

**RESENHAS**

---

***CRITICAL SUMMARIES***



## **O Agente de Viagens como Consultor de Turismo – alternativa no mercado de trabalho ou avaliação de uma nova possibilidade de atuação no campo profissional?**

### **The Travel Agent as a Tourism Consultant – an alternative for the labor market or evaluation of a new opportunity for professional practice?**

Lucia Onzi\*

E-mail: [luonzi@hotmail.com](mailto:luonzi@hotmail.com)

Sílvio Paulo Botomé\*\*

E-mail: [botomé@cfh.ufsc.br](mailto:botomé@cfh.ufsc.br)

“Os agentes de viagens estão com os dias contados!” São mais de 150 anos de profissão e muita história para contar, mas as transformações nas relações comerciais no setor de viagens colocam em risco essa profissão ou, pelo menos, criam a necessidade de discussão sobre novas possibilidades de atuação. A prática profissional do agente de viagens surgiu em 1841 com Thomas Cook a partir do desenvolvimento do transporte ferroviário. Sua primeira experiência como agenciador foi realizada em função de um encontro contra o alcoolismo, quando alugou um trem, revendeu os bilhetes e levou 570 pessoas de Longorrough para Leicester para participar do encontro (Tomelin, 2001; Barretto, 1995). Desde então, a atividade foi desenvolvida e modificada conforme as características do modo de vida de cada época e em função da transformação das relações comerciais no setor. Carlos Alberto Tomelin, em seu livro *Mercado de Agências de Viagens e Turismo: como competir diante das novas tecnologias* (2001) descreve essas mudanças e questiona a profissão de agente de viagens a partir das transformações tecnológicas, principalmente desde o surgimento da Internet. O livro aparece no momento em que o setor de viagens passa por uma séria crise econômica que afeta as relações comerciais, conforme o autor descreve, e contribui com uma reflexão a respeito das possibilidades de atuação dos agentes de viagem em meio às

“Travel agents’ days are numbered!” The profession has been in existence for more than 150 years and has a lot of history to tell, but the changes in commercial relations taking place in the travel industry have placed the profession at risk, or at the very least, created a need for discussion on new opportunities for professional practice. The professional practice of travel agency appeared in 1841, with Thomas Cook, following the development of rail transport. His first experience as an agent was the result of a temperance gathering, when he hired a train, re-sold the tickets and transported 570 people from Loughborough to Leicester to take part in the gathering (Tomelin, 2001; Barretto, 1995). Since that time, the activity has developed and modified according to the lifestyle characteristics of each period, and as a result of the transformation in commercial relations within the sector. Carlos Alberto Tomelin, in his book *Mercado de Agências de Viagens e Turismo: como competir diante das novas tecnologias* (2001) describes these changes and questions the profession of the travel agent in the light of technological changes, in particular, the emergence of the Internet. The book appears at a time when the travel industry is going through a serious economic crisis which is affecting commercial relations, as described by the author, and contributes to reflection on the opportunities for the practice of travel agency, amidst the transformations taking

---

\*Mestranda do programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina.

\*\*Doutor em Psicologia

Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina.

transformações do setor.

Tomelin examina o posicionamento das agências de viagens e turismo e salienta aspectos referentes à sua tipologia observando que, independente do tipo, as agências são parte do sistema de distribuição dos serviços turísticos. Podem ser consideradas intermediárias entre os fornecedores (de serviços turísticos) e o consumidor final (cliente). O profissional responsável por essa intermediação é o agente de viagens que tem a função de representar a agência, e todos os serviços que ela pode intermediar, junto ao cliente e representar esse último junto à agência e seus fornecedores, procurando concretizar as relações comerciais que interessam ser estabelecidas. Nessas circunstâncias, a agência apenas responde e retransmite as políticas e doutrinas impostas pelos provedores dos serviços turísticos.

O longo processo de comercializar o turismo, existente na relação entre fornecedor e consumidor (longo, pois em alguns casos existem até dois intermediários – operadoras<sup>1</sup> e agências), parece estar sofrendo alterações em sua natureza e em seus agentes. Tomelin (2001), após analisar as transformações nas relações comerciais, principalmente entre agências de viagens e companhias aéreas, sugere que o agente passe de intermediário para consultor em viagens e cobre por seus serviços, pois possui o conhecimento necessário para realizar esse tipo de trabalho. A guerra de tarifas praticada pelas companhias aéreas, devido à concorrência no setor e em função da entrada de empresas no mercado com custos e preços reduzidos, fizeram com que todos reduzissem os valores das passagens para atrair consumidores e competir de igual para igual. A mudança sugerida é em função da diminuição dos percentuais de comissionamento estabelecidos entre as agências e seus fornecedores, o que pode caracterizar a desintermediação e reintermediação dos serviços turísticos. De acordo com o autor, a diminuição das comissões, resultado da guerra de tarifas praticada entre as companhias aéreas, é apenas um dos aspectos que sinalizam as mudanças.

Outros fenômenos que estão revolucionando a atividade seriam a desregulamentação do transporte aéreo, a desvalorização cambial, o surgimento da Internet e os sistemas globais de reservas – GDS (Global Distribution System). Tomelin (2001) explica que a desregulamentação do transporte aéreo possibilitou acordos entre empresas, facilitou a entrada de novas empresas no mercado, permitiu a fixação dos preços a partir da concorrência, entre

place in the sector.

Tomelin examines the position of tourism and travel agents and highlights some aspects of its typology, observing that irrespective of their type, agencies form part of the distribution system of tourism services. Agencies can be viewed as intermediaries between the supplier (of tourism services) and the end consumer (client). The professional responsible for this intermediation is the travel agent, whose function is to represent, to the client, the agency and the services which it can intermediate, and to represent the client to the agency and its suppliers, seeking to cement the commercial relations which they are attempting to establish. In these circumstances, agencies merely respond to and retransmit the policies and principles imposed on them by tourism service providers.

The lengthy process of tourism commercialization, which occurs in the relationship between the supplier and the consumer (lengthy, because in some cases there may even be two intermediaries - operators<sup>1</sup> and agencies), appears to be undergoing changes in terms of its nature and its agents. Tomelin (2001), after analyzing the transformations that have occurred in commercial relations, particularly those between travel agencies and airline companies, suggests that the agent move away from the role of intermediary to become a travel consultant, charging for his services, since he has the necessary knowledge to carry out this type of work. The price war between the airline companies, the result of the increased competition in the sector and the entry into the market of companies with reduced costs and prices, has led to airline companies reducing the value of airline tickets in order to attract consumers and compete on an equal footing. The suggested change is the result of a decrease in commission percentages established between the agencies and their suppliers, which may be a characteristic of the dis-intermediation and re-intermediation of tourism services. According to the author, the decrease in commission resulting from the price war among the airline companies is just one of the aspects signaling the changes.

Other phenomena which are revolutionizing the activity are the deregulation of the airline industry, currency devaluation and the emergence of the Internet and Global Distribution Systems (GDS). Tomelin (2001) explains that the deregulation of air transport has enabled agreements between companies, facilitated the entry of new companies into the market and enabled price fixing as a result of the competition. These are some of the factors that

---

<sup>1</sup> Operadoras são as empresas responsáveis pela montagem e comercialização de serviços compostos, os "pacotes de viagem". Essas empresas atendem, também, o consumidor final, mas as vendas são realizadas, em sua maioria, por meio das agências de viagens e turismo.

<sup>1</sup> Operators are the companies responsible for putting together and commercializing the composite services, the "package holidays". These companies also serve the final consumer, but the sales are mostly carried out through tourism and travel agents.

outros fatores que contribuíram para a diminuição dos custos operacionais característicos da aviação, e conseqüente redução tarifária. A desvalorização cambial provocou o redirecionamento das escolhas do consumidor de roteiros internacionais para nacionais, o que diminui o valor das comissões recebidas pelas agências. O surgimento da Internet pode ser uma ameaça à medida que aproxima o consumidor final dos fornecedores. Mas também pode ser uma ferramenta que precisa ser dominada pelo agente de viagens e utilizada como uma aliada na prestação dos serviços ao cliente. Os GDS's agilizam o atendimento e reduzem custos e falhas de comercialização. Esses dois últimos componentes (Internet e GDS's) tornam as agências empresas mais ágeis e transformam o atendimento na parte mais importante da relação.

Em função dessas transformações, Tomelin sugere que o agente de viagens deixe de ser um agenciador comissionado e passe a ser um gerenciador de viagens remunerado. O autor alega que esse profissional deve ser um especialista em viagens devido às experiências que acumulou e o conhecimento técnico que possui. A redução de custos que a informatização possibilitou permitiria, então, uma cobrança de honorários. Esse novo perfil exige formação diferenciada e conhecimentos das relações de mercado comercial, principalmente na área da prestação de serviços, para que o agente, como consultor, possa garantir o sucesso das escolhas realizadas pelo cliente em relação às suas viagens. O autor comenta que isso seria um diferencial devido à complexidade do produto turístico, objeto de trabalho da agência e dos agentes.

A alternativa proposta por Tomelin responde às necessidades da sociedade ou reflete a preocupação de uma categoria profissional? Essa pergunta direciona a reflexão para as alternativas de atuação em um campo profissional ou em um mercado de trabalho. Rebelatto e Botomé (1999), no livro *Fisioterapia no Brasil*, fazem a diferenciação entre mercado de trabalho e campo de atuação profissional. Esses autores observam que o mercado de trabalho é definido pelas ofertas de emprego. O objetivo principal, no universo dessa percepção, é o de atender a demanda da sociedade. Nesse sentido, a formação profissional é voltada para os instrumentos e para as técnicas de trabalho. É caracterizado pela utilização do conhecimento, transformado em técnicas de trabalho. No mundo de atuação referenciado pelo conceito de campo de atuação profissional, diferentemente, os objetivos estão voltados para a solução de problemas e necessidades sociais. É definido pelas possibilidades de trabalho que surgem a partir de necessidades sociais, muitas vezes apenas latentes e não identificadas. O que está em destaque não é mais a utilização de técnicas, atividades ou instrumentos, mas a definição de um objeto de trabalho (ou mais de um!) e as

have contributed to a lowering of the operational costs that are characteristic of aviation and a consequent reduction in fares. Currency devaluation has led to consumers choosing international itineraries instead of national ones, reducing the value of the commission received by the agencies. The emergence of the Internet could pose a threat in that it brings the end consumer closer to the supplier, but it can also be a tool to be mastered by the travel agent and used as an ally in the provision of services to the client. Global Distribution Systems facilitate service provision and reduce costs and commercialization errors. These two components (The Internet and GDS) can turn agencies into more efficient companies, prioritizing service as the most important part of the relation.

In view of these transformations, Tomelin suggests that the travel agent move from being a commissioned agent to becoming a paid travel manager. He claims that this professional should be a travel specialist, due to his wealth of accumulated experience and technical knowledge. The cost reductions afforded by information technology enable fees to be charged. This new profile requires special training and a knowledge of commercial market relations, particularly in the area of service provision, enabling the agent, as a consultant, to ensure the success of the clients' travel choices. Tomelin comments that this would provide a differential, owing to the complexity of the tourism product, which is the object of the work of the agency and agents.

Does the alternative proposed by Tomelin meet the needs of society, or does it merely reflect the concerns of a professional group? This question leads to a consideration of the alternatives for practice in a professional field or job market. Rebelatto and Botomé (1999), in their book *Fisioterapia no Brasil*, make a distinction between a job market and a field of professional practice. They observe that the job market is defined by the offer of jobs. The main objective, within this perspective, is to meet the demands of society. In this sense, professional training is geared towards the tools and the techniques needed for work. It is characterized by the use of knowledge, transformed into working techniques. On the other hand, in the concept of field of professional practice, the objectives are geared more towards resolving social problems and needs. The field is defined by job opportunities that arise from social needs, where are often merely latent and not identified. The key point is that it is no longer simply a question of knowing how to use techniques, activities or tools, but rather the definition of one (or more) object(s) of work and the opportunities for intervening on those objects. The focus is no longer on the activity but on the function of these activities within the social system.

possibilidades de intervenção sobre ele. O foco não está na atividade, mas na função dessas atividades no sistema social. É importante a formação permanente e o aperfeiçoamento contínuo. Um exemplo relacionado à Fisioterapia são as técnicas utilizadas no mercado de trabalho para curar ou melhorar o movimento patológico. Definir o objeto de trabalho do fisioterapeuta como sendo as características da motricidade de um organismo ao invés do movimento patológico amplia as possibilidades de atuação desse profissional, ou seja, revelam novas perspectivas de intervenção em um campo de atuação profissional.

Num primeiro momento, a solução proposta por Tomelin parece surgir em função do mapeamento de possibilidades no campo de atuação profissional do turismo, mais especificamente no contexto comercial e de distribuição dos serviços turísticos. Entretanto, ela pode estar refletindo apenas a preocupação de uma categoria profissional ou as condições de trabalho entre as empresas e não as necessidades da sociedade como um todo. Para aprofundar o exame e aproximar a observação da definição do campo de atuação do agente de viagens parece importante definir, com mais clareza, seu objeto de trabalho. Num momento em que os papéis estão sendo redefinidos, pois a crise econômica afetou o setor de viagens, diminuindo a procura por esse tipo de atividade como opção de lazer, estariam os consumidores dispostos a pagar pelo serviço dos consultores, aumentando dessa forma o custo de suas viagens? O que agregaria valor, na percepção do consumidor, ao trabalho realizado por esses profissionais, que justificasse a cobrança de honorários pelos serviços prestados? Além da definição do objeto, essas são perguntas simples e que precisam ser respondidas para que novas relações de trabalho possam surgir no contexto das agências de viagens. O livro de Tomelin já inicia esse trabalho e oferece perspectivas para o campo de atuação em turismo. Vale a pena conferir.

## REFERÊNCIAS

BARRETTO, M. Manual de iniciação ao estudo do turismo. São Paulo: Papirus, 1995.

REBELATTO, J. R. e BOTOMÉ, S. P. Fisioterapia no Brasil: fundamentos para uma ação preventiva e perspectivas profissionais. São Paulo: Manoel, 1999.

TOMELIN, C. A. Mercado de agências de viagens e turismo: como competir diante das novas tecnologias. São Paulo Aleph, 2001.

Permanent training and continuing professional development are important. An example taken from the area of Physiotherapy is the techniques used in the job market to cure or improve pathological movement. Defining the object of work of a physiotherapist as characteristics of motricity of an organism, rather than as pathological movement, increases the practice opportunities for this professional, in other words, it reveals new perspectives for intervention within a field of professional practice.

At first, the solution proposed by Tomelin appears to be the result of a mapping of opportunities for the field of professional practice in tourism, more specifically, in the commercial context and the context of distribution tourism services. However, it may be merely a reflection of the concern of a professional category or the working conditions among companies rather than a reflection of the needs of society as a whole. In order to examine in greater depth, and define more clearly, the travel agent's field of operation, it is important to produce a clear definition of the object of his work. At a time in which roles are being redefined, in view of the fact that the economic crisis has affected the travel sector, decreasing the demand for this type of activity as a leisure option, would consumers be prepared to pay for the services of a consultant, thereby increasing the cost of their travel? What factors would add value, in the consumer's view, to the work carried out by these professionals and justify charging fees for the services provided? In addition to defining the object, these are simple questions which need to be answered so that new working relations can emerge in the context of travel agencies. Tomelin's book starts off this work and offers insights for the field of tourism practice. It is well worth checking out.

## REFERENCES

BARRETTO, M. Manual de iniciação ao estudo do turismo. São Paulo: Papirus, 1995.

REBELATTO, J. R. e BOTOMÉ, S. P. Fisioterapia no Brasil: fundamentos para uma ação preventiva e perspectivas profissionais. São Paulo: Manoel, 1999.

TOMELIN, C. A. Mercado de agências de viagens e turismo: como competir diante das novas tecnologias. São Paulo Aleph, 2001.