou remover a publicação, total ou parcialmente, a qualquer momento, sem aviso prévio. Este documento tem caráter meramente informativo e orientativo, não devendo ser utilizado como base exclusiva para decisões legais ou regulatórias.

Fontes de terceiros são devidamente citadas, quando aplicável. O INPD não se responsabiliza por quaisquer usos inadequados ou interpretações das informações contidas nesta publicação.

Todos os direitos de propriedade intelectual relacionados a esta publicação são reservados ao INPD, incluindo, mas não se limitando, a direitos autorais, marcas e outros direitos protegidos pela legislação aplicável.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

AGRADECIMENTOS

O INPD expressa seu sincero agradecimento ao **Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB)** pelo apoio na divulgação deste Guia. A parceria com o FOHB, entidade de destaque no setor hoteleiro, é fundamental para ampliar o alcance deste material e fomentar a disseminação de boas práticas em proteção de dados pessoais no ecossistema da hotelaria.

Reconhecemos e valorizamos o compromisso do FOHB com a excelência no setor hoteleiro, contribuindo para a conscientização e implementação de medidas que promovem a conformidade e a confiança no tratamento de dados.

Nossa gratidão ao FOHB e a todos os seus associados pelo suporte e pela colaboração neste projeto.

Sumário

Dados Relevantes do Setor 8

Principais Pesquisas do FOHB 8

Indicadores de Recuperação 2024 8

Perspectivas de Investimentos 8

Como os Sistemas de Distribuição Global Movimentam o Mercado de Turismo 9

Sistemas de Distribuição Global - Impacto 9

***Online Travel Agencies – OTAs* no Ecossistema da Hotelaria 10**

O que são Agências de Viagens Online (OTAs) 10

Tipos de Plataformas OTA 10

OTAs: Função, Modelos de Negócio e Operações 11

Modelo de Negócios das OTAs 11

OTA e o Setor de Hotelaria 12

Desafios das OTAs na Proteção de Dados Pessoais 13

OTAs como Agentes de Tratamento de Dados Pessoais 13

Funcionamento das OTAs na Hotelaria 13

Síntese das Implicações 14

Principais OTAs e suas Características 15

Booking.com 16

Expedia Group 16

AIRBNB 17

Trip.com 18

Priceline 18

Decolar 19

Sistema de Distribuição Global - GDS 20

O que é um GDS? 20

Principais Sistemas de Distribuição Global (GDS) 20

História e Evolução dos Principais GDS 21

Sabre 21

Amadeus 21

Travelport (Galileo e Worldspan) 21

Principais Diferenças entre OTAs e GDAS 22

Agências de Viagem no Ecossistema da Hotelaria e a Proteção de Dados 23

Papel das Agências de Viagem no Ecossistema da Hotelaria 23

Intermediação e Personalização 23

Organização de Grupos e Eventos 23

Modelos de Negócio das Agências de Viagem 24

Agência Independente 24

Agência de Viagem Corporativa 24

Agências Afiliadas a OTAs 25

Interação com OTAs e Hotéis 25

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Agência de Viagem e Proteção de Dados Pessoais 26
Requisitos de Conformidade com a LGPD 26

Desafios e Boas Práticas....27
Aspectos Fundamentais 28

A Hotelaria no Ecossistema do Turismo e a Proteção de Dados Pessoais 29

Diversidade de Modelos de Administração de Hoteis 30
Condo-Hoteis 30
Administração Própria....31
Administração por Operadoras Hoteleiras....31
Franquia Hoteleira....31
Operação por Arrendamento (*Lease Agreement*) 32
Soft Brands e Modelos de Cooperação 32

Perspectivas e Conformidade 33

Contrato de Hospedagem e Formalização Digital na Hotelaria....33
Elementos Essenciais do Contrato de Hospedagem....34
Outros Componentes do Contrato de Hospedagem 35
Contrato de Hospedagem e Alternativas digitais de formalização sem FNRH Física 35

Proteção de Dados e Contrato Digital 36
Pontos-Chave e Desafios 36

Principais Serviços no Setor Hoteleiro e Implicações para a Proteção de dados 37
Hospedagem e check-in 37
Alimentação: café da manhã, restaurantes e serviços de quarto 37
Entretenimento e atividades de lazer 37
Bem-estar e Serviços de *SPA* 38
Estacionamento 38
Eventos e Conferências 38
Redes der Wi-fi e Tecnologia 39
Atividades de Tratamento de dados na Hotelaria 39
Governança de Segurança em Redes de Wi-Fi e Infraestrutura Digital....40
Limpeza e Manutenção dos Quartos 41
Lavanderia e cuidados com Roupas....42
Sistemas de CRM e Gestão de Dados do Hóspede 42

Motores de Reservas: Facilitação de Vendas Diretas e Desafios de Proteção de Dados....42

Resumo e Perspectiva....44

Parceiros e Facilitadores no Ecossistema da Hotelaria, Serviços e Privacidade 45

Principais Parceiros e Facilitadores 45
Metabuscadores de Viagem 45
Sistemas de Distribuição Global (GDS)....45
Operadores de Turismo e Receptivos 46
Plataformas de Avaliação e Review de Viagem....46
Empresas de Gestão de Reputação e Marketing Digital....46
Plataformas de CRM e Gestão de Dados de Hóspedes....47
Empresas de Transporte e Locação de Veículos....47
Provedores de Tecnologia e Software para Hotelaria 47
Prestadores de Serviços de Pagamentos e Fintechs....48
Empresas de Entretenimento e Atividades locais 48
Consultorias e Serviços Jurídicos Especializados 48

Considerações para o Setor 49

Panorama do Ecossistema de Hotelaria e Turismo no Contexto da Proteção de dados 50

OTAs (Online Travel Agencies) 50

Agências de Viagem....50

Hotéis....51

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Sistemas de Distribuição Global (GDS) 51
Metabuscadores de Viagem....51
Locadoras de Veículos....51
Empresas de Transporte e Locomoção....52
Operadores de Turismo e Receptivos....52
Provedores de Tecnologia e Software para Hotelaria....52
Empresas de Pagamentos e Fintechs 52
Plataformas de Avaliação e Review de Viagem 53
Consultorias e Serviços Jurídicos Especializados....53
Outros Players Considerados no Ecossistema 53
Reflexões Finais 53

A Gestão de Contratos, Fornecedores e Parceiros 54
Os Contratos e a Transparência para os Titulares....54
Processo de Adequação à Lei Geral de Proteção de Dados e Due Diligence de Fornecedores 54
A terceirização no contexto de Tratamento de Dados....55
Tecnologia automatizando processos hoteleiros....55
Serviços de Wi-fi Terceirizados....55
Teoria da Aparência....56

Conclusão e Sugestões para o Setor....57
Definição Clara de Papéis e Responsabilidades sob a ótica do tratamento de dados pessoais....57
Dicas para Titulares de dados avaliarem a Conformidade das Empresas com a LGPD 57
Políticas de Privacidade e Transparência....57
Canais para exercício de Direitos 58
Avisos de Cookies e Opções de Consentimento 58
Evidências de Conformidade com a LGPD 58
Dicas para Empresários e Profissionais de Privacidade do Setor....58
Cumprimento de Normas da ANPD e Nomeação do Encarregado de dados 58
Garantir Transparência nos Avisos e Políticas....58
Cumprimento de Medidas de Segurança e Boas Práticas (art. 50, par. 2º da LGPD)....59
A importância da Transparência e da Conformidade para todos os Agentes do Ecossistema 59
Orientações para Empresas que oferecem soluções SaaS no Contexto da Hotelaria 59
Recomendações para os Titulares de Dados Pessoais no Ecossistema de Hotelaria e Turismo....61
Conclusão Final....62

Glossário de Termos de Hotelaria 63

Referências Bibliográficas 65

Referências Tabelas....66

Referências Figuras 66

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

O **FÓRUM DE OPERADORES HOTELEIROS DO BRASIL (FOHB)** É UMA ENTIDADE SEM FINS LUCRATIVOS QUE REPRESENTA 25 REDES HOTELEIRAS, TOTALIZANDO 789 HOTÉIS E MAIS DE 120 MIL UNIDADES HABITACIONAIS (UHS) EM 205 MUNICÍPIOS.

OUTROS INDICADORES

Diária Média:

Elevação de 10,4% na diária média, que chegou a R$ 388,45, liderado pelo Norte (15,6%), seguido pelo Centro-Oeste (12,5%) e Sudeste (10,9%)

RevPar: Alta de 12,6% com destaque para o Norte (22%) e Centro-Oeste (11,7%).

DESEMPENHO NOS SEGUIMENTOS

Econômico: Aumento de 2% na ocupação, 6,7% na diária média e 8,8% no RevPAR.

Midscale: Crescimento de 2,7% na ocupação, 11,5% na diária média e 14,5% no RevPAR.

Upscale: Incremento de 0,5% na ocupação, 14,3% na diária média e 14,9% no RevPAR.

Mais detalhes, acesse a pesquisa completa em: **https://fohb.com.br/estudos_e_pesquisas/**

DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Embora os resultados sejam promissores, o setor ainda enfrenta desafios regionais e setoriais para manter a recuperação sustentável a médio e longo prazo.

Um dos **pontos críticos** é a **Proteção de Dados Pessoais**, dada a complexidade do setor no tratamento de dados sensíveis, especialmente em plataformas como os **Sistemas de Distribuição Global**, que serão detalhados a seguir.

1. DADOS RELEVANTES DO SETOR

PRINCIPAIS PESQUISAS DO FOHB

O FOHB conduz regularmente pesquisas que analisam tendências, desafios e oportunidades no mercado hoteleiro. Entre as principais estão:

- **Informativo Mensal (InFOHB)**: Publicação mensal que apresenta indicadores como taxa de ocupação, diária média e RevPAR, avaliando o desempenho das redes associadas em diferentes regiões do Brasil. Fohb
- **Panorama da Hotelaria Brasileira 2024**: Estudo elaborado em parceria com a HotelInvest, destacando investimentos previstos e desempenho do setor. Fohb
- **Pesquisa de Canais de Distribuição**: Levantamento que analisa a performance de canais como OTAs, GDS, vendas diretas e intermediários.

INDICADORES DE RECUPERAÇÃO-2024

Dados do FOHB indicam que o setor hoteleiro brasileiro apresentou avanços significativos entre janeiro e dezembro de 2024, refletindo a retomada das viagens de lazer e negócios. A taxa de ocupação cresceu 2,1% em relação ao mesmo período de 2023, 10,4% na diária média e 12,6% no RevPar, com destaque para as regiões Nordeste (7,8%) e Norte (5,5%).

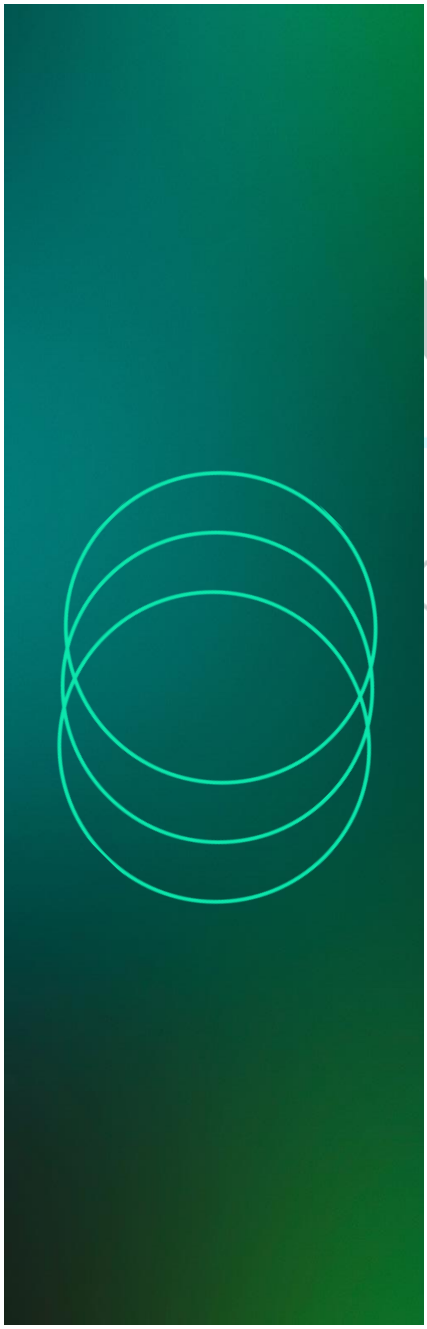
PERSPECTIVAS DE INVESTIMENTOS

O estudo "Panorama da Hotelaria Brasileira 2024" projeta investimentos de R$ 8,4 bilhões até 2028, representando um aumento de 26,9% em relação a 2023, com a adição de 21,8 mil quartos ao mercado. Governo Federal

Esses dados reforçam o Brasil como um destino atraente para investidores e turistas, indicando uma expansão significativa na infraestrutura hoteleira nos próximos anos.

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Como os Sistemas de Distribuição Global (GDS) movimentam o Mercado de Turismo[1]



SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO GLOBAL - IMPACTO

Conhecidos como **GDS,** desempenham um papel essencial no mercado de viagens e turismo, conectando fornecedores, agentes de viagens e plataformas de distribuição. De acordo com o **Hotel Tech Report**, os três principais sistemas — **Amadeus**, **Sabre** e **Travelport** — dominam o mercado global, movimentando bilhões de dólares anualmente e representando quase **100% do mercado GDS**.

- **Amadeus**

O **Amadeus** lidera o setor com uma participação de mercado de **40%**. Amplamente utilizado na EUROASIA, o sistema conecta:

- Mais de **700 mil propriedades de hospedagem**, incluindo hotéis, pousadas e outros estabelecimentos.
- Praticamente todas as principais companhias aéreas comerciais.

Sua infraestrutura robusta e constante investimento em tecnologia garantem eficiência e inovação, permitindo integração com uma ampla gama de serviços.

- **Sabre**

Com cerca de **35% de participação de mercado**, o **Sabre** ocupa a segunda posição global. Sediado nos Estados Unidos, o sistema é amplamente utilizado nas Américas e na Ásia. Ele conecta:

- Mais de **400 companhias aéreas**.
- **1,6 milhão de propriedades de hospedagem**.
- **40 empresas de aluguel de veículos**.

Se destaca pelo atendimento a viagens corporativas, oferecendo soluções especializadas para gerenciar reservas e serviços.

- **Travelport**

A **Travelport** detém aproximadamente **25% do mercado global** e possui forte presença nas Américas, Europa e Ásia-Pacífico. O sistema conecta:

- Mais de **650 mil propriedades hoteleiras**.
- Cerca de **400 companhias aéreas**.

Entre os diferenciais estão ferramentas avançadas para distribuição de conteúdo e personalização de ofertas, o que a torna uma escolha popular entre agentes de viagens que buscam flexibilidade e integração de serviços.

[1] Fonte: Hotel Tech Report, disponível em <https://hoteltechreport.com/pt/news/gds>

3. ONLINE TRAVEL AGENCIES – OTAS NO ECOSSISTEMA DA HOTELARIA

Agora que já conhecemos um pouco do cenário atual, vamos nos aprofundar sobre os principais players do setor e começamos com as OTAs.

A experiência de viajar, seja a trabalho ou lazer, envolve uma ampla rede de serviços e plataformas. No setor de turismo, essa rede se expande desde o momento da pesquisa e reserva até o pós-atendimento. As **OTAs** (*Online Travel Agencies* ou Agências de Viagem Online) desempenham um papel essencial nesse ecossistema, conectando diretamente consumidores a hotéis, companhias aéreas, empresas de aluguel de veículos e muito mais, facilitando o planejamento e a realização da viagem.

Para compreender o impacto das OTAs, é importante reconhecer que a experiência e a personalização oferecidas aos usuários são possíveis graças ao tratamento de dados pessoais. Dados como preferências de viagem, histórico de reservas, informações de pagamento e localização são fundamentais para melhorar a experiência e, ao mesmo tempo, atendem a exigências de segurança e personalização.

A **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**, vigente desde 2020, exige que as empresas ofereçam transparência sobre o tratamento desses dados, bem como canais específicos de atendimento aos consumidores. Legislações globais semelhantes, como o **RGPD** na União Europeia e o **CCPA** na Califórnia, também representam uma resposta à crescente necessidade de proteger os dados pessoais dos consumidores.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

3.1. O que são Agências de Viagens Online (OTAs)?

Em uma tradução livre, OTA significa agente de viagens online ou agência de viagens online. Nelas os viajantes podem reservar hotéis, voos, aluguel de carros ou até mesmo pacotes de férias inteiros.[2]

Entretanto, para um hotel, a definição é um pouco diferente, já que elas representam o(s) local(is) em que podem anunciar suas chamadas ou oportunidades comerciais atingindo milhares de viajantes que estejam à procura de um quarto ou opção de lazer e turismo.

3.1.1. Tipos de Plataformas OTA[3]

É notório que elas alteraram substancialmente a forma com que os usuários planejam ou pesquisam suas viagens, eis que oferecem em um único lugar, condições para realizar reservas de hotéis, voos, aluguéis de férias, comparar preços, dentre outras.

[2] SiteMinder, Agências de Viagens on-line (OTAs): Guia Completo para hotéis. Disponível em <https://www.siteminder.com/r/best-otas-hotel-bookings/#what-are-online-travel-agencies-otas-> consultado dez. 15 2024

[3] Nota: 1.

Tipos de Plataformas OTA[4]

HOTEL OTA	• OTAs de hotéis são plataformas que se concentram principalmente em fornecer uma ampla variedade de opções de hotéis para viajantes. • Essas plataformas permitem que os usuários comparem preços, comodidades, localizações e avaliações de vários hotéis, tornando mais fácil para eles encontrarem a acomodação perfeita para sua viagem. • Elas geralmente oferecem promoções e descontos, tornando-as uma escolha popular para viajantes preocupados com o orçamento.
ALUGUEL DE FÉRIAS OTA	• Plataformas de aluguel de férias OTA, como Airbnb, Vrbo e HomeAway, ganharam imensa popularidade nos últimos anos. Essas plataformas oferecem aos viajantes a oportunidade de reservar acomodações exclusivas, como apartamentos, vilas ou até mesmo casas na árvore, proporcionando uma experiência de lar longe de casa. • Elas são particularmente populares entre viajantes que buscam estadias de longo prazo ou aqueles que buscam uma experiência de viagem mais local e autêntica.
METABUSCA OTA	• Plataformas de metabusca OTA como Google Travel, Trivago e Kayak agregam informações de várias agências de viagens on-line e sites de reserva direta. Elas permitem que os usuários comparem preços e ofertas de várias fontes em um só lugar, economizando tempo e esforço de visitar cada site individualmente. Essas plataformas geralmente redirecionam os usuários para o site de reserva original para concluir sua reserva.
VOOS OTA	• As plataformas OTA Flights, incluindo Skyscanner, Kayak e CheapOair, são especializadas em ajudar viajantes a encontrar e reservar voos. • Elas oferecem uma visão abrangente das opções de voos de várias companhias aéreas, permitindo que os usuários comparem preços, horários e rotas. • Muitas dessas plataformas também fornecem serviços adicionais, como aluguel de carros e reservas de hotéis, tornando-as uma opção conveniente para planejar uma viagem.

3.2. OTAS: FUNÇÃO, MODELOS DE NEGÓCIO E OPERAÇÕES

Como se pode constatar as OTAs são muito mais do que plataformas de **reserva**; elas representam verdadeiros **hubs digitais** para a pesquisa, comparação e reserva de serviços de turismo. As OTAs oferecem praticidade e confiança aos consumidores, que conseguem visualizar opções de diferentes fornecedores em uma única interface.

No entanto, esse papel de intermediação também impõe responsabilidades adicionais, principalmente em termos de privacidade e segurança dos dados.

3.2.1. MODELOS DE NEGÓCIO DAS OTAS

As OTAs operam com diferentes modelos de negócio, cada um envolvendo uma dinâmica única de tratamento de dados:

[4] Tabela 1 – Tipos dde Plataforma – Adaptação dos Autores, fonte: SiteMinder

1. **Modelo *Merchant***: Neste modelo, a OTA compra blocos de quartos a preços reduzidos e os revende aos consumidores. A OTA armazena os dados dos clientes e controla a relação de compra e venda, assumindo assim uma posição de controladora dos dados no contexto da LGPD.

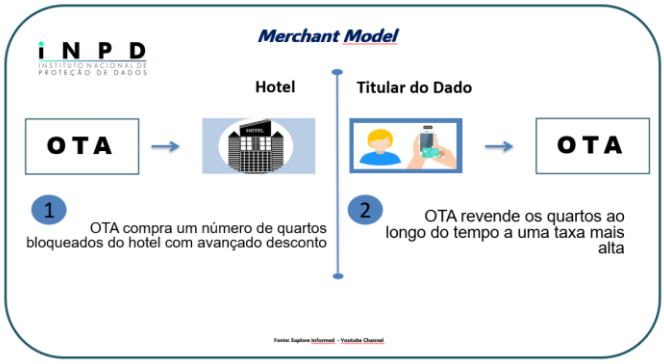


Figura 1 – Merchant Model – Adaptação dos Autores

2. **Modelo *Agency***: A OTA age apenas como intermediária da reserva, cobrando uma comissão pelo serviço. Embora o hotel gerencie a experiência do cliente, a OTA coleta dados necessários para a transação e detém, em parte, a responsabilidade pelo tratamento de dados.

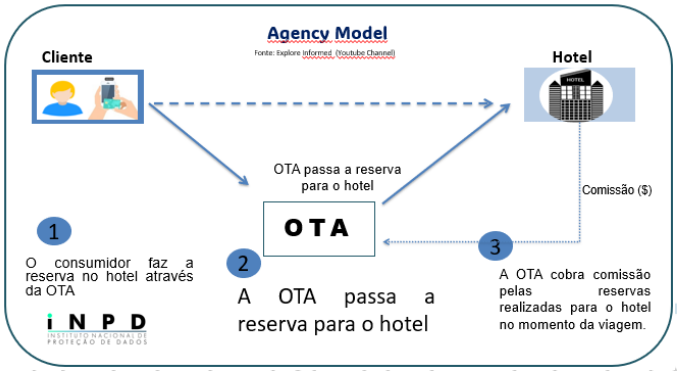


Figura 2 – Agency Model – Adaptação dos Autores

3. **Modelo de Publicidade**: As OTAs rentabilizam suas plataformas com anúncios de terceiros, como hotéis e operadoras de turismo. Esse modelo gera receita publicitária e utiliza dados de navegação e preferências de usuários para segmentação de anúncios, sendo assim uma atividade que exige total conformidade com os requisitos de transparência e consentimento previstos na LGPD.

Cada modelo de operação exige políticas de privacidade claras, que devem descrever as finalidades e os tipos de tratamento de dados, bem como as medidas de segurança adotadas.

3.3. OTAS E O SETOR DE HOTELARIA

As OTAs proporcionam uma visibilidade significativa aos hotéis, especialmente aos de pequeno e médio porte, que ganham acesso a um público amplo, muitas vezes global.

Essa parceria, no entanto, requer comissionamento às OTAs, compensadas pela maior exposição e ocupação. Além disso, as OTAs facilitam a gestão de reservas e o processamento de pagamentos, o que é vantajoso tanto para os consumidores quanto para os hotéis. Em contrapartida, as OTAs são responsáveis por garantir a segurança e a transparência do uso dos dados dos consumidores.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Figura 3 – OTAs e a Hotelaria - Autores

3.4. DESAFIOS DAS OTAS NA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

As OTAs enfrentam desafios específicos ao cumprir a LGPD, considerando o volume e a complexidade dos dados pessoais que gerenciam. Esses desafios incluem:

1. **Transparência**: Garantir que os consumidores entendam como seus dados estão sendo tratados e com quem são compartilhados.
2. **Responsabilidade Compartilhada com Terceiros**: Quando compartilham dados com parceiros, como hotéis, as OTAs devem assegurar que esses terceiros utilizem as informações apenas para as finalidades previamente informadas aos consumidores.
3. **Transferências Internacionais de Dados**: Em plataformas globais, as OTAs precisam gerenciar a transferência de dados entre países, muitas vezes seguindo políticas rigorosas de conformidade com a LGPD para garantir a segurança dos dados.

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

3.5. OTAS COMO AGENTES DE TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS

As OTAs frequentemente desempenham o papel de **Controladoras de Dados** ou **Co-Controladoras**, dependendo do grau de controle sobre as decisões de tratamento de dados. A responsabilidade de uma OTA, portanto, inclui:

- **Fornecimento de informações claras e acessíveis** sobre o tratamento de dados.
- **Implementação de um canal de atendimento ao consumidor** para dúvidas e solicitações sobre privacidade.
- **Adoção de medidas de segurança robustas** para evitar vazamentos e acessos indevidos.

3.5.1. FUNCIONAMENTO DAS OTAS NA HOTELARIA

Habitualmente, a relação entre OTAs e hotéis é formalizada por meio de contratos, configurando as OTAs como canais de distribuição de serviços de hospedagem. As OTAs negociam condições como:

- ***Allotment**:* Blocos de apartamentos reservados para a OTA, com pagamento mediante comissão.
- **Visibilidade Digital**: As OTAs geralmente aparecem nos primeiros resultados dos buscadores, redirecionando os consumidores para suas plataformas.

Esses mecanismos são fundamentais para a hotelaria, que vê a ociosidade reduzida e consegue alcançar novos públicos por meio das OTAs.

3.6. SÍNTESE DAS IMPLICAÇÕES

As OTAs, juntamente com os GDS´s, formam a espinha dorsal do ecossistema digital de turismo, permitindo que hotéis e outros provedores de serviços de viagem alcancem um público global. O papel das OTAs vai além da intermediação, pois envolve responsabilidade na coleta, armazenamento e compartilhamento de dados pessoais, em conformidade com a LGPD.

Para fortalecer a confiança dos consumidores e promover a conformidade regulatória, as OTAs devem seguir altos padrões de transparência e segurança

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

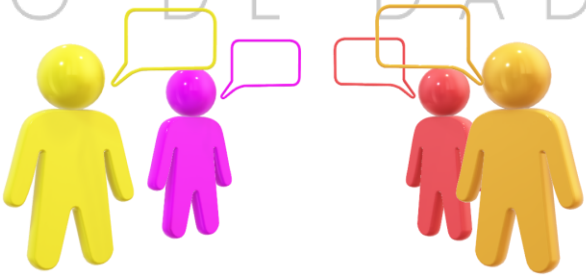
4. PRINCIPAIS OTAS E SUAS CARACTERISTICAS

No ecossistema digital de turismo, as **OTAs (*Online Travel Agencies*)** desempenham um papel central ao conectar consumidores a uma ampla gama de serviços, como hospedagem, passagens aéreas, aluguel de veículos e pacotes de turismo.

Essas plataformas, que começaram como intermediárias entre consumidores e hotéis, evoluíram para hubs completos de experiência de viagem. Com diferentes modelos de negócios e tecnologias, cada OTA apresenta características específicas que refletem seu posicionamento estratégico no mercado global.

Neste capítulo, exploramos as maiores OTAs, suas estratégias de negócio e a forma como lidam com o tratamento de dados pessoais dos usuários, que se tornou essencial diante da **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)** e de regulamentos semelhantes.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS



BOOKING.COM

CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

- **Origem e Crescimento:** Fundada em 1996 em Amsterdã, a **Booking.com** rapidamente se expandiu, tornando-se uma das principais OTAs do mundo e uma parte central do conglomerado **Booking Holdings**. Com sua atuação global, a plataforma oferece desde acomodações econômicas a luxuosas, englobando hotéis, pousadas, apartamentos e resorts.

- **Modelo *Agency* e Segmentação Diversificada**: A Booking.com opera principalmente no modelo *agency*, no qual atua como intermediária, conectando consumidores a hotéis e outras acomodações em troca de uma comissão. Esse modelo permite que os hotéis mantenham autonomia sobre seus preços, enquanto a Booking.com oferece ferramentas de gestão e visibilidade online.

- **Tecnologia e Personalização**: A Booking.com investe fortemente em tecnologias de personalização, oferecendo recomendações com base nas preferências e histórico de pesquisa dos usuários. Com um uso intensivo de **Big Data** e **Machine Learning**, a plataforma consegue prever e atender às expectativas dos usuários, aumentando a satisfação e fidelização.

PROTEÇÃO DE DADOS E PRIVACIDADE

A Booking.com coleta e armazena dados detalhados de seus usuários, desde informações pessoais e de contato até preferências de viagem e histórico de transações. Atua como **Controladora de Dados**, pois decide sobre a coleta e utilização desses dados para personalizar experiências e oferecer recomendações de acomodações. A empresa é responsável por fornecer informações claras sobre o uso dos dados, além de manter medidas de segurança para evitar acessos não autorizados e vazamentos.

Impacto no Ecossistema da Hotelaria: Como uma das maiores OTAs, a Booking.com influencia diretamente as práticas de privacidade no setor, estabelecendo um padrão elevado para o uso ético e seguro dos dados dos consumidores.

EXPEDIA GROUP CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

- **Origem e Crescimento:** A **Expedia** foi fundada em 1996 pela Microsoft e rapidamente se destacou no mercado norte-americano.
  Atualmente, o **Expedia Group** é um conglomerado global que reúne várias marcas, incluindo **Hotels.com**, **Orbitz**, e **Trivago**. Cada marca dentro do grupo possui uma proposta de valor única, permitindo à Expedia atingir uma ampla gama de segmentos de consumidores.

- **Modelo Misto (*Agency* e *Merchant*)**: A Expedia combina os modelos *agency* e *merchant*, permitindo que consumidores reservem quartos com tarifas fixas ou negociem diretamente com os hotéis. Em alguns casos, a Expedia pode comprar inventário antecipadamente e revender aos consumidores, assumindo maior controle sobre o preço final.

- **Diversificação e Fidelidade**: Com um portfólio de marcas distintas, a Expedia consegue segmentar sua oferta, atraindo desde consumidores em busca de opções econômicas até viajantes de luxo. A empresa investe em programas de fidelidade, como o **Expedia *Rewards***, incentivando os usuários a utilizarem repetidamente seus serviços.

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

PROTEÇÃO DE DADOS E CONFORMIDADE

A Expedia Group opera com um alto volume de dados pessoais, incluindo informações de pagamento, preferências de viagem e dados de localização. Cada marca do grupo é responsável por manter conformidade com as regulamentações de proteção de dados, como a LGPD e o **CCPA** nos Estados Unidos. A Expedia também adota práticas de segurança e permite que os usuários controlem parte de suas informações, dando maior transparência ao processo de tratamento de dados.

Impacto no Ecossistema da Hotelaria: A capacidade da Expedia de gerenciar dados de várias marcas e integrar diferentes sistemas a torna um exemplo para o setor, estabelecendo diretrizes claras para segurança e compliance na manipulação de dados de usuários.

AIRBNB CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

- **Origem e Crescimento:** Lançado em 2008 em São Francisco, o **Airbnb** transformou o setor de hospitalidade ao popularizar o conceito de hospedagem alternativa. A plataforma permite que indivíduos aluguem suas próprias residências, promovendo uma experiência de viagem mais personalizada e econômica.

- **Economia Compartilhada e Marketplace de Experiências**: O Airbnb funciona como um *marketplace* de hospedagem, conectando anfitriões e hóspedes e promovendo a economia compartilhada. Além das hospedagens, o Airbnb expandiu seus serviços para incluir **experiências locais**, onde anfitriões oferecem atividades e passeios, aprofundando o envolvimento dos viajantes com o destino.

- **Tecnologia de Confiança e Reputação**: Um dos maiores diferenciais do Airbnb é seu sistema de avaliação mútua, que permite que hóspedes e anfitriões avaliem uns aos outros. A plataforma utiliza algoritmos avançados para aumentar a segurança e construir confiança entre os usuários.

PROTEÇÃO DE DADOS E DESAFIOS DE PRIVACIDADE

O Airbnb coleta dados detalhados sobre hóspedes e anfitriões, incluindo informações de perfil, histórico de interações e dados de pagamento. Como **Controladora de Dados**, a plataforma é responsável por garantir que os dados pessoais sejam protegidos e tratados em conformidade com as legislações de proteção de dados ao redor do mundo.

Além disso, o Airbnb enfrenta desafios exclusivos em termos de privacidade, pois deve proteger dados de anfitriões e hóspedes em vários países, atendendo a uma vasta gama de regulamentos.

Impacto no Ecossistema da Hotelaria: O Airbnb popularizou o conceito de economia compartilhada e demonstrou a importância de sistemas de confiança e transparência, estabelecendo novos padrões de privacidade e segurança para o setor.

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

TRIP.COM GROUP CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

- **Origem e Crescimento:** Fundado em 1999 na China, o **Trip.com Group** (anteriormente conhecido como Ctrip) é uma das maiores OTAs da Ásia. Com foco inicial no mercado asiático, a empresa expandiu globalmente ao adquirir a ***Skyscanner*** e a **Trip.com**, aumentando sua presença nos mercados ocidentais.

- **Integração Vertical e Serviços Ampliados**: O Trip.com Group oferece uma solução completa para viagens, incluindo passagens aéreas, hospedagem, pacotes turísticos e gestão de viagens corporativas. Com a aquisição de plataformas globais, o grupo atende consumidores em várias partes do mundo e oferece atendimento multilíngue.
- **Inovação em Atendimento e Inteligência Artificial**: O Trip.com Group se destaca por utilizar inteligência artificial para otimizar o atendimento ao cliente, oferecendo respostas rápidas e soluções personalizadas em tempo real, o que fortalece a experiência do usuário.
- Detalhe importante, deixamos de avaliar os impactos do uso de Inteligência artificial neste contexto, por não ser o objeto de estudo, o que não significa que não tenha um grande impacto neste contexto.

PROTEÇÃO DE DADOS E CONFORMIDADE INTERNACIONAL

O Trip.com Group opera em um ambiente global, gerenciando dados de usuários de diferentes países. Com a responsabilidade de garantir conformidade com a LGPD e outras regulamentações internacionais, a empresa adota uma política rigorosa de privacidade e utiliza sistemas de segurança robustos.

Impacto no Ecossistema da Hotelaria: Com uma infraestrutura digital avançada e um forte compromisso com a proteção de dados, o Trip.com Group exemplifica como as OTAs podem expandir internacionalmente enquanto mantêm conformidade com padrões rigorosos de privacidade.

- **Origem e Crescimento:** Fundada em 1997, a ***Priceline*** é conhecida por seu inovador modelo de leilão, permitindo que os consumidores façam lances por acomodações e serviços. A empresa se tornou uma das OTAs mais populares dos Estados Unidos e é hoje uma marca importante do grupo **Booking Holdings**.

- Apesar de não ser conhecida no Brasil foi inserida no estudo por fazer parte do grupo Booking e pela sua forma de atuação que a diferenciava das demais.

PRICELINE CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

- **Leilão e Ofertas Competitivas**: A *Priceline* ganhou notoriedade ao introduzir o modelo *"Name Your Own Price*", que permitia que os consumidores propusessem preços para serviços de viagem. Embora o modelo de leilão tenha diminuído, a *Priceline* permanece conhecida por suas ofertas e pacotes competitivos.
- **Fidelidade e Promoções**: A *Priceline* mantém um forte foco em ofertas promocionais e pacotes de viagem, atraindo consumidores com programas de fidelidade que oferecem benefícios adicionais aos usuários recorrentes.

PROTEÇÃO DE DADOS E TRANSPARÊNCIA

Como parte do Booking Holdings, a *Priceline* está sujeita às mesmas regulamentações de privacidade da Booking.com. A empresa é responsável pela coleta de dados detalhados sobre os consumidores, oferecendo informações claras sobre como os dados

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

- **Origem e Crescimento:** A **Decolar.com**, conhecida como **Despegar.com** nos países de língua espanhola, foi fundada em 1999 na Argentina e se consolidou como a maior OTA da América Latina. A plataforma é amplamente utilizada na América Latina e no Caribe, oferecendo serviços personalizados para atender às necessidades regionais.

são utilizados e protegidos, “garantindo” que estão em conformidade com a LGPD e outros regulamentos.

Impacto no Ecossistema da Hotelaria: A *Priceline* estabelece um padrão de inovação e responsabilidade ao lidar com dados pessoais, incentivando outras OTAs a priorizarem tanto a proteção de dados quanto a experiência do consumidor.

DECOLAR.COM CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

- **Foco no Público Latino-Americano**: A Decolar.com se adapta às preferências de pagamento e suporte dos consumidores latino-americanos, permitindo opções de parcelamento e suporte em português e espanhol.
- **Alianças Locais e Tarifas Competitivas**: A plataforma colabora com fornecedores locais para oferecer preços competitivos, focando em promoções sazonais e condições de pagamento diferenciadas.

PROTEÇÃO DE DADOS E REGIONALIZAÇÃO

Como principal OTA da América Latina, a Decolar.com possui um papel importante em promover a conformidade com a LGPD e com legislações regionais de privacidade. A empresa afirma que investe em políticas de transparência e segurança, garantindo que seus usuários tenham controle sobre seus dados.

Impacto no Ecossistema da Hotelaria: A Decolar.com reforça o papel das OTAs na América Latina, promovendo padrões de segurança de dados adaptados às exigências regionais e fortalecendo o compromisso com a proteção de dados pessoais.

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

5. SISTEMA DE DISTRIBUIÇÃO GLOBAL – GDS

5.1. O que é um GDS ?

Um **Sistema de Distribuição Global (GDS)** é uma plataforma tecnológica que conecta provedores de serviços turísticos (como companhias aéreas, hotéis, locadoras de veículos e cruzeiros) a intermediários, como agências de viagens tradicionais e corporativas. É uma solução voltada ao mercado **B2B** (business-to-business).

CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS[5]

Público-alvo:	• Agências de viagens e operadores turísticos.
Funcionalidade:	• Oferece acesso a uma ampla base de dados em tempo real, permitindo a consulta e reserva de múltiplos serviços turísticos.
Modelos conhecidos:	• Sabre, Amadeus e Travelport (que inclui Galileo e Worldspan).
Forma de Integração:	• Conecta diretamente os sistemas dos fornecedores aos agentes de viagem por meio de API's
Uso tradicional:	• Frequentemente utilizado por agências de viagens corporativas ou para reservas complexas, como pacotes que combinam voos e hotéis.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

5.2. Principais Sistemas de Distribuição Global (GDS)

Os GDS´s exercem um papel fundamental no ecossistema da hotelaria, pois conectam diferentes players, permitindo que agentes de viagem e OTAs consultem disponibilidade e tarifas em um sistema centralizado.

[5] Tabela 2 – Características Principais GDS - Autores

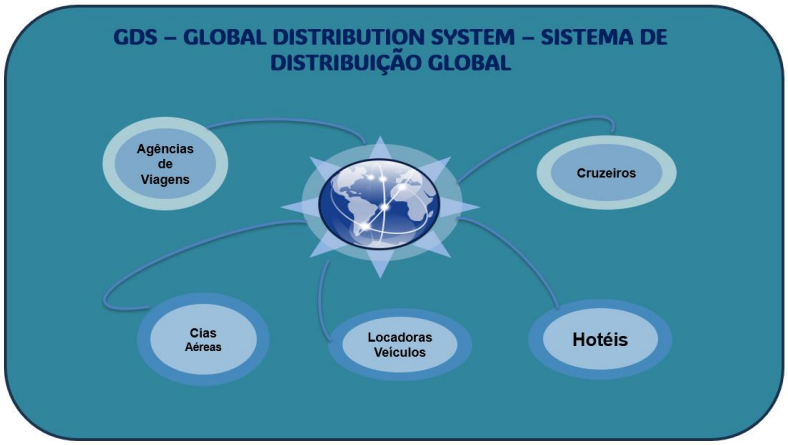


Figura 4 - Exemplo de Sistema GDS e Integração - Autores

5.3. História e Evolução dos Principais GDS

5.3.1. SABRE

O **Sabre** (*Semi-Automatic Business Research Environment*) foi criado em 1960 pela **American Airlines** em parceria com a **IBM**, sendo um dos primeiros sistemas de reservas informatizados. Inicialmente, o Sabre foi desenvolvido para otimizar a reserva de passagens aéreas e permitia que os agentes de viagem acessassem informações de voos e tarifas. Com o tempo, evoluiu para um ***Global Distribution System*** robusto, integrando não apenas companhias aéreas, mas também hotéis e locadoras de veículos, criando uma rede de distribuição que conecta fornecedores a consumidores no mundo todo.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

5.3.2. AMADEUS

Fundado em 1987, o **Amadeus** foi criado por um consórcio de companhias aéreas europeias, incluindo **Air France**, **Lufthansa** e **Iberia**. Desenvolvido para atender inicialmente o mercado europeu, o Amadeus rapidamente se expandiu, tornando-se uma solução abrangente para a distribuição global de serviços de turismo. Além de ser um GDS, o Amadeus oferece uma variedade de ferramentas tecnológicas, como sistemas de gestão de reservas e programas de fidelidade, e se destaca como uma das maiores redes de distribuição de viagens e turismo.

5.3.3. *TRAVELPORT (GALILEO E WORLDSPAN)*

A ***Travelport***, que inclui os sistemas **Galileo** e ***Worldspan***, foi consolidada nos anos 2000, embora tenha suas raízes em sistemas anteriores criados por várias companhias aéreas. Com o Galileo, originado na década de 1980, e o *Worldspan*, que foi fundado por **Delta**, **Northwest** e **TWA**, a *Travelport* é amplamente utilizada para fornecer uma solução integrada de reservas de passagens aéreas, hotéis e aluguel de veículos, e ainda permanece como um dos principais sistemas de distribuição global no mercado de turismo.

5.4. PRINCIPAIS DIFERENÇAS ENTRE OTAS E GDAS

As OTAs (*Online Travel Agencies*) e os GDS (*Global Distribution Systems*) desempenham papéis distintos, mas complementares, na hotelaria e no ecossistema de turismo.

Enquanto as OTAs são plataformas voltadas diretamente ao consumidor final (B2C), facilitando a busca, comparação e reserva de serviços turísticos como hospedagem e transporte, os GDS operam como ferramentas B2B (business-to-business), conectando provedores de serviços turísticos a agentes de viagens e operadores.

As OTAs são focadas em visibilidade e conveniência, permitindo que os viajantes acessem ofertas e serviços de forma intuitiva, enquanto os GDS são sistemas robustos, projetados para integrar informações de fornecedores e permitir a gestão de reservas em larga escala, especialmente para viagens corporativas ou complexas.

Essa distinção reflete como cada tecnologia atende às necessidades de diferentes públicos dentro do ecossistema, oferecendo soluções adaptadas tanto ao viajante quanto aos profissionais do setor.

Principais Diferenças OTAS vs OTAs

Aspecto	GDS	OTA
Público-alvo	Empresas (B2B)	Consumidores finais (B2C)
Intermediação	Conecta fornecedores a agentes	Conecta fornecedores a clientes
Interface	Técnica e focada em profissionais	User-friendly, voltada ao público
Tipo de reservas	Complexas, viagens corporativas	Simples, viagens de lazer
Exemplos	Sabre, Amadeus, Travelport	Booking.com, Expedia, Airbnb

Em resumo esses GDS´s desempenham um papel essencial ao permitir que os provedores de serviços de turismo ofereçam seus produtos em tempo real para uma vasta rede de agências e OTAs, promovendo eficiência e alcance global.

6. AGÊNCIAS DE VIAGEM NO ECOSSISTEMA DA HOTELARIA E A PROTEÇÃO DE DADOS

As **Agências de Viagem** têm uma longa história de intermediação entre consumidores e prestadores de serviços turísticos, como hotéis, companhias aéreas e operadores de turismo.

Ao longo das últimas décadas, essas agências evoluíram para acompanhar a digitalização do setor, adotando sistemas de gestão integrados e, muitas vezes, colaborando com OTAs para oferecer pacotes completos de viagem.

No ecossistema da hotelaria, as agências desempenham um papel essencial, especialmente na criação de itinerários personalizados, organização de grupos e suporte especializado.

Com a crescente regulamentação de proteção de dados, como a **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**, as agências de viagem se veem cada vez mais responsáveis por assegurar a conformidade no tratamento dos dados pessoais dos clientes.

Este capítulo explora as funções dessas agências no setor de turismo, suas principais características de negócio e as práticas de proteção de dados que devem adotar para atender às expectativas dos consumidores e às exigências legais.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

6.1. Papel das Agências de Viagem no Ecossistema da Hotelaria

6.1.1. Intermediação e Personalização

As agências de viagem atuam como **intermediárias** entre os consumidores e os serviços turísticos, desempenhando um papel consultivo e de organização. Diferente das OTAs, que oferecem uma plataforma self-service, as agências de viagem geralmente oferecem um atendimento personalizado, no qual orientam os consumidores sobre destinos, opções de hospedagem e transportes, auxiliando na escolha das melhores alternativas com base no perfil e nas preferências dos clientes.

Entretanto, sob a ótica das responsabilidades como Agentes de Tratamento, o simples fato de atuarem como intermediárias não é suficiente para se enquadrarem como Operadores ou Controladores, conforme abordado no presente estudo.

6.2. Organização de Grupos e Eventos

Uma função tradicional das agências de viagem é a **organização de viagens em grupo** e **eventos corporativos**. Em muitos casos, elas atuam como responsáveis pela coordenação logística de hospedagem, transporte e atividades para grandes grupos.

Esse serviço é fundamental para empresas que precisam organizar conferências, reuniões, ou viagens de incentivo, assim como para grupos turísticos que buscam experiências compartilhadas.

No contexto da **proteção de dados pessoais**, esse tipo de serviço implica a coleta e o armazenamento de informações sensíveis de múltiplos indivíduos, o que exige práticas rigorosas de segurança e conformidade.

6.3. Modelos de Negócio das Agências de Viagem

As agências de viagem operam sob diferentes modelos de negócio, que variam conforme o tipo de cliente e os serviços oferecidos. Esses modelos impactam a forma como as agências interagem com OTAs, hotéis e outros fornecedores de serviços turísticos.

6.4. AGÊNCIA INDEPENDENTE

Descrição: Agências de pequeno ou médio porte que operam de forma independente, muitas vezes focadas em nichos de mercado específicos, como turismo de aventura, viagens de luxo, ou destinos exóticos.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Características:

- Oferecem atendimento personalizado e consultoria especializada.
- Geralmente trabalham em parceria com hotéis, companhias aéreas e operadoras locais para criar pacotes de viagem customizados.
- Em muitos casos, preferem contratos diretos com fornecedores para obter melhores tarifas e condições.

Proteção de Dados e Conformidade: Agências independentes precisam garantir que todos os parceiros envolvidos no pacote de viagem estejam em conformidade com a LGPD. Essas agências atuam frequentemente como **Controladoras de Dados**, coletando e determinando o uso dos dados de clientes para atender às preferências e personalizar a experiência de viagem.

6.5. AGÊNCIA DE VIAGEM CORPORATIVA

Descrição: Agências focadas em atender empresas, especialmente em viagens corporativas e eventos de negócios. Elas gerenciam itinerários, hospedagem e transportes para funcionários, incluindo serviços como atendimento emergencial e suporte logístico.

Características:

- Trabalham com contratos específicos para viagens corporativas, com exigências detalhadas de conformidade e segurança.
- Oferecem relatórios detalhados para compliance e controle de custos de viagem.
- Integram tecnologias de automação para reservas e otimização de custos.

Proteção de Dados e Conformidade: No contexto corporativo, a agência precisa ter atenção redobrada quanto à **confidencialidade dos dados pessoais dos funcionários** e a segurança das transações. Em muitos casos, elas compartilham dados pessoais com terceiros, como companhias aéreas e hotéis, o que requer garantias de que esses dados serão utilizados exclusivamente para os fins contratados.

6.6. AGÊNCIAS AFILIADAS A OTAS

Descrição: Agências de viagem que operam em parceria com OTAs, muitas vezes atuando como representantes ou intermediárias para facilitar o acesso a plataformas de reserva online.

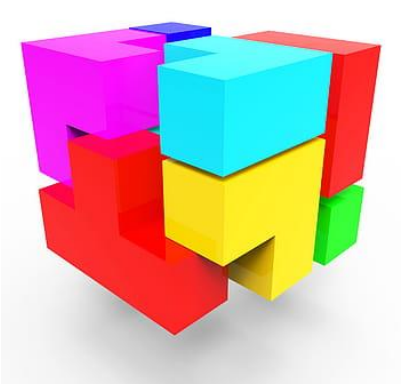
Características:

- Oferecem aos clientes as vantagens das OTAs, como uma ampla gama de opções de hospedagem e tarifas competitivas.
- Utilizam a infraestrutura digital das OTAs para gerenciar reservas e transações, mas agregam valor com o atendimento personalizado.

Proteção de Dados e Conformidade: Em parcerias com OTAs, as agências geralmente atuam como **Co-Controladoras de Dados**. Elas compartilham a responsabilidade sobre o tratamento de dados, sendo necessário que ambas as partes estejam em conformidade com a LGPD e demais regulamentações de proteção de dados.

6.7. INTERAÇÃO COM OTAS E HOTÉIS

As agências de viagem interagem intensamente com OTAs e hotéis para formar pacotes de viagem completos, especialmente para grupos e eventos. Ao trabalhar com OTAs, as agências conseguem oferecer aos consumidores tarifas e condições competitivas, enquanto a parceria com hotéis locais permite a criação de pacotes personalizados, com serviços adicionais e suporte in loco.



Essa colaboração traz benefícios para todos os envolvidos, mas também exige que as agências e seus parceiros estabeleçam **responsabilidades claras sobre o tratamento dos dados pessoais**. Esse compromisso é essencial para garantir a conformidade com as normas de proteção de dados e manter a confiança dos clientes.

6.8. AGÊNCIAS DE VIAGEM E PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

No contexto da LGPD, as agências de viagem têm um papel fundamental como **Controladoras** ou **Co-Controladoras de Dados Pessoais**. A coleta e o tratamento de dados de clientes – como nome, contato, número de passaporte, dados de pagamento e preferências de viagem – são essenciais para a prestação dos serviços oferecidos.

O fato é que muitas delas, tem se autointitulado como Operadoras de Dados pessoais em nome do seu cliente, o que não é impossível, desde que, as instruções do Controlador estejam claramente definidas e formalizadas em contrato.

A sua definição como Agente de Tratamento de dados pessoais deve ser realizada de forma clara, transparente, e formalizada em seus termos e contratos e principalmente, levando em consideração as suas atividades de tratamento e não um simples documento ou intenção.

Essas práticas devem ser conduzidas com transparência e segurança, de forma a cumprir os requisitos legais e proteger os direitos dos consumidores.

6.8.1. REQUISITOS DE CONFORMIDADE COM A LGPD

Para garantir a conformidade com a LGPD, as agências de viagem devem adotar uma série de práticas, como:

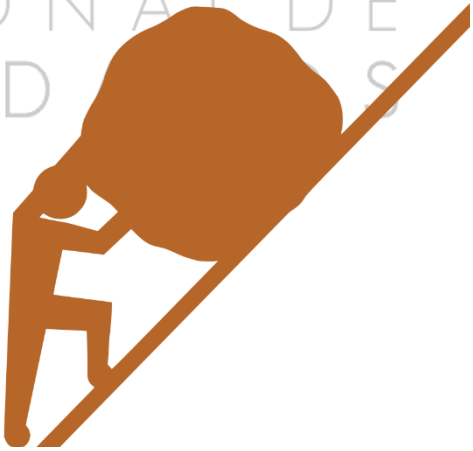
1. **Obtenção de Consentimento**: As agências precisam informar claramente aos consumidores o motivo da coleta de dados e obter consentimento quando necessário, especialmente para o

tratamento de dados sensíveis, como informações de saúde para viagens com necessidades especiais.

2. **Transparência no Tratamento de Dados**: É fundamental que as agências disponibilizem políticas de privacidade claras, explicando como os dados dos clientes são utilizados, com quem são compartilhados e por quanto tempo serão armazenados.
3. **Segurança da Informação**: As agências devem implementar medidas de segurança robustas para proteger os dados contra acesso não autorizado e vazamentos, especialmente ao lidar com informações financeiras e dados de identidade.
4. **Direitos dos Titulares de Dados**: As agências precisam estar preparadas para atender às solicitações dos titulares de dados, como o direito de acesso, correção e exclusão de dados pessoais, conforme a LGPD determina.
5. **Parcerias com Fornecedores Conformes**: No caso de compartilhamento de dados com terceiros, como hotéis e companhias aéreas, é essencial que as agências estabeleçam contratos com cláusulas de proteção de dados, garantindo que esses parceiros também estejam em conformidade com a LGPD.

6.9. DESAFIOS E BOAS PRÁTICAS

No cumprimento das obrigações da LGPD, as agências de viagem enfrentam desafios específicos, como a **gestão do consentimento** para o tratamento de dados de grandes grupos e a **responsabilidade pelo compartilhamento de dados** com fornecedores internacionais. Abaixo estão algumas boas práticas que podem auxiliar as agências:



- **Mapeamento das atividades de tratamento:** Com o mapeamento e realização do inventário ficará claro o seu papel como agente de tratamento e as medidas organizacionais que necessita adotar.
- **Treinamento de Equipe**: Capacitar os colaboradores para lidar corretamente com dados pessoais e atender às exigências de privacidade e segurança.
- **Auditoria e Controle de Conformidade**: Realizar auditorias regulares para verificar a conformidade com as políticas de privacidade e as exigências da LGPD.
- **Utilização de Sistemas Seguros**: Adotar tecnologias que facilitem o gerenciamento seguro dos dados pessoais, como plataformas de CRM com controle de acesso e criptografia de dados.

6.9.1. ASPECTOS FUNDAMENTAIS

As agências de viagem são um pilar fundamental no ecossistema da hotelaria, oferecendo uma abordagem personalizada que complementa a automação e a praticidade das OTAs. Com a responsabilidade de tratar dados pessoais para oferecer experiências de viagem otimizadas e seguras, as agências devem seguir altos padrões de privacidade e segurança, alinhados à LGPD e a outras regulamentações globais.

Ao priorizar a conformidade com a proteção de dados, as agências de viagem **não apenas garantem a confiança dos clientes, mas também se destacam no mercado como empresas éticas e transparentes, promovendo um ecossistema de turismo mais seguro e responsável.**

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

7. A HOTELARIA NO ECOSSISTEMA DO TURISMO E A PROTEÇÃO DE DADOS

O setor de **hotelaria** abrange uma variedade de serviços essenciais, que vão desde a hospedagem e alimentação até atividades de lazer, bem-estar, eventos e transporte. Cada um desses serviços desempenha um papel fundamental na experiência dos hóspedes e exige, em muitos casos, o tratamento de dados pessoais para personalizar o atendimento e otimizar operações.

Com o advento da **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**, os hotéis enfrentam o desafio de gerenciar essas informações de maneira transparente e segura, garantindo a conformidade legal. Neste capítulo, vamos explorar os principais serviços oferecidos pela hotelaria e detalhar as atividades de tratamento de dados associadas a cada um, abordando também a governança e as melhores práticas de proteção de dados.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

7.1. DIVERSIDADE DE MODELOS DE ADMINISTRAÇÃO DE HOTEIS: GESTÃO E PRIVACIDADE DE DADOS

A administração de hotéis pode assumir diversas formas, variando de acordo com os objetivos dos proprietários, o mercado-alvo e a estrutura organizacional. Cada modelo apresenta características específicas que influenciam não apenas a operação e a experiência do hóspede, mas também a forma como os dados pessoais são coletados, armazenados e protegidos.

No contexto da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), compreender esses modelos é essencial para garantir conformidade e segurança no tratamento de dados.

CONDO-HOTÉIS

Os **condo-hotéis** são propriedades híbridas que combinam características de um condomínio residencial com as de um hotel.

Nesse modelo, unidades individuais são adquiridas por investidores, que podem utilizá-las para fins pessoais em períodos específicos e disponibilizá-las para locação quando não estão em uso.

Gestão Operacional

- Geralmente, uma administradora profissional é contratada para gerenciar as operações do hotel, como reservas, manutenção, limpeza e serviços.

Impacto na Privacidade de Dados

- A administração centralizada exige o gerenciamento de dados de múltiplos proprietários e hóspedes, o que pode gerar desafios em termos de compartilhamento e proteção de informações.

Conformidade com a LGPD

- A administradora deve garantir que os dados pessoais dos hóspedes sejam tratados em conformidade com os princípios de transparência, finalidade e segurança.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

ADMINISTRAÇÃO PRÓPRIA

Neste modelo, o proprietário do hotel assume total responsabilidade pela operação e gestão do empreendimento.

Gestão Operacional:

- **O proprietário controla diretamente as reservas, marketing, manutenção e outros aspectos operacionais.**

Impacto na Privacidade de Dados:

- **A administração própria pode ser vantajosa pela maior proximidade com os hóspedes, mas também exige que o proprietário tenha infraestrutura tecnológica e protocolos robustos para proteger os dados.**

Conformidade com a LGPD:

- **É necessário estabelecer políticas claras de privacidade e capacitar a equipe para garantir o cumprimento da legislação.**

ADMNISTRAÇÃO POR OPERADORAS HOTELEIRAS (*MANAGEMENT AGREEMENT*)

No modelo de **Management Agreement**, o proprietário do hotel contrata uma operadora especializada para gerenciar as operações.

Gestão Operacional:

- Empresas como Marriott, Hilton e Accor assumem as operações, utilizando suas redes de distribuição e expertise.

Impacto na Privacidade de Dados:

- O tratamento de dados pessoais é centralizado e gerido pela operadora, que geralmente segue padrões globais de conformidade.

Conformidade com a LGPD:

- A responsabilidade pela proteção de dados pode ser compartilhada entre o proprietário e a operadora, dependendo dos termos contratuais.

FRANQUIA HOTELEIRA

O modelo de franquia permite que um hotel opere sob uma marca conhecida, como ***Holiday Inn*** ou ***Wyndham***, mas a operação diária permanece com o proprietário.

Gestão Operacional:

- O franqueador fornece acesso à marca, sistemas de reserva e suporte operacional, enquanto o franqueado administra o hotel.

Impacto na Privacidade de Dados:

- A coleta de dados segue os padrões definidos pela marca franqueadora, o que pode facilitar a conformidade com regulamentações.

Conformidade com a LGPD:

- Os franqueados devem adaptar suas práticas locais para atender às exigências legais, mesmo ao utilizar sistemas globais.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

OPERAÇÃO POR ARRENDAMENTO (*LEASE AGREEMENT*)

No modelo de arrendamento, o operador do hotel aluga a propriedade e assume total responsabilidade pelas operações.

Gestão Operacional:

- O operador tem controle total sobre as operações e paga um aluguel fixo ou variável ao proprietário.

Impacto na Privacidade de Dados:

- Toda a gestão de dados pessoais está sob a responsabilidade do operador, que deve implementar sistemas seguros e políticas adequadas..

Conformidade com a LGPD:

- O operador deve garantir a segurança dos dados, especialmente se envolver múltiplos parceiros ou fornecedores.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

SOFT BRANDS E MODELOS DE COOPERAÇÃO

Hotéis independentes podem se associar a grandes redes por meio de **Soft Brands**, como *Autograph Collection* (Marriott) ou *Ascend Collection* (Choice Hotels).

Gestão Operacional:

- **O hotel mantém sua identidade própria, mas acessa os sistemas de distribuição, marketing e suporte da marca parceira.**

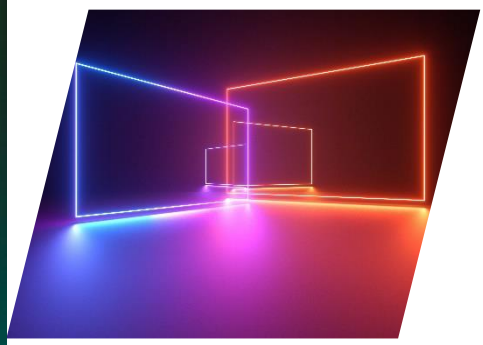
Impacto na Privacidade de Dados:

- **Toda a gestão de dados A parceria requer integração tecnológica, o que pode aumentar a exposição a riscos de dados.**

Conformidade com a LGPD:

- **O proprietário deve assegurar que os sistemas utilizados pela marca estejam em conformidade com a legislação local.**

PERSPECTIVAS E CONFORMIDADE



Cada modelo de administração apresenta desafios únicos no tratamento de dados pessoais, especialmente em um cenário cada vez mais digital e regulado, além do que as definições e características acima foram citadas apenas para fins de contextualização, pois cada uma delas apresenta um universo regulatório próprio.

A escolha do modelo ideal deve considerar não apenas aspectos financeiros e operacionais, mas também as responsabilidades legais em relação à privacidade e segurança dos dados, incentivando práticas que promovam a confiança e a transparência no ecossistema da hotelaria.

A diversidade de modelos de administração hoteleira não apenas influencia a operação e o gerenciamento do empreendimento, mas também impacta diretamente a relação contratual entre hóspedes e hotéis.

Cada modelo traz implicações específicas para o cumprimento de requisitos legais e operacionais, especialmente no que diz respeito à formalização das estadias e ao tratamento de dados pessoais dos clientes.

Nesse contexto, o **contrato de hospedagem** se apresenta como um instrumento central para assegurar transparência, definir responsabilidades e garantir o cumprimento das normas regulatórias, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Além disso, a crescente digitalização no setor hoteleiro tem transformado a forma como esses contratos são estabelecidos, oferecendo novas alternativas para formalização e gestão, muitas vezes substituindo documentos físicos por soluções digitais.

O próximo capítulo explora esses aspectos, abordando os elementos essenciais do contrato de hospedagem, as possibilidades de formalização digital e os desafios que os hotéis enfrentam para alinhar inovação tecnológica com conformidade legal e proteção de dados.

7.2. CONTRATO DE HOSPEDAGEM E FORMALIZAÇÃO DIGITAL NA HOTELARIA

O Contrato de Hospedagem é o acordo formal entre o hóspede e o hotel que define direitos e responsabilidades durante a estadia. No Brasil, ele é regulamentado pelo Decreto nº 7.381 de 2010, que, por sua vez, regulamenta a Lei nº 11.771 sobre a Política Nacional de Turismo.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Esse decreto estabelece o arcabouço da Política Nacional de Turismo e define as atribuições do Governo Federal no planejamento e desenvolvimento do setor, instituindo o Plano Nacional de Turismo (PNT) e o Sistema Nacional de Turismo.

Como parte dessa estrutura, a coleta de determinados dados pessoais dos hóspedes é regulamentada, mas isso não implica automaticamente conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

A aderência à LGPD exige uma gestão rigorosa e integrada com os princípios e requisitos específicos de proteção de dados pessoais.

7.2.1. ELEMENTOS ESSENCIAIS DO CONTRATO DE HOSPEDAGEM

1. **Formalização e Prova de Relação Comercial:**
    - Conforme o artigo 26 do Decreto nº 7.381/2010, a relação comercial entre o meio de hospedagem e o hóspede pode ser comprovada por reservas feitas por troca de correspondência, serviço postal, eletrônico ou fac-símile, realizadas diretamente entre o hotel, o hóspede ou um representante, como uma agência de turismo.

2. **Ficha Nacional de Registro de Hóspedes (FNRH):**
    - A FNRH é o documento que representa formalmente o contrato de hospedagem, preenchido e assinado pelo hóspede no check-in. Além de legalmente comprovar a relação contratual, a FNRH é regulamentada pelo Ministério do Turismo e facilita o controle estatístico e de segurança. O preenchimento da FNRH inclui dados pessoais essenciais para a execução do contrato e a segurança dos hóspedes e do hotel.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

3. **Requisitos Adicionais para Conformidade com a LGPD:**
    - Embora o Decreto nº 7.381/2010 regulamente a coleta de informações básicas para hospedagem, a conformidade com a LGPD requer um conjunto mais amplo de ações para garantir a segurança e a transparência no tratamento dos dados pessoais dos hóspedes. Isso inclui obter consentimento adequado (quando necessário), garantir o direito de acesso e exclusão dos dados pelos titulares, e implementar medidas de segurança e governança de dados pessoais.

ANEXO I

EMBRATUR

GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA
FNRH

FICHA NACIONAL DE REGISTRO DE HÓSPEDES

PESSOA JURÍDICA:			REG. EBT:		
EMPREENDIMENTO:			TIPO:	CAT:	TELEFONE:
ENDEREÇO:	CEP:		MUNICÍPIO:		UF:

FAVOR USAR ESFEROGRÁFICA E LETRA DE FORMA - PLEASE BALL POINT AND BLOCK LETTERS:

NOME COMPLETO - FULL NAME			TELEFONE - TELEPHONE
PROFISSÃO - OCCUPATION	NACIONALIDADE - NATIONALITY	IDADE - AGE	SEXO - SEX M 0 F 2
DOCUMENTO DE IDENTIDADE - TRAVEL DOCUMENT NÚMERO / NUMBER — TIPO / TYPE — ÓRGÃO EXPEDIDOR / ISSUING COUNTRY			
RESIDÊNCIA PERMANENTE - PERMANENT ADDRESS	CIDADE, ESTADO - CITY, STATE		PAÍS - COUNTRY
ÚLTIMA PROCEDÊNCIA - ARRIVING FROM (CIDADE, PAÍS - CITY, COUNTRY			
PRÓXIMO DESTINO - NEXT DESTINATION (CIDADE, PAÍS - CITY, COUNTRY)			

MOTIVO DA VIAGEM - PURPOSE OF TRIP

TURISMO / TOURISM 7	NEGÓCIO / BUSINESS 9	CONVENÇÃO / CONVENTION 2	OUTRO / OTHER 4

MEIO DE TRANSPORTE - ARRIVING BY

AVIÃO / PLANE 6	NAVIO / SHIP 8	AUTOMÓVEL / CAR 0	ONIBUS/TREM / BUS/TRAIN 1

ASSINATURA DO HÓSPEDE - GUEST'S SIGNATURE

Figura 5 – Recorte Ficha Nacional de Registro de Hóspedes

7.2.2. OUTROS COMPONENTES DO CONTRATO DE HOSPEDAGEM

- **Termos de Estadia e Políticas de *Check-in*/*Check-out*:**
  - Incluem horários de *check-in* e *check-out*, política de *early check-in* e *late check-out*, além de outras regras de estadia aplicáveis.
- **Preços e Condições de Pagamento:**
  - Abrangem as tarifas, taxas adicionais (como ISS e taxa de serviço) e formas de pagamento, incluindo despesas extras, como refeições e estacionamento.
- **Política de Cancelamento e No-show:**
  - Estabelece as condições de cancelamento e no-show, com eventuais cobranças associadas.
- **Tratamento de Dados Pessoais e Políticas de Privacidade:**
  - A conformidade com a LGPD é essencial. No contexto da LGPD, o hotel, como Controlador de Dados, deve informar de forma transparente as finalidades do uso dos dados e os direitos dos titulares, além de ter um canal para atendimento das demandas dos hóspedes relacionadas aos seus dados pessoais.

Em suma, o Contrato de Hospedagem, representado pela FNRH, é o vínculo formal que estabelece a relação entre o hóspede e o hotel. Embora a coleta de dados esteja prevista e regulamentada no setor, a conformidade plena com a LGPD exige a implementação de uma política de governança de dados robusta e transparente, abrangendo desde a coleta até a retenção e segurança dos dados pessoais dos hóspedes.

7.2.3. CONTRATO DE HOSPEDAGEM E ALTERNATIVAS DIGITAIS DE FORMALIZAÇÃO – SEM FNRH FÍSICA

Durante a pandemia de COVID-19, houve flexibilizações para evitar o contato físico excessivo, incluindo a possibilidade de dispensa do preenchimento presencial da Ficha Nacional de Registro de Hóspedes (FNRH).

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Nesses casos, o Contrato de Hospedagem pode ser formalizado de outras maneiras, desde que mantenha a segurança jurídica e atenda à legislação vigente.

1. **FNRH Eletrônica:**
    - Muitos estabelecimentos optaram pelo uso de ferramentas digitais para o preenchimento e assinatura eletrônica da FNRH, garantindo a formalização do contrato à distância. Essa alternativa proporciona uma camada extra de segurança, permitindo a verificação de dados e a conformidade com os requisitos legais sem a necessidade de papel.
2. **Confirmação da Reserva por Meio Digital:**
    - Em alguns casos, a confirmação da reserva por meio de e-mail, aplicativos ou portais de reservas substitui a assinatura física da FNRH. De acordo com o Decreto nº 7.381/2010, as reservas efetuadas através de correspondência, incluindo serviços postais e eletrônicos (como e-mail e sistemas de reservas online), constituem prova de relação comercial entre o hóspede e o hotel.
3. **Termos e Condições Online:**
    - A aceitação dos termos e condições de hospedagem ao fazer a reserva em plataformas online também pode formalizar o contrato. Esses termos devem detalhar as políticas de estadia, preços e condições de pagamento, cancelamento, políticas de no-show e o tratamento de dados pessoais.

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

7.3. PROTEÇÃO DE DADOS E CONTRATO DIGITAL

Embora o preenchimento presencial da FNRH tenha sido flexibilizado, o tratamento de dados pessoais no contexto do contrato de hospedagem continua sujeito à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Dessa forma, ao substituir a FNRH física por meios digitais, os hotéis devem:

- Assegurar que a política de privacidade seja clara e acessível aos hóspedes, incluindo informações sobre coleta, finalidade, retenção e compartilhamento dos dados.
- Implementar consentimentos eletrônicos adequados, sempre que necessário, para garantir que os hóspedes estejam cientes do uso de seus dados.
- Fornecer canais de atendimento para que os titulares possam exercer seus direitos, como acesso, retificação e exclusão de dados, conforme determina a LGPD.

7.3.1. PONTOS-CHAVE E DESAFIOS

A dispensa da FNRH física durante a pandemia foi uma solução prática para minimizar contato, mas o contrato de hospedagem permanece formalizado por meio de registros eletrônicos, reservas e confirmações digitais, garantindo a validade jurídica da relação entre hóspede e hotel.

Esses métodos devem observar sempre as melhores práticas de segurança da informação e privacidade, assegurando o cumprimento da LGPD e a proteção dos direitos dos hóspedes.

Ao tempo que precisam manter os registros atualizados e formalizados de modo a evidenciar a "celebração" do contrato de hospedagem.

7.4. PRINCIPAIS SERVIÇOS NO SETOR HOTELEIRO E IMPLICAÇÕES PARA A PROTEÇÃO DE DADOS

7.4.1. HOSPEDAGEM E CHECK-IN

- **Descrição**: A hospedagem é o serviço central dos hotéis e envolve o check-in, o processo de entrada do hóspede, a acomodação em quartos e a manutenção da estadia até o check-out.
- **Tratamento de Dados**: No check-in, é comum que os hotéis solicitem dados como nome, contato, endereço, documentos de identificação e informações de pagamento. Esse processo permite que o hotel verifique a identidade do hóspede, garanta a segurança nas dependências e personalize o atendimento.
- **Conformidade com a LGPD**: A coleta de dados no check-in deve ser feita de forma transparente. É fundamental que o hotel informe ao hóspede sobre o uso de suas informações, limitando a coleta aos dados necessários para a hospedagem e garantindo que os hóspedes tenham controle sobre suas informações pessoais.

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

7.4.2. ALIMENTAÇÃO: CAFÉ DA MANHÃ, RESTAURANTES E SERVIÇOS DE QUARTO

- **Descrição**: O setor de alimentação é um dos mais valorizados pelos hóspedes e inclui café da manhã, restaurantes próprios ou terceirizados, bares e serviço de quarto. Muitos desses serviços fazem parte do pacote de hospedagem, enquanto outros são cobrados à parte.
- **Tratamento de Dados**: Ao oferecer refeições, os hotéis podem coletar preferências alimentares, histórico de consumo e, em alguns casos, informações sobre restrições alimentares ou alergias. Restaurantes terceirizados que operam dentro do hotel podem também ter acesso a dados básicos para reservas e pagamentos.
- **Conformidade com a LGPD**: Dados de preferências alimentares são considerados sensíveis e, portanto, demandam medidas de segurança extras. Nos casos de terceirização de restaurantes, o hotel deve assegurar que os parceiros estão em conformidade com a LGPD, estabelecendo contratos específicos de proteção de dados.

7.4.3. ENTRETENIMENTO E ATIVIDADES DE LAZER

- **Descrição**: Hotéis e resorts frequentemente oferecem atividades de lazer, como piscinas, spas, academias, passeios guiados e excursões locais. Esses serviços têm como objetivo melhorar a experiência do hóspede, oferecendo opções de entretenimento e relaxamento.

- **Tratamento de Dados**: Alguns desses serviços, como academias e spas, podem exigir dados adicionais dos hóspedes, especialmente se houver necessidade de personalização (por exemplo, para adaptação de atividades físicas ou de saúde).
- **Conformidade com a LGPD**: A coleta de dados para atividades de lazer exige consentimento explícito do hóspede e medidas de segurança adicionais para proteger dados sensíveis, como informações sobre saúde ou restrições físicas.

7.4.4. BEM-ESTAR E SERVIÇOS DE SPA

- **Descrição**: Serviços de bem-estar, como spas, massagens e tratamentos estéticos, são oferecidos por muitos hotéis para proporcionar uma experiência de relaxamento. Esses serviços podem ser operados diretamente pelo hotel ou por parceiros terceirizados.
- **Tratamento de Dados**: Para oferecer um serviço personalizado, os spas podem solicitar dados específicos, como histórico médico, restrições de saúde ou preferências de tratamento.
- **Conformidade com a LGPD**: Como essas informações são frequentemente sensíveis, é importante que o hotel ou parceiro trate os dados de acordo com a LGPD, garantindo que o uso dessas informações seja restrito à finalidade da prestação de serviço e adotando medidas de segurança reforçadas.

7.4.5. ESTACIONAMENTO

- **Descrição**: Muitos hotéis oferecem estacionamento próprio ou terceirizado para hóspedes, facilitando o acesso e a segurança dos veículos. Em alguns casos, o hotel também permite o estacionamento para eventos ou serviços de transporte local.
- **Tratamento de Dados**: A administração do estacionamento pode exigir a coleta de dados como nome, número de placa do veículo e contato do hóspede.
- **Conformidade com a LGPD**: Ao coletar informações de identificação de veículos, o hotel deve informar ao hóspede sobre a finalidade do tratamento e garantir que os dados estejam seguros e acessíveis apenas para as equipes envolvidas no gerenciamento do estacionamento.

7.4.6. EVENTOS E CONFERÊNCIAS

- **Descrição**: A maioria dos hotéis oferece infraestrutura para eventos corporativos, conferências e celebrações pessoais, como casamentos e aniversários. Esse serviço inclui aluguel de salas de conferências, serviço de buffet, suporte técnico e rede de Wi-Fi para os participantes.
- **Tratamento de Dados**: A organização de eventos exige o tratamento de dados pessoais dos participantes, como nome, contato, empresa e lista de convidados. Em eventos corporativos, pode haver coleta de dados de credenciamento e, eventualmente, dados de localização dos participantes na propriedade.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

- **Conformidade com a LGPD**: Os hotéis devem informar os participantes sobre o tratamento de seus dados e garantir que o compartilhamento com terceiros (por exemplo, fornecedores de buffet e tecnologia) seja feito de forma segura e em conformidade com a LGPD. A disponibilização de redes de Wi-Fi deve respeitar a privacidade dos usuários e cumprir as normas de segurança.

7.4.7. REDES DE WI-FI E TECNOLOGIA

- **Descrição**: A conexão de internet é um serviço essencial oferecido por praticamente todos os hotéis, tanto nos quartos quanto nas áreas comuns e espaços para eventos. Em muitos casos, os hotéis oferecem Wi-Fi gratuito, mas podem exigir autenticação e coleta de dados mínimos para segurança.
- **Tratamento de Dados**: Em alguns casos, o hotel solicita dados como nome e e-mail para autenticação no Wi-Fi, além de registros de conexão e dados de navegação para garantir a segurança da rede.
- **Conformidade com a LGPD**: É fundamental que o hotel informe os hóspedes sobre os dados coletados durante o uso do Wi-Fi e as finalidades, além de garantir que as informações sejam protegidas contra acessos não autorizados e que a rede cumpra os requisitos de segurança da LGPD.

7.4.8. ATIVIDADES DE TRATAMENTO DE DADOS NA HOTELARIA

Os serviços de entretenimento e lazer oferecidos pelos hotéis, como piscinas, spas, academias, e atividades recreativas, visam melhorar a experiência do hóspede e frequentemente envolvem o tratamento de dados pessoais. Muitas vezes, o tratamento desses dados é essencial para a prestação de serviços personalizados, garantindo que o hotel atenda às necessidades e preferências dos clientes. Quando essas atividades de tratamento são inerentes à experiência contratada, a hipótese legal aplicável pode ser a **execução do contrato**.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

1. Coleta e Finalidade do Tratamento

Para proporcionar os serviços de lazer e entretenimento, o hotel pode necessitar de dados específicos, como:

- **Preferências de lazer**: Coletadas para proporcionar uma experiência personalizada.
- **Informações de saúde**: Quando essenciais para atividades de bem-estar e segurança em spas e academias.

Execução de Contrato como Base Legal

Quando o hóspede contrata o serviço de hospedagem e as atividades de lazer são parte integrante do pacote, a coleta e o tratamento de dados podem ser justificados sob a hipótese legal de **execução do contrato**. Esse entendimento elimina a necessidade de consentimento adicional, desde que os dados tratados sejam estritamente necessários para a realização dos serviços oferecidos.

2. Transparência e Informações ao Hóspede

Mesmo quando o tratamento de dados se dá pela execução do contrato, é fundamental garantir que os hóspedes compreendam como seus dados estão sendo utilizados:

- **Informação clara e acessível**: A política de privacidade deve informar os tratamentos de dados relativos aos serviços de entretenimento e lazer.
- **Necessidade de consentimento específico**: Dados não essenciais ou sensíveis que não se relacionem diretamente ao contrato poderão necessitar de consentimento expresso.

3. Retenção e Exclusão de Dados

Para tratamentos justificados pela execução do contrato, os dados devem ser armazenados apenas enquanto forem necessários para o cumprimento da finalidade:

- **Exclusão segura**: Ao término do uso ou do contrato, implementar a exclusão segura dos dados, especialmente de dados sensíveis.

Desafios e Boas Práticas O desafio principal é a aplicação correta da base legal, garantindo que dados tratados sem consentimento estejam limitados aos serviços contratados. As boas práticas incluem auditorias regulares e treinamento de funcionários para conformidade com a LGPD.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

7.4.9. GOVERNANÇA DE SEGURANÇA EM REDES DE WI-FI E INFRAESTRUTURA DIGITAL

O fornecimento de redes de Wi-Fi e infraestrutura digital para hóspedes é uma prática comum na hotelaria, facilitando a conectividade dos usuários durante a estadia. Como parte integrante da experiência de hospedagem, o tratamento de dados em redes de Wi-Fi muitas vezes se enquadra na hipótese legal de execução do contrato, uma vez que a conectividade pode ser um elemento essencial do serviço prestado.

1. Coleta e Monitoramento de Dados

Para manter e monitorar a segurança e a qualidade das redes de Wi-Fi, os hotéis podem coletar:

- **Informações de conexão:** Dispositivo, endereço IP, horários de conexão e duração.
- **Dados de navegação:** Quando necessário para segurança, embora o monitoramento de dados pessoais de navegação deva ser evitado sempre que possível.

Execução do Contrato como Base Legal

Se o acesso à rede Wi-Fi é parte do contrato de hospedagem, o tratamento dos dados necessários para fornecer e manter o serviço pode ser justificado pela execução do contrato. Contudo, o hotel deve limitar-se ao tratamento de dados estritamente necessários para a prestação do serviço e proteção da rede.

2. Medidas de Segurança e Informações ao Usuário

Embora a base legal seja a execução do contrato, o hotel deve informar claramente o hóspede sobre o tratamento de dados relacionados à rede Wi-Fi:

- **Notificação de coleta de dados:** Explicar quais dados estão sendo coletados e por quê.
- **Política de privacidade do Wi-Fi:** Incluir uma seção específica na política de privacidade que trate da coleta de dados via redes digitais.

3. Gestão e Retenção de Dados

Os dados coletados devem ser geridos conforme as políticas de retenção do hotel:

- **Retenção mínima necessária:** Manter dados apenas pelo período necessário para garantir segurança e executar o contrato.
- **Exclusão de dados:** Implementar práticas para exclusão segura ao término do período de retenção.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Desafios e Boas Práticas

O maior desafio é manter a transparência e limitar a coleta ao necessário para a execução do contrato. A implementação de criptografia, autenticação robusta e auditorias de segurança contribui para a conformidade e proteção dos dados dos hóspedes.

7.4.10. LIMPEZA E MANUTENÇÃO DOS QUARTOS

- **Descrição**: A limpeza e a manutenção dos quartos são atividades essenciais na hotelaria. Em alguns casos, os hóspedes fornecem informações específicas sobre preferências de horário para limpeza ou outras necessidades de manutenção.
- **Tratamento de Dados**: A personalização do serviço de limpeza e manutenção pode envolver o tratamento de dados como nome do hóspede, horário preferido e necessidades específicas.
- **Conformidade com a LGPD**: É essencial que o hotel trate essas informações apenas para a finalidade especificada, restringindo o acesso a dados às equipes diretamente envolvidas.

7.4.11. LAVANDERIA E CUIDADOS COM ROUPAS

- **Descrição**: Muitos hotéis oferecem serviço de lavanderia para hóspedes, incluindo lavagem e passadoria de roupas. Esse serviço pode ser gerido diretamente pelo hotel ou por uma empresa terceirizada.
- **Tratamento de Dados**: Para o serviço de lavanderia, os dados tratados podem incluir o nome do hóspede e informações sobre os itens entregues para limpeza.
- **Conformidade com a LGPD**: O hotel deve garantir que a coleta e o uso de dados para lavanderia sejam realizados de forma segura e com acesso restrito, especialmente se o serviço for terceirizado.

7.4.12. SISTEMA DE CRM E GESTÃO DE DADOS DO HÓSPEDE

- **Descrição**: Muitos hotéis utilizam sistemas de CRM para armazenar dados sobre as preferências e histórico dos hóspedes, facilitando a personalização de futuras estadias e o gerenciamento de programas de fidelidade.
- **Tratamento de Dados**: Dados como preferências de quarto, histórico de serviços e informações de contato são armazenados para oferecer uma experiência mais personalizada ao hóspede.
- **Conformidade com a LGPD**: Os hotéis devem garantir que os dados armazenados no CRM sejam usados exclusivamente para o relacionamento com o hóspede e estejam protegidos contra acessos não autorizados.

7.5. MOTORES DE RESERVAS: FACILITAÇÃO DE VENDAS DIRETAS E DESAFIOS DE PROTEÇÃO DE DADOS

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

O motor de reservas é uma ferramenta tecnológica essencial para a hotelaria, permitindo que clientes efetuem reservas diretamente no site oficial de hotéis, pousadas ou redes hoteleiras. Integrada ao sistema de gestão da propriedade (**PMS**) e ao site da empresa, essa solução oferece uma interface prática e eficiente para a realização de reservas online em tempo real.

Características do Motor de Reservas

1. **Interface Amigável:** Permite ao cliente verificar disponibilidade, escolher datas, selecionar tipos de quarto e serviços adicionais diretamente no site.
2. **Conexão em Tempo Real:** Atualiza automaticamente a disponibilidade de quartos no site e em outros canais, evitando overbooking.
3. **Pagamentos Integrados:** Oferece opções seguras de pagamento de diárias e serviços adicionais por meio de gateways de pagamento.
4. **Personalização:** Possibilita a criação de tarifas promocionais, pacotes personalizados e configurações em vários idiomas para atender diferentes perfis de hóspedes.

Benefícios para o Hotel

- **Aumento das Vendas Diretas:** Reduz a dependência de OTAs (*Online Travel Agencies*) e as taxas de comissão associadas.
- **Maior Controle:** Oferece controle total sobre reservas, promoções e pacotes, além de flexibilidade operacional.
- **Melhoria da Experiência do Cliente:** Garante praticidade, conveniência e reforça a percepção de profissionalismo e confiança no serviço prestado.

EXEMPLOS DE MOTORES DE RESERVAS POPULARES[6]		
SiteMinder	**Omnibees**	**Cloudbeds**
Bookassist	**Hospedin**	**HSystem**
SelfHotel	**FastHotel**	**Letsbook**

Essas plataformas se destacam no mercado brasileiro e internacional, oferecendo funcionalidades adaptáveis às necessidades específicas de diferentes tipos de hospedagem.

Desafios de Proteção de Dados

Embora os motores de reservas representem um avanço significativo na eficiência operacional, sua adoção implica desafios importantes relacionados à **proteção de dados pessoais**. Esses sistemas processam informações sensíveis dos hóspedes, como dados pessoais e financeiros, tornando essencial que os hotéis garantam a conformidade com a **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Requisitos de Proteção de Dados:

1. **Segurança da Informação:** Implementar medidas robustas para assegurar a confidencialidade, integridade e disponibilidade dos dados tratados.
2. **Transparência:** Fornecer informações claras sobre práticas de coleta, armazenamento e uso de dados, garantindo que os hóspedes possam exercer seus direitos conforme previsto na LGPD.
3. **Escolha Responsável:** Selecionar plataformas que adotem boas práticas em proteção de dados, mitigando riscos legais e preservando a confiança do cliente.

Em resumo, no mercado brasileiro, a ampla variedade de motores de reservas disponíveis oferece soluções adaptadas às necessidades de hotéis de diferentes portes e perfis. A escolha da plataforma ideal deve levar em conta não apenas funcionalidades operacionais, mas também o compromisso com a segurança e a privacidade dos dados dos clientes.

Os motores de reservas transformaram a gestão hoteleira, promovendo um aumento expressivo nas vendas diretas e maior independência de intermediários. Contudo, sua implementação exige uma abordagem

[6] Tabela 4 – Motores de Reservas - Autores

rigorosa em relação à conformidade legal e à proteção de dados, fatores essenciais para garantir a sustentabilidade do negócio e a satisfação dos hóspedes.

7.6. RESUMO E PERSPECTIVA

O setor hoteleiro envolve uma ampla gama de serviços e atividades que contribuem para uma experiência de estadia completa e satisfatória. Cada um desses serviços implica o tratamento de dados pessoais, o que exige um compromisso constante com a transparência e segurança.

Com a implementação de práticas robustas de governança e conformidade, os hotéis podem proteger os dados dos hóspedes e manter uma relação de confiança e respeito com seus clientes.

Ao seguir as diretrizes da LGPD e investir em uma cultura de proteção de dados, o setor de hotelaria se posiciona como um exemplo de responsabilidade e ética, fortalecendo a imagem de uma indústria voltada à excelência e segurança.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

8. PARCEIROS E FACILITADORES NO ECOSSISTEMA DA HOTELARIA, SERVIÇOS E PRIVACIDADE

O ecossistema de hotelaria envolve mais do que apenas o serviço de hospedagem. Ele integra uma ampla rede de parceiros e facilitadores, que incluem desde plataformas de reserva e sistemas de distribuição global até empresas de transporte, provedores de tecnologia e consultorias.

Cada um desses agentes desempenha um papel essencial na experiência dos hóspedes e, por sua vez, lida com dados pessoais em diferentes contextos, sendo fundamental que cumpram a **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**.

Este capítulo apresenta uma análise detalhada dos principais parceiros da hotelaria, explorando suas funções, como interagem com os hotéis e suas responsabilidades no tratamento de dados pessoais.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

8.1. Principais Parceiros e Facilitadores no Ecossistema da Hotelaria

8.1.1. Metabuscadores de Viagem

- **Descrição**: Metabuscadores são plataformas que comparam preços e disponibilidades de hotéis e voos em diversas OTAs e sites de reserva. Exemplos incluem **Trivago**, **Kayak** e **Google Travel**.
- **Papel no Ecossistema**: Facilitam a pesquisa e comparação de preços e opções para os consumidores, oferecendo uma visão geral de diversas opções em um único local e direcionando-os a OTAs ou diretamente aos sites dos hotéis.
- **Tratamento de Dados**: Coletam dados de pesquisa e de navegação dos usuários para personalizar recomendações, direcionar publicidade e melhorar a experiência de busca.
- **Desafios de Conformidade**: Precisam garantir a transparência no uso de cookies e rastreamento de dados, além de respeitar o consentimento dos usuários para coleta de dados de navegação.

8.1.2. SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO GLOBAL (GDS)

- **Descrição**: GDS são redes que conectam OTAs, agências de viagem e fornecedores de serviços (como hotéis e companhias aéreas) em uma plataforma unificada. Exemplos incluem **Amadeus**, **Sabre** e **Travelport**.

- **Papel no Ecossistema**: Facilitam a distribuição e venda de produtos de viagem em grande escala, permitindo que agentes de viagens e OTAs acessem em tempo real a disponibilidade e as tarifas de hotéis, voos e serviços adicionais.
- **Tratamento de Dados**: Tratam dados de reservas, incluindo informações pessoais e financeiras dos clientes, para garantir o processamento e a administração das reservas em escala global.
- **Desafios de Conformidade**: Devem assegurar que os dados compartilhados com agências e OTAs estejam protegidos e que o tratamento de dados sensíveis cumpra as exigências de segurança, especialmente em transações internacionais.

8.1.3. OPERADORES DE TURISMO E RECEPTIVOS

- **Descrição**: Operadores de turismo organizam pacotes de viagem e excursões, agregando serviços como hospedagem, transporte e atividades locais. Eles são intermediários que negociam diretamente com hotéis e outras empresas para compor pacotes completos.
- **Papel no Ecossistema**: Facilitam a logística e personalizam a experiência dos viajantes, especialmente para grupos, tornando o turismo mais acessível e organizado.
- **Tratamento de Dados**: Coletam dados pessoais dos viajantes para gerenciar reservas e organizar as atividades, muitas vezes incluindo informações adicionais sobre preferências e restrições de saúde.
- **Desafios de Conformidade**: Precisam garantir que os dados pessoais dos clientes sejam usados apenas para a organização da viagem e que estejam em conformidade com a LGPD, incluindo contratos de proteção de dados com parceiros.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

8.1.4. PLATAFORMAS DE AVALIAÇÃO E REVIEW DE VIAGEM

- **Descrição**: Plataformas como **TripAdvisor** e **Yelp** permitem que os viajantes compartilhem avaliações e comentários sobre hotéis, restaurantes e outros serviços de turismo.
- **Papel no Ecossistema**: Proporcionam feedback para futuros clientes, ajudando-os a tomar decisões mais informadas e fornecendo uma visão autêntica da experiência de outros usuários.
- **Tratamento de Dados**: Coletam dados de perfil e avaliações dos usuários, além de metadados como localização e informações de navegação para personalizar o conteúdo e exibir anúncios direcionados.
- **Desafios de Conformidade**: Precisam assegurar a anonimização e a proteção dos dados dos avaliadores, garantindo que as avaliações sejam autênticas e respeitando o direito de privacidade dos indivíduos.

8.1.5. EMPRESAS DE GESTÃO DE REPUTAÇÃO E MARKETING DIGITAL

- **Descrição**: Especializadas em SEO, campanhas de marketing digital e gestão de reputação, essas empresas ajudam hotéis a maximizar sua visibilidade e a gerenciar avaliações e feedbacks online.

- **Papel no Ecossistema**: Trabalham para otimizar a presença digital dos hotéis, posicionando-os de forma competitiva e gerenciando a imagem de marca online.
- **Tratamento de Dados**: Coletam e analisam dados de comportamento online e métricas de desempenho, além de dados de avaliação dos clientes para estratégias de melhoria.
- **Desafios de Conformidade**: Devem garantir que os dados dos clientes sejam usados de forma ética e transparente, com práticas de consentimento e opções de privacidade em relação ao rastreamento online.

8.1.6. PLATAFORMAS DE CRM E GESTÃO DE DADOS DE HÓSPEDES

- **Descrição**: Sistemas de CRM são ferramentas usadas pelos hotéis para gerenciar dados dos hóspedes, incluindo preferências, histórico de estadia e interações com o serviço.
- **Papel no Ecossistema**: Permitem que os hotéis personalizem o atendimento, oferecendo uma experiência mais ajustada às necessidades dos hóspedes e auxiliando na fidelização.
- **Tratamento de Dados**: Armazenam dados detalhados sobre os hóspedes, como preferências de quarto, histórico de consumo e informações de contato.
- **Desafios de Conformidade**: O tratamento de dados pessoais no CRM requer medidas de segurança, governança e transparência, com políticas claras de retenção de dados e consentimento explícito dos hóspedes.

8.1.7. EMPRESAS DE TRANSPORTE E LOCAÇÃO DE VEÍCULOS

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

- **Descrição**: Empresas de transporte, incluindo locadoras de veículos e companhias de transporte coletivo, colaboram com hotéis para oferecer pacotes de mobilidade aos hóspedes. Exemplo: **Localiza**, **Uber** e companhias aéreas.
- **Papel no Ecossistema**: Facilitam o deslocamento e a logística dos viajantes, oferecendo opções de transporte no destino e promovendo a mobilidade durante a estadia.
- **Tratamento de Dados**: Coletam dados pessoais e de pagamento para a reserva de transporte, além de dados de localização para monitoramento de rotas e segurança.
- **Desafios de Conformidade**: Precisam assegurar que o tratamento de dados de localização e pagamento seja feito em conformidade com a LGPD, garantindo o consentimento e a segurança dos dados financeiros.

8.1.8. PROVEDORES DE TECNOLOGIA E SOFTWARE PARA HOTELARIA

- **Descrição**: Incluem empresas de software e tecnologia que desenvolvem sistemas de gestão de reservas, controle de inventário, fidelização e segurança digital.

- **Papel no Ecossistema**: Automatizam e otimizam as operações dos hotéis, proporcionando eficiência e inovação no atendimento ao cliente e na administração interna.
- **Tratamento de Dados**: Gerenciam dados de reservas, transações e preferências de hóspedes, integrando sistemas de CRM e PMS (Property Management Systems).
- **Desafios de Conformidade**: Devem assegurar que a tecnologia utilizada esteja alinhada às melhores práticas de proteção de dados e que os dados dos hóspedes sejam armazenados de forma segura e acessível somente para uso autorizado.

8.1.9. PRESTADORES DE SERVIÇOS DE PAGAMENTO E FINTECHS

- **Descrição**: Empresas que facilitam o pagamento digital de reservas e serviços hoteleiros, incluindo plataformas de pagamento online e sistemas de transação em moeda local.
- **Papel no Ecossistema**: Simplificam e garantem a segurança nas transações financeiras, permitindo que os hóspedes façam pagamentos de maneira prática e rápida.
- **Tratamento de Dados**: Lidam com dados financeiros e de identificação para processamento de pagamentos e, em alguns casos, armazenam informações para transações recorrentes.
- **Desafios de Conformidade**: Devem cumprir normas de segurança financeira, como a **PCI-DSS**, além de garantir a conformidade com a LGPD, protegendo dados sensíveis contra acessos não autorizados.

8.1.10. EMPRESAS DE ENTRETENIMENTO E ATIVIDADES LOCAIS

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

- **Descrição**: Provedores locais de atividades, passeios e experiências culturais complementam a oferta dos hotéis e resorts, ajudando a enriquecer a experiência do turista.
- **Papel no Ecossistema**: Oferecem opções de lazer e turismo, promovendo o contato com a cultura e as belezas locais e tornando a viagem mais completa.
- **Tratamento de Dados**: Coletam dados pessoais dos participantes para gerenciar reservas e personalizar experiências, incluindo dados de contato e, em alguns casos, informações de saúde.
- **Desafios de Conformidade**: Precisam tratar os dados pessoais com segurança e garantir que o uso seja restrito ao contexto da atividade, respeitando o direito de privacidade dos participantes.

8.1.11. CONSULTORIAS E SERVIÇOS JURÍDICOS ESPECIALIZADOS

- **Descrição**: Consultorias de compliance e proteção de dados atuam para orientar os hotéis e seus parceiros na conformidade com a LGPD e outras regulamentações.
- **Papel no Ecossistema**: Auxiliam na implementação de práticas de governança e segurança, revisando políticas de privacidade e contratos de compartilhamento de dados.
- **Tratamento de Dados**: Podem ter acesso a dados sensíveis para realizar auditorias e avaliações de conformidade, garantindo que as práticas estejam alinhadas às normas.

- **Desafios de Conformidade**: Devem garantir que os dados coletados para análises sejam mantidos em sigilo e usados exclusivamente para os fins acordados, protegendo a confidencialidade dos clientes.

CONSIDERAÇÕES PARA O SETOR

O ecossistema da hotelaria é complexo e envolve uma rede diversificada de parceiros e facilitadores, cada um desempenhando um papel específico na experiência do hóspede e no tratamento de dados pessoais. Garantir a proteção e a conformidade com a LGPD exige que cada agente siga práticas de segurança, transparência e responsabilidade.

Este compromisso com a proteção de dados não apenas atende às exigências legais, mas também reforça a confiança dos hóspedes e contribui para um ecossistema de turismo mais ético e seguro.

Entretanto, esse compromisso vai muito além de apenas publicar uma política de privacidade e inserir cláusulas que se comprometam genericamente com a privacidade.

É preciso compreender qual seu papel como agente de tratamento de dados e assumir as responsabilidades inerentes a esse contexto, e deixar transparente qual o papel dos demais agentes no contexto do ecossistema de reservas, por exemplo.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

9. PANORAMA DO ECOSSISTEMA DE HOTELARIA E TURISMO NO CONTEXTO DA PROTEÇÃO DE DADOS

O ecossistema de hotelaria e turismo é composto por uma ampla variedade de participantes, desde plataformas digitais que facilitam reservas e pagamentos até serviços complementares que agregam valor à experiência do hóspede.

Cada um desses agentes interage de alguma forma com dados pessoais, seja no contexto direto do serviço prestado, como no caso das OTAs e hotéis, seja indiretamente, como ocorre com locadoras de veículos e provedores de entretenimento locais.

Este capítulo oferece um resumo dos principais players, destacando aqueles diretamente relacionados ao tratamento de dados e identificando outros que, apesar de integrarem o ecossistema, possuem um papel menos relevante no que se refere à privacidade e proteção de dados pessoais.

9.1. OTAs (*Online Travel Agencies*)

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

As OTAs, como Booking.com, Expedia e Decolar, são intermediárias que oferecem aos consumidores uma plataforma prática para comparação e reserva de hotéis, passagens aéreas e outros serviços de viagem.

Elas desempenham um papel central no ecossistema, controlando e processando grandes volumes de dados pessoais para facilitar as reservas e melhorar a experiência do usuário.

Sua atuação como **controladoras de dados pessoais** envolve desde a coleta de informações pessoais e de pagamento até o compartilhamento de dados com hotéis e outras empresas.

9.2. AGÊNCIAS DE VIAGEM

As agências de viagem, sejam físicas ou digitais, oferecem consultoria personalizada e organização de pacotes de viagem, incluindo hospedagem, transporte e atividades.

Atuando como intermediárias entre clientes e prestadores de serviços, essas agências podem ter o papel de **Controladores** ou **CO-Controladores** no tratamento de dados.

Elas lidam com dados pessoais para reservas, adaptações específicas para clientes e organização de eventos, como casamentos e conferências.

9.3. HOTÉIS

Os hotéis são os fornecedores finais no ecossistema de hospitalidade, oferecendo acomodação e uma variedade de serviços adicionais, como alimentação, entretenimento, spa e Wi-Fi.

O tratamento de dados nos hotéis é abrangente, pois envolve desde o check-in e pagamento até o monitoramento de preferências de hóspedes para proporcionar uma experiência personalizada.

Como **controladores de dados**, os hotéis são responsáveis por assegurar a conformidade com a legislação de proteção de dados e adotar práticas de segurança.

9.4. SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO GLOBAL (GDS)

Os GDS, como Amadeus, Sabre e *Travelport*, conectam hotéis, companhias aéreas, locadoras de veículos e agências de viagem em uma rede de distribuição integrada, facilitando o acesso a inventários e a atualização de tarifas em tempo real.

Embora não interajam diretamente com os consumidores finais, os GDS **processam dados pessoais** em larga escala para facilitar as reservas, sendo geralmente considerados **operadores de dados** sob orientação das empresas com as quais trabalham.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

9.5. METABUSCADORES DE VIAGEM

Metabuscadores, como Trivago e Kayak, não realizam diretamente a reserva de serviços, mas comparam preços e redirecionam os usuários para as OTAs ou sites de hotéis.

A coleta de dados de navegação e preferências de viagem faz desses Metabuscadores **controladores de dados pessoais** no que se refere à experiência de pesquisa e comparação de opções. No entanto, a transação final e o tratamento de dados detalhados são realizados pelas OTAs ou hotéis, para os quais eles encaminham os consumidores.

9.6. LOCADORAS DE VEÍCULOS

Embora integrem o ecossistema de turismo, as locadoras de veículos, como Hertz e Localiza, operam de maneira independente dos serviços de hotelaria e reservas de hospedagem. Elas **controlam dados pessoais** para atender às exigências de locação, como verificação de identidade e requisitos contratuais.

Ainda que ocasionalmente envolvidas em pacotes de viagem, seu papel no tratamento de dados geralmente está limitado ao escopo do aluguel de veículos e não abrange dados relacionados à hospedagem.

9.7. EMPRESAS DE TRANSPORTE E LOCOMOÇÃO

Empresas de transporte, como serviços de traslado e transfer, estão presentes no ecossistema, mas seu envolvimento em dados de hotelaria é pontual e ocorre principalmente em parceria com OTAs ou agências de viagem.

Elas **tratam dados** para coordenar o transporte dos hóspedes e, em alguns casos, para atividades específicas, como tours e excursões. O papel dessas empresas geralmente é o de **operador** de dados, seguindo instruções dos organizadores da viagem.

9.8. OPERADORES DE TURISMO E RECEPTIVOS

Os operadores de turismo organizam passeios e atividades locais, desde excursões culturais até atividades de aventura. Eles atuam muitas vezes em parceria com agências de viagem e hotéis, coletando dados de preferências e, em alguns casos, de saúde (para atividades de risco), para organizar uma experiência segura e personalizada.

Os operadores de turismo podem ser classificados como **CO-Controladores** ou **operadores** de dados, dependendo do tipo de parceria e da autonomia que têm sobre os dados coletados.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

9.9. PROVEDORES DE TECNOLOGIA E SOFTWARE PARA HOTELARIA

Os sistemas de gerenciamento hoteleiro, como sistemas de CRM, gestão de reservas e plataformas de fidelidade, fornecem o suporte tecnológico para hotéis e redes de hospedagem, permitindo a administração de dados dos hóspedes e a personalização do atendimento.

Esses provedores atuam geralmente como **operadores de dados** para os hotéis, executando o tratamento conforme as diretrizes da instituição hoteleira. Eles são essenciais para a segurança e conformidade dos dados no ambiente digital hoteleiro.

9.10. EMPRESAS DE PAGAMENTO E FINTECHS

As empresas de pagamento e fintechs, como PayPal e Stripe, possibilitam transações seguras para reservas e serviços oferecidos no ecossistema de turismo. Elas atuam como **controladoras independentes de dados** financeiros, assegurando a privacidade e segurança das transações.

Embora suas operações sejam fundamentais para o ecossistema, elas não participam diretamente das práticas de hospedagem ou entretenimento.

9.11. PLATAFORMAS DE AVALIAÇÃO E REVIEW DE VIAGEM

Plataformas de avaliação, como TripAdvisor e Google Reviews, permitem que os usuários deixem comentários e classificações sobre suas experiências de viagem e hospedagem. Essas plataformas **controlam dados pessoais** para gerenciar o conteúdo gerado pelos usuários, o que inclui dados de perfil e interações dos usuários, como avaliações e fotos.

Elas são independentes das OTAs e hotéis, mas influenciam a percepção dos consumidores e, por consequência, o desempenho dos estabelecimentos no setor de turismo.

9.12. CONSULTORIAS E SERVIÇOS JURÍDICOS ESPECIALIZADOS

Consultorias de privacidade, compliance e segurança da informação desempenham um papel crucial no suporte às empresas do setor hoteleiro, orientando sobre conformidade com a LGPD e outras regulamentações de proteção de dados.

Embora não tratem diretamente os dados dos hóspedes, essas consultorias auxiliam na criação de políticas e procedimentos de segurança, exercendo um papel consultivo e garantindo que os dados sejam tratados de acordo com as boas práticas.

9.13. OUTROS PLAYERS CONSIDERADOS NO ECOSSISTEMA

Apesar de relevantes para o setor de turismo como um todo, há outros players que têm um impacto limitado ou indireto no tratamento de dados pessoais no contexto de hotelaria. Entre eles estão:

- **Companhias Aéreas**: Coletam e processam dados pessoais para reserva de voos, mas geralmente não compartilham essas informações com hotéis.
- **Seguradoras de Viagem**: Tratam dados pessoais para fins de emissão de seguros, mas seu envolvimento com o setor de hospedagem é indireto.
- **Prestadores de Serviços Locais (ex.: guias turísticos)**: Podem coletar dados para serviços específicos, mas não fazem parte central do tratamento de dados no setor de hotelaria.

9.14. REFLEXÕES FINAIS

Este panorama resume o papel de cada agente no ecossistema de hotelaria e turismo, considerando seu envolvimento no tratamento de dados pessoais. Alguns players, como as OTAs e os hotéis, são centrais e têm responsabilidades diretas na coleta, uso e proteção de dados dos consumidores. Outros, como as locadoras de veículos e seguradoras, operam com um escopo mais restrito e menos interdependente com os dados de hotelaria.

Esse entendimento é essencial para definir as responsabilidades e obrigações de cada agente, tema que será aprofundado no próximo capítulo.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

10. A GESTÃO DE CONTRATOS, FORNECEDORES E PARCEIROS

10.1. Os Contratos e a Transparência para os Titulares

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) estabelece como premissa a responsabilidade do controlador em proteger e garantir a privacidade dos dados pessoais dos titulares. Isso implica no cumprimento de requisitos legais e na adesão a princípios como transparência e minimização de coleta e tratamento.

Um dos principais desafios enfrentados pelos hotéis é identificar o papel dos fornecedores e parceiros como agentes de tratamento de dados pessoais. Muitos ainda não compreendem adequadamente suas responsabilidades ou as implementam de forma insuficiente, o que pode gerar riscos para o hotel.

Essa situação é agravada pela dependência de soluções tecnológicas que, muitas vezes, carecem de políticas de privacidade robustas ou apresentam falhas na execução prática de seus compromissos declarados.

Por isso, os hotéis precisam adotar uma gestão rigorosa de contratos e parcerias para assegurar que os fornecedores estejam alinhados às exigências legais e aos valores de privacidade da unidade hoteleira.

10.2. Processo de Adequação à Lei Geral de Proteção de dados e Due Diligence de Fornecedores

Para cumprir as exigências da LGPD, é essencial que hotéis realizem uma due diligence criteriosa antes de contratar fornecedores que tratam dados pessoais. Este processo deve incluir:

O controlador é solidariamente responsável por violações de dados cometidas pelos fornecedores contratados. Assim, adotar um inventário de dados, identificar atividades de tratamento envolvendo terceiros e implementar um Sistema de Gestão da Privacidade são medidas fundamentais para mitigar riscos e assegurar a proteção das informações.

Figura [7]

[7] Figura 6 – Avaliação de conformidade de Fornecedores – criação autores

10.3. A terceirização no contexto de Tratamento de Dados

A terceirização de atividades que envolvem o tratamento de dados pessoais exige atenção especial. É responsabilidade do controlador garantir que o parceiro contratado implemente medidas adequadas de segurança e privacidade.

Na hotelaria, a complexidade das operações e o alto volume de dados tratados tornam indispensável um controle rigoroso. Um inventário de dados bem estruturado auxilia o Encarregado de Dados (DPO) a identificar riscos e promover ações corretivas antes que causem impactos negativos para a empresa.

10.4. Tecnologia automatizando processos hoteleiros

Cada vez mais, as empresas estão em busca de automatizar os seus processos, e na hotelaria, essa premissa já é considerada um diferencial no atendimento aos seus clientes.

Tais tecnologias para facilitar os atendimentos para a realização de check-in, check-out, abertura de portas, segurança, pedidos de room service, solicitação do seu veículo do estacionamento, entre outros, já são processos altamente tecnológicos e disponíveis hoje em algumas redes hoteleiras, mas para isso, precisam do apoio e da expertise de parceiros do mercado.

Mas o que isso tem a ver com a LGPD, tratamento de dados e privacidade dos usuários dessas maravilhas tecnológicas?
Tudo!!! Por trás do funcionamento dessas automatizações, existe um robusto tratamento de dados que somente com essas informações esses processos se tornam viáveis de acontecer.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

O hóspede poderá do caminho do aeroporto até o hotel, agilizar o seu check-in mediante o acesso de determinada plataforma.

São inúmeras as questões, como por exemplo, quem contratou e disponibilizou os serviços dessa plataforma? Se foi a unidade Hoteleira é dela a responsabilidade pela avaliação do fornecedor. Já se foi o hóspede que contratou diretamente, cabe a ele essa responsabilidade.

Por sua vez, a plataforma deve se adequar como qualquer outra empresa que esteja sujeita a legislação de tratamento de dados pessoais.

10.5. Serviços de Wi-Fi Terceirizados

Outro cuidado importante é avaliar se os serviços de fornecimento de Rede Wireless mais conhecida como WiFi é feita pela própria unidade hoteleira ou envolve uma empresa terceirizada.

O fato de o contrato de hospedagem prever o fornecimento de serviços como o fornecimento gratuito de internet via rede sem fim não implica dizer que os dados dos usuários deste serviço poderão ser utilizados por empresas terceirizadas para o seu bel-prazer.

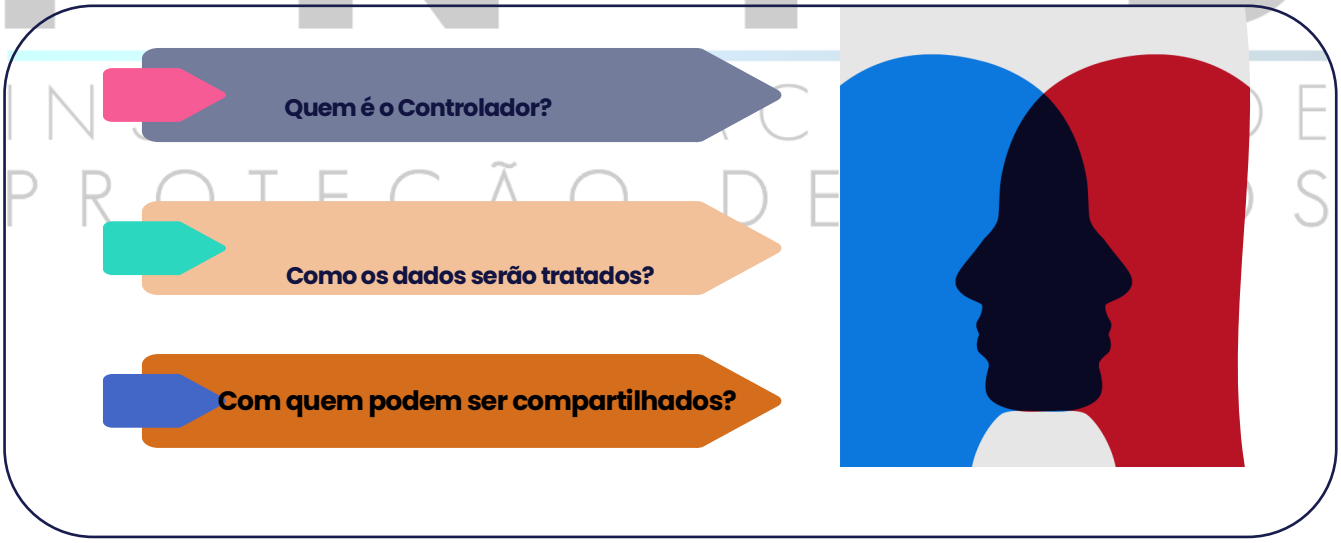
É preciso que a Política de Privacidade para fornecedores ou as limitações contratuais sejam claras de que os dados do hóspede devem ser utilizados para a finalidade ao qual foi contratada junto a unidade hoteleira.

Caso contrário, o hotel precisa avaliar quais as medidas legais seriam mais adequadas, caso esse fornecedor trate os dados pessoais de seus hóspedes na qualidade de Co-Controlador ou Controlador Singular, e os utilize para outras finalidades que não aquele de fornecimento dos serviços vinculados ao contrato com o hotel.

10.6. Teoria da Aparência

No mercado hoteleiro, é comum que soluções tecnológicas personalizadas aparentem ser parte do hotel, enquanto são operadas por terceiros. Aplicativos ou plataformas podem ser apresentados com a marca do hotel, mas, ao analisar o domínio ou informações de rodapé, percebe-se que se trata de outra empresa.

Nesse contexto, é crucial que a Política de Privacidade seja explícita sobre a terceirização do tratamento de dados, indicando claramente:



Solicitar consentimento prévio para o compartilhamento e informar os titulares sobre os direitos relacionados ao tratamento são boas práticas que devem ser seguidas.

A gestão de contratos, fornecedores e parceiros no ecossistema da hotelaria exige um equilíbrio entre inovação, eficiência operacional e conformidade legal. A implementação de práticas rigorosas de avaliação e monitoramento, aliada à transparência com os titulares, fortalece a confiança e reduz os riscos legais e reputacionais associados ao tratamento de dados pessoais.

11. CONCLUSÃO E SUGESTÕES PARA O SETOR

11.1. Definição clara de Papéis e Responsabilidades sob a ótica do tratamento de dados pessoais

O ecossistema da hotelaria e turismo reúne diversos agentes que interagem direta ou indiretamente com dados pessoais, seja na gestão de reservas, organização de eventos, prestação de serviços adicionais ou execução de transações financeiras. Em um setor que lida com grandes volumes de informações pessoais, a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é essencial para proteger os direitos dos titulares de dados e reforçar a confiança no mercado.

Neste capítulo de conclusão, reforçamos a importância de que cada agente defina e observe seu papel como controlador, Co-Controlador ou Operador de dados, garantindo que as atividades de tratamento estejam alinhadas com os princípios da LGPD e as diretrizes da ANPD.

Com o objetivo de apoiar tanto os titulares quanto os profissionais e empresários do setor, recomenda-se avaliar a conformidade com a legislação e garantir práticas seguras e transparentes.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

11.2. Dicas para Titulares de dados avaliarem a Conformidade das Empresas com a LGPD

É essencial que o titular de dados seja informado e faça uma análise criteriosa da empresa com a qual está contratando serviços, especialmente em um setor como o de turismo e hotelaria, onde a coleta e compartilhamento de dados são frequentes. Aqui estão algumas recomendações para os titulares avaliarem a conformidade das empresas:

11.3. Políticas de Privacidade e Transparência

- **Leia com atenção a política de privacidade**: A política de privacidade deve fornecer detalhes claros sobre o que é feito com os dados coletados. Verifique se ela explica quais dados são tratados, as finalidades do tratamento, com quem os dados podem ser compartilhados, se há transferências internacionais, e o período de retenção dos dados.
- **Procure informações sobre o encarregado de dados**: A LGPD exige que as empresas nomeiem um encarregado de dados (art. 41), responsável pela proteção dos dados e pelo contato com os titulares. Essa informação deve estar acessível na política de privacidade, incluindo o e-mail ou outro canal de contato do encarregado.

11.4. Canais para Exercício de Direitos

- **Canal de contato acessível e eficaz**: A empresa deve disponibilizar um canal claro para o titular exercer seus direitos, conforme artigos 18 e 19 da LGPD, que incluem direitos como confirmação de tratamento, acesso, correção de dados, exclusão, entre outros. Esse canal deve ser eficaz e a empresa deve responder dentro de prazos razoáveis.

11.5. Aviso de Cookies e Opções de Consentimento

- **Avalie o aviso de cookies**: Verifique se o aviso de cookies oferece uma opção de escolha clara, permitindo que você selecione quais cookies serão ativados. Um aviso que ativa cookies automaticamente sem oferecer escolha não está em conformidade com as boas práticas e pode ser um indicativo de falta de transparência.
- **Evite opções padronizadas**: Se o aviso de cookies é exibido apenas com a opção "Aceitar", sem alternativas, isso indica uma coleta automatizada que pode comprometer a privacidade. Busque opções que ofereçam "Gerenciar Preferências" ou alternativas para ajustar as categorias de cookies coletados.

11.6. Evidências de Conformidade com a LGPD

- **Verifique o cumprimento de medidas de segurança e boas práticas**: Empresas devem cumprir o artigo 50, parágrafo segundo da LGPD, o qual exige a implementação de padrões de segurança, políticas e processos para mitigar riscos aos dados pessoais. Empresas que se dedicam a apresentar essas evidências, seja na política de privacidade ou em certificações de segurança, demonstram um compromisso maior com a proteção de dados.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

11.7. Dicas para Empresários e Profissionais de Privacidade no Setor de Hotelaria e Turismo

Para os empresários e profissionais de privacidade que atuam no setor, o cumprimento da LGPD não é uma tarefa simples, mas é uma obrigação que protege não só os direitos dos titulares, como também a integridade e a reputação da empresa.

Aqui estão algumas orientações para alcançar e manter a conformidade com a LGPD:

11.7.1. Cumprimento das Normas da ANPD e Nomeação do Encarregado De Dados

- **Nomeie um encarregado de dados**: A nomeação de um encarregado de dados é essencial para as empresas que tratam dados pessoais. Esse profissional deve ter um entendimento profundo da legislação e ser o elo de comunicação entre a empresa, os titulares e a ANPD.
- **Adequação para agentes de pequeno porte**: Caso a empresa seja de pequeno porte, ela poderá adotar procedimentos simplificados, conforme as normas da ANPD. No entanto, a responsabilidade pela proteção dos dados e pela transparência das práticas de tratamento permanece.

11.7.2. Garantir Transparência nos Avisos e Políticas de Cookies

- **Avisos de cookies com consentimento granular**: Desenvolva avisos de cookies que permitam ao usuário escolher quais categorias de cookies aceitar. A coleta de dados deve ocorrer somente após o consentimento explícito, e os cookies não essenciais (ex.: cookies de marketing) devem permanecer desativados até que o consentimento seja dado.

- **Atualize a política de privacidade regularmente**: A política de privacidade deve refletir de forma precisa e transparente as práticas de tratamento da empresa. Revise e atualize periodicamente o documento para que ele inclua novas práticas e esteja sempre em conformidade com as regulamentações.

11.7.3. Cumprimento de Medidas de Segurança e Boas Práticas (Artigo 50, parágrafo segundo da LGPD)

- **Implementação de boas práticas de segurança**: O artigo 50, parágrafo segundo da LGPD, determina que as empresas implementem políticas de governança que assegurem a proteção dos dados. Isso inclui a adoção de medidas de segurança, como controle de acesso, criptografia e anonimização, para garantir a confidencialidade e a integridade dos dados.
- **Documentação e registros de tratamento**: Manter um registro de atividades de tratamento de dados pessoais é essencial para demonstrar a conformidade. Esse registro auxilia no monitoramento das práticas internas e na prestação de contas em casos de auditoria ou questionamento da ANPD.

11.8. A Importância da Transparência e da Conformidade para Todos os Agentes do Ecossistema

Para que o ecossistema da hotelaria e turismo funcione de forma ética e em conformidade com a LGPD, é fundamental que todos os agentes envolvidos – desde OTAs e hotéis até agências de viagem e operadores de turismo – assumam suas responsabilidades e adotem práticas transparentes de tratamento de dados.

INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

A clareza no papel de cada agente, a disposição de canais de atendimento eficazes e a implementação de medidas de segurança robustas são medidas que fortalecem o relacionamento com os titulares e reduzem os riscos de infrações legais.

11.9. Orientações para Empresas que oferecem Soluções SaaS no contexto da Hotelaria

Empresas que oferecem soluções SaaS (Software as a Service) para o mercado de hotelaria e outros segmentos precisam adotar uma abordagem rigorosa e estruturada em relação ao processamento de dados pessoais.

É essencial que essas organizações avaliem cuidadosamente seu papel como **Agentes de Tratamento de Dados**, definindo com precisão se atuam como **Controladoras** ou **Operadoras** e alinhando suas práticas às exigências legais e de mercado.

1. Compreensão e Definição Clara de Papéis

- Analise detalhadamente as operações realizadas para identificar corretamente seu papel como **Controladora** ou **Operadora** de dados pessoais.

- Evite inconsistências em **termos de uso** e **políticas de privacidade**, que muitas vezes apresentam definições equivocadas ou mostram desconhecimento sobre as responsabilidades de cada agente de tratamento.
- Se atuar como operadora, deixe explícito nas políticas de privacidade e nos contratos que as decisões sobre o uso de dados pessoais são responsabilidade do cliente (Controlador). Sempre que decisões forem tomadas pela própria empresa, essas situações devem ser claramente informadas e justificadas.

2. Adaptação às Boas Práticas de Privacidade

- Adote o conceito de **Privacy by Design**, incorporando princípios de privacidade e proteção de dados em todas as fases de desenvolvimento e operação da solução SaaS.
- Realize uma **avaliação de impacto de privacidade (DPIA)**, identificando os dados pessoais tratados, suas finalidades e as bases legais aplicáveis. Especifique claramente como essas responsabilidades se distribuem entre Controlador e Operadora.

3. Transparência e Comunicação Clara

- Estabeleça uma comunicação transparente com os clientes, fornecendo detalhes claros sobre os dados tratados, as finalidades do tratamento e os mecanismos de segurança aplicados.
- Evite omissões ou ambiguidades sobre as responsabilidades da empresa como operadora. Certifique-se de que os clientes estejam cientes de como devem cumprir suas obrigações enquanto Controladores.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

4. Processos de Adequação Rigorosos

- Realize uma **engenharia reversa** de suas operações para identificar e corrigir possíveis inconsistências na forma como os dados pessoais são tratados.
- Certifique-se de que os contratos e políticas refletem com precisão a realidade operacional, incluindo a descrição das atividades de processamento e as responsabilidades compartilhadas com o cliente.

5. Reforço da Segurança e Conformidade

- Desenvolva e implemente medidas técnicas e organizacionais robustas para garantir a proteção de dados, como controles de acesso, criptografia e monitoramento de vulnerabilidades.
- Monitore continuamente suas práticas para garantir a conformidade com a **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)** e outras regulamentações aplicáveis.

6. Responsabilidade no Contexto SaaS

- Empresas SaaS que atuam no mercado de hotelaria devem assumir um compromisso claro com a privacidade e a segurança dos dados tratados, protegendo tanto os interesses de seus clientes (hotéis e redes hoteleiras) quanto os direitos dos titulares de dados pessoais.
- Forneça suporte para que os clientes possam atender às suas próprias obrigações legais como Controladores, incluindo cláusulas contratuais e suporte técnico quando necessário.

11.10. Recomendações para os Titulares de Dados Pessoais no Ecossistema de Hotelaria e Turismo

Com base nas boas práticas de mercado, nas diretrizes da **ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados)** e no **Guia de Consentimento como Hipótese Legal de tratamento da LGPD elaborado pela Professora Selma Carloto Presidente da Comissão de Temporalidade do Instituto Nacional de Proteção de dados - INPD**, seguem orientações voltadas aos titulares de dados pessoais no setor de turismo:

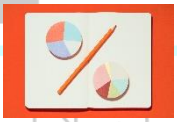
1. **Atenção à Finalidade do Tratamento de Dados**

- Antes de compartilhar seus dados pessoais, verifique a finalidade declarada pela empresa para tratar essas informações. Essa finalidade deve ser clara, específica e comunicada de maneira transparente.
- Questione se há compartilhamento dos dados com terceiros e para qual finalidade. Empresas devem detalhar essas informações em suas políticas de privacidade.

2. **Consentimento Livre e Específico**

- Avalie se a coleta de consentimento é explícita, informada e granular, ou seja, permite aceitar ou recusar determinadas finalidades separadamente.
- Seja cauteloso com consentimentos genéricos ou obrigatórios sem alternativas razoáveis, pois podem não estar em conformidade com a legislação.

3. **Análise de Políticas de Privacidade e Termos de Uso**



- Leia atentamente as políticas de privacidade e termos de uso para entender como a empresa trata seus dados.
- Verifique se a empresa possui informações de contato, como nome e e-mail do Encarregado de Dados (DPO), além de um canal para exercer seus direitos.

4. **Segurança da Informação**

- Confirme se a empresa apresenta medidas de segurança robustas para proteger suas informações pessoais, como criptografia de dados financeiros e autenticação de acesso.
- Certifique-se de que os cookies no site sejam configurados para não coletar dados pessoais automaticamente sem sua permissão.

5. **Cautela com Informações Sensíveis**

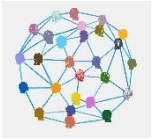
- Ao fornecer dados financeiros, como informações de cartão de crédito, confira se a plataforma utiliza gateways de pagamento confiáveis e apresenta certificados de segurança, como o HTTPS.
- Prefira plataformas que ofereçam a opção de pagamento por intermediários seguros, reduzindo o risco de exposição direta de seus dados.

6. **Exercício de Direitos**

- Utilize os canais disponibilizados pela empresa para exercer seus direitos, como solicitação de exclusão de dados ou revogação do consentimento.
- Caso a empresa não ofereça essas opções de forma acessível, questione e exija conformidade com as boas práticas e com a LGPD.

7. **Compartilhamento com Grandes Corporações e Grupos Econômicos**

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS



- Em situações em que seus dados são compartilhados dentro de um grupo econômico ou com parceiros, avalie se essa prática está detalhadamente explicada e se há a possibilidade de optar por não participar.
- O compartilhamento deve ser transparente, respeitar as finalidades específicas e oferecer controle ao titular.

8. **Cuidado ao Aceitar Ofertas Publicitárias**

Muitas vezes, consentimentos para envio de publicidade são apresentados junto a outros serviços. Avalie se o consentimento está destacado e se você realmente deseja receber esse tipo de material.

- Lembre-se de que a revogação desse consentimento deve ser simples e rápida.

9. **Educação e Consciência Digital**

- Familiarize-se com seus direitos previstos na LGPD e com boas práticas digitais para evitar compartilhar informações desnecessárias.
- O conhecimento sobre como seus dados são utilizados é a principal ferramenta para proteger sua privacidade.

11.11. CONCLUSÃO FINAL

A proteção de dados no ecossistema da hotelaria e turismo é uma responsabilidade coletiva que exige compromisso e atenção contínuos de todos os agentes de tratamento envolvidos.

Com as diretrizes certas e o engajamento de todos, é possível transformar as exigências da LGPD em um diferencial competitivo, promovendo uma experiência de viagem segura, respeitosa e transparente para os consumidores.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

GLOSSÁRIO DE TERMOS DE HOTELARIA

A

- **Allotment**: Bloqueio de uma quantidade específica de Unidades Habitacionais (UH) para venda por um operador. Geralmente estabelecido por contrato com o hotel, especifica quantidades, preços, prazos de validade, etc. Requer controle adicional, funcionando como um "sub-hotel" dentro do hotel.
- **Amenidades**: Produtos e serviços adicionais fornecidos para o conforto dos hóspedes, como kits de higiene, cafeteiras, secadores de cabelo e roupões.

B

- **Back Office**: Área administrativa onde são realizadas atividades de apoio, como contabilidade, recursos humanos e TI.
- **Benchmarking**: Processo de comparação de desempenho do hotel com concorrentes, analisando taxas de ocupação, tarifas e avaliações dos hóspedes.
- **Boutique Hotel**: Hotel pequeno e geralmente independente, com design único e serviços personalizados, voltado para experiências exclusivas.

C

- **Cash**: Pagamento em dinheiro.
- **Check-in**: Entrada do hóspede com reserva no hotel.
- **Check-out**: Saída do hóspede e encerramento da conta.
- **Cliente**: Geralmente se refere a uma pessoa jurídica (como agência de viagens ou empresa) que compra hospedagem ou serviços no hotel para seus clientes ou funcionários.
- **Concierge**: Profissional responsável por auxiliar hóspedes com reservas de restaurantes, transporte e outras necessidades pessoais.
- **Contrato**: Acordo formal entre o hotel e o cliente, que estabelece tarifas, validade, descontos, entre outros termos de venda.
- **Cut-off**: Data-limite de venda para um contrato de Allotment. Após essa data, o cliente deve devolver ao hotel as unidades não comercializadas.

D

- **Day Use**: Uso do quarto e instalações do hotel sem pernoite; entrada e saída no mesmo dia.
- **Deadline**: Data-limite para confirmação de uma reserva.

E

- **Early Check-in**: Entrada do hóspede antes do horário previsto de check-in.
- **Exclusão de Tarifas**: Acordo que impede certas tarifas de serem oferecidas em canais de terceiros, como OTAs.

F

- **Folio**: Conta do hóspede no hotel.
- **Forecast**: Previsão de ocupação ou disponibilidade em uma data específica ou período.
- **Front Office**: Área de atendimento direto ao hóspede, responsável pelo check-in, check-out e suporte durante a estadia.

G

- **Global Distribution System (GDS)**: Plataforma que conecta hotéis, companhias aéreas e agências de viagens, permitindo reservas em tempo real.
- **Guest Profile**: Dados e preferências do hóspede armazenados para personalizar o atendimento e melhorar futuras estadias.

H

- **Housekeeping (Governança/Limpeza)**: Departamento responsável pela limpeza, organização dos quartos e manutenção das áreas comuns.
- **Hostel**: Tipo de hospedagem econômica com quartos compartilhados e áreas sociais comuns, voltada principalmente para jovens e mochileiros.

L

- **Late Charge**: Cobrança de débitos adicionais após o check-out do hóspede.
- **Late Check-out**: Saída do hóspede após o horário padrão de check-out, podendo haver taxa adicional.
- **Lay Over**: Estadia temporária de tripulações no hotel devido a atrasos ou cancelamentos de voos.

INPD INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

- **Loyalty Program (Programa de Fidelidade)**: Programa de benefícios para hóspedes frequentes, incentivando a fidelidade ao hotel ou rede.

M

- **Master Folio**: Conta principal, geralmente utilizada para grupos ou reservas associadas.
- **Meal Plan (Plano de Refeições)**: Tipo de refeição incluída na tarifa, como café da manhã, meia pensão (café e uma refeição) ou pensão completa (todas as refeições).

N

- **No-Show**: Situação em que o hóspede não comparece ao hotel na data de reserva, sem cancelamento prévio.
- **Non-Refundable (Não Reembolsável)**: Tarifa com desconto, mas sem possibilidade de cancelamento ou reembolso.

O

- **Occupancy Rate (Taxa de Ocupação)**: Percentual de quartos ocupados em relação ao total disponível.
- **Overbooking**: Prática de aceitar reservas acima da capacidade total para compensar possíveis cancelamentos.
- **Operator (Operador)**: Agente de viagens de grande porte que compra allotments para revender.

P

- **Paid Out**: Saída de dinheiro do caixa do hotel, creditada na conta do hóspede.
- **PAX**: Termo utilizado para referir-se a um hóspede.
- **PDV (Ponto de Venda)**: Refere-se aos locais de venda dentro do hotel, como restaurantes, bares e room-service.
- **Pensões**: Tipo de refeição incluída na diária, como Meia Pensão (café e uma refeição) e Pensão Completa (todas as refeições).
- **Property Management System (PMS)**: Sistema de gestão hoteleira que centraliza reservas, contas, limpeza e manutenção.

R

- **Rack Rate**: Tarifa padrão do hotel, geralmente a mais alta.
- **Rooming List**: Lista com os dados dos hóspedes, frequentemente usada para grupos.
- **Room Service**: Serviço de alimentos e bebidas entregue no quarto.

S

- **Single Occupancy (Ocupação Individual)**: Quarto ocupado por uma única pessoa.
- **Spa & Wellness**: Serviços de bem-estar, como tratamentos de spa, academia e atividades de relaxamento.
- **Stand-by**: UH disponível para venda, mas temporariamente bloqueada devido à baixa ocupação.
- **Stop Over**: Estadia temporária de passageiros devido a adiamentos de voo.

T

- **Tarifa Net**: Tarifa na qual já foi descontada a comissão do agente.
- **Tipo de UH**: Categoria da Unidade Habitacional, como luxo, standard ou suíte.
- **Transient Guest**: Hóspede com estadia curta e não recorrente, em contraste com hóspedes de longo prazo.

U

- **UH (Unidade Habitacional)**: Termo genérico para designar apartamento, suíte ou quarto.
- **Upgrade**: Concessão de uma acomodação superior ao hóspede, sem custo adicional.
- **Upselling**: Venda de uma acomodação superior com custo adicional ao hóspede.

V

- **VIP Guest (Hóspede VIP)**: Hóspede especial que recebe atendimento personalizado e benefícios adicionais.
- **Voucher**: Documento que confirma uma reserva, incluindo pré-pagamento.

W

- **Wait List**: Lista de espera para hóspedes que desejam uma reserva em datas ou tipos de quartos específicos.
- **Walk-In**: Hóspede que chega sem reserva e solicita acomodação no momento.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 2 nov. 2024.

AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS. Guia orientativo para agentes de tratamento de pequeno porte. Brasília: ANPD, 2022. Disponível em: https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/guia-orientativo-agentes-de-tratamento-de-pequeno-porte. Acesso em: 2 nov. 2024.

UNIAO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho de 27 de abril de 2016. Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR). Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679. Acesso em: 2 nov. 2024.

BOOKING.COM. Política de Privacidade. Disponível em: https://www.booking.com/content/privacy.pt-br.html. Acesso em: 2 nov. 2024.

EXPEDIA GROUP. Política de Privacidade. Disponível em: https://www.expedia.com.br/lp/lg-privacy. Acesso em: 2 nov. 2024.

DECOLAR.COM. Política de Privacidade. Disponível em: https://www.decolar.com/br/pt/privacy-policy. Acesso em: 2 nov. 2024.

TRIPADVISOR. Política de Privacidade e Cookies. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/PrivacyCenter. Acesso em: 2 nov. 2024.

KAYAK. Relatório de Tendências de Viagem 2023 – KAYAK. Disponível em: https://www.kayak.com.br/c/trends/travel-trends-2023/. Acesso em: 2 nov. 2024.

DATAREPORTAL. Digital 2023: Brazil. Disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil. Acesso em: 2 nov. 2024.

ROTENBERG, M.; SCHWARTZ, P. M.; SELINGER, J. Privacy Law Fundamentals. 6. ed. Berkeley: IAPP, 2022.

WRIGHT, D.; RAAB, C. Data Protection and Privacy: International Perspectives. Cham: Springer, 2020.

INPD
INSTITUTO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

REFERÊNCIAS TABELAS

Tabela 1 – Tipos de Plataforma – Adaptação dos Autores, fonte: SiteMinder
Tabela 2 – Características Principais GDS - Autores
Tabela 3 – Diferenças GDS / OTAs - Autores
Tabela 4 – Motores de Reservas - Autores

REFERÊNCIAS FIGURAS

Figura 1 – Merchant Model – Adaptação dos Autores – Fonte: Explore Informed - Youtube Channel, disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=1NF0uC84-gM&ab_channel=ExploreInformed>
Figura 2 – Agency Model – Adaptação dos Autores – Fonte: Explore Informed Channel disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=1NF0uC84-gM&ab_channel=ExploreInformed>
Figura 3 – OTAs e a Hotelaria - Autores
Figura 4 - Exemplo de Sistema GDS e Integração - Autores
Figura 5 – Recorte Ficha Nacional de Registro de Hóspedes – Fonte: Ministério do Turismo.
Figura 6 – Avaliação de conformidade de Fornecedores – criação autores
Figura 7 – Quem é quem no contexto – criação autores

Ícones ou Figuras Gerais – Obtidas do Banco de Imagens do Microsoft Office 365 e/ou licenciado *Creative Commons* em CC BY-NC-ND