

Enciclopédia do Viajante

Vol. 2: Redes de Hotéis



SETTEE

Enciclopédia do Viajante

Vol. 2: Redes de Hotéis

Editora e Tradutora da Versão em Português:

Settee International LLC

2880W Oakland Park Blvd

Suite 225C

Oakland Park, FL, 33311

United States

Autor: Niclas Maas

©2023 Settee International LLC

<https://settee.io>

info@settee.io

Todos os direitos reservados, especialmente o direito de reprodução e divulgação, assim como o direito de tradução. Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida de qualquer forma ou por qualquer meio, eletrônico, fotocopiador ou outro, sem a prévia autorização por escrito do autor.

Isenção de responsabilidade: Os autores não têm nenhuma relação com nenhuma das jurisdições apresentadas. Nenhuma listagem de nenhum país deve ser tomada como recomendação. Todas as informações do livro são derivadas de pesquisas públicas, contatos governamentais ou conhecimentos privados de especialistas da indústria.

Todas as informações contidas neste guia são sem garantia. Os links de afiliados referem-se apenas aos livros recomendados para leitura posterior.

*À minha esposa,
que é minha mais valiosa companheira,
inspiradora, apoiadora, crítica e ajudante.*

Índice

Índice	2
I. Prefácio do autor	6
II. Programas de Hoteis: Informações Gerais.....	8
1. Estrutura geral dos programas hoteleiros	8
2. Seleção de redes e programas hoteleiros.....	10
3. Reservar diretamente com as redes hoteleiras ou através de portais de reservas?	14
4. O que avaliar nos programas	17
III. Marriott e Marriott Bonvoy	21
1. Marcas da Marriott International.....	22
2. Pontos de recompensa e opções para ganhá-los	24
3. Resgatando pontos de recompensa	27
4. Níveis de status Bonvoy.....	33
5. Garantia de melhor tarifa e preços promocionais da Marriott.....	39
6. Programa Marriott Bonvoy Business Ready para pequenas e médias empresas	41
7. Conclusões.....	42
IV. Hilton e Hilton Honors	45
1. Marcas da Hilton Worldwide.....	46
2. Pontos de recompensa e opções para ganhá-los	47
3. Resgatando pontos de recompensa	49
4. Níveis de status do Hilton Honors	54
5. Hilton Honors e promoções oferecidas.....	61
6. Conclusões.....	63
V. Wyndham e Wyndham Rewards.....	65

1.	Marcas dentro da Wyndham.....	66
2.	Pontos de recompensa e opções para ganhá-los	68
3.	Resgatando pontos de recompensa	70
4.	Níveis de status do Wyndham Rewards.....	73
5.	Garantia de melhor preço e promoções do Wyndham Rewards ..	78
6.	Programa Wyndham Business.....	79
7.	Conclusões.....	80
VI.	IHG e IHG One Rewards	82
1.	Marcas dentro do Grupo IHG.....	83
2.	Pontos de recompensa e opções para ganhá-los	84
3.	Resgatando pontos de recompensa	87
4.	Níveis de status do IHG One Rewards	95
5.	Garantia de melhor preço (BPG) e promoções do IHG One Rewards	102
6.	IGH Business Edge	103
7.	Conclusões.....	104
VII.	Accor Group e ALL – Accor Live Limitless	106
1.	Marcas do Grupo Accor.....	107
2.	Pontos de recompensa e opções para ganhá-los	109
3.	Resgatando pontos de recompensa	116
4.	Níveis de status ALL (Accor Live Limitless).....	118
5.	Garantia de melhor preço e promoções Accor Live Limitless	123
6.	Programas empresariais da Accor para pequenas e médias empresas	124
7.	Conclusões.....	127
VIII.	Best Western e Best Western Rewars	129

1.	Marcas dentro do Best Western Hotels Group.....	131
2.	Pontos de recompensa e opções para ganhá-los	132
3.	Resgatando pontos de recompensa	133
4.	Níveis de status do Best Western Rewards.....	136
5.	Best Western e promoções de pontos.....	139
6.	Programa Best Western Business Advantage	140
7.	Conclusões.....	141
IX.	Choice Hotels, Radisson Hotels Americas e Choice Privileges	142
1.	Marcas dentro da Choice Hotels.....	144
2.	Pontos de recompensa e opções para ganhá-los	146
3.	Resgatando pontos de recompensa	148
4.	Níveis de status do Choice Privileges	150
5.	Garantia de preço mais baixo do Choice Privileges	152
6.	Programa de negócios Choice Hotels	153
7.	Conclusões.....	154
X.	Comparação dos sete programas e avaliação de benefícios	155
1.	Categorias de comparação selecionadas	157
2.	Ganhando pontos.....	159
3.	Número de quartos reservados simultaneamente permitidos para créditos de pontos	160
4.	Compra de pontos.....	162
5.	Acúmulo de milhas e pontos de uma só vez	165
6.	Validade de pontos e facilidade de extensão	166
7.	Pontos para organizadores de eventos	167
8.	Garantia de preço	169
9.	Atingindo níveis de status	171

10.	Alcançando benefícios com economias monetárias reais	175
11.	Alcançar benefícios sem economias monetárias significativas ...	178
12.	Status vitalício e apresentar status.....	181
13.	Resumo dos resultados da avaliação.....	183
XI.	Palavras finais	186

I. Prefácio do autor

Desde que escrevi meu primeiro livro sobre viagens em 2016, muita coisa mudou na indústria de viagens (como falência, fusões, mudanças nas associações de redes e programas de hotéis).

As mudanças são tão significativas que o livro anterior agora está praticamente obsoleto. Além disso, foi escrito em alemão e, como resultado, a comunidade de língua inglesa foi excluída.

A intenção deste livro é atualizar as informações, torná-las ainda mais abrangentes e, ao mesmo tempo, adaptá-las amplamente para todos aqueles que preferem ler em inglês.

Na verdade, você tem em mãos um livro totalmente retrabalhado, com análises mais complexas, e muito mais informações e detalhes muito mais profundos do que o anterior.

Pela quantidade de informações, resolvi dividi-lo em diferentes volumes, tratando cada um como um tópico separado, ou seja:

- Volume I – Programas de Companhias Aéreas
- Volume II – Programas de Hotéis

Mas você deve se lembrar que esta edição dá uma visão da situação **atual**. As mudanças continuam acontecendo.

Para cobrir as necessidades do público em muitos países diferentes, pulei tópicos locais, alguns dos quais abordei no livro anterior. Além das companhias aéreas e hotéis, existem locadoras de veículos locais e empresas de trens que oferecem milhas, pontos ou programas de associação interessantes, que podem ser atraentes para os viajantes locais.

No entanto, eles não são mencionados aqui devido à magnitude dos países e programas locais. Além disso, em alguns países, como a Alemanha, existem programas de consumo muito abrangentes, como o Payback, que podem ser fortemente vinculados a programas de companhias aéreas

locais, hotéis, aluguel de carros ou trens, aumentando assim o valor dos programas apropriados naquele país, mesmo que em nível global esses programas possam ser superados por outros.

A visão geral apresentada neste livro fornecerá a você alguns princípios para te guiar e a orientação – embora já muito abrangente – nos programas pessoais das mais importantes redes hoteleiras.

No entanto, dependendo da sua configuração (nômade digital ou morando em um determinado país, empresa registrada ou freelancer, países visitados com mais frequência ou redes preferidas), pode valer a pena aprofundar o assunto para definir as melhores opções para você pessoalmente.

Isso pode ser feito em uma consulta pessoal, que pelo valor adicional que você receberá, vale um valor de 5 a 7 dígitos em dólares que você pode economizar durante suas viagens. Claro, isso depende da frequência de suas viagens, duração de suas estadias habituais e destinos. No entanto, custa apenas uma fração do valor potencial de economia.

Apesar de uma pesquisa cuidadosa, certos detalhes podem não estar acessíveis nos sites públicos durante as fases de pesquisa e redação do livro e, em geral, as condições dos programas podem mudar a qualquer momento. Em caso de constatação de discrepâncias, alterações ou informações adicionais, o leitor e as redes hoteleiras são convidados a fornecer as informações atualizadas, para que possam ser incorporadas à próxima edição do livro.

Desejo-lhes uma leitura agradável e informativa.

Niclas Maas

Janeiro de 2023

II. Programas de Hoteis: Informações Gerais

1. Estrutura geral dos programas hoteleiros

Anos atrás, a maioria dos programas hoteleiros era estruturada de forma semelhante e fácil de entender.

Havia pontos (geralmente 10 pontos por USD gasto), que podiam ser usados para noites gratuitas (geralmente com base na tabela de noites recompensa com o número de pontos necessários, dependendo da classificação do hotel – luxo, alto-nível, econômico, etc. – e da diferenciação entre alta ou baixa temporada), e havia dois ou três níveis de status para honrar os clientes mais fiéis.

As principais classificações de hotéis são, por ordem de preço e qualidade:

- Luxury – de Luxo
- Premium/Upscale – de alto padrão
- Midscale – de médio padrão
- Select – selecionados
- Budget – econômicos

Nesse ínterim, os maiores players do mercado hoteleiro revisaram seus programas.

Às vezes, houve apenas pequenas mudanças nos serviços oferecidos (como cancelamento do double dipping com Hilton HHonors e sua renomeação para Hilton Honors), mas também houve ajustes significativos; seja reconstruindo totalmente seu próprio programa ou estabelecendo um completamente novo devido a fusões, como a Marriott após ter adquirido a Starwood, por exemplo.

Isso está dificultando a comparação de diferentes programas, pois os créditos de pontos nem sempre são idênticos. Os níveis de status variam de dois a cinco com benefícios muito diferentes. Alguns dos programas nem mesmo oferecem noites gratuitas para pontos ganhos, mas oferecem experiências locais.

Da mesma forma, aqueles que oferecem noites gratuitas nem sempre usam tabelas predefinidas com o número necessário de pontos, mas mudam para um número flexível de pontos por noite de recompensa, o que significa que o preço de uma noite gratuita em pontos de recompensa pode variar significativamente dependendo, por exemplo, na capacidade restante de quartos do hotel.

Identificar pontos fortes nos programas torna-se cada vez mais complicado.

A qualificação do status acontece de diferentes formas:

- através de um número predefinido de noites,
- através de determinado número de estadias (Uma estadia é um número consecutivo de noites no mesmo hotel. Check-out e check-in no mesmo dia no mesmo hotel não aumenta o número de estadias, pois as noites continuarão a ser consecutivas e ininterruptas.), ou
- através de pontos de qualificação.

Certas redes permitem a qualificação pelas três vias (o que for mais rápido), enquanto outras fazem a qualificação apenas com base em dois ou até mesmo em um critério.

Apesar de todas essas mudanças e diferenças, neste livro você encontrará um panorama dos maiores, mais interessantes e vantajosos programas hoteleiros existentes no mercado atualmente.

Antes de proceder a uma análise profunda dos programas hoteleiros, é necessário selecionar as redes hoteleiras adequadas. Este será o tema de discussão no próximo capítulo.

2. Seleção de redes e programas hoteleiros

Atualmente, existem mais de 80 redes hoteleiras diferentes no mundo. Analisar todas elas não faria sentido, pois a maioria é extremamente local ou pequena e não traria benefícios para o círculo maior de leitores, aumentando desproporcionalmente o volume do livro ao mesmo tempo.

No final, apenas uma pequena fração dos leitores poderia se beneficiar de uma grande rede hoteleira com mais de 1000 hotéis, se todos eles estiverem localizados em apenas um ou dois países.

E mesmo que uma rede hoteleira esteja presente em 90 países, mas opere apenas 400 hotéis luxuosos em todo o mundo (nem mesmo cinco hotéis por país em média), isso não seria realmente útil para a maioria dos leitores.

Assim, foi necessário identificar certos critérios e limites para uma seleção de redes hoteleiras e seus programas que pudessem ser igualmente interessantes para leitores em diferentes países com diferentes comportamentos de viagem.

Eu defini os seguintes critérios para a seleção da rede hoteleira neste livro:

- presença em pelo menos 40 países e
- manter pelo menos 4000 hotéis em todo o mundo (mesmo que esses hotéis fossem operados com marcas diferentes, mas pelo menos pertenceriam à mesma rede/programa, aumentando a cobertura e os benefícios).

Sete redes hoteleiras atendem a esses critérios em dezembro de 2022 (os números são aproximados, pois todas as redes hoteleiras continuam se desenvolvendo, expandindo para novos países e abrindo novos hotéis):

Rede de hotéis	Número de países	Número de hotéis no mundo	Número de quartos em todo o mundo
----------------	------------------	---------------------------	-----------------------------------

Marriott	139	7989	1.480.000
Hilton	118	6200	980.000
IHG	100	5700	880.000
Accor	100	4800	700.000
Wyndham	95	8900	830.000
Best Western	90	4700	400.000
Choice Hotels	41	7100	600.000

Fig. 1: Redes hoteleiras cumprindo os requisitos definidos

O leitor pode perder algumas redes conhecidas aqui, mas elas não correspondem totalmente aos requisitos definidos, como (como exemplo):

- **Radisson** está presente em 115 países, mas possui apenas 1.100 hotéis. Além disso, em 2022, pouco mais de 600 hotéis Radisson nas Américas foram adquiridos pela Choice Hotels (sem integrar os hotéis Radisson afetados ao programa de privilégios Choice).
 - Os hotéis Radisson no resto do mundo continuam sendo entidades independentes com menos de 500 propriedades.
 - O programa de fidelidade do Radisson é dividido em duas regiões distintas: as Américas têm seu próprio programa, enquanto o resto do mundo (Europa, Ásia-Pacífico, África) tem seu próprio programa.
 - As conquistas em um programa não contam para o outro programa. Isso significa que, ao participar de ambos os programas, você teria ainda menos opções de ganhos para cada um dos programas do que os 1100 hotéis totalmente mencionados.
- **A Hyatt** está presente em 70 países com apenas 1150 hotéis.
- **A Meliá** está presente em apenas 41 países em abrangência e apenas 374 hotéis.

Além das redes hoteleiras, existem os conhecidos programas de hotéis independentes, nos quais participam diferentes redes hoteleiras menores, como GHA (Global Hotel Alliance) ou The LHW (The Leading Hotels of the World).

Ainda que as marcas reunidas nestes programas sejam renomadas e famosas e representem verdadeiras lendas hoteleiras, como Kempinski, Anantara, Marco Polo, Nikki Beach, Pan Pacific, Viceroy, etc., no total cerca de 40 marcas de luxo independentes na GHA, ou hotéis no The LHW (exemplos: Hotel Adlon Berlin, The Dolder Grand Zurich, Burj Al Arab Dubai, etc.), eles não atendem (ainda) aos critérios acima mencionados: cerca de 800 hotéis em todo o mundo participam do GHA e apenas cerca de 400 no The LHW.

Esses programas visam a exclusividade e não as viagens em massa. Ao mesmo tempo, torna-os menos atrativos para quem viaja muito pelo mundo. Nesse caso, eles poderiam se qualificar apenas como uma espécie de segunda opção para destinos onde os hotéis participantes estão presentes.

As sete redes hoteleiras selecionadas cobrem cerca de 1/4 dos hotéis mundiais, mais de 1/3 dos quartos de hotel disponíveis em todo o mundo e estão presentes em mais de 140 países no total.

Os capítulos de cada programa são estruturados da mesma forma: uma breve apresentação da rede hoteleira e do programa é seguida da listagem das marcas participantes. Em seguida, você aprenderá sobre as diferentes maneiras de ganhar pontos de recompensa dentro do programa e como usá-los.

Depois disso, veremos os níveis de status de cada programa, como você pode se qualificar e quais atalhos existem para alcançar os níveis de status.

Se a rede hoteleira oferecer programas de negócios dedicados a pequenas e médias empresas, isso será mencionado logo após a seção dedicada à garantia de melhores preços e promoções.

No final do capítulo, fazemos algumas conclusões finais sobre o programa.

Depois de analisar cada programa individual, compararei os programas com base nos critérios e categorias selecionados para definir qual deles tem melhor desempenho em qual categoria. Essa abordagem cria a base para a classificação total dos programas no final do livro.

3. Reservar diretamente com as redes hoteleiras ou através de portais de reservas?

Esta questão aparece com frequência em diferentes fóruns de viagens. Existem prós e contras para cada opção. Ao falarmos sobre programas de fidelidade de hotéis neste livro, é inevitável que também mencionemos este aspecto.

Qual é a vantagem evidente de diferentes portais de reservas? Você pode ver todos os hotéis e quartos disponíveis na área para onde pretende ir ao mesmo tempo e pode fazer sua escolha facilmente, especialmente se for principalmente sobre o preço do quarto. Alguns dos portais de reservas até criaram seus próprios programas de fidelidade de clientes para atrair mais clientes.

Os benefícios dos portais de reserva superam os benefícios dos programas de fidelidade do hotel? No final, é uma decisão individual. No entanto, até o momento, nenhum desses portais de reservas oferece programas de fidelidade com benefícios semelhantes ou melhores do que as redes de hotéis selecionadas.

Sem esquecer que a maioria das redes hoteleiras oferecem tarifas exclusivas para membros com descontos de até 10% em relação às tarifas disponíveis publicamente. Mesmo o preço potencialmente mais baixo no portal de reservas ainda pode ser superado se você reservar diretamente pela rede de hotéis. Isso pode acontecer se a rede hoteleira oferecer a garantia de preço.

Dependendo da rede hoteleira, se você reservar um quarto diretamente com eles e encontrar o mesmo tipo de quarto para as mesmas datas mais barato em outro lugar, você pode registrar a reclamação de garantia de preço e o serviço de atendimento ao cliente combinará rapidamente o preço mais barato e até fornecerá a você com desconto adicional – até 25% menos este preço mais barato.

Essas estadias ainda contam para o seu nível de status elite no programa de fidelidade do hotel, com todos os benefícios que um portal de reservas nunca seria capaz de oferecer.

Para cada programa de fidelidade hoteleiro selecionado neste livro, também verifico a possibilidade de reclamações de garantia de preço e mostro como funcionam em cada programa.

Além da garantia de preço, muitas redes hoteleiras realizam regularmente promoções em que você pode reservar quartos usando os códigos promocionais comunicados (é melhor se registrar para receber boletins informativos das redes hoteleiras escolhidas) e pode economizar até 50% da tarifa padrão do quarto.

Os hotéis frequentemente oferecem promoções de compra de pontos que permitem obter o dobro de pontos de recompensa (ou até mais) pelo preço padrão de compra de pontos.

Também existem promoções com créditos de pontos de recompensa adicionais (seja um número fixo de pontos de recompensa adicionais por noite ou por estadia, ou uma porcentagem dos pontos de recompensa regulares que serão creditados em sua conta).

Às vezes você pode dobrar e até triplicar seus pontos de recompensa pela estadia através da participação em tais promoções.

Sem esquecer que muitos hotéis não reconhecem as noites ou estadias reservadas através de portais de reservas para os pontos de recompensa ou reconhecimento de status.

Em outras palavras, você não ganha nenhum ponto de recompensa e não se qualifica para um status elite dentro do programa do hotel se sua reserva for feita fora do sistema interno de reservas do hotel.

Eu recomendaria usar portais de reserva para fins de verificação e comparar as opções de reserva com os preços diretos do hotel ou promoções em execução ao mesmo tempo.

Você consegue encontrar um preço mais barato no portal de reservas e a rede hoteleira selecionada oferece a garantia de preço? Então você tem seu bilhete de loteria para uma estadia ainda mais barata reservando diretamente com a rede de hotéis e preenchendo a reclamação de garantia de preço.

Mesmo que não haja diferença de preço, recomendo que você reserve diretamente com as redes hoteleiras para avançar com seu nível de status elite e manter sua conta de pontos de recompensa. Mas, novamente, é uma decisão individual.

4. O que avaliar nos programas

Assim como no volume sobre companhias aéreas, é importante identificar os pontos mais importantes a serem verificados para comparação de programas.

Nos programas de hotel, temos também duas áreas: pontos de recompensa e níveis de status.

Para os pontos de recompensa, verificações importantes seriam:

- Por quanto tempo os pontos são válidos?
- Como eles podem ser estendidos?
- É possível combinar o programa de hotel e o programa de companhia aérea de forma que pontos e milhas sejam acumulados ao mesmo tempo?
- Quantos pontos são necessários para uma estadia gratuita (em hotel econômico, médio-padrão, alto-padrão e de luxo)?
- Existem opções para comprar pontos adicionais?
- Existem opções para pontos e pagamentos em dinheiro?
- Para quantos quartos de uma vez você pode obter pontos de recompensa creditados em sua conta e quais são as condições para isso?

Para aqueles de vocês que leram o primeiro volume sobre companhias aéreas e agora estão procurando o item de pooling de pontos (como o pooling de milhas), devo desapontá-lo aqui: não há pooling de pontos nos programas de hotel. Ainda não. Todo mundo ganha seus próprios pontos. Mas, em alguns programas, você pode enviar seus pontos para outros membros.

Ou você pode ganhar pontos por vários quartos se eles forem pagos de uma só vez por você.

Há apenas uma pequena exceção no programa Hilton Honors, mas isso não é realmente um pooling: você pode criar um pooling de até 10 pessoas,

e o proprietário do pool pode obter até 500.000 pontos anualmente de cada um, mas não mais que 2.000. 000 pontos por ano no total.

Lembre-se de que esta é uma transferência unidirecional e só pode ser usada pelo proprietário da pool.

Dica importante: pode acontecer que, devido às circunstâncias, você tenha que se hospedar em um hotel que não oferece um programa interessante para sua situação individual. Por exemplo, você precisa viajar para uma cidade onde seus hotéis e programas preferidos não estão disponíveis.

Para aproveitar ao máximo sua estadia, verifique antes da reserva (ou pergunte na recepção durante o check-in), em quais programas de companhias aéreas eles podem creditar milhas para sua estadia. A maioria dos hotéis oferece, junto com os créditos de pontos em seus próprios programas, créditos de milhas em programas de fidelidade de companhias aéreas selecionadas.

Além disso, em seu programa de fidelidade de hotel preferido, você pode selecionar se prefere ganhar pontos de recompensa em seu programa de hotel ou milhas de recompensa em seu programa de companhia aérea.

Ganhar os dois ao mesmo tempo não funciona mais com tanta facilidade: o único programa que oferecia o chamado “double dipping” incondicionalmente era o Hilton HHonors (hoje: Hilton Honors).

Infelizmente, durante uma das últimas atualizações do programa, há alguns anos, essa opção foi removida. Mas ainda tem a possibilidade de escolher entre pontos de recompensa ou milhas de recompensa.

A experiência mostra que, se você se hospeda com frequência em determinadas redes hoteleiras, faz mais sentido acumular pontos no programa hoteleiro.