

DE AGENTE DE VIAGEM A CONSULTOR EM TURISMO PARA ATENDER O CONSUMIDOR INTERNAUTA

Elaine G. B. da Silva¹

Esta pesquisa descritiva teve por objetivo analisar o atendimento ao cliente nas empresas de turismo pelos agentes de viagens com o advento do fenômeno da tecnologia da informação nas mídias sociais, a internet, que vem promovendo mudanças no consumidor. De modo qualitativo, abarcou pesquisa bibliográfica e exploratória. Foram entrevistados 30 profissionais agentes de viagem que estão ao menos cinco anos exercendo a função no mercado. Estas se deram no município de Niterói/RJ, em cinco agências de viagens localizadas no centro e na zona sul. Para nortear as entrevistas e coletar informações foi elaborado um questionário semiestruturado de 10 perguntas. Segundo Biz e Cereta (2008), a tecnologia de informação gerou benefícios para o turismo: aceleração nos processos de rotina; automação de processos que não geram valor; serviços customizados para cada demanda; informação em tempo real; e aumento da capacidade de análise por parte do turista. Assim, compreender a ferramenta internet para um consumidor mais exigente, questionador e conhecedor do destino que deseja visitar fez com que profissionais procurassem maior capacitação, se tornando um consultor de turismo que presta serviços de informação e atendimento diferenciado. O consumidor internauta expõe suas preferências e expectativas mediante o destino ou produto a ser adquirido. Resultante desta pesquisa, concluiu que o profissional que antes atendia o cliente com maiores características de um vendedor de um produto necessitou se aprimorar, se adaptar com mais qualificação, buscando maiores saberes sobre os destinos e produtos turísticos e houve a necessidade de customizar, ou seja criar um atendimento personalizado para estes novos consumidores que têm a internet como guia que o auxilia na escolha, crítica e análise sobre o que comprar e que ao adentrar a agência se posiciona de modo decidido sobre o fazer no seu lazer e viagens. Este novo agente de viagens, consultor em Turismo precisa oferecer acesso imediato às informações com profundidade de conhecimento e possuir expertise na hospitalidade comercial.

Palavras-chave: Internet, agente de viagens, consultor em turismo, hospitalidade comercial.

Referências

BIZ, Alexandra; CERETA, Fabiano. Modelo de gerenciamento do fluxo de informação dos portais turísticos governamentais: uma abordagem teórica. Turismo – visão e ação [Revista eletrônica], Santa Catarina, v.10, n.fll 03, p. 399-414, set./dez. 2008.

¹ Diretora da EB Consultoria Eventos e Turismo, professora pesquisadora, Mestra em Turismo e especialista em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade de Brasília. Contato: elaineborgesturismo@hotmail.com Tel.: (+55 21) 97184-6068

