

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E**  
**TURISMO**

**CAROLINE VASCONCELOS DA PAIXÃO**

**ANÁLISE DA UTILIZAÇÃO DE *TRAVEL TECHS* POR**  
**AGÊNCIAS ASSOCIADAS ABRACORP**

**São Paulo**

**2023**

**CAROLINE VASCONCELOS DA PAIXÃO**

**ANÁLISE DA UTILIZAÇÃO DE *TRAVEL TECHS* POR  
AGÊNCIAS ASSOCIADAS ABRACORP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Escola de Comunicações e Artes da  
Universidade de São Paulo, como requisito para  
a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

**Orientação: Prof. Dra. Debora Cordeiro  
Braga**

**São Paulo**

**2023**

**CAROLINE VASCONCELOS DA PAIXÃO**

**ANÁLISE DA UTILIZAÇÃO DE *TRAVEL TECHS* POR AGÊNCIAS ASSOCIADAS  
ABRACORP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

**COMISSÃO JULGADORA:**

---

**Dr. Brenno Vitorino Costa**  
Instituto Federal de São Paulo

---

**MsC. Vinicius Rocha Biscaro**  
Escola de Artes Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo

---

**Dra. Debora Cordeiro Braga**  
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo  
Professora Orientadora - Presidente da Banca Examinadora

**São Paulo, 07 de julho de 2023**

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, que sempre me apoiaram em todos os meus passos e me permitiram chegar até aqui.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço em primeiro lugar aos meus pais por me darem a vida e sempre apoiarem e colaborarem comigo e com meus planos, me permitindo chegar até aqui. Sem vocês, nada eu seria.

Agradeço aos meus irmãos por estarem sempre presentes e alegrando meus dias. Vocês são essenciais para mim e tornaram o processo de elaboração deste trabalho mais leve e feliz.

Agradeço à minha orientadora, Prof<sup>o</sup> Dra. Debora Cordeiro Braga, por todo o apoio e dicas que me deu ao longo de todos esses anos de pesquisa juntas. Sem a sua ajuda este trabalho não existiria, você é um exemplo para mim!

Agradeço à Universidade de São Paulo, por todas as oportunidades que me abriu e por me permitir adentrar no universo de pesquisas, através do Projeto Unificado de Bolsas.

Agradeço aos meus amigos do Club Med, por estarem comigo todos os dias e me fazerem mais feliz. Vocês fazem a diferença no meu dia.

Agradeço a todos meus amigos que me apoiaram e incentivaram durante a elaboração deste trabalho, e principalmente por entenderem minha ausência em alguns momentos.

## RESUMO

Esta pesquisa, de caráter descritivo-exploratório, tem como objeto o mercado de viagens corporativas expressas pelas *Travel Management Companies* (TMC) e *Travel Techs* utilizadas por essas agências. Destaca-se, neste contexto, a ABRACORP por ser uma entidade que congrega as principais TMCs brasileiras. Neste estudo procurou-se desvendar as conexões das TMCs com *Travel Techs*, considerando os anos de 2016, 2019 e 2023, e avaliar se há *Travel Techs* e agências que se destacam na dinâmica de negócios deste setor. Para alcançar estas metas, a análise da comunicação organizacional das agências, exibidas nos seus portais da Internet, e a diagramação das redes foram essenciais para o entendimento de suas inter-relações. Os resultados apontam para um mercado de viagens corporativas dinâmico, que se transforma e busca outras oportunidades de negócios, por meio de ações inovadoras e tecnológicas, se adaptando às tendências mundiais.

**Palavras-chave:** Viagens Corporativas; Travel Management Companies; ABRACORP; Travel Tech.

## ABSTRACT

This descriptive-exploratory research aims at the corporate travel market expressed by the Travel Management Companies (TMC) and Travel Techs used by these agencies. In this context, ABRACORP stands out for being an entity that brings together the main Brazilian TMCs. This study sought to unravel the connections between TMCs and Travel Techs, considering the years 2016, 2019 and 2023, and to assess whether there are Travel Techs and agencies that stand out in the business dynamics of this sector. To achieve these goals, the analysis of the agencies' organizational communication, displayed on their Internet portals, and the diagramming of the networks were essential for understanding their interrelationships. The results point to a dynamic corporate travel market that is changing and seeking other business opportunities, through innovative and technological actions, adapting to global trends.

**Keywords:** Corporate Travel; Travel Management Companies; ABRACORP; Travel Tech.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 – Dinâmica do mercado corporativo.....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 2 - Página da internet da ABRACORP indicando as agências associadas.....</b>	<b>28</b>
<b>Figura 3 - Rede agências associadas ABRACORP e Travel Tech 2016.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 4 - Rede agências associadas ABRACORP e Travel Tech 2019.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 5 - Rede agências associadas ABRACORP e Travel Tech 2023.....</b>	<b>58</b>

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1 - Agências associadas ABRACORP.....</b>	<b>31</b>
<b>Quadro 2 - Relação das agências associadas e Travel Techs utilizadas em 2016.....</b>	<b>38</b>
<b>Quadro 3 - Relação das agências associadas e Travel Techs utilizadas em 2019.....</b>	<b>40</b>
<b>Quadro 4 - Relação das agências associadas e Travel Techs utilizadas em 2023.....</b>	<b>41</b>
<b>Quadro 5 – Evolução da utilização de Online Booking Tools pelas agências associadas ABRACORP.....</b>	<b>66</b>
<b>Quadro 6 - Agências associadas ABRACORP que utilizam mais de um OBT.....</b>	<b>70</b>

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRACORP	Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas
B2B	<i>Business to Business</i> - Negócio para Negócio
BI	<i>Business Intelligence</i> – Inteligência de Negócios
CRS	<i>Central Reservation System</i> - Sistemas Centrais de Reservas
ESG	<i>Environmental, Social and Governance</i> - Ambiental, Social e Governança
ERP	<i>Enterprise Resource Planning</i> - Planejamento de Recursos Empresariais
GDS	<i>Global Distribution System</i> - Sistemas Globais de Distribuição
IA	Inteligência Artificial
MICE	<i>Meetings, Incentive, Conferences e Exhibitions</i> - Reuniões, Incentivo, Conferências e Exibições
OBT	<i>Online Booking Tool</i> – Ferramenta de Reserva Online
OMT	Organização Mundial do Turismo
OTA	<i>Online Travel Agency</i> – Agência de Viagem Online
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
TMC	<i>Travel Management Companies</i> – Agências de Viagens Corporativas

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação  
Serviço de Biblioteca e Documentação  
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo  
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

---

Paixão, Caroline Vasconcelos da  
ANÁLISE DA UTILIZAÇÃO DE TRAVEL TECHS POR AGÊNCIAS  
ASSOCIADAS ABRACORP / Caroline Vasconcelos da Paixão;  
orientadora, Debora Cordeiro Braga. - São Paulo, 2023.  
93 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -  
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo /  
Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São  
Paulo.  
Bibliografia

1. Viagens corporativas. 2. Travel Tech. 3. TMC. I.  
Cordeiro Braga, Debora. II. Título.

CDD 21.ed. - 910

---

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

## Sumário

Introdução.....	12
1 Realidade do Turismo, Setor de Agenciamento, Viagens Corporativas e Tecnologias.....	16
1.1 Globalização e Turismo.....	16
1.2 O mercado das agências de turismo.....	17
1.3 O mercado de Travel Manager Companies (TMC) e viagens corporativas.....	18
1.4 Inovações no mercado de viagens corporativas.....	22
1.5 Tecnologia aplicada ao turismo.....	24
1.5.1 <i>Travel Techs</i> .....	24
1.5.2 <i>Online Booking Tools</i> .....	25
1.6 ABRACORP.....	26
2 Metodologia.....	28
3 Relação das Agências Associadas ABRACORP e <i>Travel Techs</i> .....	31
3.1 Agências associadas ABRACORP.....	31
3.2 <i>Travel Techs</i> .....	37
3.3 Análise das redes.....	52
3.4 Análise comparativa.....	60
Considerações finais.....	73
Referências.....	75
Apêndices.....	79
A - Relação de agências associadas ABRACORP.....	79
B - <i>TRAVEL TECHS</i> UTILIZADAS EM 2016.....	81
C - <i>TRAVEL TECHS</i> UTILIZADAS EM 2019.....	83
D - <i>TRAVEL TECHS</i> UTILIZADAS EM 2023.....	85
E - MATRIZ PARA ELABORAÇÃO DA REDE 2016.....	88
F - MATRIZ PARA ELABORAÇÃO DA REDE 2019.....	90
G - MATRIZ PARA ELABORAÇÃO DA REDE 2023.....	92

## Introdução

Observa-se que, nas primeiras décadas do século XXI, o setor de agenciamento passou por diversas mudanças, considerando, principalmente, as novas tecnologias que impulsionaram a dinâmica de operação e relacionamento com clientes e fornecedores, assim como a interação entre esses atores. Neste novo cenário, as agências de turismo adquirem um papel de reintermediação de serviços, se vendo obrigadas a oferecerem serviços adicionais a seus clientes, para que a cobrança por seus serviços possa ser justificada. O principal motivo para essas alterações é o fato de que os fornecedores passam a abrir canais de venda diretamente ao consumidor e estes, por sua vez, deixam de depender das agências de viagens que, até então, intermediavam as vendas. Com base nisso, o setor de agenciamento de viagens precisou se reinventar e oferecer serviços ligados à assessorias especializadas e gestão de viagens. Desse modo, as agências de turismo encontram-se em um momento em que precisam buscar inovação em seus processos para se manterem no mercado, além de precisarem se manter atualizadas e acompanhando todas as mudanças e necessidades do setor de turismo, considerando, também, as novas tendências que estão surgindo e em constante mudança, principalmente após a pandemia de COVID-19.

Além disso, os avanços tecnológicos permitiram a diminuição das distâncias entre países e culturas e uma maior conectividade entre as pessoas e a informação gerada e compartilhada em tempo real, assim como o aprimoramento de sistemas de transporte que se tornaram rápidos e acessíveis a um maior número de usuários, sendo estes fatores essenciais para a consolidação do processo de globalização, que, por sua vez, ocasionou uma ampliação no alcance comercial das empresas, tornando muitas delas multinacionais.

Com base nisso, tendo em vista o processo de globalização e a necessidade de as agências de turismo oferecerem serviços diferenciados, muitas delas buscam parcerias internacionais para oferecer serviços a nível mundial, além de se especializar em segmentos específicos, por exemplo, o turismo corporativo, através das agências conhecidas como *Travel Management Companies* (TMC). Considerando também que as agências TMC apresentam altos volumes de faturamento e atuam em mercado global, esse segmento específico do setor de agenciamento pode ajudar a revelar o que tem feito de inovador com relação à

prestação de serviço de turismo, assim como inovações tecnológicas. No caso de inovações tecnológicas desenvolvidas exclusivamente para o setor de turismo, estas são chamadas de *Travel Techs*.

Nesse contexto, e considerando pesquisas anteriores, optou-se por analisar as agências de viagens TMC e a utilização de *Travel Techs* por essas, a fim de verificar se há conexão entre as agências do segmento e tais ferramentas utilizadas. Além disso, a escolha do tema desta pesquisa se deu por conta da proximidade da autora com o tema, uma vez que desde 2019 participava de projeto de pesquisas nesta temática, através do Programa de Bolsas Unificado (PUB) da Universidade de São Paulo.

Com base nisso, optou-se por analisar os anos de 2016, 2019 e 2023, considerando que em 2017, Braga publicou a pesquisa “Mercado de Viagens Corporativas: redes de cooperação empresarial das Travel Manager Companies (TMC) no Brasil” que traz a realidade das agências de viagens TMC nos anos de 2012, 2014 e 2016, de modo que a presente pesquisa pudesse ser uma continuação deste estudo, enquanto o ano de 2019 foi escolhido por conta de mostrar a realidade do setor de turismo antes da pandemia de COVID-19, e a escolha do ano de 2023 se deu por ser o ano atual, além de retratar o setor pós pandemia. Além disso, para o universo de pesquisa foram consideradas apenas as agências associadas à ABRACORP (Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas), considerando a importância da associação para o segmento, além de reunir as agências que se diferenciam no setor em termos de volume de vendas, credibilidade e qualidade de serviços.

Para isso, este trabalho procura avaliar as conexões das *Travel Techs* com as agências de viagens ABRACORP, utilizando informações da comunicação digital, ou seja, a comunicação e informações expressas nos portais da Internet das agências, considerando, também, que essas informações já haviam sido levantadas previamente anualmente, entre 2019 e 2023.

O referencial teórico utilizado apoia as discussões e análises sobre globalização, mercado de agenciamento de viagens e viagens corporativas, assim como inovações tecnológicas nesse setor, considerando *Travel Techs*. O embasamento teórico que apoia o estudo empírico junto à comunicação digital e institucional das TMC associadas à ABRACORP está distribuído por todos os

capítulos deste trabalho, com ideias e conceitos abordados por diversos autores, de forma a conduzir o leitor à compreensão dos fundamentos conceituais da pesquisa.

Desse modo, o problema de pesquisa do presente trabalho, baseia-se na seguinte questão: “as *Travel Techs* são elementos de conexão entre as agências de viagens corporativas associadas à ABRACORP?”, sendo que o objetivo geral é avaliar as conexões das *Travel Techs* com as agências de viagens ABRACORP, considerando os anos de 2016, 2019 e 2023, enquanto os objetivos específicos são: analisar as agências associadas ABRACORP em 2016, 2019 e 2023; identificar as *Travel Techs* utilizadas pelas agências associadas nos mesmos anos; diagramar a rede existente entre agências associadas e *Travel Techs*; verificar se há relação entre as mudanças identificadas através das redes e o cenário atual, considerando as mudanças do segmento; e avaliar se há *Travel Techs* e agências que se destacam na dinâmica de negócios deste setor.

Os procedimentos metodológicos partem da pesquisa bibliográfica que fundamentou o referencial teórico. A investigação sobre as TMCs associadas ABRACORP iniciou-se em agosto de 2019, através do Projeto Unificado de Bolsas da Universidade de São Paulo, em pesquisa intitulada “As agências de viagens corporativas do Brasil e suas parcerias comerciais” sob orientação da Prof<sup>o</sup> Dra. Debora Cordeiro Braga, na qual foram levantadas as agências associadas ABRACORP daquele ano e analisados os portais da Internet de cada agência, para o levantamento de informações institucionais e de ferramentas tecnológicas utilizadas por cada uma. Para o ano de 2023 o mesmo processo de repetiu e para o ano de 2016 foram utilizadas as informações previamente levantadas naquele ano.

Após isso, foram identificadas quais as *Travel Techs* que são utilizadas por cada agência e classificadas como OBT (*Online Booking Tool*) e TIC (Tecnologia de Informação e Comunicação) e elaboradas planilhas no Excel para cada ano, com a utilização das *Travel Techs* por cada agência, separadas por categoria, para diagramação da rede formada, com a utilização do programa *Ucinet*, apresentadas em apêndices, para que as análises pudessem ser feitas.

O presente trabalho está estruturado em três capítulos, sendo que o primeiro, intitulado “Realidade do Turismo, Setor de Agenciamento, Viagens Corporativas e Tecnologias”, discute questões teóricas para contextualizar a globalização e turismo, mercado das agências de turismo, de *Travel Management Companies* (TMC) e

viagens corporativas, além inovações nesse mercado, abordando também sobre a tecnologia aplicada ao setor de turismo, trazendo informações sobre *Travel Techs* e *Online Booking Tools*, bem como a associação ABRACORP. Enquanto o segundo capítulo, intitulado “Metodologia” aborda os procedimentos metodológicos realizados. Já o terceiro e último capítulo “Relação das Agências Associadas ABRACORP e *Travel Techs*” traz os resultados sobre as agências de viagens associadas à ABRACORP e *Travel Techs* identificadas, assim como a diagramação das redes e análises e comparações, seguido pela seção de considerações finais.

## **1. Realidade do Turismo, Setor de Agenciamento, Viagens Corporativas e Tecnologias**

Ao longo dos anos o setor de turismo passou por diversas mudanças, impactando nos mais variados segmentos específicos do setor, como agenciamento e viagens corporativas. Com as mudanças e inovações tecnológicas trazidas a partir da globalização, empresas de todos os setores tiveram de se adaptar e se adequar, principalmente com relação à tecnologia, e o mesmo ocorreu com as agências de viagens corporativas.

### **1.1 Globalização e Turismo**

A contextualização da sociedade global parte da realidade da sociedade pós-industrial que, de acordo com De Masi (2000), se impõe, no início do século XX, sobre a sociedade industrial e ganha ascendência após a Segunda Guerra Mundial, por conta do desenvolvimento dos meios de transporte e de comunicação de massa, produção de novos materiais e a rápida ascensão das áreas de eletrônica, informática e telecomunicação. Para Braga (2017), o desenvolvimento de tecnologias, principalmente tecnologias da informação e comunicação (TIC), possibilitou que relacionamentos empresariais e os negócios internacionais fossem ampliados. Paralelamente, as distâncias se viram menores, em função do avanço tecnológico aplicado aos transportes. Esses dois fatores ampliaram as viagens e permitiram a evidência de novos destinos turísticos e negócios (Braga, 2017).

De acordo com Li (2020), a partir de 1970, se iniciou o desenvolvimento de Sistemas Centrais de Reservas (CRS - Central Reservation System), considerados como “iniciadores críticos da era da informação do turismo”, uma vez que permite que um banco de dados gerencie o estoque da empresa, possibilitando o acesso em tempo real por parceiros de venda para que efetuem e confirmem suas reservas. Além disso, os CRS aumentam o controle da empresa de turismo com relação à distribuição e promoção, e integram toda a função empresarial, possibilitando o aumento de lucros e vantagens competitivas. Através da expansão horizontal e vertical, os CRS evoluíram para os Sistemas Globais de Distribuição (GDS - Global Distribution System), que cobrem, além de produtos oferecidos por companhias aéreas, hospedagem, ingressos para atrações turísticas, aluguel de veículos e guias turísticos. (Li, 2020).

Santos e Murad Jr. (2008) explicam que, com as TICs e novos sistemas à disposição e custos altos, empresas de grande porte do setor de turismo, principalmente companhias aéreas, passaram a investir no *e-commerce* para atender aos clientes diretamente, sem a necessidade de intermediações da cadeia de distribuição. Enquanto as empresas de pequeno e médio porte se apoiaram na TICs para conseguirem competir no mercado globalizado (Noveli, Schmitz e Spencer, 2006).

Salvado e Costa (2010) relacionam inovação de TIC, Web, novos sistemas e processos, transportes mais rápidos, redes colaborativas, comércio eletrônico e organizações virtuais, como elementos que direcionam o mercado de turismo. Além disso, definem cinco blocos de convergência tecnológica que geram vantagens e melhoram o diferencial competitivo entre as empresas, como novas TICs, maior participação do usuário, humanização da tecnologia, sistemas de informação inteligentes, e informação em tempo real e interconectividade. Com isso, Braga (2017) aponta que o desenvolvimento, por parte das companhias aéreas, de novas tecnologias para disponibilizar informações sobre voos e vendas de passagens aéreas, foi um dos principais marcos que alterou a dinâmica do mercado de agências de turismo, já que essas eram as responsáveis pela intermediação das vendas de passagens aéreas até então.

## **1.2 O mercado das agências de turismo**

O mercado de agenciamento de turismo é bastante competitivo e complexo, pois depende de uma diversidade de fornecedores, ao mesmo tempo que seus clientes estão espalhados pelo mundo. Jimenez-Jimenez et al. (2015) destacam também que agências de turismo que atuam dentro das normas e com ética viabilizam a expansão da atividade turística em uma localidade, gerando emprego e bem-estar a uma sociedade baseada em princípios humanísticos. Em um mundo globalizado e baseado em negócios multinacionais as empresas de turismo estão se reinventando e o *e-commerce* se tornou o modelo de negócios que transformou agências de turismo online (OTA – *Online Travel Agency*) em *marketplace* de turismo (Dewi e Ayuni, 2021).

Neste contexto entende-se que as ações de cooperação entre empresas do setor de turismo são necessárias para otimizar serviços e esforços em nível regional para melhorar o posicionamento de mercado das agências de uma determinada

localidade, ou seja, a atuação de agências de turismo depende de parceiros para que seus produtos e serviços sejam distribuídos ao redor do mundo (Costa- Mielke et al., 2007).

Não é recente, porém, o movimento de negócios cooperativos entre empresas do setor de agenciamento de viagens, Rangel e Braga (2012), detectaram no mercado internacional um processo de verticalização do setor de turismo, através de fusões e criação de alianças estratégicas, as quais acabaram por dar origem a grandes conglomerados do setor. A partir da desintermediação comercial, que se intensifica no final do século XX, muitas agências de viagens passaram a investir e reorganizar suas estratégias para se adaptar ao mercado alterado com a adoção do *e-commerce* pelas companhias aéreas, fator que diminuiu a dependência das agências de viagens para realizar a comercialização de serviços de transportes.

No caso brasileiro as agências de turismo são definidas, legalmente, como:

peessoa jurídica que exerce a atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos ou os fornece diretamente. São considerados serviços de operação de viagens, excursões e passeios turísticos, a organização, contratação e execução de programas, roteiros, itinerários, bem como recepção, transferência e a assistência ao turista (Brasil, 2008: online).

Segundo Braga (2008) as agências de viagem são responsáveis por intermediar oferta, reserva e venda de serviços turísticos de terceiros a consumidores finais, enquanto que as operadoras de viagens são responsáveis por elaborar programas, serviços e itinerários de viagens, incluindo um ou mais dos serviços, como transporte, hospedagem, entretenimento etc.

No Brasil, as primeiras agências de turismo passaram a funcionar a partir do século XX, com o papel de prestadoras de serviços, que, por sua vez, atendiam, principalmente, portugueses residentes no Brasil para viagens com destino à Europa (Petry et al., 2015). No entanto, a partir do século XXI, foi possível observar diversas mudanças no setor de agenciamento, ocorridas, principalmente, através do surgimento de novas tecnologias que possibilitaram uma maior dinâmica dos serviços operacionais, aproximação com fornecedores internacionais e mudança no perfil dos clientes, uma vez que viabilizaram o relacionamento direto entre clientes e fornecedores. Conseqüentemente, as agências de turismo precisaram se reinventar para sobreviver em um mercado com dinâmica diferente da que ocorria no século XX (Braga, 2017). A partir disso as agências de viagens passaram a assumir um papel

de reintermediação de serviços, uma vez que as companhias aéreas deixam de pagar comissão pela intermediação dos serviços e precisaram reorganizar seu negócio para oferecer serviços adicionais a seus clientes para justificar a cobrança de taxas por seus serviços (Braga, 2017).

Lauda (2010), que estudou a realidade das agências de viagens de Porto Alegre (RS), detectou que a principal estratégia adotada era o investimento em tecnologia. No início do Século XXI, Oliveira e Ikeda (2002) já haviam detectado a necessidade de as agências de viagens reordenarem suas estratégias para se manterem competitivas no mercado. Teixeira (2003) estudou a importância da adoção de ações de marketing para ampliar a visibilidade do negócio das agências e Santos e Silva (2009) destacaram, também, a necessidade de estratégias para viabilizar a fidelização dos clientes. Além disso, Sousa e Soares (2020) apontam que é necessário entender e atender as necessidades dos clientes para manter relações duradouras.

Com isso, a partir da primeira década do século XXI, as agências de turismo do Brasil iniciaram a oferta de serviços de assessoria especializada e gestão de viagens e investiram fortemente no desenvolvimento de ferramentas tecnológicas para facilitar e viabilizar a venda de serviços de forma digital, uma vez que nem todos fornecedores tinham seus serviços disponibilizados em GDS (Santos, 2008). Além disso, adotaram estratégias inovadoras para se manterem no mercado e isso incluía buscar parcerias, inclusive internacionais, para expandir seus serviços e ter a possibilidade de realizar negociações globais e, também, atender clientes estrangeiros enviados por seus parceiros globais (Braga, 2017).

Conforme destaca Poggi (2021), a tecnologia é uma grande aliada das agências de viagens, tanto para processos de gestão e atendimento ao cliente, quanto para vendas e promoção, e, atualmente, torna-se também um fator importante e decisivo na competitividade do setor. Desse modo, pode-se dizer que, para se manterem no mercado, as agências dependem de tecnologias como sistemas integrados de reservas e comparadores de preço, ferramentas de reservas *on-line* (OBT – *Online Booking Tools*) e plataformas de eventos *on-line*, por exemplo. Além disso, para Kuss e Medaglia (2022) a tecnologia é uma forma de auxiliar as agências a otimizarem seus serviços e se reinventarem.

### 1.3 O mercado de Travel Manager Companies (TMC) e viagens corporativas

Para contextualizar o mercado global de viagens corporativas, vale ressaltar a existência, desde 1989, de uma associação estadunidense que reúne empresas e profissionais compradores de viagens corporativas e empresas fornecedoras de serviços turísticos, com o objetivo de ordenar as relações e interesses desse mercado. Desde 2010, a associação é conhecida como Global Business Travel Association (GBTA) e possui a missão de promover o relacionamento entre compradores e fornecedores de serviços turísticos, além de ser a voz oficial da comunidade de viagens corporativas, em âmbito mundial. (GBTA, S/D).

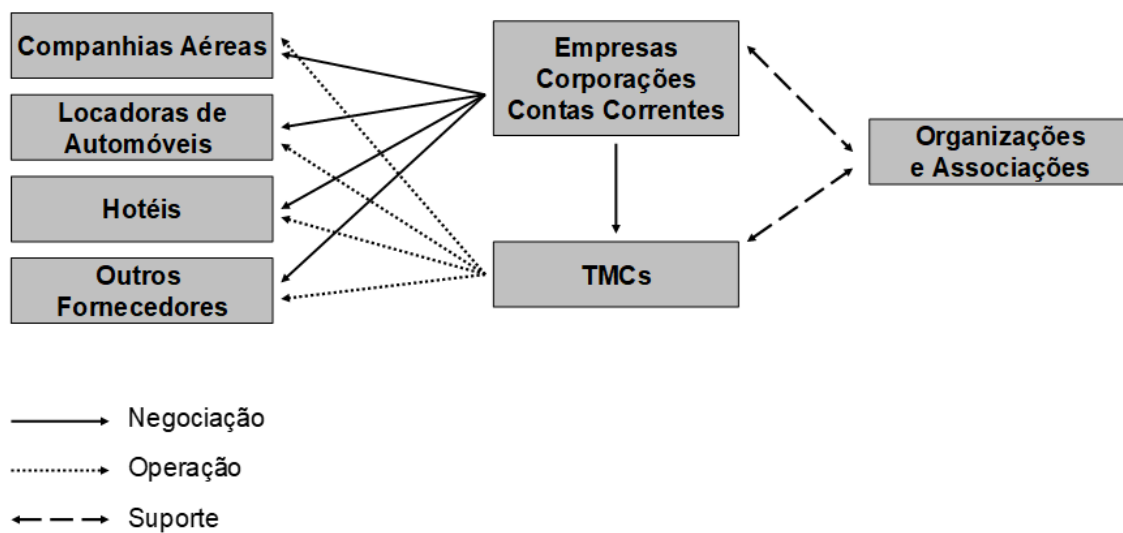
Beaverstock et al. (2016, p. 2) contextualizam as viagens de negócios no século XXI como uma ferramenta de trabalho que serve para: participar de reuniões, fornecer suporte, participar de feiras de negócios e conferências, visitar clientes, representantes e fornecedores, estabelecer novos negócios e/ou dar continuidade a negócios em andamento. Vela-Jiménez et al. (2022) apontam que esse tipo de viagens se desenvolveu, nos últimos anos, como uma ampla indústria do turismo de negócios. Em 2010, Locke já havia comentado sobre a tendência do MICE (*Meetings, Incentive, Conferences e Exhibitions* - Reuniões, Incentivo, Conferências e Exibições) como um serviço que viabilizaria a ampliação de negócios no turismo e, mais especificamente, no setor de viagens corporativas.

De acordo com García-López e Huete-Nieves (2020), o turismo MICE é realizado com finalidade profissional, e está relacionado diretamente com intercâmbio de conhecimento, desenvolvimento tecnológico, industrial e econômico nas cidades onde ocorre, sendo um dos principais responsáveis pelo desenvolvimento do setor.

Com a necessidade de se reinventar e oferecer serviços especializados, algumas agências de viagens passaram a atender nichos específicos do mercado de turismo, sendo um deles o turismo de negócios e eventos. As agências de viagens especializadas nesse tipo de turismo são chamadas de TMC (*Travel Management Company*) e possuem impacto relevante na economia e empregos gerados (Vela-Jiménez et al., 2022), tendo em vista, principalmente, que o gasto de um turista de negócios é geralmente o dobro se comparado com um turista de lazer, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT) (2020).

Para compreender a função de agências TMCs em um panorama geral, Braga e Murad (2008) elaboraram o esquema abaixo, através do qual é possível identificar a posição que as TMCs ocupam dentro do esquema organizacional.

**Figura 1 – Dinâmica do mercado corporativo**



**Fonte:** Braga e Murad, 2008.

De acordo com Holma et al. (2015), o terceiro maior custo dentro das empresas é com viagens corporativas. Com isso, dá-se a importância da gestão de viagens, para assumir o controle de custos de viagens (Gustafson, 2012). Cohen (2000), define gestão de viagens corporativas como “a maximização dos serviços de viagens por uma corporação para seus funcionários e a minimização do custo de fornecer esses serviços”. Com isso, Weber (2019), afirma que um programa efetivo de gestão de viagens, pode reduzir os custos entre 20% e 30% para uma empresa, já que tal gestão permite que a organização “gerencie todas as despesas relacionadas a viagens corporativas, incluindo vôos, acomodação, aluguel de carros, reuniões, programas de treinamento fora do local e quaisquer outras despesas envolvidas em viagens corporativas” (Lubbe, 2003). Braga (2017), aponta ainda que “a gestão de viagens assegura o controle de custos, facilita a adoção das políticas de viagens corporativas, realiza redução de gastos graças aos descontos negociados e constitui-se em um centro de informações para os funcionários”.

## 1.4 Inovações no mercado de viagens corporativas

De acordo com Rodrigues (2016) Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) podem ser definidas como o “conjunto total de tecnologias que permitem a produção, o acesso e a propagação de informações, assim como tecnologias que permitem a comunicação entre pessoas”. Vela-Jiménez et al. (2022) apontam que, nos últimos anos, as tecnologias de informação e comunicação (TIC) tornaram-se necessárias e essenciais, não só a nível profissional, mas também pessoal, principalmente após a pandemia de COVID-19, que intensificou a utilização, em tempo recorde e de forma massiva, em diversos setores de atividades. As autoras apontam ainda que, no caso de agências TMCs, tecnologias avançadas e demais recursos tecnológicos são utilizados para gestão administrativa e transações e interações externas, assim como sistemas de informação inteligentes, como *Business Intelligence* (BI).

Os sistemas de BI possuem como características principal capturar e permitir a análise de dados comerciais de maneira inteligente, sendo essencial para a tomada de decisões e estudo de mercado para criação de novos produtos e serviços, além de oferecer aos gestores uma visão completa da organização, facilitando a identificação de concorrência, planejamento e adoção de estratégias, a partir do desempenho comercial desejado (Vela-Jiménez et al., 2022). Para as agências TMCs, o uso dessas ferramentas permite e facilita a integração com diferentes sistemas organizacionais, ao concentrar as informações de cada agência em um banco de dados único, de modo que possam ser visualizadas por todo um grupo de empresas (Vela-Jiménez et al., 2022). Marušić et al. (2019) apontam também que as TICs trouxeram mudanças significativas à nível operacional e estratégico na gestão do turismo, partindo do princípio de que essas tecnologias receberam um papel central nas atividades de inovação das empresas de serviços, uma vez que aumentam as atividades de inovação para reorganizar processos internos, desenvolver transações com parceiros e interagir com *stakeholders* e clientes.

O estudo de Vela-Jiménez et al. (2022) indica ainda que existe uma relação significativa entre o uso de TIC por parte das TMCs e o desempenho dessas empresas e propõe que as agências estabeleçam relações de cooperação com outras empresas, com a finalidade de compartilhar conhecimentos e habilidade, para melhoras no desempenho. No mesmo contexto, Neves (2022), em um estudo sobre

tendências para viagens corporativas, aponta como tendências o atendimento personalizado, aumento no uso da internet, mobilidade corporativa, criação de novos produtos no setor, expansão de *Travel Tech*, expansão e diversificação de eventos virtuais e híbridos, benchmarking entre TMCs, estabelecimento de novos modelos de negociação e precificação, governança ESG (*Environmental, Social and Governance* - Ambiental, Social e Governança) e experiência do viajante.

Porém, esse tipo de estudo não é recente, em 2002, Hjalager havia estabelecido algumas categorias de inovação adequadas para o setor de serviços e negócios ligados ao turismo, como inovação de produtos e serviços e inovações de processos (promovendo a melhoria no desempenho através de uma ferramenta tecnológica nova ou aperfeiçoada, ou, ainda, na reformulação na linha de serviços).

Baseando-se nisso, Braga (2017), afirma que os aplicativos que se relacionam com a tecnologia móvel, e que foram desenvolvidos para atender às necessidades do turista de negócios, podem ser apontados como um produto inovador no mercado das TMCs. Além disso, a autora aponta que outros aplicativos estão evoluindo cada vez mais para auxiliar o turista de viagens corporativas a reunir despesas e facilitar a prestação de contas. Ademais, com relação a inovações de processos para agências TMCs, é possível destacar a existência de *Online Booking Tools* (OBT), que são adotados desde 2000 e aprimorados cada vez mais (Braga, 2017). De acordo com Santos e Murad Jr. (2008), a utilização de OBTs revolucionou os processos de reserva, venda e adequação destas às políticas de viagens das empresas-clientes. No mesmo sentido, Pencarelli (2019) afirma que “a digitalização mudou significativamente a indústria de viagens e turismo, transformando-a em um setor ‘inteligente’”.

Com os avanços na tecnologia e expansão da internet, aumento no uso de aplicativos e dispositivos móveis, os consumidores estão cada vez mais utilizando canais *on-line* para fazer compras de viagens. (Mehta, Arun Julka, & Piplani, 2023). Os autores apontam também que 148,3 milhões de reservas de viagens são feitas pela internet anualmente e, no mundo pós pandêmico, 63% dos passageiros acreditam que a tecnologia é essencial para reduzir a ansiedade de viagem e para o gerenciamento de riscos na viagem.

Levando todos esses pontos em consideração, é possível prever que, ao longo dos anos, passem a surgir cada vez mais soluções tecnológicas que permitam

inovações no processo de reservas e compras de viagens corporativas, realização de eventos, gestão de viagens e despesas e integração de sistemas. Com base nisso, Linhares (2021) afirma que para que as agências corporativas continuem gerando valor, é necessário que desenvolvam competências tecnológicas para atender aos clientes e tratem de assuntos como integração de dados e processos de reembolso integrado com ERP (*Enterprise Resource Planning* - Planejamento de Recursos Empresariais), por exemplo, além de prover dados em tempo reais para facilitar na tomada de decisões por parte dos clientes.

## **1.5 Tecnologia aplicada ao turismo**

Assim como ocorreu em diversos setores, para se manterem competitivas no mercado, as empresas precisaram se adequar e se adaptar às novas necessidades impostas pelos clientes, principalmente com relação à tecnologia, e no turismo não foi diferente, as empresas precisaram, e continuam precisando, inovar para que possam manter-se no mercado.

### **1.5.1 Travel Techs**

Considerando as inovações tecnológicas desenvolvidas exclusivamente para o setor de turismo, temos as *Travel Techs*. De acordo com Mizrachi e Gretzel (2020), o setor de *Travel Tech* não possui uma definição única, podendo ser definida por alguns como “nome do cluster para todas as startups de tecnologia que oferecem um produto voltado para a indústria do turismo ‘tradicional’”, enquanto por outros como agrupamento de “todas as empresas de tecnologia que atendem o setor de viagens”. Os autores citam como exemplos plataformas de comunicação entre hóspedes e hoteleiros, agências de viagens *on-line* (OTA) e sistemas de gerenciamento de propriedades. Além disso, Mizrachi e Gretzel apontam o setor de *Travel Tech* como “um setor de empreendedores trabalhando em produtos digitais para simplificar a experiência de viagem e/ou enfrentar os desafios que a indústria ‘tradicional’ enfrenta”.

Linhares (2021) explica que existem diferenças entre empresas que utilizam tecnologia e empresas que detêm os seus ativos de tecnologia, principalmente ativos que influenciam na experiência da jornada do cliente. No caso de *Travel Techs*, Linhares aponta que essas detêm os ativos de tecnologia, além de mantê-los e evoluí-los, citando como exemplos as empresas que desenvolveram uma plataforma digital,

através da qual o cliente, durante sua jornada de compra, pode interagir com a solução, citando 123 Milhas, Zarpo e ViajaNet.

Já Loureiro (2021), caracteriza *Travel Tech* como ideia de negócio fundamentada em um sistema ou software, que busca ganho de escala, redução de ineficiências e menor custo por unidade, exclusivamente através da tecnologia. O autor cita ainda que muitas *Travel Techs* surgem, inicialmente, para atender demandas de lazer e posteriormente passam a atender também o mercado B2B (*Business to Business*), como viagens e eventos corporativos, e, para que sejam eficientes e eficazes nesse mercado, precisam ser uma solução *mobile*, automatizar viagens, apresentar integração com diversos serviços, otimizar tempo, reduzir custos e criar uma experiência para os viajantes, tanto antes, quanto durante e após a viagem.

Além disso, Loureiro (2021) aponta outros elementos que caracterizam *Travel Tech*, como navegação intuitiva na ferramenta; divulgação de informações dos melhores custos ofertados pelo mercado; flexibilidade de horário de atendimento; otimização de tempo; e agilidade na resolução de problemas, integrando demais tecnologias como Inteligência Artificial (IA) e *Chatbots*.

A partir disso, Kush e Medaglia (2022) concluem que *Travel Techs* são aplicações de soluções de comércio eletrônico e TI relacionadas ao turismo, com a finalidade de “automatizar o processo de busca de viagens, economizar tempo, reduzir custos e criar experiências memoráveis para os consumidores, durante todo o processo de compra dos viajantes” e, conseqüentemente, auxiliam no crescimento do setor e no desenvolvimento online das agências de viagem.

Com isso, pode-se elencar como *Travel Techs* os sistemas de *Online Booking Tools* (OBT).

### **1.5.2 Online Booking Tools**

De acordo com a ABRACORP (Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas) *Online Booking Tools* são:

ferramentas corporativas que permitem aos solicitantes de viagens realizarem as suas próprias reservas através de um sistema que tem acesso on-line e on-time aos portais das cias aéreas e aos GDS (Sistemas Globais de Distribuição), propiciando ao cliente (usuário) ampla gestão de seus pedidos e orçamentos de viagens. (ABRACORP, S/D).

Assim sendo, OBT é um conjunto de ferramentas de viagens, em um ambiente *on-line*, que permite que o usuário busque, de acordo com suas preferências e dentro da política da empresa que trabalha, de maneira prática e ágil. De acordo com Martins e Murad Junior (2010) esse tipo de reserva apresenta vantagens tanto para as TMCs como para empresas-clientes, como responsabilidade pela compra ser diretamente do usuário; busca que cobre diversos canais de distribuição; possibilidade de decisões mais rápidas; clareza e transparências das informações; disponibilidade verificada em tempo real; menor tempo médio de reserva; maior aderência às políticas de viagens; redução de taxas; e possibilidade de gerar relatórios com informações completas.

Em 2007, Braga e Murad Jr. já falavam dos OBTs como diferenciais das TMCs, uma vez que, em função do processo de desintermediação, fornecedores e prestadores de serviços turísticos reduziram ou eliminaram o comissionamento para as agências, e essas, por sua vez, se viram obrigadas a aperfeiçoarem os serviços oferecidos, com atendimento especial e personalizado, voltado às necessidades de seus clientes, para que pudessem agregar valor às suas atividades. Além disso, os autores discorrem sobre as agências precisarem oferecer condições vantajosas para que as empresas-clientes consigam reduzir custos em viagens corporativas, sendo, assim, os OBTs essenciais para que tais objetivos possam ser alcançados.

Para Braga (2017), OBTs são instrumentos importantes para os diversos *stakeholders* envolvidos, sendo agências, empresas-clientes e passageiros, uma vez que reúnem em uma única tela as informações de disponibilidade de voos e outros serviços, permitindo uma rápida comparação das opções ofertadas por diversos fornecedores, sendo um diferencial para o serviço prestado por agências TMCs, tendo em vista que as agências vendem serviço de análise de gastos de viagens, propondo alternativas para diminuí-los; negociam com fornecedores; e ajudam as empresas-clientes na construção e aplicação de política de viagens para funcionários (Braga e Murad Jr., 2008).

Desse modo, pode ser possível ponderar que os OBTs são *Travel Techs* importantes e úteis para as agências TMCs brasileiras.

## 1.6 ABRACORP

Hoje, no Brasil, existe a Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (ABRACORP), entidade formada pelas maiores agências de viagens corporativas, com presença em todo o território nacional. (ABRACORP, 2014). A associação foi fundada em 2010, após a consultoria Deloitte Touche Tohmatsu montar o plano estratégico e um código de conduta que estabelece boas práticas para as TMCs do país, a partir da fusão de duas associações do segmento: o Fórum das Agências de Viagens Especializadas em Contas Comerciais (FAVECC) e Associação das Empresas Administradoras de Viagens de Negócios do Brasil (TMC Brasil). (Braga, 2017).

Para que uma agência TMC possa se associar à ABRACORP é necessário cumprir os critérios estabelecidos no estatuto da entidade que definem a entrada ou não de novos associados:

Artigo 5o - Podem fazer parte dos quadros da Associação todas as pessoas jurídicas, de direito privado ou público, que atendam, cumulativamente, as seguintes condições:

- a) possuam como atividades principais - em regime de conta comercial ou de gestão e operação de viagens corporativas e representando 80% (oitenta por cento) de seu negócio - a emissão de passagens aéreas, a reserva de hotéis e a locação de veículos para pessoas jurídicas de direito público ou privado, portanto, possuindo carteira direta de clientes corporativas (sic);
- b) tenham registro na Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), no Sindicato das Empresas de Turismo (SINDETUR) e no International Air Transportation Association (IATA) e possuam CADASTUR;
- c) estejam em situação regular de crédito junto a fornecedores de transporte aéreo, hospedagem, locação de veículos e serviços afins;
- d) apresentem por escrito, duas referências positivas emitidas por, no mínimo, duas transportadoras aéreas filiadas a IATA, duas redes hoteleiras e duas redes locadoras de veículos que atuem no território nacional;
- e) apresentem apenas um CNPJ para enquadramento como associado junto à ABRACORP, nos casos em que se tratar de Grupo Econômico;
- f) apresentem e comprovem faturamento mínimo de R\$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais) por ano, o qual será reajustado anualmente conforme o índice do IGPM acumulado de 12 em 12 meses;
- g) apresentem ferramentas mínimas de qualidade e tecnologia, dentre os quais e mínimos exigidos, sistemas de business intelligence, gestão e self-booking;
- h) apresentem quadro de colaboradores com no mínimo 60 (sessenta) funcionários em regime CLT.

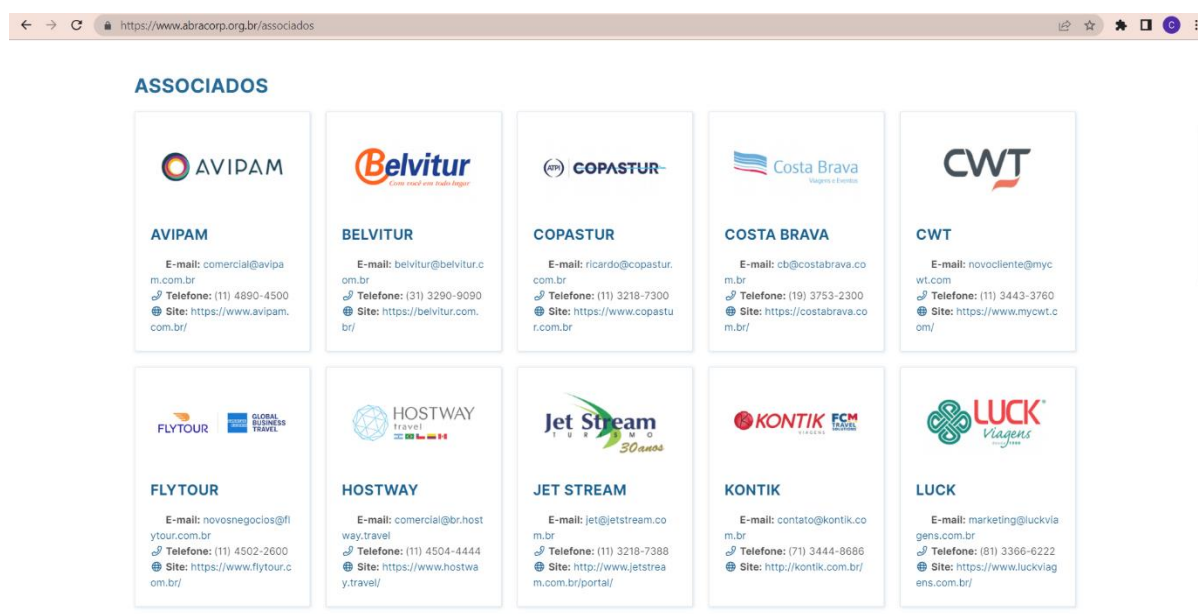
Parágrafo Primeiro: As alíneas 'f', 'g' e 'h' do artigo acima, aplicam-se somente a associados a serem admitidos a partir de 01 de Setembro de 2013. (ABRACORP, 30 out. 2014)

Considerando a importância da associação para o segmento e os rígidos critérios estabelecidos para que uma agência TMC possa se associar, as agências associadas ABRACORP serão objeto de estudo do presente trabalho.

## 2. Metodologia

Os procedimentos metodológicos da presente pesquisa partem do levantamento bibliográfico que fundamentou o referencial teórico e se iniciaram com uma consulta das agências corporativas associadas ABRACORP, através do endereço eletrônico: <https://www.abracorp.org.br/associados>, conforme figura 2. Este levantamento foi feito a cada 2 anos, entre 2016 e 2018, e, anualmente, a partir de 2019, sendo feito entre os meses de março e abril de cada ano. Após cada levantamento é elaborada uma planilha com o nome das agências associadas, sendo possível analisar as agências que se mantiveram associadas, entraram ou saíram da associação (apêndice A).

**Figura 2 - Página da internet da ABRACORP indicando as agências associadas**



Fonte: ABRACORP, 2023.

A partir do levantamento das agências associadas foi acessado o site de cada TMC, a fim de verificar informações institucionais diversas, como endereço, telefone, informações sobre a empresa, como fundação e presidência, missão, visão e valores, associações, informações sobre filiais e parcerias com agências TMC globais, existência de *help desk* e consultoria especializada, assim como se há o direcionamento ou menções a sistemas de *self-booking* e elaborada uma planilha com todas essas informações. Para este levantamento foram verificadas todas as abas dos

sites de cada agência, utilizando o método de análise de conteúdo, inspirado em Bardin (2011). De acordo com Baldissera e Silva (2012), as informações disponibilizadas nos portais de internet de cada empresa “tem potência para hibridizar o caráter informativo e o promocional da comunicação, de modo a gerar efeitos de verdade”, uma vez que conta com informações sobre história, missão, localização, produtos, parceiros e outros dados que permitem ampliar a percepção e o entendimento da identidade da organização. Por outro lado, a adoção deste método para a elaboração da pesquisa pode ser considerada uma limitação, uma vez que os dados que constam nos sites das agências podem ser alterados constantemente ou não apresentar 100% a realidade das agências, já que alguns dados podem não serem apresentados nos sites. Por conta disso, a comunicação organizacional veiculada nos portais da Internet foi confrontada com o referencial teórico, a fim de verificar se o mercado de viagens corporativas se aproximava das tendências discutidas na academia sobre o assunto.

Além desta análise geral de informações do site, foi feita uma análise mais aprofundada nas abas de “tecnologia” e “acesso a sistemas” de cada site para poder identificar quais são as ferramentas utilizadas por cada agência e para que. Com base neste levantamento foi elaborada uma planilha com nome da agência e ferramenta/sistema utilizados por cada uma (apêndices B, C e D). Essas ferramentas foram identificadas ao longo do trabalho como *Travel Tech* e classificadas como *Online Booking Tool* (OBT) ou Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e, para as ferramentas classificadas como TIC foram especificados os segmentos de atuação de cada uma. Essa separação de classificação se deu pelo fato de os sistemas de OBT serem já apontados como importantes ferramentas para as agências TMC, conforme abordado no referencial teórico.

Além disso, para melhor compreensão das agências e *Travel Techs*, foram pesquisadas notícias no site Panrotas e demais portais que veiculam notícias do setor de turismo, a fim de verificar informes que tratassem das agências em questão, como parcerias, tecnologias utilizadas e negócios de aquisição, fusão e *joint venture*, por exemplo. Com relação às *Travel Techs*, houve certa dificuldade para encontrar informações, principalmente com relação aos *Online Booking Tools*, o que pode ser um indicativo da falta de estudos sobre este assunto.

Após a identificação das *Travel Techs* utilizadas por cada agência, foi realizada uma nova planilha de base de dados (apêndices E, F, G) para elaboração da diagramação da rede, através do Programa *Ucinet*, formada entre as agências TMCs ABRACORP e as *Travel Techs* a cada ano. A escolha da rede como material de análise para o objeto de estudo se deu por conta de que, de acordo com a WWF-Brasil (2004) “a figura da rede é a imagem mais usada para designar ou qualificar sistemas, estruturas ou desenhos organizacionais caracterizados por uma grande quantidade de elementos [...] dispersos espacialmente e que mantém alguma ligação entre si”, sendo que a rede é definida como “uma forma de organização caracterizada fundamentalmente pela sua horizontalidade, isso é, pelo modo de inter-relacionar os elementos sem hierarquia” WWF-Brasil (2004). A representação gráfica de uma rede é constituída de dois elementos: nós e linhas, sendo que os nós, na presente pesquisa, são as agências associadas ABRACORP e as *Travel Techs*, enquanto as linhas representam as conexões entre os nós.

Por fim, com as diagramações das redes feitas, foram iniciadas as análises, que seguem no próximo capítulo.

### 3. Relação das agências associadas ABRACORP e *Travel Techs*

Para responder ao problema de pesquisa do presente trabalho e chegar aos objetivos especificados foi analisada a relação entre as agências associadas ABRACORP e *Travel Techs* utilizadas, conforme será apresentado nos tópicos a seguir.

#### 3.1 Agências associadas ABRACORP

Baseando-se nas agências associadas ABRACORP, foi realizado um levantamento, no site da associação (<https://www.abracorp.org.br/associados>), nos anos de 2016, 2019 e 2023 a fim de verificar essas associadas. O levantamento indicou que havia 30 agências associadas em 2016; 28 no ano de 2019; enquanto em 2023 o número foi de 24, conforme indicado no quadro 1.

**Quadro 1 - Agências associadas ABRACORP**

2016	2019	2023
Aeroturismo		
Alatur JTB	Alatur JTB	
Avipam	Avipam	Avipam
BB Turismo		
BCD Travel	BCD Travel	
Belvitur	Belvitur	Belvitur
BK 21 Lufthansa City Center		
Carlson Wagonlit Travel	Carlson Wagonlit Travel	Carlson Wagonlit Travel
Casablanca Turismo	Casablanca Turismo	
Copastur	Copastur	Copastur
Costa Brava Turismo	Costa Brava Turismo	Costa Brava Turismo
Flytour	Flytour	Flytour
Hostway Travel	Hostway Travel	Hostway Travel
Jet Stream Turismo	Jet Stream Turismo	Jet Stream Turismo
Kontik Franstur Viagens e Turismo	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Kontik Franstur Viagens e Turismo
Luck Viagens	Luck Viagens	Luck Viagens
Magic Tour Viagens e Turismo	Magic Tour Viagens e Turismo	Magic Tour Viagens e Turismo
Maiorca Turismo	Maiorca Turismo	Maiorca Turismo

Maringá Turismo	Maringá Turismo	Maringá Turismo
Master Turismo	Master Turismo	
	Pontestur	Pontestur
Primus Turismo Viagens	Primus Turismo Viagens	Primus Turismo Viagens
Promotional Travel	Promotional Travel	Promotional Travel
		Quickly Travel
Rio Travel Turismo	Rio Travel Turismo	Rio Travel Turismo
Sobratour	Sobratour	Sobratour
Solid Corporate Travel	Solid Corporate Travel	Solid Corporate Travel
Tivoli Tur	Tivoli Tur	Tivoli Tur
Tour House	Tour House	Tour House
Tristar Turismo	Tristar Turismo	Tristar Turismo
Tunibra Travel	Tunibra	
Voe Tur Turismo	Voe Tur Turismo	Voe Tur Turismo

Fonte: ABRACORP (2016, 2019 e 2023). Elaboração própria.

A seguir são apresentadas breves descrições sobre cada agência associada ou que já foi associada ABRACORP, nos anos de análise, com o propósito de destacar principais características destas empresas, bem como seus diferenciais e mostrar a dinâmica do mercado de TMC no Brasil entre 2016 e 2023. Como explicado na metodologia, estas informações foram colhidas dos sites das empresas, reportagens do Portal Panrotas e buscas de dados sobre as empresas na ferramenta de busca do Google.

### **Aeroturismo (2016)**

Agência de viagens fundada em 1976 com sede em Maceió-AL, associada à ABRACORP apenas em 2016. Atuação principal no segmento de lazer. Encerrou atividades em 2018.

### **Alatur JTB (2016-2019)**

Agência de viagens associada à ABRACORP nos anos de 2016 e 2019. Sede em Barueri-SP e contava com cinco filiais em 2019 (São Paulo-SP, Rio de Janeiro-RJ, Joinville-SC, São José dos Campos-SP e Jaraguá do Sul-SC). Parceria global com JTB Group, desde 2013. Eleita a melhor agência de viagens corporativas em

2016, de acordo com Panrotas (2016). Adquiriu a Quickly Travel e em 2020 passou por uma reestruturação, passando a se chamar AJ Mobi.

#### **Avipam (2016-2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, com sede em São Paulo-SP e filial no Rio de Janeiro-RJ. Parceria global com BCD Group e desde 2019 com Avipam Travel Leaders.

#### **BB Turismo (2016)**

Agência apenas corporativa associada à ABRACORP em 2016, com sede em Brasília-DF e filiais em São Paulo-SP e Rio de Janeiro-RJ. Parceria global com a Uniglobe. Em 2019 iniciou os processos de liquidação.

#### **BCD Travel (2016-2019)**

Agência TMC, com sede em São Paulo, associada à ABRACORP nos anos de 2016 e 2019. Opera em diversos países através da parceria global com o grupo BCD Group. Deixou de ser associada ABRACORP em 2019, em razão de um processo instaurado pela associação a partir desse ano, que requeria o envio e compartilhamento de informações detalhadas, por não se enquadrar no código de ética e *compliance* da agência, mas continua atuando no Brasil.

#### **Belvitur (2016-2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, com sede em Belo Horizonte-MG e doze filiais, sendo dez em Minas Gerais, uma em São Paulo-SP e outra no Rio de Janeiro-RJ. Atuação prioritária no segmento de lazer e não apresenta parcerias globais.

#### **BK 21 Lufthansa City Center (2016)**

Agência associada à ABRACORP apenas em 2016, com sede em São Paulo-SP e filial em Belo Horizonte-MG, trabalhava também com viagens de lazer, como segmento principal, e integrava a rede Lufthansa City Center (LCC Global Travel's) desde 2009. Atualmente não atua mais no Brasil.

### **Carlson Wagonlit Travel (2016-2019-2023)**

Agência TMC global associada à ABRACORP nos anos de 2016, 2019 e 2023, membro da associação GBTA (Global Business Travel Association).

### **Casablanca Turismo (2016-2019)**

Agência associada à ABRACORP em 2016 e 2019, com sede em Fortaleza-CE e filiais em Recife-PE e São Paulo-SP, atuava no segmento de lazer como prioritário e apresentava parceria global com ATG (Allstar Travel Group) desde 2015. Atualmente não exerce mais atividades.

### **Copastur (2016-2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, com sede em São Paulo-SP, oferece também viagens de lazer, mas como segmento secundário. Parceria global com ATPi desde 2010.

### **Costa Brava Turismo (2016-2019-2023)**

Agência de viagens com sede em Campinas-SP, associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, com aliança global com a Radius Travel. Atua também com viagens de lazer, porém de maneira secundária.

### **Flytour (2016-2019-2023)**

Agência de viagens com sede em Barueri-SP, associada à ABRACORP nos anos de 2016, 2019 e 2023, se fundiu com a Gapnet em 2015 e também oferece viagens de lazer. Apresenta parceria global com American Express.

### **Hostway Travel (2016-2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, com sede em São Paulo-SP e parceira global da Global Star Travel Management. Trabalha também com viagens de lazer.

### **Jet Stream Turismo (2016-2019-2023)**

Agência com sede em São Paulo, associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023. Não apresenta parcerias globais e também oferece viagens de lazer.

### **Kontik Franstur Viagens e Turismo (2016-2019-2023)**

Agência de viagens TMC associada à ABRACORP nos anos de 2016, 2019 e 2023, com sede em São Paulo-SP e filiais em Barueri-SP, Salvador-BA e Rio de Janeiro-RJ, parceira global da FCM Travel Solutions.

### **Luck Viagens (2016-2019-2023)**

Agência de viagens com sede em Recife-PE, associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, com foco principal em viagens de lazer. Não apresenta parcerias globais.

### **Magic Tour Viagens e Turismo (2016-2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, com sede em São José dos Campos-SP. Não apresenta parceria global com outras agências e oferece também viagens de lazer.

### **Maiorca Turismo (2016-2019-2023)**

Agência com sede em São Paulo-SP e filiais em Brasília-DF e Rio de Janeiro-RJ, associada à ABRACORP nos anos de 2016, 2019 e 2023, trabalha com viagens de lazer como segmento secundário e não apresenta parcerias globais.

### **Maringá Turismo (2016-2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, parceira global da Radius Travel, também oferece viagens de lazer, porém como segmento secundário.

### **Master Turismo (2016-2019)**

Agência com sede em Belo Horizonte-MG, associada à ABRACORP em 2016 e 2019, indica parceria global com Reed & Mackay e trabalha com viagens de lazer de maneira secundária. Atualmente atua apenas como operadora de turismo, com o nome de Viagens Master.

### **Pontestur (2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP em 2019 e 2023, com sede em Recife-PE e filiais em Fortaleza-CE e São Paulo-SP. Não apresenta parcerias globais e trabalha

também com viagens de lazer de maneira secundária.

#### **Primus Turismo Viagens (2016-2019-2023)**

Agência com sede em Belo Horizonte-MG, associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, atua com foco principal em viagens de lazer e não apresenta parcerias globais.

#### **Promotional Travel (2016-2019-2023)**

Agência de viagens associada à ABRACORP nos anos de 2016, 2019 e 2023, com sede no Rio de Janeiro-RJ, sem parcerias globais e oferece viagens de lazer, com foco secundário.

#### **Quickly Travel (2023)**

Agência associada à ABRACORP apenas em 2023, com sede em São Paulo-SP e filial no Rio de Janeiro-RJ, parceira global da JTB Group e também oferece, de maneira secundária, viagens de lazer.

#### **Riotravel Turismo (2016-2019-2023)**

Agência de viagens com sede no Rio de Janeiro-RJ, associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, com parceria global com WIN Global Travel e trabalha com viagens de lazer, de modo secundário.

#### **Sobratour (2016-2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP nos anos de 2016, 2019 e 2023, com sede em São Paulo-SP. Não apresenta parcerias globais e atua também como agência de viagens de lazer, com foco secundário.

#### **Solid Corporate Travel (2016-2019-2023)**

Agência TMC situada no Rio de Janeiro-RJ, associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, sem parcerias globais.

#### **Tivoli Tur (2016-2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP nos anos de 2016, 2019 e 2023, com sede

em São Paulo e sem apresentar parcerias globais, trabalha com viagens de lazer de maneira secundária.

#### **Tour House (2016-2019-2023)**

Agência de viagens com sede em São Paulo-SP e filiais no Rio de Janeiro-RJ e Fortaleza-CE, associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023. Oferece viagens no segmento de lazer de modo secundário e apresenta parceria global com Egencia (Grupo Expedia).

#### **Tristar Turismo (2016-2019-2023)**

Agência associada à ABRACORP nos anos de 2016, 2019 e 2023, com sede em São Paulo e sem apresentar parcerias globais, trabalha com viagens de lazer de maneira secundária.

#### **Tunibra Travel (2016-2019)**

Agência associada à ABRACORP em 2016 e 2019, situada em São Paulo-SP. Oferece, de maneira secundária, viagens no segmento de lazer e não apresenta parcerias globais. Em 2023 ainda exerce atividades, com o nome de Tunibra Company, após novos proprietários assumirem.

#### **Voe Tur (2016-2019-2023)**

Agência de viagens com sede em Brasília-DF, associada à ABRACORP em 2016, 2019 e 2023, parceira global da ATG Brazil, oferece também viagens de lazer, através da Operadora Voe Tur.

### **3.2 Travel Techs**

A partir dos quadros de TMCs associadas ABRACORP, foram realizados levantamentos, através do *site* de cada agência, com a finalidade de averiguar as ferramentas tecnológicas utilizadas por cada uma e classificadas entre OBTE e TIC, listados abaixo.

**Quadro 2 - Relação das agências associadas e *Travel Techs* utilizadas em 2016**

	<b>Agência</b>	<b>Parceiros</b>	<b>Área</b>	<b>Descrição</b>
TMC1	Aeroturismo			
TMC2	Alatur JTB			
TMC3	Avipam	Lemontech	OBT	
TMC3	Avipam	SAP	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC4	BB Turismo	Amadeus	TIC	GDS
TMC4	BB Turismo	SGV	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC5	BCD Travel	TripSource	TIC	Gestão de viagens
TMC6	Belvitur			
TMC7	BK 21 Lufthansa City Center	Reserve	OBT	
TMC7	BK 21 Lufthansa City Center	TMS-Argo It	OBT	
TMC8	Carlson Wagonlit Travel	KDS Neo	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC8	Carlson Wagonlit Travel	WorldMate	TIC	Gestão de viagens
TMC9	Casablanca Turismo	Reserve	OBT	
TMC9	Casablanca Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC10	Copastur	Reserve	OBT	
TMC11	Costa Brava Turismo	Reserve	OBT	
TMC12	Flytour	TMS-Argo It	OBT	
TMC13	Hostway Travel	Cardinals	TIC	Consulta de itinerários e gastos
TMC14	Jet Stream Turismo	Reserve	OBT	
TMC15	Kontik Franstur Viagens e turismo	Gover	OBT	
TMC15	Kontik Franstur Viagens e turismo	Zupper	TIC	Análise/comparação de preços; compras

TMC16	Luck Viagens	Reserve	OBT	
TMC17	Magic Tour Viagens e Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC18	Maiorca Turismo	Reserve	OBT	
TMC19	Maringá Turismo	Lemontech	OBT	
TMC19	Maringá Turismo	Maringá Travel System	TIC	Gestão de viagens
TMC19	Maringá Turismo	Sabre	TIC	GDS
TMC19	Maringá Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC20	Master Turismo	Lemontech	OBT	
TMC20	Master Turismo	Voe Master	OBT	
TMC21	Primus Turismo Viagens	TMS-Argo It	OBT	
TMC22	Promotional Travel	Reserve	OBT	
TMC22	Promotional Travel	WTS	OBT	
TMC23	Riotravel Turismo	Amadeus	TIC	GDS
TMC23	Riotravel Turismo	Reserve	OBT	
TMC23	Riotravel Turismo	Trip Case	TIC	Gestão de viagens
TMC24	Sobratur			
TMC25	Solid Corporate Travel	Reserve	OBT	
TMC26	Tivoli Tur	Reserva Fácil	OBT	
TMC26	Tivoli Tur	Reserve	OBT	
TMC27	Tour House			
TMC28	Tristar Turismo			
TMC29	Tunibra Travel	Reserve	OBT	
TMC30	Voe Tur	Reserve	OBT	
TMC30	Voe Tur	Wooba	TIC	Tecnologia/ Software

Fonte: Elaboração própria, 2016

**Quadro 3 - Relação das agências associadas e *Travel Techs* utilizadas em 2019**

	<b>Agência</b>	<b>Parceiros</b>	<b>Área</b>	<b>Descrição</b>
TMC1	Alatur JTB			
TMC2	Avipam	Lemontech	OBT	
TMC3	BCD Travel			
TMC4	Belvitur			
TMC5	Casablanca	Reserve	OBT	
TMC6	Casablanca	TMS-Argo It	OBT	
TMC6	Copastur	Lemontech	OBT	
TMC6	Copastur	Reserve	OBT	
TMC7	Copastur	TMS-Argo It	OBT	
TMC7	Costa Brava	Reserve	OBT	
TMC8	Costa Brava	TMS-Argo It	OBT	
TMC9	Flytour	FOX	OBT	
TMC10	Hostway Travel	Cardinals	TIC	Consulta de itinerários e gastos
TMC11	Jetstream	Reserve	OBT	
TMC11	Jetstream	TMS-Argo It	OBT	
TMC12	Kontik Viagens	Gover	OBT	
TMC13	Luck Viagens	Reserve	OBT	
TMC14	Magic Tour	TMS-Argo It	OBT	
TMC15	Maiorca Turismo	Lemontech	OBT	
TMC15	Maiorca Turismo	Reserve	OBT	
TMC15	Maiorca Turismo	WTS	OBT	
TMC16	Maringá Turismo	Lemontech	OBT	
TMC16	Maringá Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC17	Master Turismo	Lemontech	OBT	
TMC17	Master Turismo	TMS-Argo It	OBT	

TMC17	Master Turismo	Voe Master	OBT	
TMC18	Pontestur			
TMC19	Primus	TMS-Argo It	OBT	
TMC20	Promotional Travel	Reserve	OBT	
TMC20	Promotional Travel	TMS-Argo It	OBT	
TMC20	Promotional Travel	WTS	OBT	
TMC21	Rio Travel	Reserve	OBT	
TMC22	Sobratur			
TMC23	Solid	Reserve	OBT	
TMC24	Tivolitur	Reserva Fácil	OBT	
TMC24	Tivolitur	Reserve	OBT	
TMC25	Tour House	ITM Travel	OBT	
TMC26	Tristar Turismo	Reserve	OBT	
TMC27	Tunibra	Reserve	OBT	
TMC27	Tunibra	TMS-Argo It	OBT	
TMC28	Voetur Turismo	Reserve	OBT	
TMC28	Voetur Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC28	Voetur Turismo	Wooba	TIC	Tecnologia/Software

Fonte: Elaboração própria, 2019.

**Quadro 4 - Relação das agências associadas e *Travel Techs* utilizadas em 2023**

	<b>Agência</b>	<b>Parceiros</b>	<b>Área</b>	<b>Descrição</b>
TMC1	Avipam			
TMC2	Belvitur	SAP Concur	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC3	Carlson Wagonlit Travel	MyCWT	TIC	Gestão de viagens
TMC3	Carlson Wagonlit Travel	RoomIt	TIC	Hospedagem

TMC4	Copastur	Connect Copastur	TIC	Eventos <i>on-line</i>
TMC4	Copastur	Energy Copastur	TIC	Transporte de tripulação
TMC4	Copastur	ERP Connect	TIC	ERP
TMC4	Copastur	Expense Management	TIC	Gestão de despesas
TMC4	Copastur	Gestão de Milhas	TIC	Gestão de milhas
TMC4	Copastur	Middle Air	TIC	Gestão de aeronaves
TMC4	Copastur	Mobilidade Copastur	TIC	Transporte/Mobilidade
TMC4	Copastur	On the Go	TIC	Gestão de viagens
TMC4	Copastur	Sourcing de Hotéis	TIC	Hospedagem
TMC4	Copastur	Travel Analytics	TIC	Gestão de viagens
TMC4	Copastur	Travel HUB	TIC	Gestão de viagens
TMC4	Costa Brava Turismo	Lemontech	OBT	
TMC4	Costa Brava Turismo	Reserve	OBT	
TMC4	Costa Brava Turismo	SAP Concur	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC5	Costa Brava Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC6	Flytour			
TMC7	Hostway Travel	Cardinals	TIC	Consulta de itinerários e gastos
TMC7	Hostway Travel	Trip Case	TIC	Gestão de viagens
TMC8	Jet Stream Turismo	Reserve	OBT	
TMC8	Jet Stream Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Gover	OBT	

TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Kontik Easy	TIC	Gestão de eventos
TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Kontik Management Report	TIC	Gestão de despesas
TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Trip Case	TIC	Gestão de viagens
TMC10	Luck Viagens	Reserve	OBT	
TMC11	Magic Tour Viagens e Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC12	Maiorca Turismo	Lemontech	OBT	
TMC12	Maiorca Turismo	Reserve	OBT	
TMC12	Maiorca Turismo	WTS	OBT	
TMC13	Maringá Turismo	Lemontech	OBT	
TMC13	Maringá Turismo	Portal de Viagens Maringá	TIC	Gestão de viagens
TMC13	Maringá Turismo	Soluções Inteligentes Maringá	TIC	Gestão de viagens
TMC13	Maringá Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC13	Maringá Turismo			
TMC14	Pontestur	TMS-Argo It	OBT	
TMC15	Primus Turismo Viagens	Primus Easy Booking	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC15	Primus Turismo Viagens	Primus Intelligence	TIC	Indicadores de performance
TMC15	Primus Turismo Viagens	TMS-Argo It	OBT	
TMC16	Promotional Travel	Reserve	OBT	
TMC16	Promotional Travel	TMS-Argo It	OBT	

TMC16	Promotional Travel	WTS	OBT	
TMC17	Quickly Travel	Reserve	OBT	
TMC17	Quickly Travel	SAP Concur	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC17	Quickly Travel	TMS-Argo It	OBT	
TMC18	Riotravel Turismo	Reserve	OBT	
TMC18	Riotravel Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC18	Riotravel Turismo	TravelPort	TIC	GDS
TMC19	Sobratur	Reserva Fácil	OBT	
TMC19	Sobratur	Reserve	OBT	
TMC20	Solid Corporate Travel	Reserve	OBT	
TMC21	Tivoli Tur	Reserva Fácil	OBT	
TMC21	Tivoli Tur	Reserve	OBT	
TMC22	Tour House	E-Trip	OBT	
TMC22	Tour House	TH Budget Control	TIC	Gestão de despesas
TMC22	Tour House	TH Intelligence	TIC	Business Intelligence
TMC23	Tristar Turismo			
TMC24	Voe Tur	Reserva Fácil	OBT	
TMC24	Voe Tur	SAP Concur	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC24	Voe Tur	TMS-Argo It	OBT	
TMC24	Voe Tur	Travel Agent (Envision)	TIC	Tecnologia/Software
TMC24	Voe Tur	Wooba	TIC	Tecnologia/Software

**Fonte:** Elaboração própria, 2023.

A seguir segue a descrição de cada uma das Travel Techs utilizadas. Os dados foram colhidos nos sites das empresas, reportagens do Portal Panrotas e pela ferramenta de busca da Google.

### **Amadeus (2016)**

GDS criado pelas companhias aéreas Air France, Lufthansa, Iberia e SAS em 1987 e oferece acesso a serviços de viagens, como hospedagem e aluguel de carros. Opera em mais de 190 países e fornece às agências de viagens acesso 24 horas aos estoques de hotéis.

### **Cardinals (2016-2019-2023)**

Aplicativo lançado pela Hostway Travel em 2013 que permite consultar itinerários, configurar preferências de viagem e controlar custos.

### **Connect Copastur (2023)**

Plataforma desenvolvida pela Copastur que permite a criação de um ambiente 3D para realizações de eventos virtuais.

### **E-Trip (2023)**

*Online Booking Tool* desenvolvido pela agência Tour House, que possibilita a compra de passagens aéreas com até 30% de desconto, parceria com mais de 180 mil hotéis, locação de veículos com até 40% de desconto, além de permitir o cadastramento de funcionários e política de viagens das empresas, gestão de despesas, *cashback* e pontuações no cartão de crédito.

### **Energy Copastur (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur para transporte de tripulações de empresas *offshore*, através da qual é possível integrar os sistemas dos clientes aos OBTs utilizados pela agência, facilitando a localização da plataforma, solicitação, ID do passageiro, centro de custos e escolha do OBT a ser utilizado para gerar emissões e reservas.

### **ERP Connect (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur para facilitar a integração de dados da agência com as empresas-clientes, possibilitando o acesso de dados diretamente do ERP dos clientes.

### **Expense Management (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur, conectada aos OBTs, que permite o monitoramento de custos e gerenciamento de despesas do colaborador, além de possibilitar o gerenciamento de adiamento e adiantamento de prestações de contas e de cartões corporativos.

### **FOX (2019)**

*Online Booking Tool* desenvolvido pela agência Flytour.

### **Gestão de Milhas (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur para gestão de milhas da empresa e do passageiro, sendo possível integrar com o OBT a ser utilizado pelo usuário para cálculo automático das milhas.

### **Gover (2016-2019-2023)**

*Online Booking Tool* desenvolvido pela DNIT Service, empresa do Grupo Kontik, permite realizar solicitação e gerenciamento de reservas; processos de aprovação on-line; elaboração de roteiros, baseando-se na política de viagens da empresa e customização do perfil dos viajantes, além da elaboração de painéis personalizados e integração com diversos ERP. A empresa desenvolveu também um programa baseado em *Gamification*, que gera recompensas com o objetivo de incentivar o usuário a economizar nas viagens corporativas que realizam, com base na política de viagens da empresa, sendo o primeiro programa deste tipo desenvolvido por uma TMC.

### **ITM Travel (2019)**

*Online Booking Tool* desenvolvido pela agência Tour House, permite escolha e reserva de voos, hotéis e carros, encontrar conteúdos para viagens nacionais e

internacionais, inserção e consulta das políticas de viagens das empresas, inserção de fluxo de aprovação, cadastramento de centro de custos das empresas e integração com ERP, além de possibilitar a gestão de despesas.

### **KDS Neo (2016)**

Ferramenta desenvolvida em conjunto entre as empresas CWT e KDS, que oferece itinerários e reservas, além de prever as despesas relacionadas com o deslocamento.

### **Kontik Easy (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Kontik Viagens para permitir o controle de cotações de eventos e acompanhamento de custos.

### **Kontik Management Report (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Kontik Viagens para criação e gestão de indicadores, com dados e relatórios sobre comportamento das viagens feitas por colaboradores, total de gastos por produtos, adesão ao sistema e política de viagens.

### **Lemontech (2016-2019-2023)**

*Online Booking Tool* desenvolvido pelo Grupo Arbritman (Maringá Turismo) em 2010. Possibilita fluxo de aprovações para reservas e emissões, gestão de bilhetes aéreos, conciliação de faturas, gestão de despesas através do Expense Management, além de possibilitar a inclusão de políticas de viagens e, atualmente, protocolos de segurança.

### **Maringá Travel System (2016)**

Plataforma multi-conteúdo, desenvolvida pela Maringá Turismo, que permite realizar buscas on-line, controle de orçamento, aderência às políticas de viagens das empresas e aplicação de acordos comerciais, fluxo de aprovação e alerta de tickets não utilizados.

### **Middle Air (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur para empresas que possuem aeronaves próprias, sendo possível gerenciar os aviões dentro de rotas específicas, além de integração com OBTs.

### **Mobilidade Copastur (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur para integrar aplicativos diversos de mobilidade, como Uber e 99Taxi, além de cooperativas.

### **My CWT (2023)**

Plataforma desenvolvida pela CWT para gestão de viagens.

### **On the Go (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur para que o usuário possa acessar, através do aplicativo, itinerário de viagem, status de voo, localização do hotel, guia de viagem, além de opção de realidade aumentada para conhecer a cultura local e criação de roteiros para *Bleisure Travel*. Enquanto a empresa-cliente consegue ter informações como *tracking* de passageiro, *risk manager*, envio de mensagens em tempo real, monitoramento global e status do voo em tempo real.

### **Portal de Viagens Maringá (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela agência Maringá Turismo para gestão de viagens, permite que a empresa-cliente divulgue informações internas aos colaboradores, além de acessar o ambiente de viagens, podendo ser integrado com sistemas ERP, de forma customizada.

### **Primus Easy Booking (2023)**

Plataforma de gestão de viagens e despesas, desenvolvida pela Primus Turismo.

### **Primus Intelligence (2023)**

Plataforma desenvolvida pela Primus Turismo para oferecer suporte nas análises de indicadores de performance e evolução de compras, trazendo conciliação dos gastos pagos também através de cartão de crédito.

### **Reserva Fácil (2016-2019-2023)**

*Online Booking Tool* que consolida mais de 60 companhias aéreas nacionais e internacionais e mais de 100 viagens de todo o país e possibilita a inserção de múltiplos centros de custos, política de viagens, além da elaboração de relatórios de políticas de viagens.

### **Reserve (2016-2019-2023)**

*Online Booking Tool desenvolvido* em 2000, pela agência Solid Corporate Travel e, a partir disso, em 2004, surgiu a empresa ProReserve Serviços de Internet LTDA, responsável pelo desenvolvimento, operação e licenciadora do sistema. Inicialmente, o sistema atuava como um sistema de gestão de viagens e despesas, evoluindo posteriormente para unificar a conexão direta das companhias aéreas, ofertas de GDS e reservas de hotéis on-line voltado ao cliente final. Em 2010, a empresa desenvolveu uma nova versão, passando a se chamar Reserve Travel Manager, após parceria com a TOTVS – que trabalha com softwares de gestão e consultoria –, resultando na internacionalização do sistema em 2013.

Além disso, a empresa oferece também soluções e aplicativos que permitem a gestão de despesas e prestação de contas.

### **RoomIt (2023)**

Plataforma desenvolvida pela agência CWT para consultas e reservas de hospedagens.

### **Sabre (2016)**

O primeiro GDS existente, desenvolvido em 1960 pela American Airlines e IBM.

### **SAP (2016-2023)**

Ferramenta de gestão de viagens e despesas.

### **SGV (2016)**

Ferramenta de gestão de viagens e despesas, desenvolvida pela agência BB Turismo.

### **Soluções Inteligentes Maringá (2023)**

Ferramenta desenvolvimento pela Maringá Turismo que integra, em uma única plataforma, diferentes aplicações para gestão de viagens.

### **Sourcing de Hotéis (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur para monitoramento e resultados, cadastros e registro de hotéis, além de gerar dados e alertas que podem ser analisados e comparados para verificar se os acordos estão sendo cumpridos pelos fornecedores.

### **TH Budget Control (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Tour House para gestão do orçamento de viagens corporativas de forma *on-line*, permitindo controlar o orçamento de viagens do período, realizar o agrupamento de centros de custos por área, e definir e parametrizar políticas de viagens.

### **TH Intelligence (2023)**

Sistema de *Bussiness Intelligence* desenvolvido pela Tour House, com *Big Data* e *SmartData* para gerenciamento de viagens e eventos corporativos, possibilitando gerar relatório, fazer a gestão de dados, ter todo o gerenciamento das viagens corporativas centralizado e identificar oportunidades.

### **TMS-Argo It (2016-2019-2023)**

*Online Booking Tool* desenvolvido em 2008 pela Argo Solutions, empresa de serviços de tecnologia, líder no Brasil em gestão de viagens. Permite consulta a históricos de compras com registro de requisição de viagens, fluxo de aprovação, emissão e confirmação de passagens aéreas, hospedagem e veículos, gerenciamento e controle de viagem, relatórios personalizados, além da redução de, em média, 30% do custo de passagens aéreas.

### **Travel Agent (Envision) (2023)**

Plataforma de turismo que oferece serviços e produtos de software. Criada no Brasil há 17 anos, foi a pioneira no país na emissão de bilhete eletrônico e criou um sofisticado sistema de gestão de viagens, atualmente desenvolve soluções no formato SaaS customizando para os diferentes nichos do mercado de turismo.

### **Travel Analytics (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur para personalizar informações e dados, com modelos pré-montados com informações de viagens, expense, controle de SLA, tickets não voados, telefonia e NPS, além de envio de relatórios para o gestor.

### **Travel HUB (2023)**

Ferramenta desenvolvida pela Copastur para possibilitar o acesso unificado de informações de mercado em tempo real, ferramentas de viagens e gestão, contatos rápidos, portal de lazer, calendário de eventos, hotéis preferenciais, benchmark e demais ferramentas Copastur.

### **Travel Port (2023)**

GDS fundado no Reino Unido em 1971 e atualmente composto pela Apollo, Worldspan e Galileo GDS.

### **Trip Case (2016-2023)**

Aplicativo desenvolvido pelo Sabre que utiliza as informações do GDS e as reúne por meio do aplicativo, facilitando o acesso às informações de números de voos, rotas, hotéis, locação de veículos e outros.

### **TripSource (2016)**

Aplicativo desenvolvido pela BCD Travel que permite acesso instantâneo aos detalhes da viagem, opções de reserva, lembretes de check-in, notificações de voo em tempo real, alertas de risco e compartilhamento de itinerário.

### **Voe Master (2016-2019)**

*Online Booking Tool* desenvolvido pela agência Master Turismo.

### **Wooba (2016-2019-2023)**

Empresa que fabrica *softwares* para desenvolvimento de projetos, como sistemas de emissão de bilhetes aéreos, reservas de hotéis, carros e seguros, sistemas de gestão de riscos e segurança financeira.

### **WorldMate (2016)**

Aplicativo que oferece recursos para gerenciar viagens, como criação de roteiros, visualização de mapas, conversão monetária, condições meteorológicas, fusos horários mundiais, lista de hotéis pela localização em tempo real e reservas de hotéis pelo próprio aplicativo.

### **WTS (2016-2019-2023)**

*Online Booking Tool* desenvolvido inicialmente para agências corporativas e atualmente oferece soluções para atender também agências de lazer, através do HUB WTS. Desde 2014 possui parceria com o sistema Cangooroo Chanel Management (redes e hotéis independentes), permitindo que os hotéis parceiros sejam integrados ao *self-booking* das agências de viagens corporativas que utilizam o WTS Corporate.

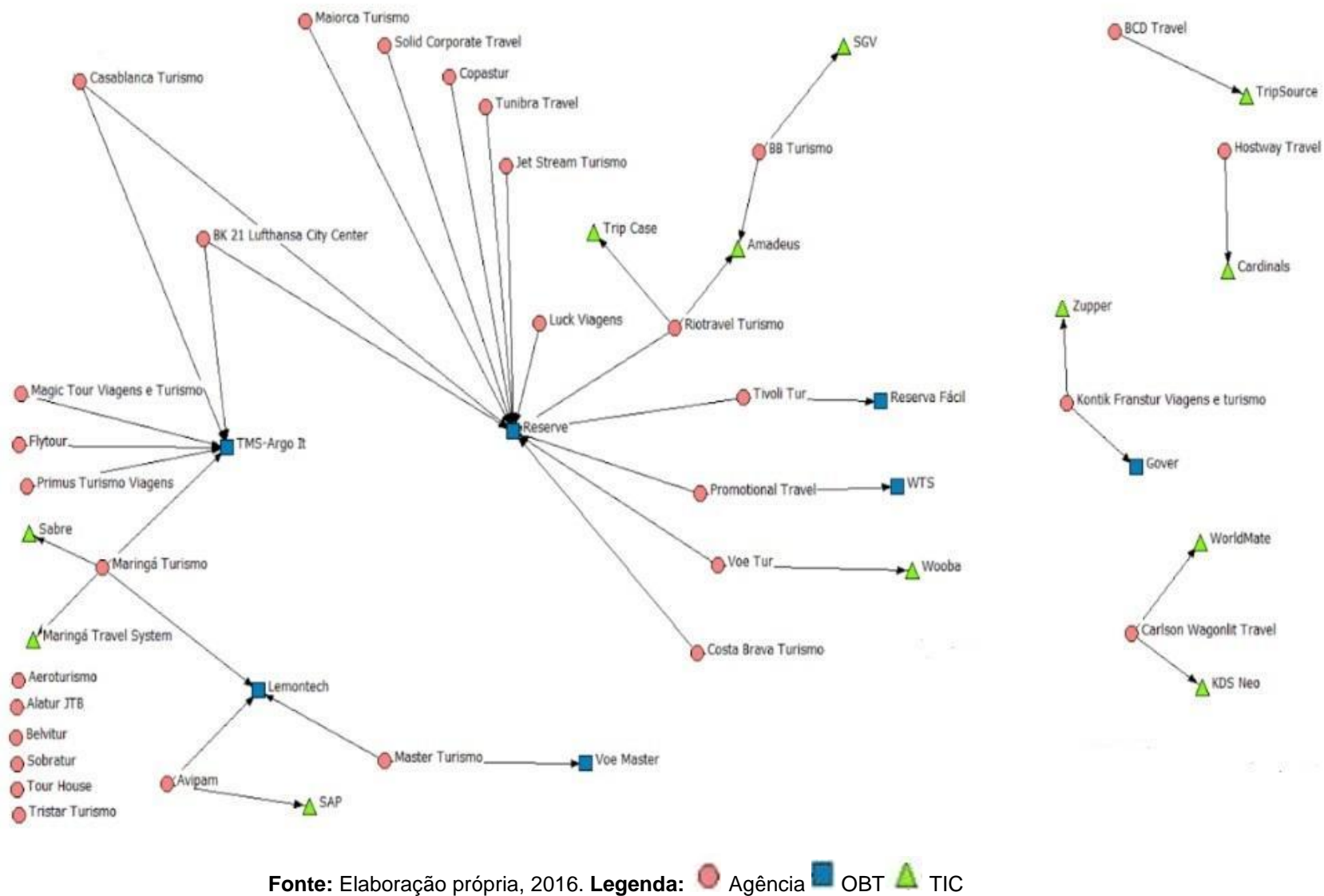
### **Zupper (2016)**

Agência virtual de viagens que opera no Brasil e América Latina desde 2001, oferecendo serviços de compra de passagens aéreas e reservas de hotéis, além de comparação de preços.

## **3.3 Análise das redes**

Com base no levantamento, foram elaboradas as planilhas para análise de dados das redes, encontradas em apêndices. Através da análise de dados, foram apresentadas as redes da relação das TMCs e *Travel Techs*, dos anos de 2016, 2019 e 2023, conforme figuras 3, 4 e 5.

Figura 3 - Rede agências associadas ABRACORP e Travel Tech 2016



Observando a figura 3 é possível perceber que a maior parte das agências associadas utilizavam, em 2016, pelo menos uma *Travel Tech*, seja OBT ou TIC (25 agências), enquanto apenas seis não indicavam em seus *sites* que utilizavam: Aeroturismo, Alatur JTB, Belvitur, Sobratur, Tour House e Tristar Turismo. Além disso, fica evidente a predominância do OBT Reserve, utilizado por 13 agências: BK 21 Lufthansa City Center, Casablanca Turismo, Copastur, Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Luck Viagens, Maiorca Turismo, Promotional Travel, Rio Travel Turismo, Solid Corporate Travel, Tivoli Tur, Tunibra Travel e Voe Tur.

Já o TMS-Argo It era o segundo OBT mais utilizado, em uso por seis agências: BK 21 Lufthansa City Center, Casablanca Turismo, Flytour, Magic Tour Viagens e Turismo, Maringá Turismo e Primus Turismo Viagens. Enquanto o OBT Lemontech era utilizado pelas agências Avipam, Maringá Turismo e Master Turismo, totalizando três TMCs. Há também alguns OBTs que eram utilizados por apenas uma agência cada, sendo o Gover, utilizado pela Kontik Franstur Viagens e Turismo; Reserva Fácil, utilizado apenas pela Tivoli Tur; Voe Master, próprio da agência Master Turismo e utilizado apenas por ela; e WTS, utilizado pela agência Promotional Travel.

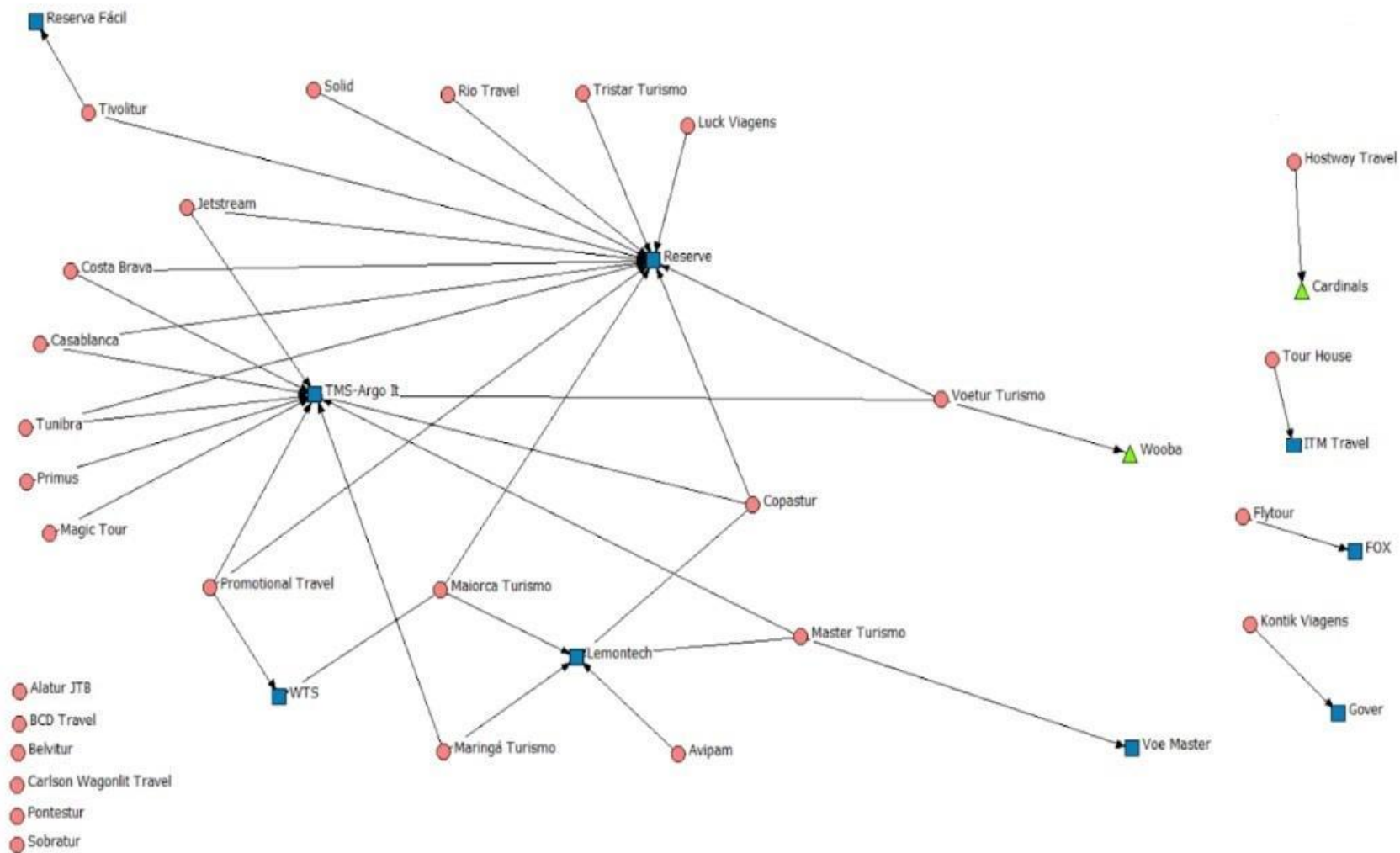
Com relação às *Travel Techs* classificadas como TIC, é possível identificar onze, sendo a maioria utilizada por apenas uma agência, com exceção do GDS Amadeus, utilizado pela BB Turismo e Rio Travel Turismo. Enquanto os demais são: Cardinals, utilizado pela Hostway Travel; KDS Neo, utilizado pela Carlson Wagonlit Travel; Maringá Travel System, utilizado pela Maringá Turismo; Sabre, também utilizado pela Maringá Turismo; SAP, utilizado pela Avipam; SGV utilizado pela BB Turismo; Trip Case, utilizado pela Rio Travel Turismo; Trip Source, utilizado pela BCD Travel; Wooba, utilizado pela Voe Tur; WorldMate, utilizado também pela Carlson Wagonlit Travel; e Zupper, utilizado pela Kontik Franstur Viagens e Turismo.

Ao analisar a rede formada, é possível notar que a maioria das TMCs associadas utilizavam apenas uma *Travel Tech*, seja OBT ou TIC. Apenas seis agências utilizavam, simultaneamente, dois OBTs: BK 21 Lufthansa City Center e Casablanca Turismo (Reserve e TMS-Argo It); Master Turismo (Lemontech e Voe Master); Promotional Travel (Reserve e WTS); Tivoli Tur (Reserva Fácil e Reserve); e Maringá Turismo, que, além de utilizar dois OBTs (Lemontech e TMS-Argo It), utilizava duas TICs (Maringá Travel System-sistema próprio de gestão de viagens- e o GDS Sabre).

Além disso, podemos elencar outras agências que utilizavam mais de uma *Travel Tech*: Avipam, que utilizava o OBT Lemontech e TIC SAP; BB Turismo, ao utilizar duas TICs (Amadeus e SGV); Carlson Wagonlit Travel, também utilizando duas TICs (KDS Neo e WorldMate); Kontik Franstur Viagens e Turismo, que utiliza o OBT Gover e TIC Zupper; Rio Travel Turismo, por utilizar um OBT (Reserve) e mais duas TICs (Amadeus e Trip Case); e Voe Tur Turismo, que utilizava o Reserve como OBT e Wooba como TIC.

Desse modo, é possível elencar o OBT Reserve como a principal *Travel Tech* em uso pelas agências corporativas associadas ABRACORP no ano de 2016 e a tendência de as agências apresentarem parcerias com apenas uma *Travel Tech*, sendo poucas as agências que se destacam ao utilizar mais de uma *Travel Tech*.

Figura 4 - Rede agências associadas ABRACORP e Travel Tech 2019



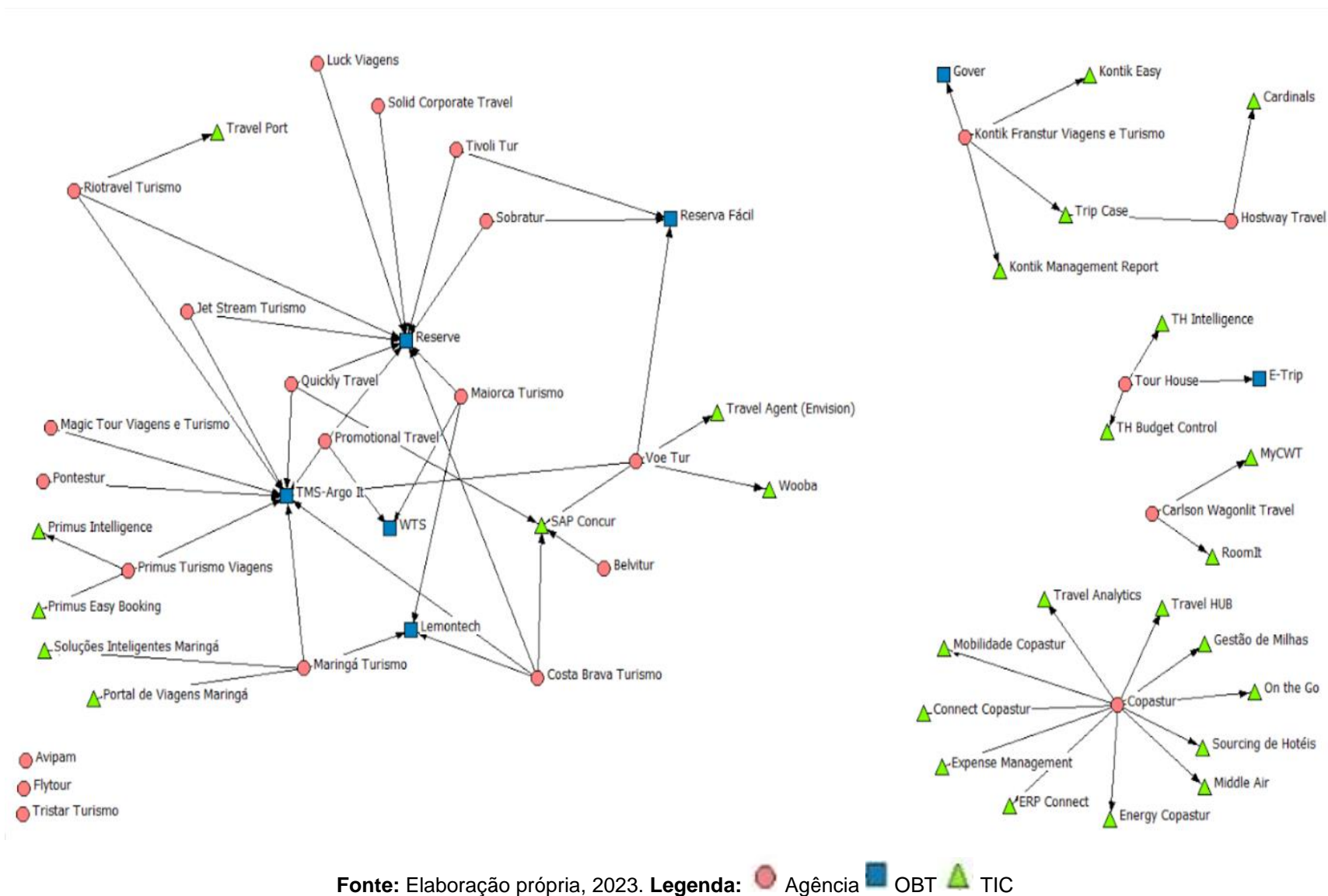
Fonte: Elaboração própria, 2019. Legenda: ● Agência ■ OBT ▲ TIC

Já em 2019, analisando a figura 4, pode-se notar que apenas seis das 28 agências TMC associadas ABRACORP não indicaram em seus *sites* que utilizavam *Travel Tech*, sendo: Alatur JTB, BCD Travel, Belvitur, Carlson Wagonlit Travel, Pontestur e Sobratur. Além disso, havia apenas duas *Travel Techs* classificadas como TIC sendo utilizadas: Cardinals, utilizada pela Hostway Travel e Wooba, utilizada pela agência Voe Tur Turismo. Vale ressaltar que apenas a Voe Tur Turismo utilizava também OBT, enquanto a Hostway Travel utilizava apenas a TIC citada.

Enquanto, com relação às *Travel Techs* classificadas como OBT, é possível identificar nove: FOX, Gover, ITM Travel, Lemontech, Reserva Fácil, Reserve, TMS-Argo It, Voe Master e WTS. Além disso, é possível analisar que a maior parte das agências utilizavam, simultaneamente, mais de um OBT, sendo: Casablanca Turismo, Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Tunibra Travel e Voe Tur Turismo (Reserve e TMS-Argo It); Maringá Turismo (Lemontech e TMS-Argo It); Master Turismo (Lemontech e Voe Master); Tivoli Tur (Reserva Fácil e Reserve); Copastur (Lemontech, Reserve e TMS-Argo It); Maiorca Turismo (Lemontech, Reserve e WTS); e Promotional Travel (Reserve, TMS-Argo It e WTS). Por outro lado, dez agências indicavam o uso de apenas um OBT: Avipam (Lemontech); Flytour (FOX); Kontik Franstur Viagens e Turismo (Gover); Luck Viagens, Magic Tour Turismo e Primus Turismo (TMS-Argo It); Rio Travel Turismo, Solid Corporate Travel, Tristar Turismo (Reserve); e Tour House (ITM Travel).

Assim sendo, pode-se verificar a predominância da utilização de OBT como *Travel Tech* pelas agências de viagens corporativas associadas ABRACORP no ano de 2019, de modo que a maioria opta por utilizar mais de um OBT simultaneamente.

Figura 5 - Rede agências associadas ABRACORP e Travel Tech 2023



Fonte: Elaboração própria, 2023. Legenda: ● Agência ■ OBT ▲ TIC

Através da figura 5, é perceptível que a maior parte das agências associadas ABRACORP apresenta relação com mais de uma *Travel Tech*, seja OBT ou TIC, com exceção da Belvitur, Luck Viagens, Magic Tour Viagens e Turismo, Pontestur e Solid Corporate Travel, totalizando cinco agências, enquanto apenas três não indicavam nenhuma utilização de Travel Tech em seus sites: Avipam, Flytour e Tristar Turismo.

Considerando apenas OBT é possível analisar que apenas dois são usados por uma única agência, sendo Gover, utilizado pela Kontik Franstur Viagens e Turismo, e E-Trip utilizado pela Tour House e próprio dessa TMC, já o OBT WTS é utilizado pelas agências Maiorca Turismo e Promotional Travel, enquanto o Lemontech é utilizado pela Costa Brava Turismo, Maiorca Turismo e Maringá Turismo, o Reserva Fácil, por sua vez, é utilizado pela Sobratur, Tivoli Tur e Voe Tur. Com relação ao Reserve, é utilizado por 10 agências, sendo Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Luck Viagens, Maiorca Turismo, Promotional Travel, Quickly Travel, Rio Travel Turismo, Sobratur, Solid Corporate Travel e Tivoli Tur, assim como o TMS-Argo It, utilizado pelas TMCs Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Magic Tour Viagens e Turismo, Maringá Turismo, Pontestur, Primus Turismo Viagens, Promotional Travel, Quickly Travel, Riotravel Turismo e Voe Tur.

Por outro lado, as ferramentas de TIC são, em maioria, utilizadas por apenas uma agência, com exceção da SAP Concur, utilizada por quatro agências: Belvitur, Costa Brava Turismo, Quickly Travel e Voe Tur; e Trip Case, utilizada pela Hostway Travel e Kontik Franstur Viagens e Turismo. Com relação às demais *Travel Techs* nessa categoria, são, em maior parte, desenvolvidas para a própria agência de viagem, como ocorre com Cardinals, da Hostway Travel; Kontik Easy e Kontik Management Report, da Kontik Franstur Viagens e Turismo; My CWT e RoomIt, da Carlson Wagonlit Travel; Portal de Viagens Maringá e Soluções Inteligentes Maringá, da Maringá Turismo; Primus Easy Booking e Primus Intelligence, da Primus Turismo Viagens; TH Budget Control e TH Intelligence, da Tour House; e Travel Port da Rio Travel Turismo, enquanto as *Travel Techs* Travel Agent e Wooba, são utilizadas apenas pela Voe Tur Turismo, apesar de não serem exclusivas dessa agência. Já a agência Copastur, por sua vez, apresenta em seu site onze ferramentas com funcionalidades variadas: Connect Copastur, Energy Copastur, ERP Connect, Expanse Management, Gestão de Milhas, Middle Air, Mobilidade Copastur, On the Go, Sourcing de Hotéis, Travel Analytics e Travel HUB. Além disso, vale destacar que a maior parte dessas *Travel Techs* são de gestão de viagens e/ou despesas.

Portanto, fica evidente não apenas a utilização, como também o desenvolvimento de *Travel Techs* pelas agências de viagens TMC associadas ABRACORP em 2023, principalmente aquelas classificadas como TIC, com destaque para as de gestão de viagens e despesas.

### 3.4 Análise comparativa

Comparando as três redes é possível constatar o aumento da utilização de *Travel Techs* pelas agências de viagens associadas, principalmente em 2023, conforme previsto em estudos de Santos (2008), Lauda (2010), Poggi (2021) e Kuss e Medaglia (2022), ao apontarem o investimento em tecnologia como estratégia para competitividade das agências e auxílio na otimização de serviços. Além de ser possível também verificar a mudança no padrão de utilização dessas *Travel Techs* pelas agências associadas ABRACORP.

Em 2016 **onze** agências apresentavam uso de apenas uma *Travel Tech* (BCD Travel, Copastur, Flytour, Hostway Travel, Jet Stream Turismo, Luck Viagens, Magic Tour Viagens e Turismo, Maiorca Turismo, Primus Turismo Viagens, Solid Corporate Travel e Tunibra Travel); **onze** agências utilizavam duas *Travel Techs* (Avipam, BB Turismo, BK21 Lufthansa City Center, Carlson Wagonlit Travel, Casablanca Turismo, Costa Brava Turismo, Kontik Franstur Viagens e Turismo, Master Turismo, Promotional Travel, Tivoli Tur e Voe Tur Turismo); **uma** agência utiliza três *Travel Techs* (Rio Travel Turismo); e mais **uma** agência utiliza quatro (Maringá Turismo), sendo que seis agências utilizavam, simultaneamente, dois *Online Booking Tool* (BK21 Lufthansa City Center, Casablanca Turismo, Maringá Turismo, Master Turismo, Promotional Travel e Tivoli Tur), enquanto apenas **seis** agências não indicavam utilizar nenhuma *Travel Tech* (Aeroturismo, Alatur JTB, Belvitur, Sobratur, Tour House e Tristar Turismo). Além disso, fica evidente o protagonismo do OBT Reserve.

Já em 2019, **onze** agências utilizavam apenas uma *Travel Tech* (Avipam, Flytour, Hostway Travel, Kontik Franstur Viagens e Turismo, Luck Viagens, Magic Tour Viagens e Turismo, Primus Turismo Viagens, Rio Travel Turismo, Solid Corporate Travel, Tour House e Tristar Turismo); **seis** utilizavam duas *Travel Techs* (Casablanca Turismo, Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Maringá Turismo, Tivoli Tur e Tunibra); e **cinco** utilizavam três (Copastur, Maiorca Turismo, Master Turismo, Promotional Travel e Voe Tur Turismo), enquanto **seis** agências não

indicavam em seus sites utilizar nenhuma *Travel Tech* (Alatur JTB, BCD Travel, Belvitur, Carlson Wagonlit Travel, Pontestur e Sobratur), assim como ocorreu no ano de 2016.

Ao analisar apenas esses dois anos, é possível verificar que em 2016, aproximadamente metade das agências (onze) que indicavam utilizar *Travel Tech*, utilizavam apenas uma cada, enquanto a treze utilizava mais de uma. Em 2019 ocorreu o mesmo, metade das agências (onze) utilizava apenas uma *Travel Tech* cada e a outra metade utilizava mais de uma, bem como, o número de agências que não indicavam utilizar nenhuma *Travel Tech* foi o mesmo nos dois anos (seis agências).

Porém, analisando a classificação das *Travel Techs* utilizadas, classificadas como OBT e TIC, é possível constatar que em 2016, das treze agências que utilizavam mais de uma ferramenta, **cinco** utilizavam dois OBTs (BK21 Lufthansa City Center, Casablanca Turismo, Master Turismo, Promotional Travel e Tivoli Tur); **três** utilizavam um OBT e uma TIC (Avipam, Kontik Franstur Viagens e Turismo e Voe Tur Turismo); **duas** utilizavam apenas TICs (BB Turismo e Carlson Wagonlit Travel); **uma** utilizava um OBT e duas TICs (Rio Travel Turismo); e **uma** agência utilizava dois OBTs e duas TICs (Maringá Turismo). Já em 2019, das onze agências que utilizam mais de uma *Travel Tech*, apenas **uma** agência utilizava dois OBTs e uma TIC (Voe Tur Turismo), enquanto **seis** agências utilizavam dois *Online Booking Tools* (Casablanca Turismo, Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Maringá Turismo, Tivoli Tur e Tunibra Travel), e **quatro** utilizavam três OBTs (Copastur, Maiorca Turismo, Master Turismo e Promotional Travel).

Desse modo, fica evidente que, por um lado, comparado com 2016, o número de *Travel Techs* classificadas como TIC diminuiu em 2019, mas, por outro lado, o número de agências que utilizavam, simultaneamente, mais de um OBT aumentou em 100%, passando de 5 em 2016, para 10 em 2019. Com isso, é possível notar o protagonismo e relevância das ferramentas de *Online Booking Tool* para o setor, com destaque para Reserve e TMS-Argo It, confirmando o estudo de Braga e Murad (2007) que apontam a utilização de OBT como diferencial para as agências TMCs.

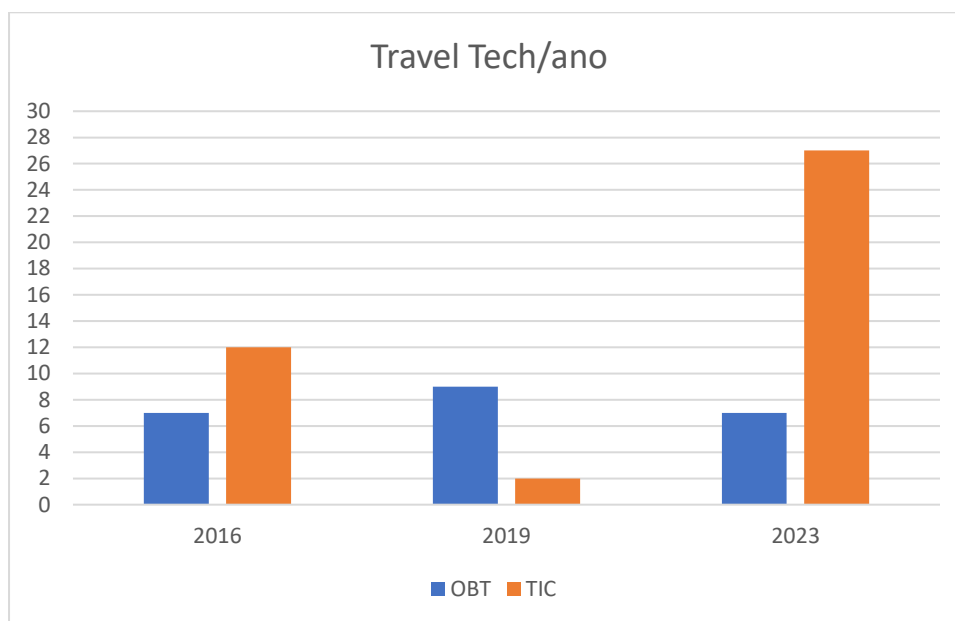
Já em 2023, além de ser possível notar um aumento geral na utilização de *Travel Techs* por parte das agências associadas ABRACORP, é possível constatar também que  $\frac{2}{3}$  das agências (**16**) utilizam mais de uma ferramenta (Carlson Wagonlit Travel, Copastur, Costa Brava Turismo, Hostway Travel, Jet Stream Turismo, Kontik

Franstur Viagens e Turismo, Maiorca Turismo, Maringá Turismo, Primus Turismo, Promotional Travel, Quickly Travel, Rio Travel Turismo, Sobratur, Solid Corporate Travel, Tour House e Voe Tur Turismo), enquanto **cinco** utilizam apenas uma (Belvitur, Luck Viagens, Magic Tour Turismo, Pontestur e Solid Corporate Travel) e apenas **três** agências não indicam em seus sites que utilizam alguma *Travel Tech* (Avipam, Flytour e Tristar Turismo). Analisando também a classificação de cada *Travel Tech*, nota-se que **três** agências utilizam apenas TICs (Carlson Wagonlit Travel, Copastur e Hostway Travel); **seis** utilizam apenas OBTs (Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Maiorca Turismo, Promotional Travel, Sobratur e Tivoli Tur) ; **duas** utilizam mais de um OBT e apenas uma TIC (Quickly Travel e Rio Travel Turismo); **três** utilizam apenas um OBT e mais de uma TIC (Kontik Franstur Viagens Turismo, Primus Turismo e Tour House); e **duas** utilizam mais de uma TIC e mais de um OBT (Maringá Turismo e Voe Tur Turismo).

Sendo assim, pode-se afirmar que, ao longo dos anos, as agências associadas ABRACORP evoluíram na utilização de *Travel Techs*, principalmente após o ano de 2019, considerando, também, que em 2023 o número de agências associadas ABRACORP que não utilizava nenhuma *Travel Tech* foi de apenas três, contra seis nos anos de 2016 e 2023. Bem como o padrão de utilização também mudou, passando da utilização de apenas uma ferramenta para utilizarem, simultaneamente, mais de uma *Travel Tech*. Além disso, é possível notar que as agências passaram a desenvolver ferramentas próprias.

Analisando os gráficos 1 e 2 é possível perceber a evolução, ao longo dos anos, da quantidade de *Travel Tech* utilizadas, assim como a classificação do segmento de cada TIC.

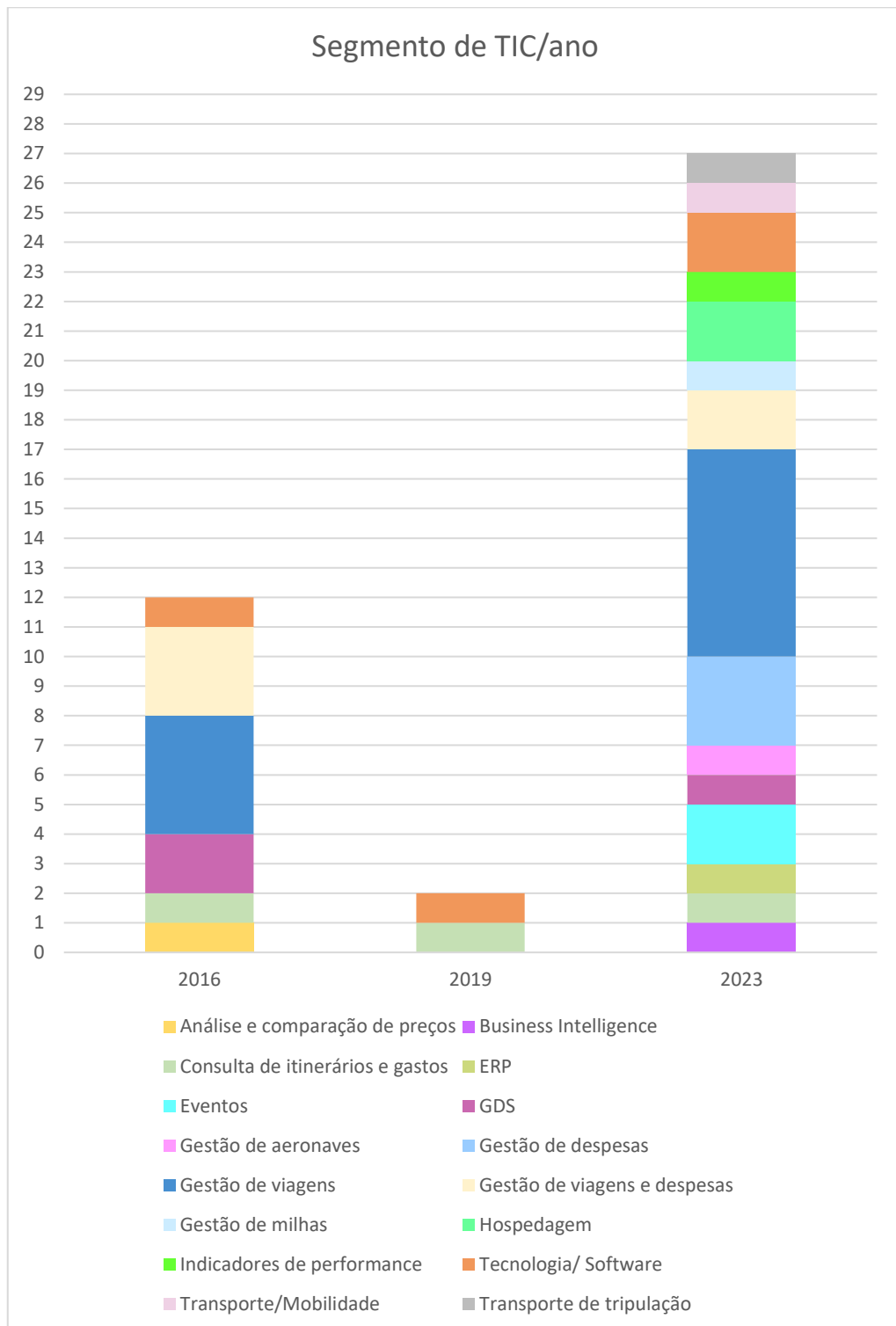
**Gráfico 1 – Quantidade de *Travel Techs* utilizadas por ano**



**Fonte:** Elaboração própria, 2023

No gráfico 1 é possível notar que em 2016 eram utilizadas sete *Travel Techs* classificadas como *Online Booking Tools* e doze classificadas como Tecnologia da Informação e Comunicação, enquanto em 2019 o número de OBT aumentou para nove, porém, o número de TIC reduziu para dois. Em 2023, por sua vez, o número de OBTs utilizados reduziu para sete, assim como em 2016, porém a utilização de TICs passou para 27, comprovando o aumento no número de ferramentas de Tecnologia da Informação e Comunicação utilizadas, conforme previsto por Vela-Jiménez et al. (2022), ao afirmarem que as agências necessitam contar com sistemas de informação e tecnologia da comunicação para atenderem aos clientes e se adaptarem ao mercado e que as TICs tornaram-se ainda mais necessárias e essenciais após a pandemia de COVID-19, que intensificou a utilização dessas ferramentas em diversos setores.

**Gráfico 2 – Segmento das TIC utilizadas por ano**



**Fonte:** Elaboração própria, 2023

O gráfico 2, por outro lado, mostra o segmento de cada TIC utilizada, através do qual é possível perceber que em 2016 predominava a utilização de TICs de gestão de viagens ou gestão de viagens e despesas, seguido por GDS e, em menor grau,

tecnologia e consulta/análise de gastos e itinerários. Já em 2019, eram utilizadas apenas uma TIC de tecnologia e outra de consulta de gastos e itinerários. Contudo, em 2023, as agências passaram a utilizar TICs de diversos segmentos, como eventos, hospedagem, mobilidade e transporte, indicadores de performance, *Business Intelligence* e ERP, se relacionando com estudos anteriores que apontam a tendência do desenvolvimento de TICs em diversos segmentos, como BI e ERP (Vela-Jiménez et al., 2022) e mobilidade e eventos (Neves, 2022). Porém, a predominância é de TICs do segmento de gestão de viagens e gestão de despesas, como já apontavam Gustafson (2012) e Weber (2019) ao discorrerem sobre a importância da gestão de viagens para assumir o controle de custos e Braga (2017), ao apontar a necessidade dos clientes finais de ferramentas que possam reunir despesas e facilitar a prestação de contas. Com isso, é possível notar que, ao contrário de 2016, em que havia a utilização de ferramentas unificadas de gestão de viagens e despesas, em 2023 passaram a ser utilizadas ferramentas apenas de gestão de despesas, além do aumento no uso de ferramentas de gestão de viagens.

Já com relação apenas às *Travel Techs de Online Booking Tools*, o quadro 5 mostra a evolução da utilização por parte das agências associadas.

**Quadro 5 – Evolução da utilização de Online Booking Tools pelas agências associadas ABRACORP**

			GOVER KONTIK FRANSTUR VIAGENS E TURISMO	LEMONTECH	RESERVA FÁCIL	RESERVE	TMS-ARGO IT	VOE MASTER	WTS
2016					TIVOLI TUR	BK21 LUFTHANSA CITY CENTER	BK21 LUFTHANSA CITY CENTER	MASTER TURISMO	PROMOTIONAL TRAVEL
				AVIPAM		CASABLANCA TURISMO	CASABLANCA TURISMO		
				MARINGÁ TURISMO MASTER TURISMO		COPASTUR	FLYTOUR MAGIC TOUR VIAGENS E TURISMO		
						COSTA BRAVA TURISMO			
						JET STREAM TURISMO	MARINGÁ TURISMO		
							PRIMUS TURISMO VIAGENS		
						LUCK VIAGENS MAIORCA TURISMO			
						PROMOTIONAL TRAVEL			
						RIO TRAVEL TURISMO			
						SOLID CORPORATE TRAVEL			
						TIVOLI TUR			
						TUNIBRA TRAVEL			

							VOE TUR TURISMO			
		<b>FOX</b>	<b>GOVER</b> KONTIK FRANSTUR VIAGENS E TURISMO	<b>ITM</b> TRAVEL	<b>LEMONTECH</b>	<b>RESERVA</b> FÁCIL	<b>RESERVE</b>	<b>TMS-ARGO IT</b>	<b>VOE</b> MASTER	<b>WTS</b>
		<b>FLYTOUR</b>		<b>TOUR</b> HOUSE	<b>AVIPAM</b>	<b>TIVOLI</b> TUR	<b>CASABLANCA</b> TURISMO	<b>CASABLANCA</b> TURISMO	<b>MASTER</b> TURISMO	<b>MAIORCA</b> TURISMO
					<b>COPASTUR</b> MAIORCA TURISMO MARINGÁ TURISMO		<b>COPASTUR</b> COSTA BRAVA TURISMO JET STREAM TURISMO	<b>COPASTUR</b> COSTA BRAVA TURISMO JET STREAM TURISMO		<b>PROMOTIONAL</b> TRAVEL
					<b>MASTER</b> TURISMO			<b>MAGIC TOUR</b> VIAGENS E TURISMO		
							<b>LUCK VIAGENS</b>	<b>MARINGÁ</b> TURISMO		
							<b>MAIORCA</b> TURISMO <b>PROMOTIONAL</b> TRAVEL	<b>MASTER</b> TURISMO		
							<b>RIO TRAVEL</b> TURISMO SOLID CORPORATE TRAVEL	<b>PRIMUS</b> TURISMO VIAGENS		
							<b>TIVOLI TUR</b>	<b>PROMOTIONAL</b> TRAVEL		
							<b>TRISTAR</b> TURISMO	<b>TUNIBRA</b> TRAVEL		
								<b>VOE TUR</b> TURISMO		
<b>2019</b>										

							TUNIBRA TRAVEL VOE TUR TURISMO		
2023	E-TRIP		GOVER KONTIK FRANSTUR VIAGENS E TURISMO	LEMONTECH	RESERVA FÁCIL	RESERVE	TMS-ARGO IT		WTS
	TOUR HOUSE			COSTA BRAVA TURISMO MAIORCA TURISMO	SOBRATUR TIVOLI TUR	COSTA BRAVA TURISMO JET STREAM TURISMO	COSTA BRAVA TURISMO JET STREAM TURISMO		MAIORCA TURISMO PROMOTIONAL TRAVEL
				MARINGÁ TURISMO	VOE TUR TURISMO	LUCK VIAGENS	MAGIC TOUR VIAGENS E TURISMO		
						MAIORCA TURISMO PROMOTIONAL TRAVEL	MARINGÁ TURISMO		
						QUICKLY TRAVEL	PONTESTUR PRIMUS TURISMO VIAGENS		
						RIO TRAVEL TURISMO	PROMOTIONAL TRAVEL QUICKLY TRAVEL		
						SOBRATUR SOLID CORPORATE TRAVEL	RIO TRAVEL TURISMO VOE TUR TURISMO		
						TIVOLI TUR			

Fonte: Elaboração própria, 2023

No quadro 5 são destacadas de preenchimento na cor salmão as agências que utilizam mais de um OBT, enquanto na cor de escrita laranja estão destacadas as agências que mantiveram a mesma utilização de OBT de um ano para o outro, e as agências destacadas com escrita de cor vermelha são as agências que deixaram de utilizar determinado OBT de um ano para o outro.

Através do quadro fica evidente o protagonismo do Reserve no ano de 2016, sendo utilizado por treze agências, enquanto o TMS-Argo It ocupa o segundo lugar de OBT mais utilizado (seis agências). Também é possível perceber que poucas agências utilizavam mais de um OBT, apenas seis (BK21 Lufthansa City Center, Casablanca Turismo, Maringá Turismo, Master Turismo, Promotional Travel e Tivoli Tur. Enquanto, no ano de 2019, o número de agências que utilizam o Reserve se manteve em treze, porém, o número de agências que utilizavam o TMS-Argo It passou para onze, além disso, os OBTs Lemontech e WTS também passaram a ser mais utilizados. É possível notar também a aparição de dois novos OBTs, FOX, desenvolvido pela Flytour, e ITM Travel, desenvolvido pela Tour House,

Com relação ao Reserve, apesar do número de agências que o utilizavam ter se mantido o mesmo de um ano para o outro, as agências não são as mesmas, uma vez que se pode notar a troca da BK21 Lufthansa City Center (que deixa de ser associada ABRACORP em 2019), pela Tristar Turismo (que já era associada em 2016). Já quanto ao TMS-Argo It, em 2019, o OBT deixa de ser utilizado pela BK21 Lufthansa City Center, já que essa agência deixou de ser associada e não contempla mais o objeto de pesquisa, e também pela Flytour, que passou a utilizar OBT próprio. Este OBT, porém, passou a ser utilizado pelas agências Copastur, Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Master Turismo, Promotional Travel, Tunibra Travel e Voe Tur Turismo. Enquanto o Lemontech, por sua vez, passou a ser utilizado por mais duas agências (Copastur e Maiorca Turismo) e se manteve sendo utilizado pelas demais agências que o utilizavam em 2016 (Avipam, Maringá Turismo e Master Turismo).

Além disso, em 2019 o número de agências que utilizavam mais de um OBT passou de seis para onze, um aumento de, aproximadamente, 85%, sendo: Casablanca Turismo, Copastur, Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Maiorca Turismo, Maringá Turismo, Master Turismo, Promotional Travel, Tivoli Tur, Tunibra Travel e Voe Tur Turismo.

Por fim, em 2023, através do quadro, é possível notar que o número de agências que utilizam o TMS-Argo It se igualou ao do Reserve (dez agências), sendo menor que nos anos anteriores. Além disso, o número de agências que utilizam o Lemontech também diminuiu, não sendo mais utilizado por Avipam, Copastur e Matster Turismo, por outro lado, este OBT passou a ser utilizado pela Costa Brava Turismo. Os OBTs Gover e WTS não apresentaram alterações de 2019 para 2023 e a agência Tour House deixou de indicar em seu site que utiliza o OBT ITM Travel e passou a utilizar o OBT E-Trip, também próprio da agência. Já o Reserva Fácil passou a ser utilizado também pelas agências Sobratur e Voe Tur Turismo. Com relação ao FOX, não consta mais no site da Flytour a utilização, enquanto que o Voe Master não se manteve na lista de OBTs utilizados, uma vez que a agência Master Turismo deixou de ser associada ABRACORP em 2023. É possível notar também que o número de agências que utilizam mais de um OBT passou para dez, sendo: Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Maiorca Turismo, Maringá Turismo, Promotional Travel, Quickly Travel, Rio Travel Turismo, Sobratur, Tivoli Tur e Voe Tur Turismo, sendo bem próximo da comparação com 2019, com uma variação negativa de apenas 10% (uma agência).

Comparando as agências que utilizavam mais de um OBT ano a ano, conforme o quadro 6 é possível identificar que a maioria das agências que utilizam mais de um OBT, manteve esse padrão de utilização, como ocorre com Costa Brava Turismo, Jet Stream Turismo, Maiorca Turismo, Maringá Turismo, Promotional Travel, Tivoli Tur e Voe Tur Turismo, enquanto que para algumas agências que utilizavam mais de um OBT em determinado ano e no próximo de análise não manteve o padrão, o motivo foi a saída da agência como associada ABRACORP, como ocorre com BK21 Lufthansa City Center, Master Turismo e Tunibra Travel, com exceção da Copastur, que se manteve associada ABRACORP em 2023.



**Quadro 6 - Agências associadas ABRACORP que utilizam mais de um OBT**

<b>2016</b>	<b>2019</b>	<b>2023</b>
BK21 Lufthansa City Center		
Casablanca Turismo	Casablanca Turismo	
	Copastur	
	Costa Brava Turismo	Costa Brava Turismo

	Jet Stream Turismo	Jet Stream Turismo
	Maiorca Turismo	Maiorca Turismo
Maringá Turismo	Maringá Turismo	Maringá Turismo
Master Turismo	Master Turismo	
Promotional Travel	Promotional Travel	Promotional Travel
		Quickly Travel
		Rio Travel Turismo
		Sobratur
Tivoli Tur	Tivoli Tur	Tivoli Tur
	Tunibra Travel	
	Voe Tur Turismo	Voe Tur Turismo

Fonte: Elaboração própria, 2023

**Legenda:**

-  Agências que utilizaram mais de um OBT em todos os anos
-  Agências que utilizaram mais de um OBT em 2 anos

Ao analisar, porém, isoladamente o Reserve nota-se que está sendo utilizado por novas agências, como Quickly Travel e Sobratur, enquanto deixou de ser utilizado por Casablanca Turismo, Copasstur, Tristar Turismo, Tunibra Travel e Voe Tur Turismo, sendo que dessas agências, duas deixaram de ser associadas ABRACORP (Casablanca Turismo e Tunibra), enquanto que a Voe Tur Turismo trocou a utilização do Reserve para o Reserva Fácil; a Tristar Turismo não apresenta mais em seu site a utilização de nenhuma Travel Tech e a Copastur utiliza apenas TICs atualmente.

O OBT TMS-Argo It, por sua vez, passou a ser utilizado, em 2023, por três novas agências: Pontestur, Quickly Travel (nova associada ABRACORP) e Rio Travel Turismo, enquanto deixou de ser utilizado por Casablanca Turismo, Copastur, Master Turismo e Tunibra Travel, sendo que, com exceção da Copastur, todas as demais agências deixaram de associadas ABRACORP.

Desse modo, fica evidente o protagonismo da utilização de *Online Booking Tools* como *Travel Techs* pelas agências de viagens associadas ABRACORP desde o ano de 2016, sendo que em 2016 o Reserve era o principal OBT utilizado e foi perdendo o protagonismo ao longo dos anos, uma vez que as agências passaram a utilizar outras ferramentas como *Online Booking Tools*, simultaneamente junto ao

Reserve, ou migraram para outros OBTS. Além disso, a análise mostra também que, quando um OBT deixa de ser utilizado por determinada agência, majoritariamente, é por conta desta não ser mais associada ABRACORP, não fazendo mais parte do universo da pesquisa, ou por a agência passar a utilizar outro OBT, sendo próprio ou não, sendo poucos os casos nos quais a agência deixa de utilizar qualquer OBT, como ocorreu apenas com a Avipam, Flytour e Tristar Turismo, sendo que há a possibilidade de a agência utilizar, porém não identificar o uso em seu site, sendo que nesse caso não abrange a composição do universo da pesquisa.

Além disso, é possível identificar que, enquanto até 2019 as ferramentas de *Online Booking Tools* se destacam como as mais utilizadas pelas agências de viagens corporativas associadas ABRACORP, a partir de 2023, as ferramentas de Tecnologia da Informação e Comunicação vêm ganhando destaque e passando a ser mais utilizadas e, muitas vezes, desenvolvidas pela própria agência de viagem, comprovando o estudo de Linhares (2021) que afirma que é necessário que as TMCs desenvolvam competências tecnológicas para atender aos clientes.

Por fim, com relação às agências que se destacam, as de maiores destaque são: Maringá Turismo e Rio Travel Turismo, em 2016 e 2023; Promotional Travel, Maiorca Turismo e Voe Tur Turismo, desde 2019; e Copastur, Costa Brava Turismo e Kontik Viagens e Turismo, a partir de 2023.

## Considerações Finais

Em linhas gerais, a pesquisa com as *Travel Management Companies* (TMC) associadas ABRACORP e as *Travel Techs* utilizadas permitiu avaliar se as *Travel Techs* são elementos de conexão entre as agências de viagens corporativas. Esta análise abriu caminhos para discussões sobre a utilização de *Travel Techs* no setor de agências de turismo corporativo.

O objeto desta pesquisa prende-se ao mercado de viagens corporativas analisado por meio do estudo das *Travel Management Companies*, através da análise de redes. Esta pesquisa fundamentou-se nos *websites* das empresas e na literatura geral e específica. O universo de análise foi definido pelas agências que integravam a Associação Brasileira de Agências Corporativas (ABRACORP), nos anos de 2016, 2019 e 2023.

As informações e os dados obtidos prestaram-se à elaboração de diagramas e quadros que, ao serem devidamente analisados, contribuíram para esclarecer dúvidas e produzir novos conhecimentos acerca do tema. Inicialmente procurou-se analisar as *Travel Techs* que são utilizadas por TMC associadas à ABRACORP, por meio da análise dos conteúdos da comunicação organizacional divulgados nos *sites* de cada agência, para que pudessem ser estabelecidas as relações entre cada uma delas com as *Travel Techs* utilizadas.

A fim de alcançar os objetivos propostos foi verificada, inicialmente, a lista de agências associadas ABRACORP em cada ano e, após isso, analisada a página da Internet de cada agência a fim de identificar as *Travel Techs* utilizadas por estas agências associadas, que, por sua vez, foram classificadas como OBT (*Online Booking Tool*) e TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação), permitindo a elaboração de planilhas que vieram a formar o material principal para diagramar as redes existente entre agências associadas e *Travel Techs* e, através destas, juntamente com demais quadros e com base no referencial teórico, foi verificado se há relação entre as mudanças identificadas através das redes e o cenário atual, além de avaliar as *Travel Techs* e agências que se destacam na dinâmica de negócios do setor.

Através das análises, foi possível identificar que, a maior parte das agências se mantiveram associadas à ABRACORP em todos os anos, sendo que as que deixaram

de ser associadas encerraram atividades, ou passaram por reestruturação na empresa. Em alguns casos, a agência deixou de ser associada devido a mudanças nos procedimentos da ABRACORP. Além disso, ficou evidente o aumento no uso de *Travel Techs* pelas agências associadas ABRACORP ao longo dos anos, assim como a evolução no uso para mais de uma *Travel Tech*, simultaneamente, e do aumento, no último ano, do uso de *Travel Tech* classificadas como Tecnologia da Informação e Comunicação, de diversos novos segmentos, como *Business Intelligence*, mobilidade e eventos, porém com o predomínio de ferramentas de gestão de viagens e despesas. Além disso, foi possível identificar o protagonismo do OBT Reserve em 2016, porém, ao longo dos anos esse protagonismo foi sendo perdido, uma vez que as agências passaram a utilizar outros OBTs, juntamente com o Reserve, migraram para outros OBTs ou, até mesmo, desenvolvendo próprios *Online Booking Tools*.

Por fim, foi também possível verificar que há a predominância de algumas agências que utilizam mais de um OBT, sendo ou não próprio, além de desenvolverem, principalmente a partir de 2023, ferramentas classificadas como TIC, ficando, porém, como potenciais para estudos posteriores identificar se essas agências que passaram a desenvolver ferramentas próprias servirão como modelos de inovação para o setor, além de pesquisas para complementar o presente estudo, considerando contatos com as agências para melhor entendimento e compreensão, tendo em vista que a falta de contato com agências e a análise de conteúdo apenas dos portais de internet de cada empresa podem ser apontados como limitadores desta pesquisa, bem com desenvolver novos estudos complementares para os anos seguintes.

## Referências

ABRACORP. **Quem somos**. S/D. Disponível em: <http://abracorp.org.br/quem-somos/>. Acesso em: 10 mai. 2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BALDISSERA, R.; SILVA, M. V. Organizações comunicadas e ethos discursivo: imagens de si ofertadas em sites institucionais. *In*: OLIVEIRA, I. L.; MARCHIORI, M. (Org.) **Redes sociais, comunicação, organização**. São Caetano do Sul: Difusão, 2012.

BEAVERSTOCK, J. V. et al. International Business Travel and the Global Economy: Setting the Context. *In*: Beaverstock, J.V.; Derudder, B.; Faulconbridge, J.R., Witlox, F. (Org.). **International Business Travel in the Global Economy**, Farnham. London: Routledge, 2016. p. 1-7.

BRAGA, D. C. Discussão conceitual e tipologias das agências de turismo. *In*: Braga, D. C. (Org.). **Agências de viagens e turismo: práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. p. 18-28

BRAGA, D. C. **Mercado de Viagens Corporativas: redes de cooperação empresarial das Travel Management Companies (TMC) no Brasil**. Livre-docência - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

BRAGA, D. C.; MURAD JR. E. Mercado de Viagens corporativas. *In*: BRAGA, D. C. (Org.). **Agências de viagens e turismo: práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. p. 245-254.

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm)> Acesso em: 07 mai. 2020.

COSTA-MIELKE, E.; GANDARA, J. G.; SERRA, M. As Inter-relações entre Empresas e Produtos Turísticos: A Cooperação como o Caminho para a Sustentabilidade do Desenvolvimento Regional. **El Periplo Sustentable**, Toluca, v.13, p. 63-90, 2007. Disponível em: <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/5056>. Acesso em: 10 abr. 2021

DE MASI, D. **O futuro do trabalho**. Brasília: UNB. 2000.

DEWI, K. C.; AYUNI, N. W. D. Business process re-engineering of tourism e-marketplace by engaging government, small medium enterprises and tourists. **Bulletin of Electrical Engineering and Informatics**, Bali, v. 10, n. 5, p. 2866-2874, out. 2021. DOI:10.11591/eei.v10i5.3159.

GARCÍA-LÓPEZ, R.; Huete-Nieves R. Aprender en la crisis para planificar el turismo de reuniones y eventos *In*: CRUZ, M. R. S.; MARTÍN, R. H.; FUMERO, N. P. Reflexiones, retos y oportunidades. *In*: **Turismo Pos-COVID-19: Reflexiones, Retos**

y Oportunidades. Laguna: Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna, 2020. p. 507-520.  
GBTA. **About GBTA**. S/D. Disponível em: <https://www.gbta.org/about/Pages/Default.aspx>. Acesso em: 18 mai. 2023.

GUSTAFSON, P. Managing business travel: Developments and dilemmas in corporate travel management. **Tourism Management**, v. 33, n. 2, p. 276-284, 2012. DOI: 10.1016/j.tourman.2011.03.006

HJALAGER, A. M. Repairing innovation defectiveness in tourism. **Tourism Management**, v. 23, p. 465-474, 2002. DOI:10.1016/S0261-5177(02)00013-4

HOLMA, A.; BASK, A.; KATRI, K. Ensuring corporate travel compliance – Control vs. commitment strategies. **Tourism Management**, v. 51, n. 1, p. 60-74, 2015. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.04.008

JIMENEZ-JIMENEZ, F.; MUÑOZ-MASON, A.; FUENTES-MORALEDA, L. Expansión de las capacidades de funcionamiento de las Agencias Turísticas para la competitividad en el mercado turístico y construir una visión de Turismo Humano. **El Periplo Sustentable**, Toluca, v. 29, p. 144-165, 2015.

KUSS, A. C.; MEDAGLIA, J. Turismo e tecnologia da informação: das agências tradicionais às travel techs. **RBTUR-Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 16, 2022. DOI: 10.7784/rbtur.v16.2668

LAUDA, L. Z. A. **A virtualização do mercado e a desintermediação**: um estudo do segmento de viagens corporativas. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

LI, S. Trends, Development and Issues in Tourism Information System. **The Frontiers of Society, Science and Technology**, Auckland, v.2, n. 14, p. 10-16, 2020. DOI: 10.25236/FSST.2020.021402

LINHARES, M. Travel Techs: o que são? Onde vivem? Do que se alimentam? **Panrotas**, n. 1467. Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/tecnologia/2021/04/travel-techs-o-que-sao-onde-vivem-do-que-se-alimentam\\_180967.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/tecnologia/2021/04/travel-techs-o-que-sao-onde-vivem-do-que-se-alimentam_180967.html) Acesso em: 01 abr. 2023

LOUREIRO, F. **1º Anuário Brasileiro de Travel Techs**, 2021.

LUBBE, B. 2003. A study of corporate travel management in selected South African organisations and a conceptual model for effective corporate travel management. **South African Journal of Economic and Management Sciences**, v. 6, n. 2, p. 304-330, 2003. DOI: <http://hdl.handle.net/2263/3144>

Marušić, Z. et al. Determinants of innovation in hotel and travel agency service industry: impact of information and communication technologies and enterprise

readiness. **Interdisciplinary Description of Complex Systems**, v. 17, n.1, p. 209-225, 2019. DOI: 10.7906/indecs.17.1.19

MEHTA, M.; JULKA, A.; PIPLANI, K. Impact of Covid 19 Pandemic: A Study of Growth and Trends of Online Travel Industry. **Bayan College International Journal of Multidisciplinary Research**, v.3, n.1, fev. 2023.

MIZRACHI, I.; GRETZEL, U. Collaborating against COVID-19: bridging travel and travel tech. **Information Technology & Tourism**, v.22, p. 489–496, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00192-0>. 2020

MARTINS, V. G.; MURAD JR., E. **Viagens corporativas**: saiba tudo sobre gestão, estratégias e desafios deste promissor segmento. São Paulo: Aleph, 2010.

NEVES, D. B. O. **O futuro das viagens corporativas no Brasil**: aplicação do método Delphi para o ano de 2030. Dissertação (Programa de Mestrado Profissional em Administração) – Centro Universitário Álvares Penteado, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, São Paulo, 2022.

NOVELLI, M.; SCHMITZ, B.; SPENCER, T. Networks, cluster, innovation in tourism: a UK experience. **Tourism Management**, v. 27, 2006. DOI:10.1016/j.tourman.2005.11.011

OLIVEIRA, T. V.; IKEDA, A. A. Agências de Turismo: oferta de serviços e satisfação do cliente. **Revista Turismo Em Análise**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 35-47, 2002. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v13i1p35-47>

PENCARELLI, T. The digital revolution in the travel and tourism industry. **Information Technology & Tourism**, v. 22, p. 455–476, 2019. DOI:10.1007/s40558-019-00160-3.

PETRY, T. R. E.; TOMELIN, C. A.; PEREIRA, R. M. F. A. Gênese e caracterização das agências de viagens e turismo no estado de Santa Catarina – Brasil. **Revista Turismo y Desarrollo Local**, v.8, n. 19, 2015.

POGGI, M. Agentes de Viagem: é hora de abraçar a tecnologia. **Mercado & Eventos**, 2021. Disponível em: <https://www.mercadoeventos.com.br/blogs/turismo-digital/agentes-de-viagem-e-hora-de-abracar-a-tecnologia/>. Acesso em: 07 mar. 2023

RANGEL, A. S.; BRAGA, D. C. Integración vertical y desintermediación. La realidad de las agencias de viaje en Brasil. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 21, n. 6, p. 1521-1540, 2012.

RODRIGUES, R. B. **Novas tecnologias da informação e comunicação**. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia. 2016

SALVADO, J.; COSTA, C. Agências de Viagens do futuro: um arquétipo para Portugal. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, n. 13, p. 803-814, 2010. DOI:10.34624/rtd.v2i13/14.12419

SANTOS, C. M. Os processos de intermediação, desintermediação e reintermediação e seus reflexos sobre a remuneração das agências de turismo. *In*: BRAGA, D. C. (Org.). **Agências de viagens e turismo: práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. p. 42-56.

SANTOS, C. M.; MURAD JR, E. Sistemas de reservas e e-commerce. *In*: BRAGA, D. C. (Org.). **Agências de viagens e turismo: práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. p. 104-115.

SANTOS, R. A.; SILVA, F. A. Fidelização dos clientes nas agências de viagem e turismo. **Revista Científica Eletrônica de Turismo**, v. 1, n. 11, 2009.  
DOI:10.7784/rbtur.v14i3.1913

SOUSA, L. C.; SOARES, J. C. O TripAdvisor y marketing de destinos turísticos: estudio de un municipio del noreste brasileño. **El Periplo Sustentable**, Toluca v. 39, p. 64 – 89, 2020. DOI: doi:10.36677/elperiplo.v0i39.11632

Teixeira, A. H. **O uso do marketing de relacionamento nas agências de viagens como diferencial competitivo**. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) - UNIVALI, Balneário Camboriú, 2003. Disponível em:  
<http://siaibib01.univali.br/pdf/Carolina%20Braghirolli.pdf>. Acesso em: 09 fev. 2023

VELA-JIMÉNEZ, M. J. et al. **ICT Impact on Firms: The Mediating Effect of Interorganizational Cooperation for Corporate Travel Agencies**. Universidad de Zaragoza, Spain, 2022.

WEBER, M. M. **Corporate travel policy compliance: a generational analysis of corporate travellers**. Trabalho de Conclusão de Curso – Faculty of Economic and Management Sciences, University of Pretoria, Pretoria, 2010.

WWF-BRASIL. **Redes: uma introdução às dinâmicas da conectividade e da autoorganização**. 2ª ed. Brasília: WWF-Brasil, 2004.

## APÊNDICES

### A – Relação de agências associadas ABRACORP

Agência 2012	Agência 2014	Agência 2016	Agência 2019	Agência 2021	Agência 2022	Agência 2023
Aeroturismo	Aeroturismo	Aeroturismo	Alatur JTB	AJ Mobil	Avipam	Avipam
Grupo Alatur	Grupo Alatur JTB	Alatur JTB	Avipam	Avipam	Belvitur	Belvitur
Avipam	Avipam	Avipam Turismo e Tecnologia	BCD Travel	Belvitur	Copastur	Copastur
BB Turismo	BB Turismo	BB Turismo	Belvitur	Casa Blanca Turismo	Costa Brava Turismo	Costa Brava Turismo
Belvitur	Belvitur	BCD Travel	Casa Blanca Turismo	Copastur	Carlson Wagonlit Travel	Carlson Wagonlit Travel
Carlson Wagonlit Travel	Carlson Wagonlit Travel	Belvitur	Copastur	Costa Brava Turismo	Flytour	Flytour
Casablanca Turismo	Casablanca Turismo	BK 21 Lufthansa City Center	Costa Brava Turismo	Carlson Wagonlit Travel	Hostway Travel	Hostway Travel
Class Tour Passagens e Turismo	Class Tour Passagens e Turismo	Carlson Wagonlit Travel	Carlson Wagonlit Travel	Flytour	Jet Stream Turismo	Jet Stream Turismo
Copastur	Copastur	Casablanca Turismo	Flytour	Hostway Travel	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Kontik Franstur Viagens e Turismo
Costa Brava Turismo	Costa Brava Turismo	Copastur	Hostway Travel	Jet Stream Turismo	Luck Viagens	Luck Viagens
Eurexpress	Eurexpress	Costa Brava Turismo	Jet Stream Turismo	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Magic Tour Viagens e Turismo	Magic Tour Viagens e Turismo
Flytour / American Express	Flytour / American Express	Flytour American Express Business Travel	Kontik Franstur Viagens e turismo	Luck Viagens	Maiorca Turismo	Maiorca Turismo
Jet Stream Turismo	Hostway Viagens	Hostway Travel	Luck Viagens	Magic Tour Viagens e Turismo	Maringá Turismo	Maringá Turismo
Kontik Franstur Viagens e turismo	Jet Stream Turismo	Jet Stream Turismo	Magic Tour Viagens e Turismo	Maiorca Turismo	Pontestur	Pontestur

Luck Viagens	Kontik Franstur Viagens e turismo	Kontik Franstur Viagens e turismo	Maiorca Turismo	Maringá Turismo	Primus Turismo Viagens	Primus Turismo Viagens
Magic Tour Viagens e Turismo	Luck Viagens	Luck Viagens	Maringá Turismo	Pontestur	Promotional Travel	Promotional Travel
Maiorca Turismo	Magic Tour Viagens e Turismo	Magic Tour Viagens e Turismo	Master Turismo	Primus Turismo Viagens	Quickly Travel	Quickly Travel
Maringa Turismo	Maiorca Turismo	Maiorca Turismo	Pontestur	Promotional Travel	Riotravel Turismo	Riotravel Turismo
					Sobratour	Sobratour
Master Turismo	Maringa Turismo	Maringa Turismo	Primus Turismo Viagens	Riotravel Turismo	Solid Corporate Travel	Solid Corporate Travel
Pinheiro Viagens e Turismo	Master Turismo	Master Turismo	Promotional Travel	Sobratour	Tivoli Tur	Tivoli Tur
Primus Turismo Viagens	Pinheiro Viagens e Turismo	Primus Turismo Viagens	Riotravel Turismo	Solid Corporate Travel	Tour House	Tour House
Promotional Travel	Primus Turismo Viagens	Promotional Travel	Sobratour	Tivoli Tur	Tristar Turismo	Tristar Turismo
Rextur	Promotional Travel	Riotravel Turismo	Solid Corporate Travel	Tour House	Voe Tur	Voe Tur
Riotravel Turismo	Rextur	Sobratour	Tivoli Tur	Tristar Turismo	<b>Total 24</b>	<b>Total 24</b>
Sobratour	Riotravel Turismo	Solid Corporate Travel	Tour House	Voe Tur		
Solid Corporate Travel	Sobratour	Tivoli Tur	Tristar Turismo	<b>Total 25</b>		
Tivoli Tur	Solid Corporate Travel	Tour House	Tunibra Travel			
Tour House	Tivoli Tur	Tristar Turismo	Voe Tur			
Tristar Turismo	Tour House	Tunibra Travel	<b>Total 28</b>			
Tunibra Travel	Tristar Turismo	Voe Tur				
Voe Tur	Tunibra Travel	<b>Total 30</b>				
<b>Total 31</b>	Voe Tur					
	<b>Total 32</b>					
Saiu	Entrou					

## B – TRAVEL TECHS UTILIZADAS EM 2016

	Agência	Parceiros	Área	Descrição
TMC1	Aeroturismo			
TMC2	Alatur JTB	HRG	GTMC	
TMC2	Alatur JTB	JTB	GTMC	
TMC3	Avipam	BCD Group	GTMC	
TMC3	Avipam	Lemontech	OBT	
TMC3	Avipam	SAP	TIC	ERP
TMC4	BB Turismo	Amadeus	OBT	
TMC4	BB Turismo	SGV	TIC	Gestão de viagens
TMC4	BB Turismo	Uniglobe	GTMC	
TMC5	BCD Travel	BCD Group	GTMC	
TMC5	BCD Travel	GBTA	GTMC	
TMC5	BCD Travel	TripSource	TIC	Gestão de viagens
TMC6	Belvitur			
TMC7	BK 21 Lufthansa City Center	Reserve	OBT	
TMC7	BK 21 Lufthansa City Center	TMS-Argo It	OBT	
TMC8	Carlson Wagonlit Travel	GBTA	GTMC	
TMC8	Carlson Wagonlit Travel	KDS Neo	TIC	
TMC8	Carlson Wagonlit Travel	WorldMate	TIC	Gestão de viagens
TMC9	Casablanca Turismo	Reserve	OBT	
TMC9	Casablanca Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC10	Copastur	ATPI	GTMC	
TMC10	Copastur	Reserve	OBT	
TMC11	Costa Brava Turismo	Radius Travel	GTMC	
TMC11	Costa Brava Turismo	Reserve	OBT	
TMC12	Flytour	American Express	GTMC	
TMC12	Flytour	TMS-Argo It	OBT	

TMC13	Hostway Travel	Cardinals	TIC	Gestão de viagens
TMC13	Hostway Travel	GBTA	GTMC	
TMC14	Jet Stream Turismo	Reserve	OBT	
TMC15	Kontik Franstur Viagens e turismo	FCM Travel Solutions	GTMC	
TMC15	Kontik Franstur Viagens e turismo	Gover	OBT	
TMC15	Kontik Franstur Viagens e turismo	Zupper	TIC	
TMC16	Luck Viagens	Reserve	OBT	
TMC17	Magic Tour Viagens e Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC18	Maiorca Turismo	Reserve	OBT	
TMC19	Maringá Turismo	Lemontech	OBT	
TMC19	Maringá Turismo	Maringá Travel System	TIC	Gestão de viagens
TMC19	Maringá Turismo	Radius Travel	GTMC	
TMC19	Maringá Turismo	Sabre	OBT	
TMC19	Maringá Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC20	Master Turismo	Lemontech	OBT	
TMC20	Master Turismo	Voe Master	OBT	
TMC21	Primus Turismo Viagens	TMS-Argo It	OBT	
TMC22	Promotional Travel	Reserve	OBT	
TMC22	Promotional Travel	WTS	OBT	
TMC23	Riotravel Turismo	Amadeus	OBT	
TMC23	Riotravel Turismo	Reserve	OBT	
TMC23	Riotravel Turismo	Trip Case	TIC	Gestão de viagens
TMC24	Sobratour			
TMC25	Solid Corporate Travel	Reserve	OBT	
TMC26	Tivoli Tur	Reserva Fácil	OBT	
TMC26	Tivoli Tur	Reserve	OBT	
TMC27	Tour House	Egencia	GTMC	

TMC28	Tristar Turismo			
TMC29	Tunibra Travel	Reserve	OBT	
TMC30	Voe Tur	Reserve	OBT	
TMC30	Voe Tur	Wooba	OBT	

### C – TRAVEL TECHS UTILIZADAS EM 2019

	Agência	Parceiros	Área	Descrição
TMC1	Alatur JTB	JTB	GTMC	
TMC1	Alatur JTB	Viajes El Corte Inglés	GTMC	
TMC2	Avipam	BCD Group	GTMC	
TMC2	Avipam	Lemontech	OBT	
TMC3	BCD Travel	BCD Group	GTMC	
TMC4	Belvitur			
TMC5	Carlson Wagonlit Travel	JTB	GTMC	
TMC5	Casablanca	ATG Brazil	GTMC	
TMC5	Casablanca	Reserve	OBT	
TMC6	Casablanca	TMS-Argo It	OBT	
TMC6	Copastur	ATPI	GTMC	
TMC6	Copastur	Lemontech	OBT	
TMC6	Copastur	Reserve	OBT	
TMC7	Copastur	TMS-Argo It	OBT	
TMC7	Costa Brava	Radius Travel	GTMC	
TMC7	Costa Brava	Reserve	OBT	
TMC8	Costa Brava	TMS-Argo It	OBT	
TMC9	Flytour	American Express	GTMC	
TMC9	Flytour	FOX	OBT	
TMC10	Hostway Travel	Cardinals	TIC	Gestão de viagens
TMC10	Hostway Travel	GBTA	GTMC	

TMC11	Jetstream	Reserve	OBT	
TMC11	Jetstream	TMS-Argo It	OBT	
TMC12	Kontik Viagens	<a href="#">FCM Travel Solutions</a>	<a href="#">GTMC</a>	
TMC12	Kontik Viagens	Gover	OBT	
TMC13	Luck Viagens	Reserve	OBT	
TMC14	Magic Tour	TMS-Argo It	OBT	
TMC15	Maiorca Turismo	Lemontech	OBT	
TMC15	Maiorca Turismo	Reserve	OBT	
TMC15	Maiorca Turismo	WTS	OBT	
TMC16	Maringá Turismo	Lemontech	OBT	
TMC16	Maringá Turismo	<a href="#">Radius Travel</a>	<a href="#">GTMC</a>	
TMC16	Maringá Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC17	Master Turismo	Lemontech	OBT	
TMC17	Master Turismo	<a href="#">Reed Mackay</a>	<a href="#">GTMC</a>	
TMC17	Master Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC17	Master Turismo	Voe Master	OBT	
TMC18	Pontestur			
TMC19	Primus	TMS-Argo It	OBT	
TMC20	Promotional Travel	Reserve	OBT	
TMC20	Promotional Travel	TMS-Argo It	OBT	
TMC20	Promotional Travel	WTS	OBT	
TMC21	Rio Travel	Reserve	OBT	
TMC22	Sobratur			
TMC23	Solid	Reserve	OBT	
TMC24	Tivolitur	Reserva Fácil	OBT	
TMC24	Tivolitur	Reserve	OBT	
TMC25	Tour House	<a href="#">Egencia</a>	<a href="#">GTMC</a>	

TMC25	Tour House	ITM Travel	TIC	Gestão de viagens
TMC25	Tour House	ITP	GTMC	
TMC26	Tristar Turismo	Reserve	OBT	
TMC26	Tristar Turismo	Uniglobe	GTMC	
TMC27	Tunibra	ITP	GTMC	
TMC27	Tunibra	Reserve	OBT	
TMC27	Tunibra	TMS-Argo It	OBT	
TMC28	Voetur Turismo	Reserve	OBT	
TMC28	Voetur Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC28	Voetur Turismo	Wooba	OBT	

#### D – TRAVEL TECHS UTILIZADAS EM 2023

	Agência	Parceiros	Área	Descrição
TMC1	Avipam	Travel Leaders Brazil	GTMC	
TMC2	Belvitur	SAP Concur	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC3	Carlson Wagonlit Travel	MyCWT	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC3	Carlson Wagonlit Travel	RoomIt	TIC	Hospedagem
TMC4	Copastur	ATPI	GTMC	
TMC4	Copastur	Connect Copastur	TIC	Eventos on-line
TMC4	Copastur	Energy Copastur	TIC	Offshore
TMC4	Copastur	ERP Connect	TIC	ERP
TMC4	Copastur	Expense Management	TIC	Gestão de despesas
TMC4	Copastur	Gestão de Milhas	TIC	Gestão de milhas
TMC4	Copastur	Middle Air	TIC	Gestão de aeronaves
TMC4	Copastur	Mobilidade Copastur	TIC	Transporte
TMC4	Copastur	On the Go	TIC	Gestão de viagens
TMC4	Copastur	Sourcing de Hotéis	TIC	Gestão de hospedagem

TMC4	Copastur	Travel Analytics	TIC	Gestão de viagens
TMC4	Copastur	Travel HUB	TIC	Gestão de viagens
TMC4	Costa Brava Turismo	Lemontech	OBT	
TMC4	Costa Brava Turismo	<a href="#">Radius Travel</a>	GTMC	
TMC4	Costa Brava Turismo	Reserve	OBT	
TMC4	Costa Brava Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC5	Costa Brava Turismo	SAP Concur	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC6	Flytour	<a href="#">American Express</a>	GTMC	
TMC7	Hostway Travel	Cardinals	TIC	Gestão de viagens
TMC7	Hostway Travel	<a href="#">Global Star Travel Management</a>	GTMC	
TMC7	Hostway Travel	Trip Case	TIC	Gestão de viagens
TMC8	Jet Stream Turismo	Reserve	OBT	
TMC8	Jet Stream Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	<a href="#">FCM Travel Solution</a>	GTMC	
TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Kontik Easy	TIC	Gestão de eventos
TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Kontik Management Report	TIC	Gestão de despesas
TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Gover	OBT	
TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	Trip Case	TIC	Gestão de viagens
TMC10	Luck Viagens	Reserve	OBT	
TMC11	Magic Tour Viagens e Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC12	Maiorca Turismo	Lemontech	OBT	
TMC12	Maiorca Turismo	Reserve	OBT	
TMC12	Maiorca Turismo	WTS	OBT	
TMC13	Maringá Turismo	Portal de Viagens Maringá	TIC	Gestão de viagens
TMC13	Maringá Turismo			
TMC13	Maringá Turismo	Lemontech	OBT	
TMC13	Maringá Turismo	<a href="#">Radius Travel</a>	GTMC	
TMC13	Maringá Turismo	Soluções Inteligentes Maringá	TIC	Gestão de despesas
TMC13	Maringá Turismo	TMS-Argo It	OBT	

TMC14	Pontestur	TMS-Argo It	OBT	
TMC15	Primus Turismo Viagens	Primus Easy Booking	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC15	Primus Turismo Viagens	Primus Intelligence	TIC	Gestão de viagens
TMC15	Primus Turismo Viagens	TMS-Argo It	OBT	
TMC16	Promotional Travel	Reserve	OBT	
TMC16	Promotional Travel	TMS-Argo It	OBT	
TMC16	Promotional Travel	WTS	OBT	
TMC17	Quickly Travel	<a href="#">JTB Group</a>	<a href="#">GTMC</a>	
TMC17	Quickly Travel	SAP Concur	TIC	Gestão de viagens e despesas
TMC17	Quickly Travel	Reserve	OBT	
TMC17	Quickly Travel	TMS-Argo It	OBT	
TMC18	Riotravel Turismo	<a href="#">Advantage Global Network</a>	<a href="#">GTMC</a>	
TMC18	Riotravel Turismo	Reserve	OBT	
TMC18	Riotravel Turismo	TMS-Argo It	OBT	
TMC18	Riotravel Turismo	TravelPort	TIC	
TMC19	Sobratur	Reserva Fácil	OBT	
TMC19	Sobratur	Reserve	OBT	
TMC20	Solid Corporate Travel	Reserve	OBT	
TMC21	Tivoli Tur	Reserva Fácil	OBT	
TMC21	Tivoli Tur	Reserve	OBT	
TMC22	Tour House	<a href="#">Egencia</a>	<a href="#">GTMC</a>	
TMC22	Tour House	TH Budget Control	TIC	Gestão de despesas
TMC22	Tour House	TH Intelligence	TIC	BI
TMC22	Tour House	E-Trip	OBT	
TMC23	Tristar Turismo			
TMC24	Voe Tur	<a href="#">ATG Brazil</a>	<a href="#">GTMC</a>	
TMC24	Voe Tur	SAP Concur	TIC	Gestão de viagens e despesas

TMC24	Voe Tur	Travel Agent (Envision)	TIC	
TMC24	Voe Tur	Reserva Fácil	OBT	
TMC24	Voe Tur	TMS-Argo It	OBT	
TMC24	Voe Tur	Wooba	TIC	

## E – MATRIZ PARA ELABORAÇÃO DA REDE 2016

		OBT 1	OBT2	OBT3	OBT4	OBT 5	OBT6	OBT 7	TIC1	TIC2	TIC 4	TIC5	TIC6	TIC 7	TIC 8	TIC 9	TIC10	TIC11	TIC12	TIC13
	<b>TMC</b>	Gov er	Lemonte ch	Reserv a Fácil	Reserv e	TMS - Arg o It	Voe Mast er	WTS	Amade us	Cardina ls	KD S Ne o	Marin gá Travel Syste m	Sabr e	SA P	SG V	Trip Cas e	TripSour ce	WorldMa te	Woob a	Zupp er
<b>TMC1</b>	Aeroturis mo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TMC2</b>	Alatur JTB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TMC3</b>	Avipam	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
<b>TMC4</b>	BB Turismo	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
<b>TMC5</b>	BCD Travel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<b>TMC6</b>	Belvitur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TMC7</b>	BK 21 Lufthansa City Center	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TMC8</b>	Carlson Wagonlit Travel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0

TMC9	Casablanc a Turismo	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC10	Copastur	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC11	Costa Brava Turismo	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC12	Flytour	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC13	Hostway Travel	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC14	Jet Stream Turismo	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC15	Kontik Franstur Viagens e turismo	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TMC16	Luck Viagens	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC17	Magic Tour Viagens e Turismo	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC18	Maiorca Turismo	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC19	Maringá Turismo	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
TMC20	Master Turismo	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC21	Primus Turismo Viagens	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

TMC2 2	Promotional Travel	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC2 3	Riotravel Turismo	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
TMC2 4	Sobratur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC2 5	Solid Corporate Travel	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC2 6	Tivoli Tur	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC2 7	Tour House	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC2 8	Tristar Turismo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC2 9	Tunibra Travel	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC3 0	Voe Tur	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0

## F – MATRIZ PARA ELABORAÇÃO DA REDE 2019

	OBT1	OBT2	OBT3	OBT4	OBT5	OBT6	OBT7	OBT8	OBT9	TIC1	TIC2	TIC2
	FOX	Gover	ITM Travel	Lemontech	Reserva Fácil	Reserve	TMS-Argo It	Voe Master	WTS	Cardinals	ITM Travel	Wooba
TMC1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

TMC4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC5	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
TMC6	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0
TMC7	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
TMC8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC9	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
TMC11	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
TMC12	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC13	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
TMC14	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
TMC15	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0
TMC16	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
TMC17	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0
TMC18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC19	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
TMC20	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0
TMC21	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
TMC22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC23	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
TMC24	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
TMC25	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
TMC26	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
TMC27	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
TMC28	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1

## G – MATRIZ PARA ELABORAÇÃO DA REDE 2023

		OBT1	OBT2	OBT3	OBT4	OBT5	OBT6	OBT7	TIC1	TIC2	TIC3	TIC4
	TMC	E-Trip	Gover	Lemontech	Reserva Fácil	Reserve	TMS-Argo It	WTS	Cardinals	Connect Co	Energy Copa	ERP Conne
TMC1	Avipam	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC2	Belvitur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC3	Copastur	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
TMC4	Costa Brava Turismo	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0
TMC5	Carlson Wagonlit Travel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC6	Flytour	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC7	Hostway Travel	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
TMC8	Jet Stream Turismo	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
TMC9	Kontik Franstur Viagens e Turismo	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC10	Luck Viagens	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
TMC11	Magic Tour Viagens e Turismo	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
TMC12	Maiorca Turismo	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0
TMC13	Maringá Turismo	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
TMC14	Pontestur	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
TMC15	Primus Turismo Viagens	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
TMC16	Promotional Travel	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
TMC17	Quickly Travel	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
TMC18	Riotravel Turismo	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
TMC19	Sobratur	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
TMC20	Solid Corporate Travel	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
TMC21	Tivoli Tur	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
TMC22	Tour House	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC23	Tristar Turismo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TMC24	Voe Tur	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0



TIC16	TIC17	TIC18	TIC19	TIC20	TIC21	TIC22	TIC23	TIC24	TIC25	TIC26	TIC27
RoomIt	SAP Concur	Soluções Int	Sourcing de	TH Budget C	TH Intelligen	Travel Agent (E	Travel Analy	Travel HUB	Travel Port	Trip Case	Wooba
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1