



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO**  
**ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA**  
**DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**GUSTAVO ANDRÉ CHAVES CARDOSO NASCIMENTO**

**PERCEPÇÃO DOS AGENTES DE VIAGEM EM RELAÇÃO ÀS EXIGÊNCIAS DO  
TRABALHO: a satisfação profissional nas agências de turismo**

**OURO PRETO**

**2024**

**GUSTAVO ANDRÉ CHAVES CARDOSO NASCIMENTO**

**A PERCEPÇÃO DOS AGENTES DE VIAGEM EM RELAÇÃO ÀS EXIGÊNCIAS DO  
TRABALHO: a satisfação profissional nas agências de turismo**

Monografia apresentada como requisito parcial para  
obtenção de título de Bacharel em Turismo pela  
Universidade Federal de Ouro Preto.

Orientadora: Profa. Dr.<sup>a</sup> Kerley dos Santos  
Alves.

Coorientador: Prof. Me. Thiago Eduardo  
Freitas Bicalho

Ouro Preto

2024

## SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

N244p Nascimento, Gustavo Andre Chaves Cardoso.

A percepção dos agentes de viagem em relação às exigências do trabalho [manuscrito]: a satisfação profissional nas agências de turismo. / Gustavo Andre Chaves Cardoso Nascimento. - 2024.

53 f.: il.: color., gráf., tab..

Orientadora: Profa. Dra. Kerley dos Santos Alves.

Coorientador: Prof. Me. Thiago Eduardo Freitas Bicalho.

Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .

1. Turismo - Representantes comerciais. 2. Agentes de viagem. 3. Satisfação do consumidor. 4. Ambiente de trabalho. I. Alves, Kerley dos Santos. II. Bicalho, Thiago Eduardo Freitas. III. Universidade Federal de Ouro Preto. IV. Título.

CDU 338.48

Bibliotecário(a) Responsável: Maristela Sanches Lima Mesquita - CRB-1716



## FOLHA DE APROVAÇÃO

**Gustavo André Chaves Cardoso Nascimento**

**A percepção dos agentes de viagem em relação às exigências do trabalho: a satisfação profissional nas agências de turismo**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo

Aprovada em 9 de fevereiro de 2024

### Membros da banca

- [Dra] - Kerley dos Santos Alves - Orientadora ( Universidade Federal de Ouro Preto)
- [Dr.] - Ricardo Dias da Costa - (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro)
- [Dr] - Solano de Souza Braga - (Universidade Federal de Ouro Preto)
- [Me] - Thiago Eduardo Freitas Bicalho(Instituto Gestar)

Kerley dos Santos Alves , Orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 12/04/2024.



Documento assinado eletronicamente por **Kerley dos Santos Alves, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 12/04/2024, às 12:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.ufop.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0698972** e o código CRC **E565D81E**.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que sempre esteve comigo em todos os momentos.

À mim, que sempre fui uma pessoa que correu atrás do que queria até conseguir, que nunca desistiu.

À minha família por sempre me apoiar em todos os momentos e pelo amor incondicional.

A Kerley e Thiago por me orientarem da melhor forma possível.

E por fim, a UFOP, por ter me proporcionado um ensino de qualidade durante todos esses anos de graduação.

*“Ninguém vai bater tão forte como a vida,  
mas a questão não é o quão forte você  
consegue bater. É o quão forte você consegue  
apanhar e continuar seguindo em frente. É o  
quanto você consegue aguentar e continuar  
seguindo em frente. A vitória é feita assim.”.*

**– Rocky Balboa**

## RESUMO

Este trabalho acadêmico visa explorar a percepção dos agentes de viagem sobre as exigências de seu trabalho, com especial atenção à satisfação profissional dentro das agências de viagens. Para alcançar este objetivo, adotou-se uma metodologia mista que combina pesquisa bibliográfica e uma abordagem qualitativa por meio da aplicação de questionários. A amostra foi selecionada de maneira aleatória e não probabilística, abrangendo profissionais de diversos níveis hierárquicos e com variadas experiências em agências de viagem. A análise dos dados recolhidos foi realizada utilizando técnicas estatísticas e descritivas, com foco no nível de satisfação dos profissionais em relação ao desempenho, condições de trabalho e os diversos fatores que afetam suas experiências diárias no setor. Os resultados obtidos revelam a complexidade do trabalho dos agentes de viagem, destacando não apenas os desafios específicos enfrentados, mas também a importância de um ambiente de trabalho que valorize e promova o desenvolvimento individual. Foi evidenciado que a percepção dos agentes de viagem sobre sua satisfação profissional é influenciada por uma variedade de fatores, incluindo a estrutura organizacional das agências, a distribuição de responsabilidades, e o reconhecimento e incentivo no ambiente de trabalho. Em conclusão, este estudo contribui para o entendimento das percepções dos agentes de viagem em relação às exigências de seu trabalho e satisfação profissional. Os achados destacam a necessidade de políticas organizacionais que não apenas atendam às demandas operacionais, mas que também fomentem um ambiente de trabalho que propicie também o desenvolvimento profissional e pessoal. Portanto, para otimizar o setor e promover o bem-estar dos profissionais envolvidos, é importante investir em melhorias que integrem as perspectivas dos agentes de viagem.

**Palavras-chave:** Agências de Viagens; Agente de Viagens; Satisfação; Reconhecimento; Ambiente de trabalho.

## ABSTRACT

This academic work aims to explore travel agents' perception of the demands of their work, with special attention to professional satisfaction within travel agencies. To achieve this objective, a mixed methodology was adopted that combines bibliographical research and a quantitative approach through the application of questionnaires. The sample was selected randomly and non-probabilistically, covering professionals from different hierarchical levels and with varied experiences in travel agencies. The analysis of the data collected was carried out using statistical and descriptive techniques, focusing on the level of satisfaction of professionals in relation to performance, working conditions and the various factors that affect their daily experiences in the sector. The results obtained reveal the complexity of the work of travel agents, highlighting not only the specific challenges faced, but also the importance of a work environment that values and promotes individual development. It was evidenced that travel agents' perception of their professional satisfaction is influenced by a variety of factors, including the organizational structure of the agencies, the distribution of responsibilities, and recognition and encouragement in the work environment. In conclusion, this study contributes to the understanding of travel agents' perceptions regarding their job demands and professional satisfaction. The findings highlight the need for organizational policies that not only meet operational demands, but also foster a work environment that also promotes professional and personal development. Therefore, to optimize the sector and promote the well-being of the professionals involved, it is important to invest in improvements that integrate the perspectives of travel agents.

**Keywords:** Travel Agencies; Travel agent; Satisfaction; Recognition; Desktop.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01:</b> Modelo de multicanais de distribuição.....	25
<b>Figura 02:</b> Processo de definição de estratégia para distribuição em turismo.....	26

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 01:</b> Competências pessoais dos agente de viagens.....	34
<b>Gráfico 02:</b> Venda de serviços turísticos.....	35
<b>Gráfico 03:</b> Funções dos agente de viagens no planejamento de eventos.....	36
<b>Gráfico 04:</b> Funções dos agente de viagens ao promover serviços turísticos.....	37
<b>Gráfico 05:</b> Funções dos agente de viagens ao reservar serviços turísticos.....	38
<b>Gráfico 06:</b> Importância dos agente de viagens em relação a comunicação.....	39

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 01:</b> Função tipológica e matriz de serviços.....	23
<b>Quadro 02:</b> Organização estrutural e funcionamento.....	24

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**ACT:** Atividade Característica do Turismo

**CADASTUR:** Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos

**GDS:** Sistema de Distribuição Global

**MTUR:** Ministério do Turismo

**OTA:** Agência de Viagem Online

**QVT:** Qualidade de Vida no Trabalho

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO 1 - Legislação, Estrutura e Funcionamento das Agências de Viagem.....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO 2 - Habilidades, Competências e Produtividade do Agente de Viagem.....</b>	<b>28</b>
<b>CAPÍTULO 3 - A perspectiva do Agente de Viagem no Ambiente Profissional.....</b>	<b>33</b>
Funções e habilidades dos agentes de viagens.....	33
Satisfação e perspectiva dos agentes de viagens.....	40
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>49</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>51</b>

## INTRODUÇÃO

Este trabalho surge a partir de uma inquietação da minha breve experiência como agente de viagem, marcada por desafios e frustrações. Ao longo de cinco anos dediquei-me aos estudos em Ouro Preto para concluir meu curso de graduação em Turismo. Movido por uma paixão inabalável pelo universo das viagens e pela curiosidade de explorar novas culturas, minha jornada acadêmica permitiu-me adquirir experiência tanto na área de hospedagem quanto no emocionante campo dos agenciamentos. Ao adentrar nesse último setor, deparei-me com um mercado dinâmico e inovador, proporcionando-me aprendizado. Embora apaixonado pelo universo do turismo, não pude evitar sentir-me desvalorizado no ambiente de trabalho. A falta de reconhecimento e incentivo tornou-se uma barreira para o meu desenvolvimento profissional, deixando-me desmotivado e sem perspectivas de crescimento. As longas horas de trabalho e o esforço extra pareciam não ser correspondidos, o que impactou significativamente minha dedicação à função. A falta de um ambiente que valorizasse e incentivasse o crescimento individual deixou-me em busca de uma oportunidade mais gratificante, onde pudesse contribuir plenamente e, ao mesmo tempo, encontrar espaço para o meu desenvolvimento profissional.

A partir disso, o trabalho busca identificar como é o funcionamento das demais agências de viagens de acordo com sua legislação, organização, estrutura para atender as demandas de trabalho e entender como é a percepção do agente de viagem sobre as exigências do trabalho, em relação a sua satisfação profissional.

No universo dinâmico das agências de viagens, é imperativo compreender como essas entidades se adaptam às legislações vigentes, estruturam-se para atender às crescentes demandas do setor e distribuem as responsabilidades entre os colaboradores. A complexidade do ambiente de trabalho nesse segmento vai além da mera organização interna; envolve a compreensão das necessidades dos funcionários para desempenharem suas funções e suas subjetividades.

Nesse contexto, a estrutura operacional e a legislação vigente, juntamente com a maneira como as responsabilidades são distribuídas dentro das agências de viagens, exercem um papel significativo na percepção dos agentes de viagem. Compreender os detalhes desse ambiente é importante, não somente para aprimorar os procedimentos internos das agências, mas também para criar condições de trabalho que sejam ao mesmo tempo gratificantes e

produtivas para os profissionais envolvidos. A motivação para a condução desta pesquisa se expande além da revisão literária e se origina de uma experiência pessoal do autor no setor de agenciamento de viagens. Essa imersão proporcionou um entendimento profundo sobre as complexidades e os desafios enfrentados por agentes neste campo. Portanto, essa experiência sublinha a relevância de explorar não apenas a perspectiva do autor, mas também as impressões de outros profissionais da área, enriquecendo assim o entendimento coletivo sobre a dinâmica do setor.

A investigação sobre a percepção dos agentes de viagem em relação às exigências do trabalho é essencial para melhorar a compreensão sobre a satisfação profissional, a qualidade do ambiente de trabalho e a eficácia das estruturas organizacionais nas agências de viagens. Ao compreender as diferentes nuances dessa realidade, este trabalho visa contribuir significativamente para o conhecimento existente sobre as agências de viagem.

Diante desse contexto, o objetivo geral deste trabalho é conhecer a percepção dos agentes de viagem em relação às exigências de seu trabalho, com um foco particular na satisfação profissional dentro das agências de viagem. Especificamente, busca-se identificar a legislação, a estrutura e o funcionamento dessas agências, descrever o perfil do profissional atuante no setor, incluindo as habilidades e competências necessárias para o exercício da profissão, e compreender como esses agentes percebem os elementos que influenciam sua satisfação profissional.

Para alcançar esses objetivos, a metodologia adotada consiste em uma combinação de pesquisa bibliográfica e um questionário através do Google Forms. A revisão literária se baseou em obras-chave no campo do turismo e da psicologia do trabalho, incluindo autores como Castelli (1998), Pereira, Costa e Barbosa (2020), Dejours (1980), para fornecer um embasamento teórico sobre os temas de satisfação no trabalho e dinâmicas organizacionais em agências de viagem. Complementarmente, o questionário foi realizado por meio da aplicação de questionários aos agentes de viagem. A seleção da amostra foi feita de forma aleatória e não probabilística, abrangendo profissionais de diferentes níveis hierárquicos e com variadas experiências profissionais. A pesquisa deste trabalho adotou uma abordagem metodológica eficiente, utilizando um formulário elaborado no Google Forms como principal instrumento de coleta de dados. Este formulário foi distribuído de maneira online, facilitando o acesso e participação de agentes de viagens de diversos segmentos de agências em Belo Horizonte. Além disso, parte dos entrevistados foi abordada pessoalmente em suas agências para garantir uma abrangência representativa. O prazo estipulado para a resposta às perguntas

foi estrategicamente limitado a uma semana, sete (07) dias corridos, entre os dias 20 de janeiro de 2024 a 27 de janeiro de 2024, visando obter respostas rápidas e garantir a coleta oportuna de informações relevantes para a pesquisa. A coleta de dados foi realizada por meio de questionário aplicado entre 16 profissionais que atuam como agentes de viagem.

A análise dos dados coletados dos questionários foi conduzida utilizando técnicas estatísticas e descritivas, visando entender profundamente as experiências e percepções dos agentes de viagem. Especial atenção foi dada às percepções desses profissionais quanto à satisfação e com relação ao seu desempenho, condições de trabalho e os aspectos diversos que moldam suas experiências diárias no setor turístico.

O cenário das agências de viagem, abrangendo elementos como legislação, estrutura interna e atribuição de responsabilidades, desempenha um papel significativo na percepção e satisfação dos agentes de viagem. Compreender as nuances desse cenário é vital não só para otimizar os processos internos das agências, mas também para promover um ambiente de trabalho mais satisfatório e produtivo. A justificativa para este estudo, além da pesquisa bibliográfica, é enriquecida pela minha experiência pessoal no setor, proporcionando uma visão interna sobre as dinâmicas e desafios enfrentados pelos agentes de viagem. Ao integrar minha perspectiva com a de outros profissionais do campo, este trabalho visa a contribuir para a otimização do setor, no âmbito operacional, mas também o bem-estar dos agentes de viagem envolvidos, compreendendo o funcionamento das agências no mercado de trabalho e a partir disso entender qual o nível de satisfação do agente de viagem.

O trabalho está dividido em três capítulos. No primeiro capítulo foi abordado o assunto falando sobre o panorama das agências de viagens detalhando desde normativas específicas até nuances legislativas, o capítulo oferece uma compreensão abrangente das obrigações legais que norteiam esse setor dinâmico. Além disso, a obra adentra na estrutura interna dessas agências, elucidando como as tarefas são distribuídas de maneira eficiente de acordo com as funções específicas de cada membro da equipe. A abordagem cuidadosa sobre tipologias de agências proporciona uma visão clara das diversas formas como as agências se configuram no cenário atual. Em uma incursão igualmente esclarecedora, o capítulo discute o funcionamento das agências tanto no âmbito online quanto offline, destacando os desafios e oportunidades inerentes a cada modalidade.

No segundo capítulo foram exploradas as habilidades e competências essenciais do agente de viagem para o exercício desta profissão dinâmica. Abordando aspectos como a capacidade de comunicação eficaz, conhecimento aprofundado em destinos, flexibilidade e resolução de problemas. Além disso, foram discutidos os desafios enfrentados pelos

profissionais do ramo, incluindo questões de reconhecimento e satisfação no trabalho, bem como a gestão da carga de trabalho em um ambiente muitas vezes exigente.

O terceiro capítulo visa explorar aspectos fundamentais por meio de uma estrutura de questionário cuidadosamente elaborada. A pesquisa foi direcionada para compreender a visão dos agentes de viagem sobre diversos tópicos essenciais, abrangendo desde a satisfação no trabalho até a percepção sobre as habilidades e competências necessárias para o desempenho eficaz na profissão. A estrutura do questionário foi desenhada de maneira a abordar temas como o ambiente de trabalho, as relações com os clientes, o suporte da empresa, os desafios enfrentados diariamente e as oportunidades de crescimento profissional.

## **CAPÍTULO 1 - LEGISLAÇÃO, ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DAS AGÊNCIAS DE VIAGEM**

Este capítulo inicia-se com a análise da legislação turística aplicada às agências de viagens, a fim de compreender as exigências necessárias para seu exercício legal. Em seguida, são detalhadas as tipologias de agências e os tipos de atividades que cada uma delas desempenha no mercado de trabalho. Por fim, destacam-se as formas de funcionamento das agências no mercado turístico, bem como suas distinções no âmbito do atendimento presencial e virtual.

De acordo com a Lei n.º 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e após a publicação da Lei nº 12.974, de 15 de maio de 2014, relata que Agências de Turismo são divididas em duas categorias: Agência de Viagens ou Agência de Viagens e Turismo (também conhecida como Operadora Turística). Agência de viagens é um negócio especializado na venda com comissão ou intermediação remunerada de serviços relacionados a passagens, passeios, pacotes turísticos e excursões. Esses serviços abrangem diversas modalidades de transporte, como aéreo, aquaviário, terrestre e ferroviário, além de ofertas combinadas, como passagens aéreas, pacotes turísticos e hospedagem. O foco da agência é atender diretamente ao cliente final, seja pessoa jurídica ou física. Enquanto Operadora de Turismo é uma empresa cuja principal função consiste em prestar assistência, planejar e organizar atividades relacionadas à realização de viagens turísticas ou excursões. Isso inclui a organização de programas, serviços, roteiros e itinerários para viagens individuais ou em grupo, bem como serviços voltados para viagens educacionais ou culturais. Além disso, a operadora atua na intermediação remunerada durante a execução e comercialização desses serviços. Agência de Turismo é a denominação genérica para ambas.

Compreender a legislação que regula as operações das agências de viagem é essencial para garantir a integridade e segurança dos consumidores, bem como o funcionamento ético dessa atividade. No setor de turismo, as agências de viagem desempenham um papel crucial ao facilitar e organizar os complexos arranjos necessários para uma jornada suave e inesquecível. Nesta perspectiva, exploraremos a legislação aplicável a essas entidades, bem como os serviços que elas prestam, buscando uma compreensão abrangente desse cenário dinâmico.

Segundo a Lei Nº 12.974, de 15 de maio de 2014, decretada por até então a Presidenta da República Dilma Rousseff, as Agências de Turismo devem exercer as seguintes funções:

Art. 3º É privativo das Agências de Turismo o exercício das seguintes atividades:

I - venda comissionada ou intermediação remunerada na comercialização de passagens, passeios, viagens e excursões, nas modalidades aérea, aquaviária, terrestre, ferroviária e conjugadas;

II - assessoramento, planejamento e organização de atividades associadas à execução de viagens turísticas ou excursões;

IV - organização de programas, serviços, roteiros e itinerários de viagens, individuais ou em grupo, e intermediação remunerada na sua execução e comercialização; e

V - organização de programas e serviços relativos a viagens educacionais ou culturais e intermediação remunerada na sua execução e comercialização. (Brasil, 2014)

Perante as atividades exercidas pelas agências de viagens, uma característica principal deste segmento é o processo de intermediação de serviços e produtos turísticos, no qual as agências atuam na comercialização e na aproximação da oferta com a demanda turística. Quanto à especificidade, as agências têm um papel importante na assessoramento e acompanhamento do turista.

As leis que regulamentam as atividades das agências de viagens não garante exclusividade de atuação aos profissionais agentes de viagens, permitindo que outros atores também desempenhem funções semelhantes no mercado. Este cenário, impulsionado pela globalização e avanço tecnológico, introduz uma dinâmica competitiva notável. Além das agências tradicionais, grandes empresas têm a oportunidade de estabelecer conexões diretas com o cliente final, transformando as relações do setor de turismo.

O avanço da tecnologia e a ascensão das plataformas online possibilitam que empresas, como companhias aéreas, hotéis e empresas de tecnologia, forneçam serviços diretamente aos consumidores (Parras; Claro, 2008). Esse acesso direto cria uma concorrência intensa, uma vez que as grandes corporações podem explorar estratégias de marketing, precificação e personalização de serviços sem depender necessariamente de intermediários, como as agências de viagens.

A competitividade gerada por esse ambiente dinâmico incentiva as agências de viagens a inovarem em suas ofertas e serviços, buscando diferenciação e valor agregado para atrair e reter clientes. Além disso, a diversificação de atores no mercado estimula a criação de parcerias estratégicas e alianças, promovendo sinergias entre diferentes segmentos da indústria do turismo.

Contudo, a presença de empresas de turismo operando com vendas diretas no mercado pode suscitar desafios para as agências de viagens tradicionais (Silva; Filho, 2016). Estas, por sua vez, precisam adaptar-se às novas demandas do consumidor, investir em tecnologia e

aprimorar a qualidade dos serviços para permanecerem competitivas no panorama global. A concorrência elevada exige das agências de turismo um posicionamento quanto ao seu diferencial, perante a legislação, são atividades de caráter privativo das agências de turismo

- I - obtenção e legalização de documentos para viajantes;
- II - transporte turístico de superfície;
- III - desembaraço de bagagens, nas viagens e excursões de seus clientes;
- IV - intermediação remunerada de serviços de carga aérea e terrestre;
- V - intermediação remunerada na reserva e contratação de hospedagem e na locação de veículos;
- VI - intermediação remunerada na reserva e venda de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos e culturais;
- VII - (VETADO)
- VIII - representação de empresa transportadora, de meios de hospedagem e de outras empresas fornecedoras de serviços turísticos;
- IX - assessoramento, organização e execução de atividades relativas a feiras, exposições, congressos e eventos similares;
- X - venda comissionada ou intermediação remunerada de seguros vinculados a viagens e excursões e de cartões de assistência ao viajante;
- XI - venda de livros, revistas e outros artigos destinados a viajantes; e
- XII - outros serviços de interesse de viajantes. (Brasil, 2014)

As múltiplas ofertas que o mercado oferece, resiste às agências de turismo que trabalham o aspecto da confiança do turista no agente, no atendimento prestado ao turista e na capacidade de resolução de problemas ao longo da viagem.

A legalidade e regularização das agências de viagens junto aos órgãos fiscalizadores desempenham um papel crucial na garantia da integridade, segurança e confiança dos consumidores que buscam explorar o mundo por meio desses serviços. A conformidade com as normas e regulamentações estabelecidas não apenas protege os interesses dos clientes, mas também contribui para a sustentabilidade e credibilidade da indústria do turismo como um todo.

Ao estarem legalmente regularizadas, as agências de viagens demonstram comprometimento com padrões de qualidade e transparência, estabelecendo um ambiente de confiança para os clientes. Além disso, a conformidade com as normas legais contribui para a prevenção de práticas fraudulentas e protege os consumidores contra possíveis abusos, como informações enganosas ou a não entrega de serviços contratados. Porém nem sempre é impeditivo, como o incidente envolvendo a 123 Milhas, que levou à interrupção de suas operações devido a uma falha no planejamento na venda de passagens aéreas por meio de milhas, gerou repercussões significativas. A incapacidade de atender completamente à demanda dos clientes resultou em consideráveis transtornos, incluindo o cancelamento de viagens e a falta de ressarcimento para os viajantes afetados. Esse desdobramento negativo colocou a empresa sob escrutínio de órgãos de proteção ao consumidor e outras entidades

públicas, destacando a importância da responsabilidade corporativa e da transparência no setor de turismo. O caso da 123 Milhas ressalta a necessidade de práticas sólidas e éticas no ramo, visando preservar a confiança dos consumidores e manter a integridade no mercado.

A supervisão dos órgãos fiscalizadores não apenas visa a proteção do consumidor, mas também a saúde e a vitalidade do setor do turismo como um todo. As agências de viagens legalmente estabelecidas contribuem para o fortalecimento da credibilidade do turismo, atraindo investimentos e fomentando o crescimento econômico. Tendo isso em vista, as obrigações das agências de turismo, conforme artigo 9º da Lei nº 12.974/2014 consiste em:

- I - cumprir rigorosamente os contratos e acordos de prestação de serviços turísticos firmados com os usuários ou outras entidades turísticas;
- II - disponibilizar e conservar instalações em condições adequadas para o atendimento ao consumidor, em ambiente destinado exclusivamente a essa atividade;
- III - mencionar, em qualquer forma impressa de promoção ou de divulgação de viagem ou excursão, o nome das empresas responsáveis pela operação dos serviços contratados e o número de registro no órgão federal responsável pelo cadastramento e pela fiscalização das empresas dedicadas à exploração dos serviços turísticos;
- IV - prestar ou apresentar, na forma e no prazo estabelecidos pelo órgão federal responsável pelo cadastramento e pela fiscalização das empresas dedicadas à exploração dos serviços turísticos, as informações e os documentos referentes ao exercício de suas atividades;
- V - manter em local visível de suas instalações cópia do certificado de registro no órgão federal responsável pelo cadastramento e pela fiscalização das empresas dedicadas à exploração dos serviços turísticos;
- VI - comunicar ao órgão federal responsável pelo cadastramento e pela fiscalização das empresas dedicadas à exploração dos serviços turísticos eventual mudança de endereço e paralisação temporária ou definitiva das atividades; e
- VII - apresentar ao órgão federal responsável pelo cadastramento e pela fiscalização das empresas dedicadas à exploração dos serviços turísticos cópia do instrumento que altere o ato constitutivo da sociedade, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados do seu arquivamento no registro apropriado. (Brasil, 2014)

Dentre as obrigações das agências de viagens, um dos fatores que apresenta credibilidade e compromisso com o setor é o registro ativo no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), do Ministério do Turismo (MTur), que reúne todas as informações junto ao órgão federal.

A transparência e clareza nas informações sobre os produtos e serviços oferecidos por uma agência de viagens são fundamentais para garantir a satisfação e confiança dos clientes. Compreender plenamente as condições associadas a uma compra é essencial para que os consumidores tomem decisões informadas e evitem surpresas desagradáveis durante ou após a viagem.

Ao disponibilizar informações precisas sobre os pacotes, itinerários, custos adicionais, políticas de cancelamento e demais condições contratuais, as agências de viagens

proporcionam aos clientes uma visão abrangente do que estão adquirindo. Isso não apenas fortalece a relação de confiança entre a agência e o cliente, mas também contribui para a construção de uma reputação positiva no mercado.

Além disso, a transparência nas informações é um pilar ético essencial no setor do turismo. Clientes bem informados têm a capacidade de fazer escolhas alinhadas às suas expectativas, orçamento e necessidades específicas, o que contribui para experiências de viagem mais satisfatórias.

A precisão nas condições também minimiza possíveis conflitos e mal-entendidos, promovendo uma comunicação aberta entre a agência e o cliente. Caso ocorram imprevistos, a base de informações claras estabelecida desde o início facilita a resolução de questões de forma eficiente e transparente. Consiste como oferta de serviços das agências de turismo para o turista, os seguintes itens:

- Art. 10. A oferta do serviço prestado pela Agência de Turismo expressará:
- I - o serviço oferecido;
  - II - o preço total, as condições de pagamento e, se for o caso, as de financiamento;
  - III - as condições para alteração, cancelamento e reembolso do pagamento dos serviços;
  - IV - as empresas e empreendimentos participantes da viagem ou excursão; e
  - V - a responsabilidade legal pela execução dos serviços e eventuais restrições existentes para a sua realização. (Brasil, 2014)

Com isso, a importância de ter todas as informações explícitas sobre as condições dos produtos oferecidos por uma agência de viagens não apenas atende às expectativas dos clientes, mas também fortalece a integridade e a reputação da agência.

A legislação turística aplicada às agências de viagens possibilita um entendimento do seu papel legal e aponta caminhos para a compreensão de sua estrutura. Em se tratando das estruturas, o seu projeto deve ser feito cuidadosamente, abrangendo desde a concepção e planejamento de roteiros até a execução de serviços, visando proporcionar aos viajantes uma vivência satisfatória. Assim, as agências de turismo desempenham um papel fundamental na organização e facilitação das experiências turísticas.

As agências desempenham papéis distintos para atender às variadas necessidades e preferências dos viajantes. De acordo com Calderón (2012), as agências de viagem atuam como intermediárias profissionais entre os viajantes e as empresas turísticas, sejam elas nacionais ou estrangeiras. Essas empresas desempenham um papel fundamental na divulgação de destinos específicos. A segmentação desse setor é evidenciada pela existência de diferentes tipos de agências de viagem, cada uma com sua especialização e estrutura específica. Assim,

a diversidade de agências de viagem reflete a ampla variedade de necessidades e preferências dos consumidores.

A definição da tipologia é um passo essencial para a organização e estruturação de uma agência de viagens no dinâmico mercado de trabalho. Ao escolher sua especialização ou nicho específico, a agência estabelece uma identidade única que a diferencia da concorrência e atende de maneira mais eficaz às demandas de seus clientes.

A importância de definir a tipologia reside na capacidade de concentrar esforços e recursos em um segmento específico, tornando-se especialista naquilo que faz.

Neste contexto, o quadro 01 apresenta aspectos elucidativos sobre a "Função Tipológica" e a "Matriz de Serviços" das agências de viagens, fornecendo uma visão detalhada das características e especializações que definem essas organizações no dinâmico cenário do turismo.

A "Função Tipológica" destaca a importância da agência de viagens definir sua especialização ou nicho específico. A análise aborda a diversidade de agências, desde as tradicionais até as online, destacando como cada tipologia atende a diferentes demandas e expectativas do cliente.

Por sua vez, a "Matriz de Serviços" explora a amplitude dos serviços oferecidos por agências de viagens. A análise se aprofunda em diferentes categorias de serviços, evidenciando como as agências podem diversificar suas ofertas para se destacar no mercado competitivo.

### QUADRO 01: FUNÇÃO TIPOLOGICA E MATRIZ DE SERVIÇOS

Função Tipológica	Matriz de Serviços
<b>Agência de Viagens e Turismo Receptiva</b>	<p><b>Receptivo</b> (transfer in/out, hotéis, aeroportos e rodoviárias);</p> <p><b>Operações</b> (grupos aéreos e terrestres, bloqueios e operações de serviços receptivos);</p> <p><b>Vendas</b> (city tour, sightseeing, shows, jantares, passeios de barco e ingressos para visitação em centros de lazer);</p> <p>Rodoviário (contratação de transportes rodoviários, ônibus, vans e mini-vans).</p>
<b>Agência de Viagens e Turismo Detalhista</b>	<p><b>Vendas nacionais</b> (venda de pacotes, excursões, bilhetes aéreos e serviços complementares);</p> <p><b>Vendas internacionais</b> (venda de pacotes, excursões, bilhetes aéreos e serviços complementares);</p> <p><b>Contas correntes</b> (atendimento exclusivo a clientes correntistas);</p> <p><b>Grupos e operações</b> (operação e cotização de pacotes e excursões nacionais e internacionais);</p> <p><b>Eventos</b> (captação de eventos, meeting, atendimento a congressistas);</p> <p><b>Financeiro contábil</b> (cobranças e emissão de faturas).</p>
<b>Agência de Viagens e Turismo Escola</b>	<p><b>Pré-estágio e ambientação profissional</b> (programas e cursos para o mercado profissional, treinamento em áreas administrativas –gerenciais e programas de trainee).</p>
<b>Agência de Viagens e Turismo Consolidadoras</b>	<p><b>Emissão nacional</b> (atendimento e cotização de tarifas, reservas e emissão);</p> <p><b>Emissão internacional</b> (atendimento e cotização de tarifas, reservas e emissão);</p>
<b>Agência de Viagens e Turismo Maioristas</b>	<p>Todos os serviços descritos acima e:</p> <p><b>Operações nacionais</b> (locação e contratação de transportes, chartes, hotéis e serviços terrestres);</p> <p><b>Operações internacionais</b> (locação e contratação de transportes, chartes, hotéis e serviços terrestres);</p>

Fonte: <http://turismobrazilja.blogspot.com/2015/06/estrutura-organizacao-e-funcionamento.html>, 2015.

Dando continuidade à análise, após explorar a "Função Tipológica" e a "Matriz de Serviços" das agências de viagens no quadro anterior, agora nos voltamos para outro aspecto essencial: a "Organização Estrutural e Funcionamento Integrado com os Provedores". O quadro 02 fornece informações sobre como as agências estruturam suas operações e estabelecem relações integradas com provedores de serviços turísticos para oferecer experiências completas e eficientes aos clientes.

## QUADRO 02: ORGANIZAÇÃO ESTRUTURAL E FUNCIONAMENTO

<b>Organização Estrutural / Funcionamento Integrado com os provedores</b>	
<b>Agência de Viagens e Turismo Receptiva</b>	Negociação e acordos tarifários Locação de veículos Locação e fretamento Transporte rodoviário
<b>Agência de Viagens e Turismo Detalhista</b>	Reservas / Bloqueios Emissão de bilhetes Vôos chartes Fretamentos de vôos Empresas aéreas
<b>Agência de Viagens e Turismo Escola</b>	Acordos comerciais Reservas e ingressos Equipamentos de lazer Destinos turísticos
<b>Agência de Viagens e Turismo Consolidadoras</b>	Vendas e acordos comerciais City tour, by night, sightseeing Serviços receptivos Serviços complementares
<b>Agência de Viagens e Turismo Maioristas</b>	Bloqueios, reservas e acordos tarifários Timeshare Hotéis, resorts, Spas, pousadas Rede hoteleira
<b>Agência de Viagens e Turismo Tours Operators</b>	Reservas / Bloqueios Emissão de bilhetes Vôos chartes Fretamentos de vôos Empresas aéreas Acordos comerciais Reservas e ingressos Equipamentos de lazer Destinos turísticos

Fonte: <http://turismobrazilja.blogspot.com/2015/06/estrutura-organizacao-e-funcionamento.html>, 2015.

A partir disso, é possível ter uma compreensão aprofundada sobre a "Organização Estrutural" e o "Funcionamento Integrado com os Provedores". O quadro 2 visa enriquecer ainda mais nossa compreensão sobre o complexo ecossistema das agências de viagens e seu papel vital na intermediação entre os viajantes e os serviços turísticos.

Da perspectiva de compreender a estrutura passamos para um momento fundamental de reconhecer o formato de funcionamento das agências de viagens. O funcionamento das agências pode ocorrer tanto de forma offline, por meio de escritórios físicos, quanto online, utilizando plataformas digitais.

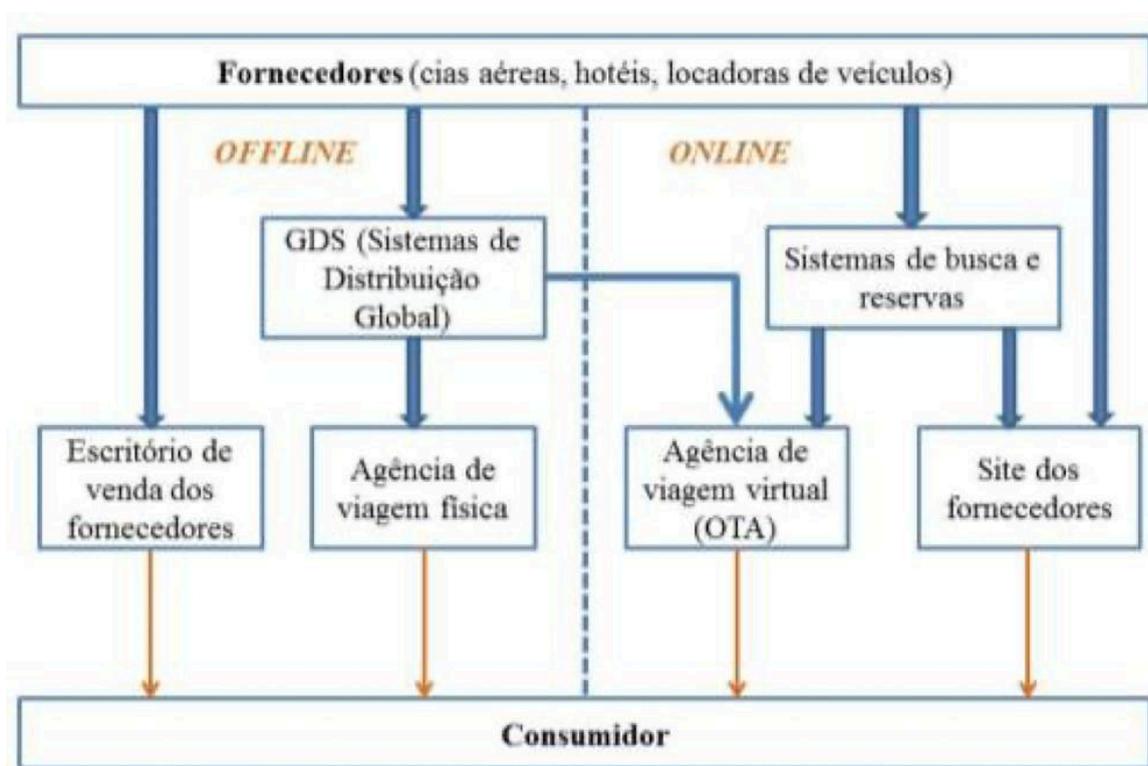
Nas agências de turismo offline, os clientes têm a oportunidade de interagir pessoalmente com agentes de viagens. Os escritórios físicos proporcionam um ambiente onde

os viajantes podem discutir detalhes de suas viagens face a face, criando um atendimento personalizado e construindo uma relação de confiança.

Por outro lado, as agências de turismo online operam através de plataformas digitais, permitindo que os clientes pesquisem, comparem preços e realizem reservas remotamente. Esse modelo oferece conveniência e flexibilidade aos usuários, que podem acessar informações a qualquer momento e de qualquer lugar.

Na figura 01 é apresentado como é o funcionamento nesses dois modelos de agência:

**FIGURA 01: MODELO DE MULTICANAIS DE DISTRIBUIÇÃO**



Fonte: Agências de turismo no contexto dos multicanais de distribuição - os desafios do mercado *online* e *offline* de viagens, 2014.

Segundo Pazini e Abrahão (2014), no agenciamento, existem operadoras turísticas que seguem o modelo tradicional e continuam atendendo apenas as agências de viagem, enquanto outras abrem lojas em shoppings e outros pontos de venda para estarem mais próximas do público.

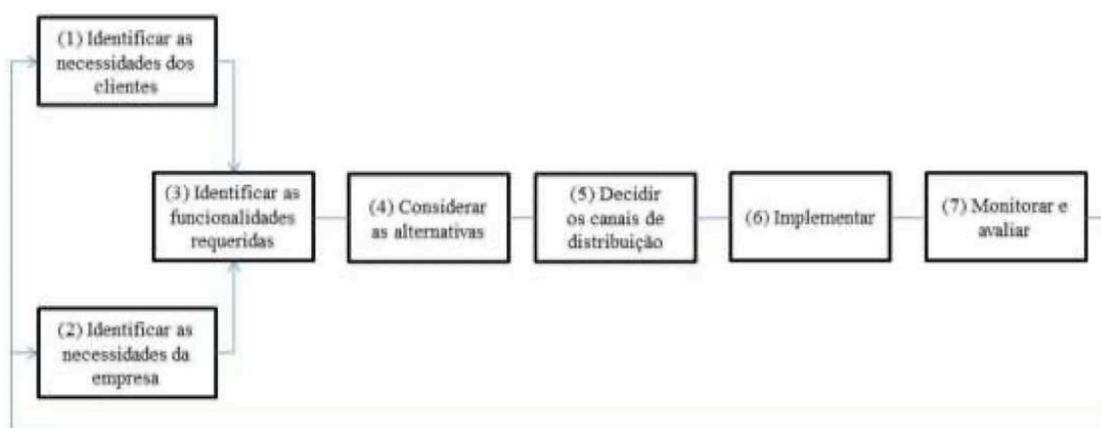
Ambos os modelos, offline e online, têm suas vantagens distintas. As agências offline oferecem um toque mais pessoal e consultivo, enquanto as online proporcionam conveniência

e acessibilidade. Algumas agências operam em um modelo híbrido, integrando elementos presenciais e digitais para oferecer o melhor dos dois mundos.

Ferreira e Rodrigues (2020) relata que a pandemia de COVID-19 transformou a dinâmica de trabalho em vários setores, desafiando organizações a se adaptarem rapidamente a uma nova realidade sem planejamento prévio. Apesar de ser um setor acostumado a enfrentar crises, o turismo agora enfrenta desafios inéditos ligados à pandemia. A necessidade de adaptação é inegável, e as soluções requerem criatividade diante das mudanças inevitáveis. Enquanto o turismo é um dos setores mais impactados pela crise econômica global, há esperança de que seja também um dos primeiros a se recuperar. Diante desse cenário, as agências devem considerar estratégias para o pós-COVID-19, destacando-se nas plataformas digitais.

Pearce (2009) apresenta uma abordagem estratégica importante para os gestores de agências de turismo: a identificação e atendimento das necessidades do cliente de acordo com o perfil do negócio. Este enfoque visa aprimorar a sintonia entre as ofertas da agência e as expectativas dos clientes, resultando em experiências de viagem mais satisfatórias e fidelização.

### FIGURA 02: PROCESSO DE DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIA PARA DISTRIBUIÇÃO EM TURISMO



Fonte: Agências de turismo no contexto dos multicanais de distribuição - os desafios do mercado *online* e *offline* de viagens, 2014.

Essa fase destaca-se como um ponto necessário para o sucesso das agências, onde a eficácia na integração desses elementos influencia diretamente a experiência do cliente e a eficiência operacional do canal.

A fase para identificação da funcionalidade do canal está associada ao acesso à informação desejada, a oferta de produtos adequada ao público-alvo, a possibilidade de combinação de produtos para uma viagem, e aos recursos para reserva e confirmação de pagamento. (Pazini; Abrahão, 2014)

Independentemente do formato, a eficácia de uma agência de turismo está intrinsecamente ligada à sua capacidade de compreender as necessidades dos clientes, oferecer informações claras e transparentes, além de proporcionar experiências de viagem memoráveis. A dualidade entre as operações offline e online reflete a diversidade de escolhas disponíveis aos viajantes, permitindo que eles optem pelo modelo que melhor se alinhe às suas preferências e conveniências.

Em conclusão, a identificação da legislação, estrutura e funcionamento das agências de viagem revela-se como um passo crucial para compreender o ambiente normativo e operacional que norteia esse setor. Ao compreender as leis que regem as atividades, a estrutura organizacional necessária e os processos operacionais fundamentais, os profissionais do ramo podem assegurar um desempenho ético, eficiente e em conformidade com as exigências legais.

## **CAPÍTULO 2 - HABILIDADES, COMPETÊNCIAS E PRODUTIVIDADE DO AGENTE DE VIAGEM**

Este capítulo discorre sobre essa profissão dinâmica, investigando as habilidades essenciais que permeiam o cotidiano do agente, as competências necessárias para se destacar em um mercado competitivo, e a relação entre esses atributos e a produtividade no desempenho das funções.

A função de um agente de viagem desempenha um papel importante na experiência do cliente, atuando como um guia especializado e facilitador para aqueles que buscam explorar o mundo. A importância desse profissional vai além da simples reserva de passagens e hospedagens; ele desempenha um papel essencial na criação de experiências de viagem memoráveis e sem complicações.

Um agente de viagem serve como um recurso valioso para os clientes, oferecendo conhecimento especializado sobre destinos, acomodações, atividades e opções de transporte. Sua experiência permite que os viajantes recebam orientações personalizadas, levando em consideração as preferências individuais, orçamento e expectativas.

O profissional atuante tem papel de grande importância na empresa e é uma peça fundamental para o funcionamento da agência, pois além de ser o contato dos clientes, também é contato para todos os fornecedores, sejam eles meios de transporte, hospedagem, seguradoras, casas de câmbio ou despachantes, por exemplo. (Oliveira; Holm, 2017)

Além disso, os agentes de viagem desempenham um papel fundamental na simplificação do processo de planejamento. Em um mundo onde a sobrecarga de informações é comum, esses profissionais ajudam os clientes a navegar por opções e escolhas, proporcionando uma abordagem personalizada e economizando tempo e esforço.

Ao adquirir bens e/ou serviços turísticos, o turista espera que suas necessidades ou que a motivação que o levou a aquisição destes produtos e/ou serviços seja atendida e para isto o empreendimento deve contar com uma equipe preparada para atender o consumidor (Dias, 2006).

A expertise do agente de viagem também é valiosa em situações imprevistas, como alterações de itinerário, cancelamentos ou problemas durante a viagem. Sua presença oferece suporte aos clientes, proporcionando soluções rápidas e minimizando contratemplos, garantindo uma experiência mais tranquila.

Oliveira e Holm (2017) relata que ao estabelecer uma conexão significativa com o cliente, o agente não apenas coleta informações sobre preferências de destinos, orçamentos e interesses específicos, mas também entende as expectativas emocionais que envolvem a viagem. Essa compreensão profunda permite ao agente alinhar cuidadosamente as escolhas do

cliente com os fornecedores de serviços turísticos, criando um itinerário sob medida que vai além das expectativas. A capacidade de conectar os desejos do cliente com as ofertas dos fornecedores não só fortalece a relação de confiança entre o agente e o viajante, mas também assegura que cada viagem seja uma experiência autêntica e inesquecível.

Cientes disso, julga-se que são necessárias algumas características específicas para que a função seja desempenhada com sucesso, como por exemplo, a empatia, responsabilidade, agilidade, informações confiáveis e atualizadas, citadas tão somente como exemplos. Atesta-se que é preciso que haja qualificação, de modo que as informações passadas sejam corretas e atualizadas, bem como se consiga passar credibilidade ao cliente para que este adquira na agência os produtos e/ou serviços e não por outro meio. Assim, é possível afirmar que o profissional da área deve manter-se atento às transformações do mercado e de tudo que nele está implicado, pois estes fatores interferem diretamente no serviço prestado. (Oliveira; Holm, 2017)

A natureza dinâmica e global do setor de turismo frequentemente exige flexibilidade, levando esses profissionais a se dedicarem além das horas regulares para garantir um serviço eficiente e atender às demandas dos clientes. As mudanças nos fusos horários, urgências de última hora e a necessidade de lidar com imprevistos durante as viagens podem resultar em jornadas estendidas.

Cada Agente de Viagens possui uma rotina específica de acordo com a empresa onde desempenha suas funções; todavia, é necessário chamar atenção para as rotinas realizadas, pois vão além das designadas ao trabalho de Agente de Viagens. A implementação do então chamado “plantão emergencial” submete o indivíduo à total disponibilidade para emitir bilhetes aéreos, hospedagens e demais serviços ofertados pela empresa, ou seja, as mesmas atividades que desempenha durante sua jornada formal de atividade laboral desenvolve fora do ambiente de trabalho, muitas vezes em sua própria residência. (Pereira; Costa; Barbosa, 2020)

O agente de viagem, além de desempenhar as funções tradicionalmente atribuídas à sua posição, muitas vezes assume responsabilidades que transcendem os limites convencionais de seu cargo.

Neste contexto, se percebeu que, além das rotinas destinadas à função desempenhada, alguns desses trabalhadores realizam outras atividades. Além da função de vendedor (Agente de Viagens) existem outros ofícios atribuídos a estes, como desempenhar tarefas financeiras e de limpeza [...] (Pereira; Costa; Barbosa, 2020)

A venda de produtos turísticos é singular, pois se trata de uma transação que oferece algo intangível e efêmero, consumido no exato momento da experiência. Ao contrário de bens tangíveis que podem ser tocados e armazenados, um produto turístico é a promessa de uma vivência única e passageira. A emoção de explorar novos destinos, vivenciar culturas diversas e criar memórias inesquecíveis não pode ser transferida ou armazenada da mesma forma que um objeto físico.

De acordo com Zeithalm e Bitner (2003) o serviço é consumido na hora em que é produzido e provê valor agregado (em formas como: conveniência, divertimento, economia de tempo, conforto ou saúde), que é essencialmente intangível e dedicado, primordialmente, a quem compra.

A presença de profissionais qualificados e habilidosos em uma agência de viagens é necessária para o sucesso e a satisfação do cliente. O setor do turismo é dinâmico e complexo, exigindo habilidades específicas e competências variadas para lidar com uma ampla gama de situações.

Castelli (1998) afirma que é necessário que as agências de viagem disponham, em seu quadro de colaboradores, de pessoas que tenham conhecimentos, habilidades e atitudes pertinentes, além de estarem suficientemente motivadas para realizar o seu trabalho.

A presença de funcionários motivados é um elemento necessário para alcançar alta qualidade e resultados eficazes no ambiente de trabalho. A motivação não apenas impulsiona o desempenho individual, mas também contribui para a coesão da equipe e a criação de um ambiente positivo. Colaboradores motivados tendem a demonstrar maior comprometimento, criatividade e iniciativa, influenciando diretamente na qualidade dos serviços prestados e nos resultados alcançados. A motivação também está intrinsecamente ligada à satisfação no trabalho, o que se traduz em maior produtividade, menor rotatividade de funcionários e um clima organizacional mais saudável. Investir no bem-estar e na motivação dos colaboradores não apenas promove um ambiente de trabalho mais positivo, mas também se reflete de maneira significativa na excelência operacional e na obtenção de resultados consistentes e satisfatórios.

Segundo Limongi, (2008) pode-se definir Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) como "conjunto de ações no sentido de implantar melhorias e inovações gerenciais, tecnológicas e estruturais no ambiente de trabalho, alinhada e construída na cultura organizacional, com prioridade absoluta para o bem-estar das pessoas na organização.

Na contratação de novos colaboradores, é comum que estes apresentem qualificações genéricas. Assim sendo, a organização deve treinar novos colaboradores com o objetivo de capacitar a pessoa a exercer sua função. O investimento em treinamento é recompensador para a empresa, pois além de desenvolver e/ou gerar novas habilidades, permite ao colaborador melhorar aquelas já existentes. (Morello; Froehlich, 2010)

Essa ênfase na qualidade, por sua vez, se traduz em maior produtividade, uma vez que tarefas realizadas com precisão e eficácia demandam menos retrabalho e são concluídas de maneira mais eficiente. Dessa forma, a interligação entre qualidade de trabalho e produtividade é um pilar essencial para o crescimento sustentável de uma empresa,

influenciando positivamente não apenas a satisfação dos clientes, mas também a motivação e engajamento dos colaboradores.

Segundo Santos e Santos (2018), ao investir em qualidade, obtêm-se resultados positivos, como: menos defeitos, melhores produtos, bem-estar, menor absenteísmo, mais clientes satisfeitos e uma imagem melhor e mais positiva da empresa.

Mesmo com todo o investimento realizado na qualidade dos serviços turísticos, é preciso levar em consideração o nível de satisfação do profissional agente de viagem. Desde os aspectos ambientais e contratuais até a sua relação com as funções e atividades influenciam diretamente no desejo de continuidade da atuação deste trabalhador.

Na compreensão dos aspectos de satisfação relacionados ao trabalho, Locke (1969) define satisfação no trabalho como o resultado da avaliação que o trabalhador tem sobre o seu trabalho ou a realização de seus valores por meio dessa atividade, sendo uma emoção positiva de bem-estar. Em uma perspectiva distinta, Harris (1989) afirma que a satisfação no trabalho é um sentimento que resulta da situação total do trabalho.

Retomando Castelli (1998), além dos conhecimentos, habilidades e atitudes relevantes, mas que também estejam profundamente motivados para desempenhar suas funções, ele argumenta que a excelência na prestação de serviços pelas agências de viagem está intrinsecamente ligada à competência e à qualidade de seu pessoal. Nesse contexto, é imperativo que tais profissionais não só estejam equipados com as ferramentas necessárias para seu trabalho, mas também se sintam satisfeitos e valorizados em seu ambiente profissional. Cabe reforçar que Locke (1969) oferece uma perspectiva importante ao definir a satisfação no trabalho como o resultado da percepção do trabalhador sobre seu emprego e a extensão em que suas atividades laborais refletem seus valores pessoais, manifestando-se como uma emoção positiva de bem-estar. Enquanto Harris (1989) complementa essa visão ao considerar a satisfação no trabalho como um sentimento que emerge da totalidade da experiência laboral. Portanto, para alcançar a satisfação plena dos agentes de viagem, é necessário um alinhamento estratégico que não apenas reconheça e valorize seus esforços, mas também promova um ambiente de trabalho que esteja em harmonia com seus valores e aspirações pessoais. A satisfação do trabalhador, assim, torna-se um elemento chave para impulsionar a qualidade do serviço, evidenciando a importância de investimentos contínuos em melhorias que enriqueçam a experiência profissional de forma significativa e gratificante.

Para esta investigação e para o desenvolvimento das análises do capítulo seguinte adota-se a compreensão de satisfação no trabalho proposto por Fraser (1996) que define como um estado pessoal, subjetivo, dinâmico e constantemente modificável por condições intrínsecas e extrínsecas do trabalho e do trabalhador.

Ao abordar as habilidades e competências do agente de viagem é evidente a sua importância vital para o enfrentamento eficaz dos desafios diários, sejam eles relacionados à complexidade do setor ou às demandas específicas dos clientes. O desenvolvimento contínuo dessas habilidades não apenas permite ao profissional superar obstáculos com destreza, mas também desempenha um papel importante na gestão do estresse inerente à profissão. A capacidade de lidar eficientemente com as adversidades não só preserva o bem-estar emocional do agente, mas também reflete diretamente na qualidade e produtividade dos serviços oferecidos. Assim, compreender e aprimorar as habilidades e competências torna-se um investimento fundamental não apenas no desenvolvimento individual do agente de viagem, mas também na elevação do padrão de excelência que a profissão aspira alcançar.

### **CAPÍTULO 3 - A PERCEPÇÃO DO AGENTE DE VIAGEM SOBRE O AMBIENTE PROFISSIONAL**

Neste capítulo é apresentada uma pesquisa realizada recentemente através de um questionário cuidadosamente elaborado entre agentes de viagem e foi conduzida com o objetivo de compreender através da visão desses profissionais a percepção na prática da satisfação profissional em relação às exigências do trabalho.

A pesquisa realizada para investigar a perspectiva dos agentes de viagem sobre suas atividades e funções foi conduzida de maneira abrangente e personalizada. Utilizando um questionário elaborado no Google Forms, buscou-se obter resultados detalhados sobre a visão desses profissionais em relação às demandas diárias, enfrentando pessoalmente as pressões e dificuldades que permeiam sua rotina de trabalho. Optou-se por uma abordagem mais online e visitas presenciais nas agências ao realizar o questionário diretamente com os agentes de viagem, proporcionando um entendimento mais profundo da complexidade que envolvem suas responsabilidades

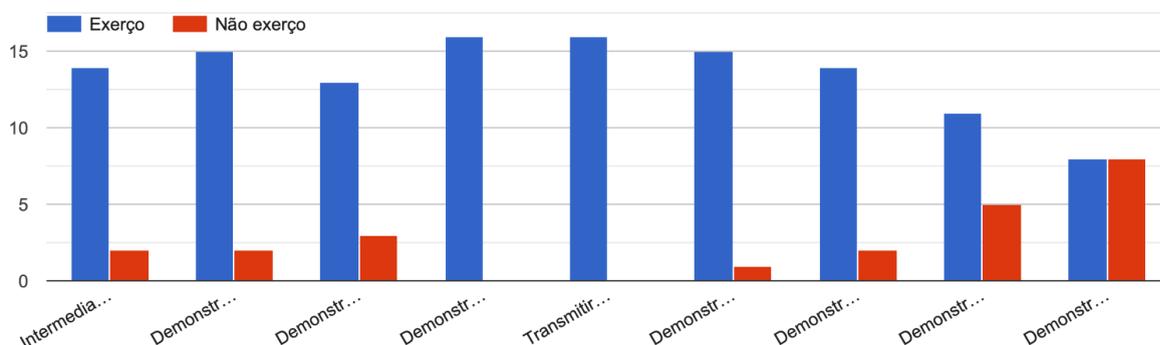
O questionário foi aplicado entre 16 profissionais que atuam como agentes de viagens e proporcionou uma visão abrangente das experiências e desafios enfrentados por esses especialistas do setor.

#### **Funções e habilidades dos agentes de viagens**

A atuação eficaz de um agente de viagem requer uma intrincada relação entre os serviços prestados, as funções desempenhadas e as habilidades necessárias para enfrentar os desafios do setor. Essa abordagem demanda habilidades interpessoais, comunicação eficiente e conhecimento aprofundado sobre diversos aspectos do turismo. A capacidade de adaptação a mudanças, solução de problemas e a incorporação de inovações tecnológicas são habilidades essenciais em um cenário turístico dinâmico. A relação intrincada entre esses elementos é necessária para proporcionar experiências de viagem excepcionais e para a construção de relações duradouras com os clientes.

A seguir serão apresentados gráficos sobre funções e habilidades que são desenvolvidas pelos agentes de viagem.

**Gráfico 01 - COMPETÊNCIAS PESSOAIS DOS AGENTE DE VIAGENS**

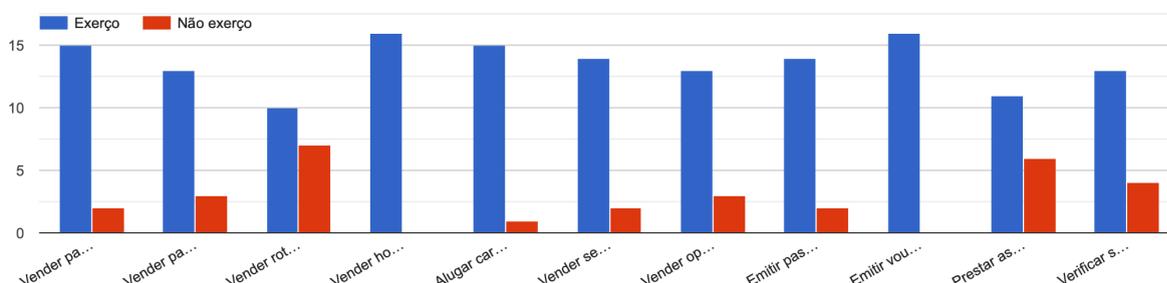


Da esquerda para direita estão as respectivas funções: "Intermediar interesses", "Demonstrar persuasão", "Demonstrar iniciativa", "Demonstrar fluência verbal", "Transmitir segurança e confiança", "Demonstrar capacidade de resolver situações imprevistas", "Demonstrar capacidade de organização", "Demonstrar capacidade de liderança" e "Demonstrar capacidade de atuação". A partir disso, é notável que um agente de viagem tem a necessidade de estar em plenas condições de trabalho e saúde para exercer essas habilidades na hora de realizar um atendimento e realizar suas funções.

Conforme Castelli (1998), a qualidade dos serviços oferecidos pelas agências de viagem está diretamente relacionada à qualificação e à motivação de seus colaboradores. Esta perspectiva ressalta que, além da posse de conhecimentos, habilidades e atitudes pertinentes, é crucial que os agentes de viagem estejam profundamente motivados e engajados com seu trabalho. A motivação e a satisfação no trabalho não apenas impulsionam a excelência no serviço, mas também contribuem para a saúde e o bem-estar dos funcionários, permitindo-lhes exercer suas habilidades com maior eficácia e eficiência.

As habilidades e competências aprimoradas são facilitadores para o exercício de funções inerentes ao cargo, visto que os agentes de viagem desempenham uma variedade de atividades cruciais na venda de serviços turísticos, oferecendo suporte abrangente aos clientes ao longo de todo o processo de planejamento e reserva. A seguir estão algumas atividades exercidas pelos profissionais:

**Gráfico 02 - VENDA DE SERVIÇOS TURÍSTICOS**



Da esquerda para direita estão as seguintes atividades respectivamente: "Vender passagens aéreas, hidroviárias e terrestres", "Vender pacotes turísticos e excursões", "Vender roteiros personalizados", "Vender hospedagem", "Alugar carros", "Vender seguro de viagem e assistência", "Vender opcionais", "Emitir passagens", "Emitir vouchers", "Prestar assistência no embarque e desembarque", "Verificar satisfação do cliente (pós venda). A partir das respostas dos entrevistados, percebe-se que é um serviços multifacetado no qual o agente de viagem presta um serviço muito importante para a agência de viagem, pois, sempre está em contato direto com o cliente e os fornecedores, por isso é necessário, entender bem quais os desejos do cliente na hora do atendimento, ter a habilidade em negociar com fornecedores e a competência para lidar com imprevistos e a oferta de suporte contínuo durante a viagem são elementos que elevam a experiência do cliente como foi visto no gráfico 01.

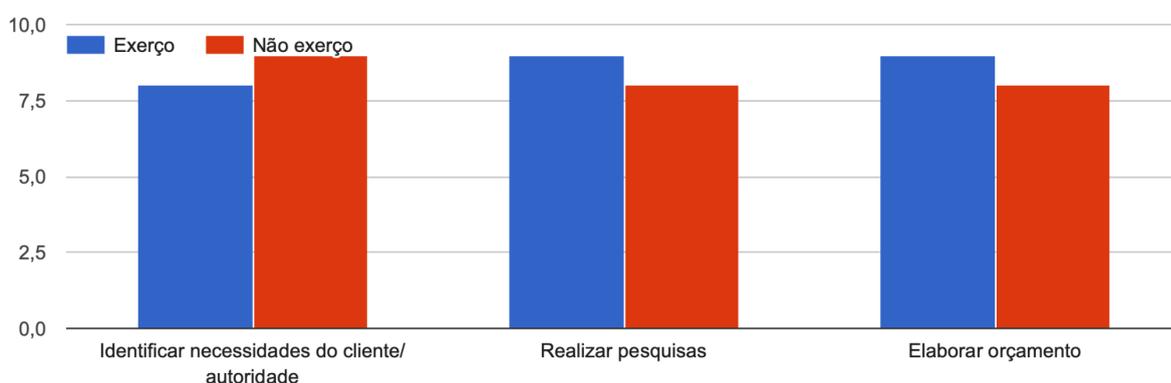
Com base nas respostas do questionário, foi possível explorar outras atividades relacionadas ao agente de viagem que vão além das expectativas convencionais. As percepções e experiências compartilhadas pelos profissionais revelam nuances adicionais sobre as responsabilidades desempenhadas no dia a dia. A análise dessas atividades proporcionam uma compreensão mais abrangente do papel do agente de viagem na atualidade, enriquecendo nossa visão sobre as diversas facetas dessa profissão dinâmica. Para Pereira, Costa e Barbosa (2020), observa-se que, além das atividades convencionais associadas à função de venda, os agentes de viagens frequentemente assumem uma variedade de outras tarefas. Essa diversidade de funções destaca a natureza abrangente do trabalho do agente de viagens, que transcende as fronteiras tradicionais de suas responsabilidades profissionais. A capacidade de desempenhar com sucesso uma gama tão ampla de atividades não apenas sublinha a importância da versatilidade e adaptabilidade nessa profissão, mas

também enfatiza a necessidade de reconhecimento e valorização adequada desses profissionais no setor turístico.

Funções em relação ao planejamento de eventos:

Ao enfrentarem a complexidade do desafio ao realizar o planejamento de eventos, esses profissionais destacam-se pela sua habilidade excepcional em identificar e compreender as necessidades específicas do cliente. A capacidade de conduzir pesquisas minuciosas é uma ferramenta fundamental, permitindo aos agentes não apenas antecipar as expectativas, mas também superá-las. Além disso, a responsabilidade de elaborar orçamentos personalizados e eficientes destaca-se como uma demonstração clara da competência e comprometimento desses especialistas, que buscam não apenas atender, mas exceder as expectativas de seus clientes em eventos sob sua coordenação.

**Gráfico 03 - FUNÇÕES DOS AGENTE DE VIAGENS NO PLANEJAMENTO DE EVENTOS**

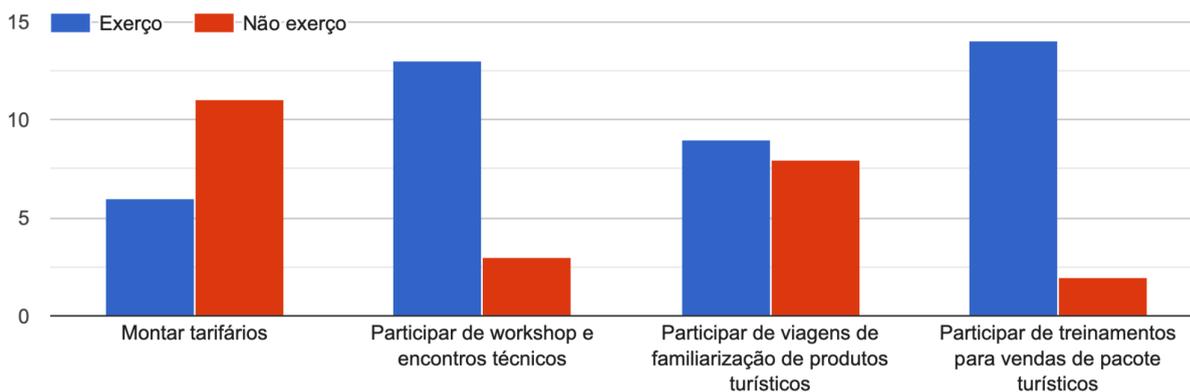


Ao organizar eventos como parte das funções de um agente de viagem exige uma combinação única de habilidades e competências. Além das responsabilidades habituais, como a reserva de passagens e acomodações, o agente de viagem precisa ter sólido conhecimento em logística, planejamento e coordenação a partir das necessidades do cliente, realizando as pesquisas e os orçamentos.

Funções em relação ao promover serviços turísticos:

Munidos de conhecimento aprofundado sobre destinos, culturas e opções de lazer, os agente de viagens são extremamente necessários na divulgação e comercialização de pacotes turísticos.

**Gráfico 04 - FUNÇÕES DOS AGENTE DE VIAGENS AO PROMOVER SERVIÇOS TURÍSTICOS**



O agente de viagem, visando promover os serviços turísticos de maneira eficiente, engaja-se em diversas atividades estratégicas para montar os tarifários. Sua participação ativa em workshops, encontros técnicos e feiras, onde os fornecedores apresentam suas ofertas, não apenas amplia seu conhecimento sobre os produtos disponíveis, mas também estabelece valiosas conexões profissionais. Esses eventos proporcionam um network crucial para manter-se atualizado sobre as últimas tendências do setor.

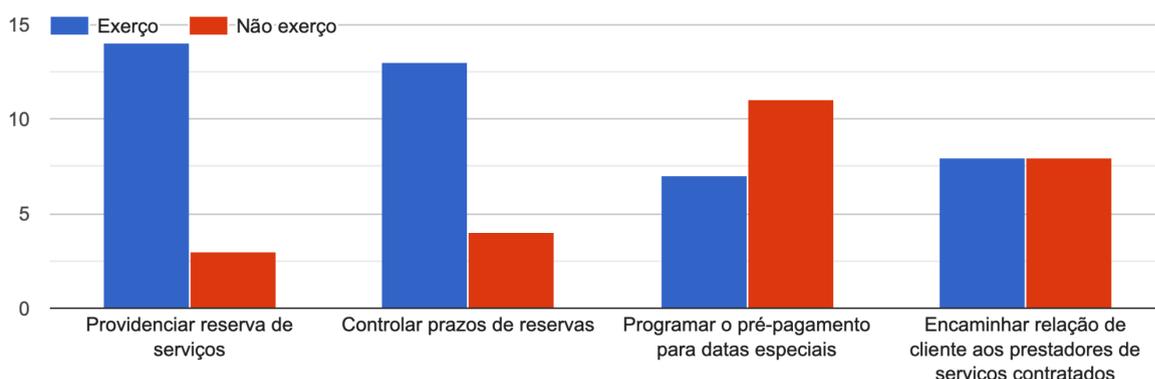
Além disso, a participação em famtours oferece ao agente de viagem uma experiência prática e imersiva nos serviços turísticos. Ao vivenciar destinos, hospedagens e atividades, ele adquire um entendimento mais profundo, possibilitando a transmissão de informações autênticas e personalizadas aos clientes.

Os treinamentos para vendas de pacotes turísticos constituem outra faceta importante. Ao se envolver em programas de capacitação, o agente aprimora suas habilidades de venda, aprendendo a destacar os pontos fortes dos pacotes, a lidar com objeções e a personalizar ofertas de acordo com as necessidades dos clientes. Esses treinamentos não apenas fortalecem as competências do agente, mas também impulsionam as vendas, contribuindo para o sucesso no competitivo mercado de turismo.

Funções em relação ao reservar serviços turísticos:

A função do agente de viagem se estende à gestão cuidadosa das reservas e transações financeiras associadas aos serviços turísticos. Em um ambiente dinâmico e multifacetado, os agentes desempenham um papel fundamental ao monitorar prazos e garantir pagamentos pontuais aos fornecedores. A habilidade de manter uma coordenação eficiente entre clientes e parceiros comerciais é essencial para assegurar uma experiência de viagem sem contratempos.

**Gráfico 05 - FUNÇÕES DOS AGENTE DE VIAGENS AO RESERVAR SERVIÇOS TURÍSTICOS**



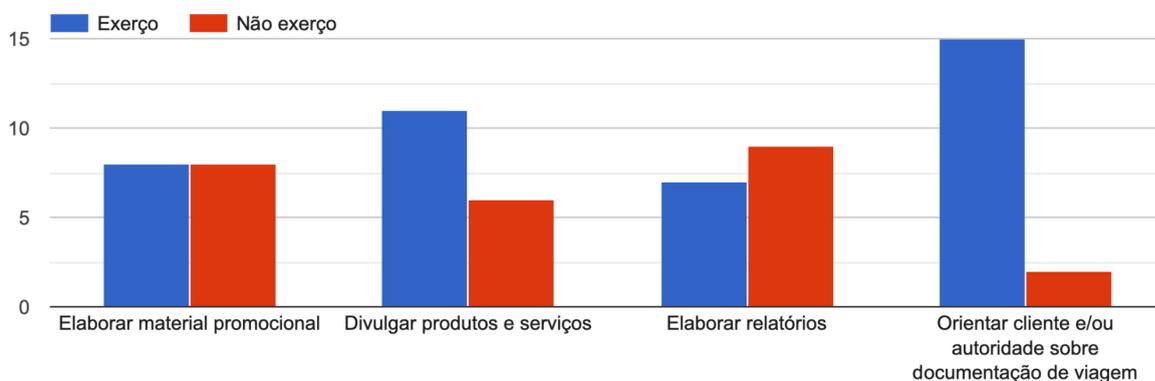
A função do agente de viagem ao realizar bloqueios de serviços turísticos, especialmente ao organizar viagens em grupo, desempenha um papel estratégico na garantia de disponibilidade e condições vantajosas para seus clientes. Esses bloqueios envolvem negociações diretas com fornecedores para reservar um número específico de lugares em hotéis, transporte e demais serviços no destino desejado. É uma prática crucial para assegurar tarifas preferenciais e acomodações adequadas, especialmente em viagens de grupo, onde a coordenação é essencial. O agente de viagem, ao realizar bloqueios, deve manter uma vigilância constante sobre prazos para reservas, pagamentos e o envio da lista de clientes aos prestadores de serviços contratados. Essa gestão eficiente não apenas garante a excelência na execução da viagem, mas também evidencia a habilidade do agente em criar experiências turísticas únicas para seus clientes, a capacidade de um agente de viagem para atender e superar as expectativas dos clientes. A atuação profissional depende intrinsecamente de uma combinação de fatores, incluindo preparação técnica, bem-estar pessoal e motivação

profissional. Investir em melhorias que abordem essas áreas é importante para promover a excelência na prestação de serviços e assegurar a satisfação tanto dos clientes quanto dos colaboradores, alinhando-se assim com a visão proposta por Castelli (1998) sobre a importância da qualidade do pessoal no setor de turismo.

Funções em relação ao comunicar-se:

A comunicação eficiente não apenas estabelece expectativas realistas, mas também permite uma resposta ágil a mudanças ou imprevistos durante a viagem. Além disso, um agente de viagem que domina a arte da comunicação constrói relações sólidas e de confiança com os clientes, criando um ambiente propício para a personalização de experiências. Em um setor dinâmico como o turismo, onde a satisfação do cliente é primordial, a habilidade do agente em comunicar de maneira clara, empática e proativa é essencial para garantir uma viagem organizada.

**Gráfico 06 - IMPORTÂNCIA DOS AGENTE DE VIAGENS EM RELAÇÃO A COMUNICAÇÃO**



A clareza e persuasão na comunicação são fundamentais ao desenvolver material promocional, pois é através dele que o agente conquista a atenção e o interesse dos clientes. A habilidade de transmitir informações de forma envolvente é igualmente vital na divulgação de produtos e serviços, influenciando diretamente as escolhas dos clientes. A comunicação eficiente torna-se ainda mais evidente na orientação aos clientes, onde o agente precisa transmitir informações detalhadas sobre destinos, itinerários e requisitos práticos da viagem. Além disso, ao elaborar relatórios, a precisão e organização na comunicação são essenciais para a gestão eficaz de informações e o monitoramento do desempenho.

A análise dos gráficos revela a diversidade e complexidade das funções desempenhadas pelos agentes de viagem, destacando a necessidade de habilidades multifacetadas para o exercício eficaz dessa profissão. Além da expertise técnica, os dados sugerem que o trabalho dos agentes demanda um investimento significativo em estudo contínuo para acompanhar as tendências do setor. Além disso, a importância das boas condições de trabalho é evidente, uma vez que a alta demanda e a variedade de responsabilidades podem ser desafiadoras. A qualidade de saúde também emerge como um fator crucial, já que o papel do agente de viagem exige energia, flexibilidade e resiliência para lidar com situações diversas. Logo, a profissão de agente de viagem, como indicam os gráficos, é uma atividade dinâmica que demanda não apenas conhecimento técnico, mas também um ambiente propício e atenção à saúde para garantir um desempenho eficiente e satisfatório.

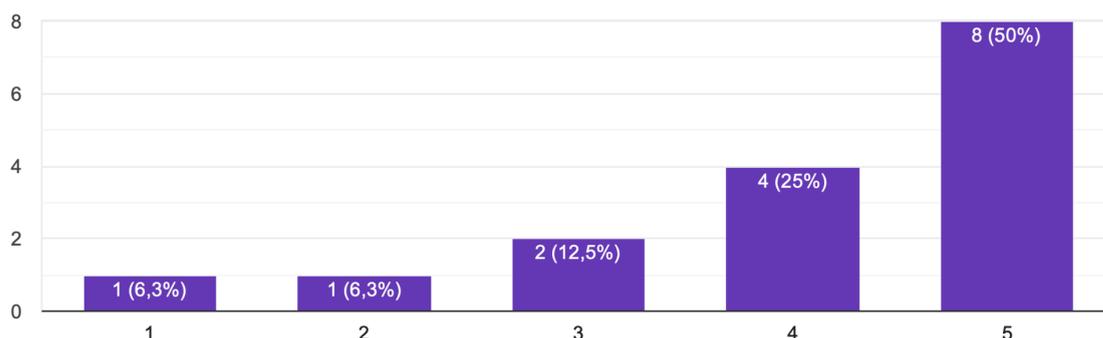
### Satisfação e perspectiva dos agentes de viagens

Após a compreensão sobre as funções exercidas pelos agentes de viagem entrevistados é apresentado, em continuidade, uma análise sobre a satisfação e perspectiva dos profissionais desse setor. A pesquisa foi baseada na escala Likert, sendo as respostas consideradas em uma escala de 1 a 5, onde o (1) representa Muito insatisfeito, o (2) Satisfeito, o (3) Indiferente, o (4) Satisfeito e o (5) Muito Satisfeito.

Quanto às relações dos agentes de viagem com os colegas de trabalho e superiores dentro das agências é possível perceber:

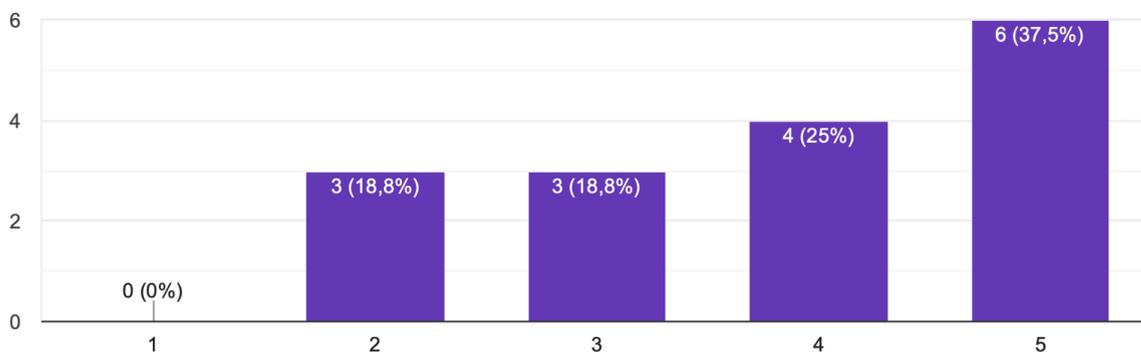
Quanto as relações interpessoais que tenho com meus colegas de trabalho estou...

16 respostas



### Quanto as relações interpessoais que tenho com meus superiores (gerente, proprietário/a) estou...

16 respostas

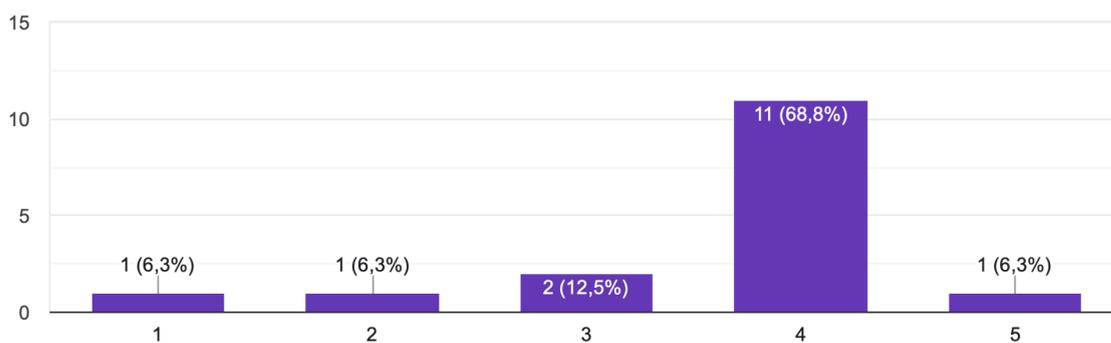


É perceptível que o ambiente de trabalho entre os profissionais não é um ponto muito forte, pois quando se refere ao relacionamento entre os colegas de trabalho 50% dos entrevistados não estão muito satisfeitos. E quando se refere ao relacionamento com os seus superiores a satisfação é menor ainda considerando que de todos os 16 entrevistados apenas 6 se consideram muito satisfeitos. Isso se deve uma boa parte a dificuldade da comunicação dentro do ambiente de trabalho, seja para resolução de problemas e também ao expor seus pensamentos e ideias.

Já sobre a relação com os clientes, como já vimos anteriormente, é de extrema importância e precisa ser realizada com atenção e cuidado para atender todas as suas necessidades e fidelizá-lo, não deixando os relacionamentos internos afetarem no momento do atendimento.

### Quanto ao contato e relação com os clientes estou...

16 respostas

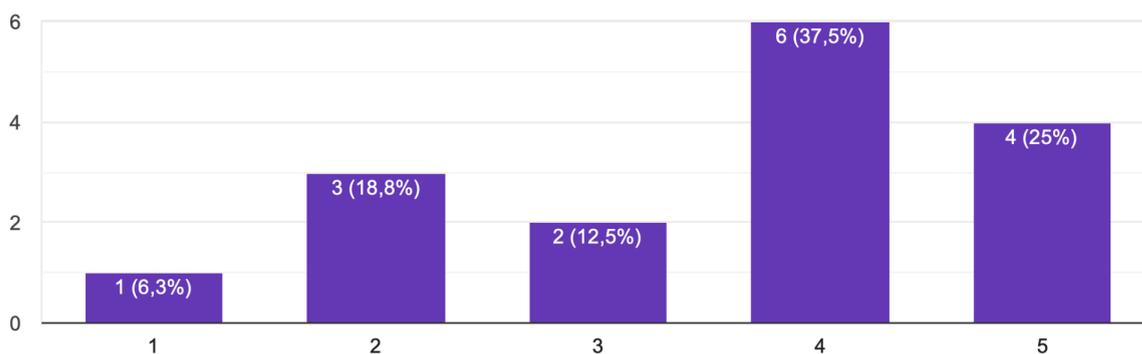


De acordo com os dados da pesquisa 11 dos entrevistados estão satisfeitos nas suas relações com os clientes, podendo ainda assim melhorar para tornar esse cenário mais positivo e realizar um melhor atendimento. Porém, nem sempre é uma tarefa fácil de realizar, pois nesse mercado dinâmico sempre é preciso lidar com vários tipos de pessoas, pensamentos e ideias diferentes.

As condições de trabalho dos agentes de viagem estão ligadas aos equipamentos disponíveis para desempenhar suas funções de maneira eficaz. A qualidade dos equipamentos, como computadores, sistemas de reserva e acesso à internet, desempenha um papel crucial na agilidade e na eficiência das operações diárias. A disponibilidade de tecnologias atualizadas não apenas otimiza o processo de pesquisa e reserva, mas também contribui para a prestação de serviços de qualidade aos clientes. Além disso, o ambiente de trabalho, incluindo a ergonomia do espaço e a infraestrutura, impacta diretamente o bem-estar do agente de viagem. Condições adequadas e equipamentos modernos não só promovem a eficiência operacional, mas também influenciam positivamente a motivação e a satisfação no trabalho, garantindo um ambiente propício para o desempenho profissional.

#### Quanto as condições do local de trabalho estou...

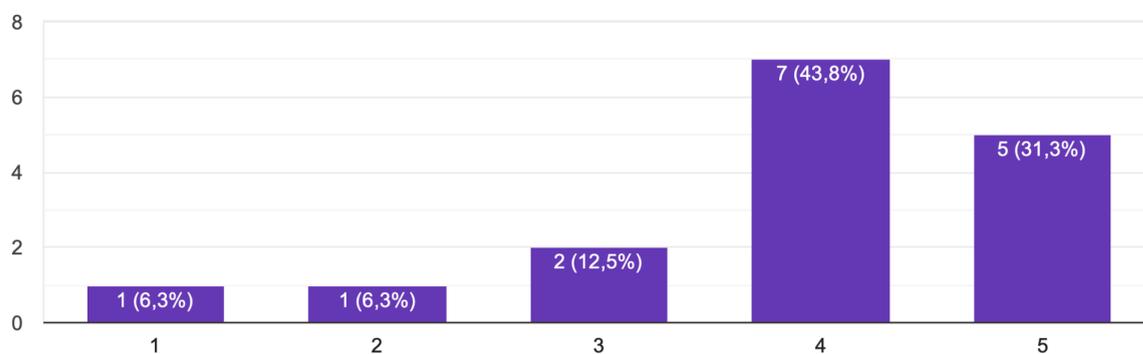
16 respostas



Através da pesquisa compreende-se que em relação às condições do local de trabalho e aos equipamentos disponíveis, os agentes de viagem se sentem razoavelmente satisfeitos, o que é de extrema importância para o funcionamento e desempenho dos serviços prestados.

### Quanto ao equipamentos disponíveis que tenho para trabalhar estou...

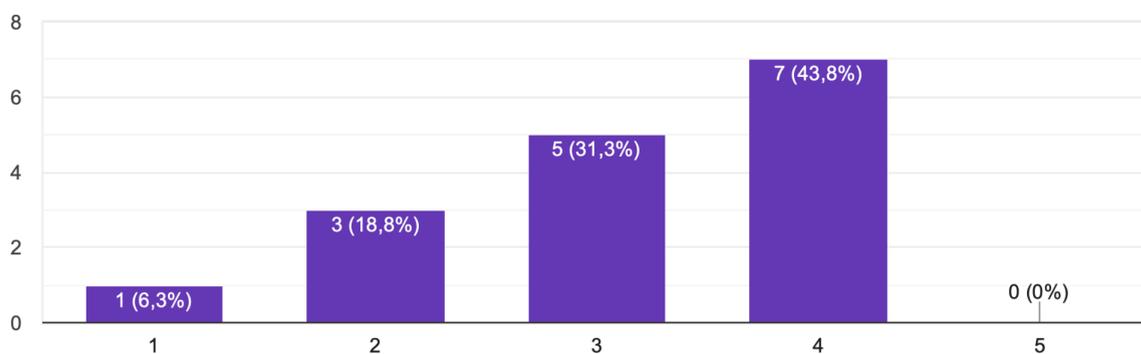
16 respostas



Outro fator muito importante é a relação entre saúde física e mental no contexto do estresse diário no trabalho, particularmente devido à pressão intensa, é um tema de extrema relevância.

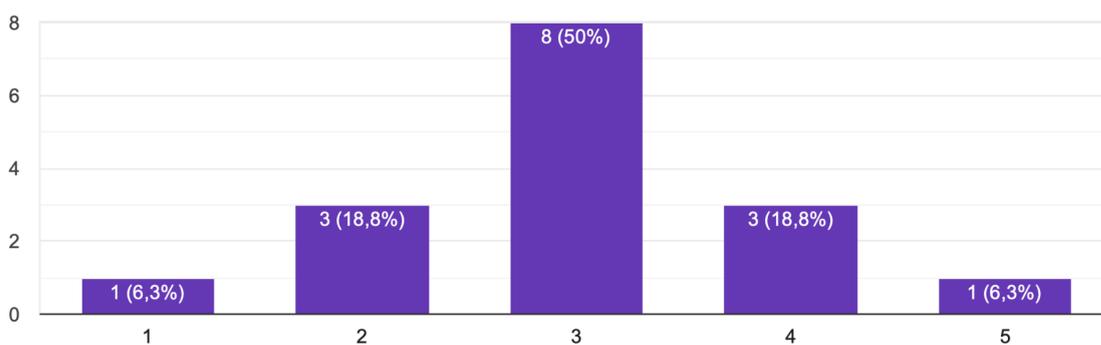
### Quanto a minha saúde mental estou...

16 respostas



### Quanto a minha saúde física estou...

16 respostas



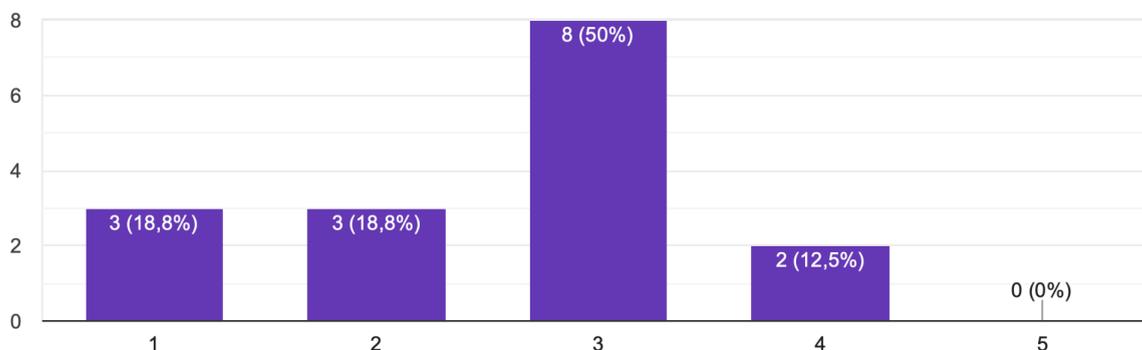
Através dos gráficos, observa-se que mais da metade dos entrevistados percebe um impacto negativo em sua saúde, atribuído ao estresse diário no trabalho. Este fenômeno é particularmente relevante para agentes de viagem, que rotineiramente lidam com prazos apertados, imprevistos e demandas contínuas, tornando o estresse uma constante em sua vida profissional. A pressão no ambiente de trabalho não apenas afeta a saúde física, manifestando-se através de sintomas como fadiga e tensão muscular, mas também tem um impacto profundo na saúde mental dos indivíduos.

Segundo a teoria de Christophe Dejours, a psicodinâmica do trabalho considera essas questões, enfatizando como a organização do trabalho, as condições laborais e as relações no ambiente de trabalho influenciam a saúde psíquica e física dos trabalhadores (Dejours, 1980). Dejours argumenta que a forma como o trabalho é estruturado e as relações sociais no local de trabalho são cruciais para a saúde mental dos funcionários. Ele destaca a importância do reconhecimento e do significado no trabalho como fatores que podem mitigar os efeitos negativos do estresse laboral.

Neste contexto, a análise dos gráficos revela uma necessidade urgente de abordar o estresse no ambiente de trabalho dos agentes de viagem, alinhando-se com as perspectivas de Dejours sobre a saúde no trabalho. Para promover um ambiente de trabalho mais saudável e satisfatório, é fundamental considerar não apenas as demandas operacionais, mas também a organização do trabalho, as relações interpessoais entre colegas e supervisores, e a implementação de estratégias que valorizem o reconhecimento e o bem-estar dos funcionários. Assim, compreender a dinâmica do estresse laboral e seus efeitos sobre a saúde exige uma abordagem que integre os insights da psicodinâmica do trabalho, visando uma melhoria contínua nas condições de trabalho e no suporte aos profissionais do setor de viagens.

Quanto aos desafios enfrentados diariamente (estresse e pressão na agência, problemas com fornecedores, problemas com clientes) estou...

16 respostas

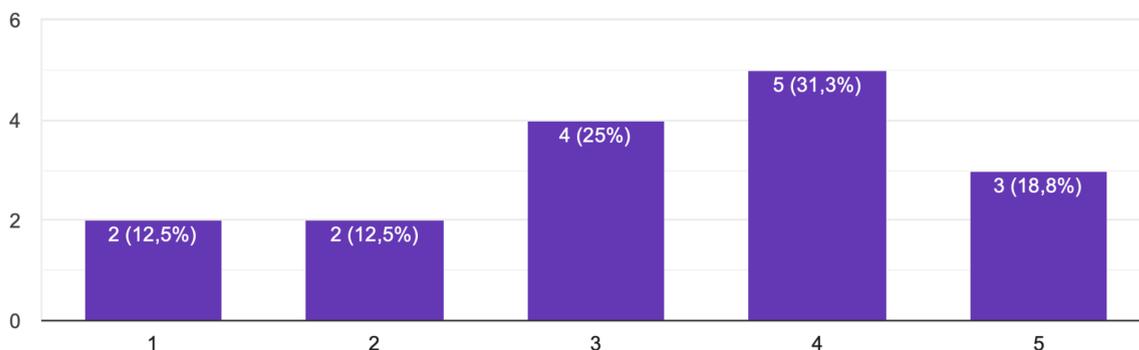


Entre os 16 entrevistados, 14 deles sofrem com pressão devido ao estresse e problemas no trabalho. O constante enfrentamento de desafios pode levar à exaustão, ansiedade e até depressão. Assim, é importante que os profissionais do setor reconheçam a importância do equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, bem como adotem estratégias de gerenciamento de estresse. Iniciativas como pausas regulares, apoio emocional, e práticas de autocuidado são fundamentais para preservar a saúde física e mental dos agentes de viagem diante das pressões inerentes ao seu ambiente de trabalho. Dejours (1980) enfatiza a importância de reconhecer e lidar com esse sofrimento por meio de estratégias que promovam o bem-estar no ambiente de trabalho, como a reorganização das tarefas, a valorização do trabalho realizado e o suporte emocional entre colegas.

Apesar da complexidade e do estresse inerente ao setor, muitos agentes de viagem enfrentam uma remuneração que, em alguns casos, não reflete adequadamente o valor do seu trabalho. A concorrência acirrada, as margens estreitas e as flutuações do mercado contribuem para essa realidade, deixando muitos profissionais do ramo insatisfeitos com a compensação financeira em relação ao esforço e expertise demandados pela profissão. Sobre a remuneração e a valorização do trabalho dos agentes de viagem, a teoria de Dejours (1980) argumenta que a valorização do trabalho não se limita à compensação financeira, mas inclui também o reconhecimento social, a autonomia e a oportunidade de expressar a criatividade e competência. A insatisfação com a remuneração, nesse sentido, pode refletir uma falta mais ampla de reconhecimento e valorização do trabalho dos agentes de viagem.

### Quanto ao salário que recebo estou...

16 respostas



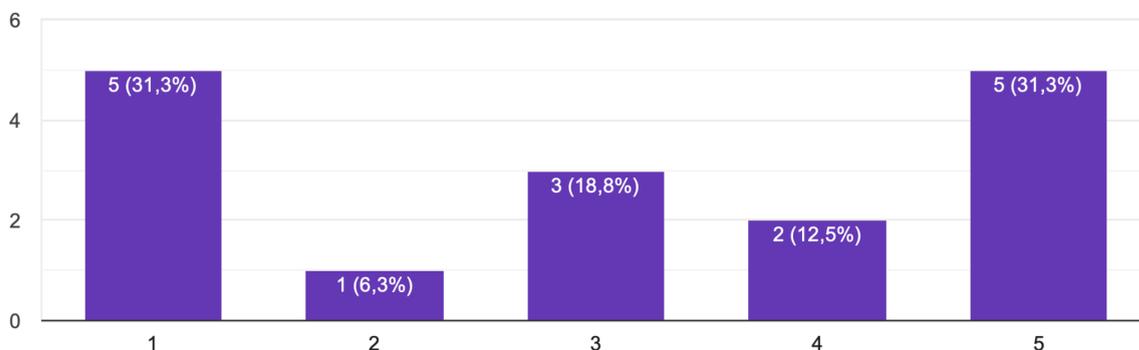
Dentre os entrevistados as respostas ficaram bem divididas em relação ao salário que recebem, metade se sentem relativamente satisfeitos enquanto a outra metade não se sentem tão satisfeitos referente a sua remuneração. A necessidade de uma reavaliação nos modelos de remuneração no setor de viagens é evidente, reconhecendo de maneira justa o papel vital que os agentes de viagem desempenham na construção de experiências para os viajantes.

Diante de todas essas informações na área de agentes de viagem, muitos profissionais enfrentam uma série de dificuldades que, por vezes, podem minar a perspectiva de progresso na carreira. Desafios como a crescente concorrência, as constantes mudanças nas preferências dos clientes e as pressões econômicas do setor tornam-se obstáculos frequentes. Adicionalmente, a remuneração muitas vezes não reflete adequadamente a complexidade e a dedicação exigidas pela profissão.

Todos os fatores questionados pelos agentes de viagens podem levar a uma sensação de estagnação, onde alguns agentes de viagem não vislumbram oportunidades claras de avanço em suas carreiras como podemos ver nas respostas dos entrevistados a seguir:

### Quanto as possibilidades de progresso de carreira estou...

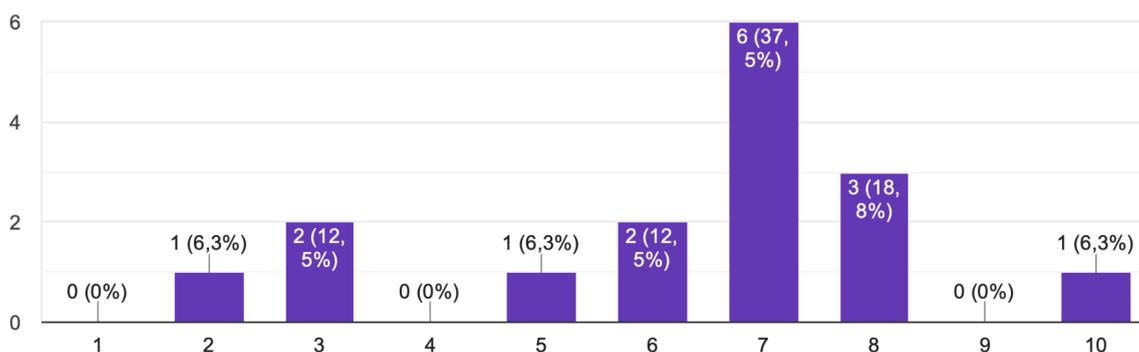
16 respostas



A satisfação dos agentes de viagem muitas vezes se situa em uma posição mediana, refletindo a complexidade do ambiente de trabalho. Enquanto a paixão pelo turismo e a oportunidade de criar experiências únicas para os clientes são aspectos gratificantes, os desafios, como a pressão por resultados, a concorrência acirrada e as longas horas de trabalho, podem contribuir para uma satisfação apenas moderada.

### De 1 a 10 qual é o seu nível de satisfação profissional como Agente de Viagem

16 respostas



A busca constante por atualização e adaptação às mudanças no setor pode gerar um equilíbrio delicado entre o entusiasmo e as demandas da profissão. Nesse cenário, as empresas e o setor em geral têm o desafio de criar condições propícias para elevar a satisfação dos agentes, reconhecendo e valorizando seus esforços, oferecendo suporte adequado e promovendo um ambiente de trabalho saudável. A satisfação no trabalho, frequentemente observada em um nível mediano entre os agentes de viagem, sublinha a importância crítica de empreender melhorias contínuas que enriqueçam a experiência profissional, tornando-a mais

positiva e gratificante. Locke (1969) conceitua a satisfação no trabalho como a manifestação da percepção do trabalhador acerca de seu emprego ou a realização de seus valores através dessa atividade, caracterizando-a como uma emoção positiva de bem-estar gerada pelo contentamento com a própria função. Esta definição ressalta a importância de alinhar as expectativas e os valores dos agentes de viagem com as realidades de seu trabalho, como uma via fundamental para fomentar a satisfação profissional.

Por outro lado, Harris (1989) oferece uma visão complementar, argumentando que a satisfação no trabalho emerge como um sentimento derivado da condição total do trabalho. Essa perspectiva sugere que a satisfação é influenciada não apenas pela natureza do trabalho em si, mas também por fatores externos, como o ambiente de trabalho, o suporte organizacional e as relações interpessoais no local de emprego.

Portanto, para maximizar a satisfação dos agentes de viagem, as empresas devem se esforçar para criar um ambiente de trabalho que não somente atenda às necessidades profissionais, mas também promova o bem-estar e o desenvolvimento pessoal. Isso implica na implementação de políticas que incentivem o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, oportunidades de crescimento profissional e um ambiente organizacional que valorize a contribuição individual. Assim, ao adotar uma abordagem holística que considere tanto a avaliação intrínseca do trabalho quanto os fatores contextuais que afetam a experiência profissional, as empresas podem efetivamente aumentar a satisfação e o engajamento dos agentes de viagem.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da pesquisa revelam uma realidade significativa sobre o impacto do estresse no cotidiano dos agentes de viagem. A constante responsabilidade e pressão inerentes à profissão emergem como fatores que não apenas afetam a saúde mental e física desses profissionais, mas também prejudicam sua produção. A ausência de um suporte adequado no ambiente de trabalho acentua ainda mais esses desafios, criando um cenário em que a exaustão se torna uma barreira para o desempenho eficaz. Além disso, a falta de reconhecimento proporcional ao esforço investido gera um sentimento de desmotivação, deixando o agente de viagem sem perspectivas claras de crescimento profissional. Diante desse cenário, é imperativo reconhecer a importância de criar ambientes de trabalho que não apenas valorizem o empenho dos agentes, mas também ofereçam o suporte necessário para preservar sua saúde e estimular seu desenvolvimento profissional a longo prazo.

Os objetivos propostos neste estudo foram alcançados, proporcionando uma visão ampliada sobre as dinâmicas internas das agências de viagem e o papel crucial desempenhado pelos agentes participantes da pesquisa. A análise da legislação, estrutura e funcionamento dessas agências lançou luz sobre o contexto regulatório e organizacional que molda o ambiente de trabalho desses profissionais. A descrição do perfil do agente de viagem permitiu a identificação precisa das habilidades e competências essenciais para o exercício da profissão, enriquecendo o entendimento sobre as exigências do trabalho. Além disso, a pesquisa teve como foco a percepção dos agentes de viagem em relação aos fatores que influenciam sua satisfação profissional, destacando as nuances emocionais e práticas que moldam suas experiências no setor. Ao contribuir significativamente para o conhecimento existente sobre as agências de viagem, este estudo destaca a importância de considerar não apenas os aspectos técnicos, mas também os elementos psicossociais que impactam a satisfação e o desempenho desses profissionais fundamentais para o turismo.

A busca pela satisfação dos agentes de viagens e a otimização do ambiente de trabalho emergem como pilares fundamentais para o sucesso do turismo. Uma estratégia eficaz para melhorar a experiência profissional desses profissionais envolve a implementação de melhorias abrangentes, começando pelo reconhecimento justo de seu trabalho por meio de salários condizentes com suas responsabilidades e desempenho. Além disso, oferecer incentivos atrativos e oportunidades contínuas de treinamento não apenas valoriza os agentes, mas também eleva o padrão de competência do setor como um todo. Um ambiente de trabalho

saudável é construído sobre a base de relacionamentos positivos entre colegas e superiores, promovendo a colaboração e a comunicação eficaz. Essas melhorias não apenas contribuem para a satisfação pessoal dos agentes de viagens, mas também têm um impacto direto na qualidade do atendimento ao cliente, assegurando uma experiência de viagem excepcional e fortalecendo a reputação da agência no mercado.

É importante reconhecer as limitações inerentes à pesquisa, especialmente em relação à amostra de agentes de viagens participantes. A coleta de dados foi restrita devido a desafios logísticos e limitações de tempo, resultando em uma amostra que pode não representar integralmente a diversidade de experiências e perspectivas presentes na profissão. A obtenção de um número maior de participantes teria proporcionado uma análise mais abrangente e uma compreensão mais aprofundada que permeia a percepção dos agentes de viagens em relação às exigências do trabalho e à satisfação profissional.

As limitações quantitativas da amostra destacam a necessidade de cautela ao generalizar os resultados, sendo necessário considerar essas restrições ao interpretar as conclusões da pesquisa. Futuros estudos poderiam buscar uma participação mais ampla para refinar e enriquecer ainda mais as descobertas, proporcionando uma visão mais completa do cenário profissional dos agentes de viagem.

A pesquisa desempenha um papel importante tanto para os agentes de viagem quanto para os gestores de agências, sendo uma ferramenta valiosa na compreensão das dinâmicas internas que moldam a satisfação profissional e o desempenho no setor. Para os agentes, a pesquisa proporciona uma plataforma para expressar suas experiências, desafios e aspirações, validando suas contribuições e destacando áreas que requerem atenção. Aos gestores de agências, os resultados provenientes da pesquisa oferecem uma visão aprofundada sobre as necessidades e expectativas de sua equipe, permitindo estratégias mais eficazes para promover um ambiente de trabalho saudável e produtivo. Além disso, a pesquisa contribui preenchendo lacunas no conhecimento existente sobre as agências de viagem e fornecendo uma base para futuras investigações. Em última análise, a pesquisa emerge como uma ferramenta unificadora, conectando agentes, gestores e acadêmicos em uma busca pela melhoria do setor.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei n° 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo. Brasília: Presidência da República [2008]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm). Acesso em: 20 fev. 2024.

BRASIL. **Lei nº 12.974, de 15 de maio de 2014**. Dispõe sobre as atividades das Agências de Turismo. Brasília: Presidência da República, [2014]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112974.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112974.htm). Acesso em: 12 jan. 2024.

CASTELLI, Geraldo. Excelência em hotelaria. In: **Excelência em hotelaria**. 2000. p. 144-144. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/dan-122>. Acesso em: 12 jan. 2024

Dejours, C. A loucura do trabalho: estudo de psicopatologia do trabalho. São Paulo: Cortez Editora, 1980. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/mis-15389>. Acesso em: 12 jan. 2024.

DOS SANTOS OLIVEIRA, Anna Caroline; HOLM, Carla Caroline. Agente de viagens ou consultor de viagens? O perfil profissional da Agência Viajar Faz Bem de Campo Mourão (Paraná/PR, Brasil) para atuação com consultoria de viagens. **Turismo e Sociedade**, v. 10, n. 1, 2017. Disponível em: [https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as\\_sdt=0%2C5&q=DOS+SANTOS+OLIVEIRA%2C+Anna+Caroline%3B+HOLM%2C+Carla+Caroline.+Agente+de+viagens+ou+consultor+de+viagens%3F+O+perfil+profissional+da+Agência+Viajar+Faz+Bem+de+Campo+Mourão+%28Paraná%2FPR%2C+Brasil%29+para+atuação+com+consultoria+de+viagens.+Turismo+e+Sociedade%2C+v.+10%2C+n.+1%2C+2017.&btnG=](https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=DOS+SANTOS+OLIVEIRA%2C+Anna+Caroline%3B+HOLM%2C+Carla+Caroline.+Agente+de+viagens+ou+consultor+de+viagens%3F+O+perfil+profissional+da+Agência+Viajar+Faz+Bem+de+Campo+Mourão+%28Paraná%2FPR%2C+Brasil%29+para+atuação+com+consultoria+de+viagens.+Turismo+e+Sociedade%2C+v.+10%2C+n.+1%2C+2017.&btnG=). Acesso em: 12 jan. 2024.

DOS SANTOS, Thais Bellenzier; DOS SANTOS, Ana Clarissa Matte Zanardo. Competências são importantes para agentes de viagem? Um estudo exploratório em agências de Porto Alegre. **Turismo: Visão e Ação**, v. 20, n. 1, p. 29-50, 2018. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rtva/article/view/12156>. Acesso em: 12 jan. 2024.

FERREIRA, Liege Rodrigues. Os reflexos da COVID-19 nas agências de viagens do Brasil. 2020. Disponível em: [https://arandu.iffarroupilha.edu.br/bitstream/itemid/355/1/Liege%20Rodrigues%20Ferreira\\_Os%20reflexos%20da%20COVID-19%20nas%20agências%20de%20viagens%20do%20Brasil.pdf](https://arandu.iffarroupilha.edu.br/bitstream/itemid/355/1/Liege%20Rodrigues%20Ferreira_Os%20reflexos%20da%20COVID-19%20nas%20agências%20de%20viagens%20do%20Brasil.pdf). Acesso em: 20 fev. 2024.

FRASER, Thomas Morris. **Introduction to Industrial Ergonomics: a textbook for students and managers**. Wall & Emerson, Incorporated, 1996. Disponível em: <https://search.worldcat.org/pt/title/Introduction-to-industrial-ergonomics--a-textbook-for-students-and-managers/oclc/35939371>. Acesso em: 12 jan. 2024.

HARRIS, Ruth Beall. Reviewing nursing stress according to a proposed coping-adaption framework. **Advances in Nursing Science**, v. 11, n. 2, p. 12-28, 1989. Disponível em: [https://journals.lww.com/advancesinnursingscience/Abstract/1989/01000/Reviewing\\_nursing\\_stress\\_according\\_to\\_a\\_proposed.6.aspx](https://journals.lww.com/advancesinnursingscience/Abstract/1989/01000/Reviewing_nursing_stress_according_to_a_proposed.6.aspx). Acesso em: 12 jan. 2024.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Qualidade de vida no trabalho. **Revista de Administração de Empresas**, v. 45, p. 96-96, 2005. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/175247/25/texto%20base%20semana%2006.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2024.

LOCKE, Edwin A. What is job satisfaction?. **Organizational behavior and human performance**, v. 4, n. 4, p. 309-336, 1969. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0030507369900130>. Acesso em: 12 jan. 2024.

MARQUEZE, Elaine Cristina; MORENO, Claudia Roberta de Castro. Satisfação no trabalho-uma breve revisão. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, v. 30, p. 69-79, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbso/a/M8DvvS9XBrTqBryT6yGYg5n/>. Acesso em: 12 jan. 2024.

MENDES, Diego. 123milhas: veja a linha do tempo e entenda a crise que a empresa enfrenta. **cnnbrasil**, 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/123milhas-veja-a-linha-do-tempo-e-entenda-a-crise-que-a-em-presa-enfrenta/>. Acesso em: 20 fev. 2024.

MORELLO, Ivanice Nolio; FROEHLICH, Cristiane. Perfil e grau de satisfação dos trabalhadores das equipes de saúde da família de Estância Velha-RS. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 7, n. 1, 2010. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/962>. Acesso em: 12 jan. 2024.

PARRAS, Rodrigo. CLARO, José Alberto Carvalho dos Santos. Análise preliminar da internet como canal de distribuição de serviços turísticos. Patrimônio: Lazer e Turismo. n° 03, Jul/Ago/Set, 2008. Disponível em: [https://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/images/artigos/Artigo4\\_JulAgoSet08.pdf](https://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/images/artigos/Artigo4_JulAgoSet08.pdf). Acesso em: 12 jan. 2024

PAZINI, Raquel; ABRAHÃO, C. Agências de turismo no contexto dos multicanais de distribuição—os desafios do mercado online e offline de viagens. **Anais do XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo-Universidade do Estado do Ceará-UECE, CE, Brasil**, 2014. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/93.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2024

PEARCE, Douglas G. Channel design for effective tourism distribution strategies. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 26, n. 5-6, p. 507-521, 2009. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10548400903163046>. Acesso em 12 jan. 2024

PEREIRA, Giovanna Augusta Pedrosa Rangel; COSTA, Jean Henrique; BARBOSA, Raoni Borges. Trabalho precarizado e sequestro da subjetividade: um estudo sobre formas de controle da subjetividade de agentes de viagens em Mossoró/RN. **Revista Turismo Estudos e Práticas-RTEP/UERN**, v. 9, n. 2, p. 1-29, 2020. Disponível em: <http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/644>. Acesso: 12 jan. 2024.

SALDAÑA CALDERÓN, María de Lourdes. Estructura y administración de agencias de viajes. 2012. Disponível em: [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25336w/CHyG-12\\_Art-1.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25336w/CHyG-12_Art-1.pdf). Acesso em: 12 jan. 2024

SILVA, Gislainy Laise da. FILHO, Luiz Mendes. Agências de viagens on-line: a percepção de diferentes grupos consumidores de meios de hospedagem. **CULTUR**, ano 10, n° 02. jun 2016. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/1607/1261> Acesso em: 12 jan. 2024

**Turismólogo.** [www.turismobrazilja.blogspot.com](http://www.turismobrazilja.blogspot.com), 2015. Disponível em: <http://turismobrazilja.blogspot.com/2015/06/estrutura-organizacao-e-funcionamento.html>. Acesso em: 12 jan. 2024.

ZEITHAML, Valarie A.; BITNER, Mary Jô. Marketing de serviços. Tradução: Martin Albert Haag e Carlos Alberto Silveira Netto Soares. 2003. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/160249808/ZEITHAML-Valarie-A-Marketing-de-Servicos-a-empresa-com-foco-no-cliente-pdf>. Acesso em: 12 jan. 2024.