

MATERIAL GRATUITO · TURISMO

Manual Antifraude para o Turismo

Práticas de prevenção a fraudes no atendimento e nas vendas de turismo, pra proteger a sua agência e os seus clientes.

Venda consultiva

Cartão, Pix e terceiros

Contrato digital

Sinais de alerta

Checklist da emissão

Pilar humano

Pilar financeiro

Pilar jurídico

Por Rafa Telaaroli

Carretel mídia · carretelmídia.com

01 Glossário: termos que você precisa conhecer

Antes das estratégias, o vocabulário. Com os termos certos, a equipe identifica risco mais rápido e fala a mesma língua na hora do atendimento. Estes são os conceitos usados ao longo do manual.

Chargeback

Contestação de uma compra feita pelo titular do cartão junto ao banco emissor. Pode resultar no estorno do valor direto da agência, mesmo depois do serviço prestado.

KYC (Know Your Customer)

Validação da identidade e do perfil do cliente antes de concluir a venda. No turismo, é conferir se o perfil da pessoa faz sentido com a compra que ela está fazendo.

Assinatura eletrônica

Forma juridicamente válida de formalizar contratos no digital, com rastreio de IP, e-mail e CPF. Bem mais segura do que um aceite por WhatsApp.

3D Secure (3DS)

Protocolo de autenticação que exige a confirmação da compra pelo cliente no aplicativo do próprio banco. Com ele, a responsabilidade pela fraude passa do lojista pro banco emissor.

Golpe da triangulação

O golpista usa um terceiro inocente como intermediário do pagamento: a vítima paga por algo falso, e o criminoso aproveita o serviço real.

Fraude amiga

O próprio titular do cartão faz a compra e depois contesta a cobrança, alegando que não reconhece a transação. Uma das fraudes mais difíceis de provar.

02 Pra quem serve este manual?

Este material foi feito pra quem está na linha de frente das vendas e do atendimento em agências de viagens, plataformas de reservas, operadoras de turismo e receptivos. Se você negocia direto com o cliente, processa pagamentos ou aprova a emissão de vouchers e passagens, ele é pra você.

O turismo movimenta bilhões por ano e atrai fraudador que conhece o setor. E tem uma característica própria: o serviço é prestado antes de o chargeback aparecer, ou junto com ele. Quando a fraude é descoberta, o dinheiro e o serviço já foram entregues. O prejuízo é total.

Quem deve ler

- Agentes de viagem e consultores de vendas
- Responsáveis pelo processamento de pagamentos
- Supervisores e líderes de atendimento
- Donos de agências independentes
- Equipes de operadoras e receptivos

O que você ganha

Com as práticas deste manual, a sua equipe passa a reconhecer comportamento suspeito antes do fechamento e a vender com contrato e pagamento que seguram numa disputa, sem tratar cliente legítimo como suspeito.

03 O que vamos abordar

O manual é organizado em cinco pilares, e cada um cobre um momento da venda. Não precisa aplicar tudo de uma vez: comece pelo que faz mais sentido pra sua operação hoje.

1 Pilar humano

Venda consultiva como filtro antifraude

2 Pilar financeiro

Regras pra cartão, Pix e pagamento de terceiros

3 Pilar jurídico

Contratos digitais que protegem a agência

4 Sinais de alerta

Comportamentos que a equipe precisa reconhecer na hora

5 Checklist operacional

Fluxo seguro do atendimento à emissão

04 O tamanho do problema

Fraude no turismo acontece todo dia, em agências de todos os tamanhos, e o prejuízo vai muito além do valor da transação: tem o custo de brigar com chargeback e disputa com operadora e emissor de cartão, o desgaste da equipe e o arranhão na reputação da agência.

1 em 3

brasileiros sofreu golpe na internet com prejuízo

56 milhões de vítimas em 12 meses (jul/2024 a jun/2025). Só com Pix e boleto falsos foram R\$ 28,8 bilhões; com cartão de crédito, R\$ 22,8 bilhões.

Fonte: Fórum Brasileiro de Segurança Pública e Datafolha, Pesquisa de vitimização 2025

1 a cada 2,2 s 29x

é o ritmo das tentativas de fraude no Brasil

10,9 milhões de tentativas de janeiro a setembro de 2025, alta de 28,6% sobre o mesmo período de 2024. Bancos e cartões concentram 60% delas.

Fonte: Serasa Experian, dez/2025

mais fraude na venda sem o cartão presente

34,5 pontos-base no cartão não presente contra 1,2 na venda presencial, no 3º trimestre de 2025. Link, WhatsApp e telefone são o dia a dia da agência.

Fonte: Abecs, Panorama 3T2025

COMO O GOLPE CHEGA NA AGÊNCIA

Em junho de 2025, agências de São Paulo e do Espírito Santo relataram o mesmo golpe: um "cliente" pede passagens, muitas vezes pra parentes, e paga com cartão clonado. A agência emite, paga a companhia aérea ou a consolidadora, e o chargeback chega depois que parte dos passageiros já voou. Uma das agências perdeu R\$ 47 mil; outra, R\$ 27 mil. O golpista conhecia o mercado: pedia voos específicos e sabia o preço do site.

Fonte: Panrotas, 05/06/2025

A maior parte dessas fraudes dá pra evitar com processo simples, ferramenta que agência pequena paga e um atendimento que faz perguntas. O manual mostra como separar o cliente legítimo do fraudador sem desconfiar de todo mundo.

05 O pilar humano: venda consultiva como filtro

A primeira barreira contra fraude é humana: conhecer a pessoa antes de vender. O fraudador costuma ter duas características: pressa pra fechar e aversão ao contato direto. Ele quer o mínimo de interação possível, porque cada conversa é um risco de exposição.

A venda consultiva, além de boa prática comercial, funciona como filtro antifraude. Quando o atendimento vira uma conversa de verdade sobre o roteiro, as preferências e o perfil do viajante, você cria obstáculos que o fraudador não quer enfrentar.

Golpista tem pressa e foge de contato direto. Uma conversa de verdade já é filtro.

Videochamada ou áudio

Em tickets altos, tire a conversa do texto e leve pra videochamada, ou pelo menos pra áudio. Golpista evita expor a voz e o rosto. Um simples "vamos conversar por vídeo pra eu entender melhor o que você precisa" já filtra boa parte deles.

Validação de coerência (KYC)

Durante o atendimento, faça perguntas abertas e observe a coerência das respostas. O destino combina com o perfil do cliente? A pessoa demonstra conhecimento sobre a viagem ou só quer "o mais caro, o mais rápido"? Pesquise o cliente no LinkedIn e nas redes sociais: ajuda a confirmar que a pessoa existe e tem um padrão de vida compatível com a compra.

06 O pilar financeiro: as regras de pagamento

A maior parte das brechas está no pagamento, e é ali que as regras da agência decidem se a venda entra ou vira prejuízo. Cada meio tem um risco próprio e um jeito próprio de se proteger.

● **Cartão de crédito: o risco do chargeback**

O risco do cartão é o titular contestar a compra meses depois. Nunca digite os dados do cartão manualmente. Use link de pagamento com autenticação 3D Secure (Cielo ou Pagar.me, por exemplo): o cliente confirma no app do banco, e a responsabilidade pelo chargeback por fraude passa pro banco emissor. O 3DS cobre a fraude; desacordo comercial (serviço não prestado, cancelamento) continua com a agência, e aí é o contrato assinado que segura.

● **Pix: atenção ao golpe da triangulação**

Pix não tem estorno fácil. O golpista vende algo falso pra uma vítima, a vítima faz o Pix pra sua agência, e o golpista viaja com o crédito. O Pix precisa vir sempre da conta do contratante. Se vier de CNPJ ou de terceiro, exija confirmação formal por escrito.

● **Cartão de terceiros: só com documento**

Se quem paga não é quem viaja: exija o termo de autorização de débito, selfie do titular com documento e ligue pra confirmar a compra. Com cliente novo, evite fechar viagem "pra amanhã" no cartão. O tempo de análise joga a seu favor.

Regras práticas pra cartão de terceiros

Pagamento com cartão de terceiros é uma das situações de maior risco no atendimento de turismo. É normal pais pagarem a viagem dos filhos ou empresas cobrirem despesas de colaboradores. Só que é exatamente esse cenário que o fraudador explora.

A chave é documentar tudo antes de emitir qualquer serviço.

1

Termo assinado

Termo de autorização de débito assinado pelo titular do cartão.

2

Selfie com documento

Foto do titular segurando o documento de identidade.

3

Confirmação por chamada

Ligação pro titular confirmando valor, destino e datas.

4

Verificação e liberação

Conferência do conjunto e, só então, a emissão.

Cada etapa cria um rastro documental que prova que o titular do cartão sabia da compra e autorizou. Numa contestação futura, essa documentação é a sua principal defesa junto à adquirente e à bandeira. Nunca pule etapas, mesmo quando o cliente parecer confiável.

07 O pilar jurídico: contratos digitais que protegem a agência

Um "ok" no WhatsApp não protege a agência numa disputa. No digital, formalizar o contrato é tão importante quanto o pagamento. Sem contrato válido e rastreável, você fica desprotegido em chargebacks, cancelamentos contestados e disputas com clientes mal-intencionados.

Cláusulas antifraude essenciais

- O serviço só será emitido após compensação bancária e validação cadastral completa.
- O cancelamento por suspeita de fraude pode ocorrer a qualquer momento antes do embarque.
- A documentação solicitada é condição obrigatória para a conclusão da venda.
- O contratante declara ser o legítimo titular do meio de pagamento, ou ter autorização expressa do titular.

A assinatura eletrônica ficou simples e tem validade jurídica no Brasil: a MP 2.200-2/2001 reconhece o documento eletrônico entre particulares, e a Lei nº 14.063/2020 define os níveis de assinatura (simples, avançada e qualificada). Plataformas como ClickSign e ZapSign têm plano que cabe em agência pequena, e o cliente assina em menos de dois minutos.

Por que o WhatsApp não basta?

Mensagem de WhatsApp pode ser editada, apagada ou alegada como "fora de contexto". Um contrato assinado eletronicamente tem registro de IP, data e hora, CPF do signatário e hash do documento: elementos que tornam o aceite muito difícil de contestar num juízo ou numa mediação. Pra contrato de venda, a assinatura avançada, com essa trilha de auditoria, já resolve.

E o próprio processo de assinar um contrato formal inibe o fraudador. Ele raramente topa fornecer CPF real e e-mail rastreável num documento oficial.

08 Sinais de alerta: o que a equipe precisa reconhecer

Treinar o olhar da equipe pra identificar comportamento atípico é uma das ações mais eficazes e mais baratas que uma agência pode adotar. Fraudador segue padrão, e padrão se aprende. A tabela reúne os principais sinais observados na prática do atendimento em turismo, com o risco por trás e a ação recomendada.

COMPORTAMENTO	POR QUE É SUSPEITO?	AÇÃO RECOMENDADA
Muita pressa: "quero viajar amanhã, pago o que for"	O fraudador precisa que o serviço seja emitido antes de a fraude ser detectada. A urgência artificial é tática deliberada.	Exigir pagamento à vista no Pix com comprovante, ou recusar a venda pra cliente novo.
Não discute preço nem pergunta detalhes do roteiro	Cliente legítimo pesquisa, compara e quer entender o que está comprando. Desinteresse total é atípico.	Reforçar a validação de identidade e fazer perguntas abertas sobre a viagem.
Tenta vários cartões que dão erro	Técnica clássica de teste de cartões roubados: o fraudador tenta vários até achar um com saldo.	Parar a venda na hora. Registrar o ocorrido e, se possível, reportar ao sistema antifraude.
E-mail incompatível com o perfil (ex.: dragon.killer99@...)	E-mail descartável ou sem relação com o nome real dificulta o rastreio.	Pedir e-mail corporativo ou conferir a consistência com os outros dados do cadastro.
Compra pra "um amigo" ou "um funcionário" sem envolvê-lo	Permite usar dados de terceiros sem que eles saibam, ou criar distância entre o fraudador e a transação.	Exigir contato direto com o passageiro real antes de avançar.
Pagamento vem de conta ou CPF diferente do contratante	Pode indicar triangulação, ou uma vítima intermediária que fez o Pix sem saber pra quem.	Suspender a emissão e pedir confirmação formal por escrito do remetente.

Dica de treinamento. Use esses cenários em simulação com a equipe, com alguém no papel do golpista. Quem já treinou a cena reage mais rápido quando ela aparece de verdade.

09 Checklist do fluxo seguro: do atendimento à emissão

O checklist abaixo é o fluxo pra qualquer venda de ticket médio ou alto. Conclua cada etapa antes de avançar pra próxima, sem exceção: nem com cliente frequente, e menos ainda quando o pagamento vem por um meio incomum.

1

Atendimento consultivo

Conversa de qualificação de verdade. Entenda o perfil do viajante, o destino, as datas e o contexto da viagem. Em ticket alto, migre pra videochamada. Pesquise o cliente nas redes sociais.

2

Fechamento

Defina com clareza datas, valores, condições de cancelamento e o meio de pagamento. Documente tudo por escrito no sistema da agência antes de avançar.

3

Contrato digital

Envie o contrato por plataforma de assinatura eletrônica (ClickSign, ZapSign ou similar). Ele precisa exigir CPF e e-mail do signatário e trazer as cláusulas antifraude essenciais. Sem contrato assinado, não avança.

4

Pagamento seguro

Pix: confira se o remetente bate exatamente com os dados do contrato. Cartão: envie link com 3DS ativo. Cartão de terceiro: termo de autorização, selfie com documento do titular e ligação de confirmação.

5

Emissão

Só emita vouchers, passagens ou qualquer serviço depois que as etapas 3 e 4 estiverem 100% concluídas e verificadas. Nenhuma exceção por pressão de prazo ou insistência do cliente.

10 Visão geral: os três pilares da proteção

Os três pilares cobrem momentos diferentes da venda. Com os três de pé, o fraudador encontra barreira em cada etapa e, na maioria das vezes, desiste no caminho.

FILTRA NA ENTRADA

Pilar humano

KYC, perfil, venda

PROTEGE NA TRANSAÇÃO

Pilar financeiro

3DS, Pix, prazo

RESGUARDA DEPOIS DA
VENDA

Pilar jurídico

Contrato, assinatura, rastreio

Cada pilar age num momento da venda, e os três juntos deixam a proteção proporcional ao risco de cada operação.

Este material te ajudou?

Se as práticas deste manual fizeram sentido pro seu negócio, você já teve um gostinho do que a gente faz na Carretel mídia. Somos uma content tech focada em turismo: a gente ajuda agências de viagens, operadoras e receptivos a vender mais pelo digital.

O trabalho vai além de conteúdo: a gente cuida também da estratégia e da tecnologia por trás da venda digital, do post que atrai o cliente ao processo que fecha a venda sem susto, com métodos próprios da casa.



Quem faz: o time da Carretel mídia

O que a gente faz pela sua agência

- Estratégia de conteúdo pra atrair clientes qualificados
- Métodos próprios de conteúdo e tráfego pra vender mais, como o DigiFlow
- Materiais educativos e treinamento de equipes
- Presença digital (site, redes e conteúdo) pra agências e operadoras
- Apoio na construção de processos comerciais mais seguros

Fale com a gente: Quer conversar sobre como a sua agência vende hoje? Chama a gente no WhatsApp. carretelmidia.com/whatsapp



Por Rafa Telaroli

Este manual foi desenvolvido e alinhado por Rafa Telaroli, fundador da Carretel mídia, que trabalha com estratégia digital pra turismo. O texto junta o que ele aprendeu vendendo, no consultivo e no digital.

**SIGA NAS REDES
SOCIAIS**

@rafatelaroli

Conteúdo prático sobre turismo, vendas e estratégia digital pra profissionais do setor.

**DESENVOLVIDO E
ALINHADO POR
CARRETEL MÍDIA**

**A content tech do
turismo brasileiro.**

carretelmidia.com