

AGÊNCIA DE VIAGEM: TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO

MEDEIROS, Marcelo

PINHHEIRO, Rosana

DORETTO, Karen

APARECIDO, Sérgio Ricardo

Discentes do Curso de Turismo – FAHU - Rua das Flores, 740 – Bairro Labienópolis - CEP 17400-000 – Garça (SP) Brasil – Telefone (14) 3407-8000

SANTOS, Paulo César Gonçalves dos

Docente do Curso de Turismo – FAHU - Rua das Flores, 740 – Bairro Labienópolis - CEP 17400-000 – Garça (SP) Brasil – Telefone (14) 3407-8000

medicina@faef.br

Resumo

Este trabalho aborda uma análise dos efeitos das novas tecnologias de informação, como canal de distribuição sobre as agências de viagem, mostrar como essas agências se comportam diante das novas tecnologias e qual será o seu futuro como distribuidoras de produtos turísticos.

Também visa abordar, no que se diz respeito ao atendimento realizado pelas agências de viagem, que vem tendo uma maior preocupação em elaborar uma proposta de atendimento diferenciado.

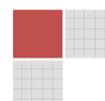
Bem como traçar o perfil desse profissional, para que garanta sua sobrevivência, sendo que cada vez mais as vendas de produtos turísticos estão sendo realizadas pela internet e sem a intermediação de um agente de viagens.

Palavras-chave: Agência de viagem, Atendimento, Tecnologia.

Tema Central: Turismo

Abstract

This work approaches an analysis of the effect of the new technologies of information, as distribution canal on the travel agencies, to show as these agencies if they hold ahead of the new technologies and which will be its future as deliverers of tourist products. Also it aims at to approach in that if it says respect to the attendance carried through for the travel agencies, that come having a bigger concern in elaborating a proposal of differentiated attendance. As well as tracing the profile of this professional, so that it guarantees its survival, being that each time more sells of tourist products is being carried through for the InterNet and without the intermediation of an agent of trips.



Key Word: Travel Agencies, Attendance, technology.

Central subject: Tourism.

1. INTRODUÇÃO

Com as recentes descobertas tecnológicas e o avanço da ciência, a prestação de serviços no setor de turismo vem assumindo um papel importante, na economia dos países do mundo. Como criador de renda e agregado de riquezas ao PIB (produto interno bruto), a tecnologia por sua vez é a base de novas formas de comercialização entre produtos e consumidores, muitas vezes substituindo os serviços prestados pelas agências de viagem. A qualidade na prestação dos serviços é elemento primordial para satisfação dos clientes.

2. CONTEUDO

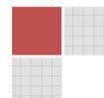
Desde o final do século XIX a sociedade tem visto grandes mudanças tecnológicas que vêm afetando seu modo de vida. O turismo, assim como diversos setores da economia tem a informação como um dos fatores essenciais no processo de comercialização de produtos e serviços. (CLAUDINE, 2005).

Um número crescente de vendas está sendo feito pelo setor de viagem diretamente via internet, diminuindo assim a procura pelas agências de viagem, para que os turistas continuem procurando uma agência de viagem, que antes tinham seu espaço em função bem definida, e que atualmente encontram-se diante de um novo cenário. Onde o desenvolvimento da globalização está atropelando o atendimento humano, fizeram as agências buscarem seu diferencial em um atendimento de qualidade muitas vezes personalizado, que tem como elemento principal a satisfação do cliente. (CAROLINA, 2004).

Os profissionais buscam conhecer o perfil do público e identificar as dificuldades encontradas nas viagens realizadas, bem como o levantamento de suas necessidades no que diz respeito ao atendimento nos hotéis, restaurantes, e meio de transporte envolvendo desde a saída até o retorno. (TEIXEIRA, 1998)

Os clientes querem serviços personalizados que atendam não somente as necessidades e sim os seus desejos, diferenciais que garantam uma clientela identificada com o seu produto, só assim as agências vão conseguir competir com a comodidade de estar em casa diante do computador, onde pacotes turísticos, passagens aéreas e passeios são comprados pela internet. (CAROLINA, 2004).

RIVEIRO et al (1997), relata que um ponto a ser observado é que muitas agências poderiam desenvolver viagens ou excursões de curta duração, outro grande ponto é um atendimento diferenciado para a terceira idade, pois na maioria das vezes são os que mais tem tempo livre para viajar, os jovens que curtem esportes radicais gostam de trilhas cachoeiras podem estar indo para hotéis fazenda que ofereçam esse tipo de diversão, e tantos outros segmentos a ser explorado.



Com grandes chances de a internet se tornar o principal canal de distribuição dos produtos turísticos, como já vem acontecendo, o agente precisa traçar estratégias para torná-la aliada, ou seja, uma ferramenta que auxilie o conhecimento adquirido durante anos por esses agentes de viagem e preservar o contato humano, pessoal que não pode ser digitalizado. (WEINSTEIN, 1995).

3. CONCLUSÃO

As agências de viagem estão enfrentando grandes desafios no que se refere à adaptação ao ambiente globalizado e o surgimento de novas tecnologias. Entendendo esse processo de transformação as agências, estão mudando seu comportamento diante da realidade, e cada vez mais se pensa em atendimento de qualidade e personalizado.

Para isso as invenções são uma importante arma contra a tecnologia, mas a gentileza, cordialidade e o calor humano das pessoas sem dúvida fazem à diferença nesse mundo tão informatizado em que vivemos.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CLAUDINE, G e FTEODOMIRO, S. *Agência de viagem: um atendimento diferenciado á melhor idade*, 2005.

CAROLINA, O. A. *O Uso da Tecnologia da Informação nas Agências de viagem da Cidade de Pelotas - RS*, 2004.

WEINSTEIN, A. *Segmentação de Mercado*. Trad. Celso A. Rimoli São Paulo: Atlas, 1995.

TEIXEIRA, V.L. *Pluriatividade e agricultura familiar na região serrana do estado do Rio de Janeiro*. 1998. Tese (Mestrado) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Seropédica, RJ. 183 p.

RIVEIRO, C.; SOLLA, X. M. Turismo rural, língua e desenvolvimento local. In: Benito, G.; Gonzalez, R., (Ed). *Agricultura y Sociedad en la España Contemporanea*. 1997. p. 79-106.

