

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ISABELA CRISTINA MAURICIO

MERCADO DE AGÊNCIA DE VIAGENS EM CURITIBA E A INSERÇÃO DO
BACHAREL EM TURISMO.

CURITIBA – PR
2023

ISABELA CRISTINA MAURICIO

MERCADO DE AGÊNCIA DE VIAGENS EM CURITIBA E A INSERÇÃO DO
BACHAREL EM TURISMO.

Projeto apresentado à disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Margarete Araujo Teles.

CURITIBA
2023

Dedico este trabalho aos meus pais e a todos que estiveram ao meu lado contribuindo de alguma forma para sua realização.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Haroldo e Marisete, meus eternos parceiros de vida, agradeço imensamente por estarem ao meu lado em todos os momentos e por me apoiarem nas minhas decisões. Obrigada por confiarem em mim e por tornarem possível esta realização nos pequenos e grandiosos gestos.

Agradeço sinceramente a minha orientadora Margarete, pela sua mentoria e conselhos valiosos que me guiaram ao longo de cada etapa desta jornada acadêmica. Este trabalho não teria alcançado a qualidade que apresenta sem a sua dedicação e contribuição inestimável.

RESUMO

As agências de viagens têm papel importante no mercado turístico como intermediadoras dos serviços e facilitadoras para o cliente final. Os profissionais atuantes nestas empresas chamados agentes de viagens planejam e organizam as viagens para os clientes. Podem atuar nestas empresas bacharéis em turismo, profissionais que tem contato com conhecimentos adquiridos durante sua formação, conforme as Diretrizes Curriculares do Curso Superior em Turismo. Assim o objetivo desta pesquisa foi analisar a inserção do bacharel de turismo no quadro funcional do mercado de agências de viagens em Curitiba como profissional qualificado. Diante disto esta pesquisa é de cunho qualitativo e exploratória, por meio de técnicas de pesquisa bibliográfica, documental e campo, em que constatou-se que o turismólogo, está presente nas agências de viagens em Curitiba e que outros profissionais formados em outras áreas também estão. A pesquisa também revelou que para o turismólogo e os agentes de viagens atingirem o sucesso profissional é necessário estar sempre em busca de novos conhecimentos para se aperfeiçoarem. Visando contribuir para o aperfeiçoamento destes profissionais, apresenta-se um projeto de criação de um manual que resume informações sobre o turismo, as agências de viagens, a formação do bacharel em turismo e cursos complementares para o turismólogo, com a realização de um evento na Universidade Federal do Paraná para a divulgação do manual e a realização de palestras.

Palavras-chave: Agências de Viagens; Turismólogo; Agente de viagens; Competências; Turismo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

GRÁFICO I – PERFIL DO AGENTE DE VIAGENS.....	36
GRÁFICO II – ESTADO CIVIL.....	37
GRÁFICO III – EXPERIÊNCIA EM AGÊNCIAS DE VIAGENS.....	37
GRÁFICO IV – IMPORTÂNCIA DA FORMAÇÃO COMO BACHAREL EM TURISMO SEGUNDO AGENTES DE VIAGENS.....	38
FIGURA I - NUVEM DE PALAVRAS COM TERMOS QUE MAIS APARECEM NAS RESPOSTAS DE GERENTES.....	43
FIGURA II - CAPA DO MANUAL.....	46
FIGURA III - CRACHÁ PARA O PÚBLICO DO EVENTO.....	55
FIGURA IV – CAPA DO MANUAL.....	58
FIGURA V - INTRODUÇÃO.....	59
FIGURA VI - O TURISMO E AS AGÊNCIAS DE VIAGENS.....	59
FIGURA VII - AS AGÊNCIAS DE VIAGENS, O PROFISSIONAL AGENTE DE VIAGENS E COMPETÊNCIAS PARA ATUAR.....	60
FIGURA VIII – O PROFISSIONAL AGENTE DE VIAGENS E COMPETÊNCIAS PARA ATUAR.....	60
FIGURA IX – O PROFISSIONAL AGENTE DE VIAGENS E COMPETÊNCIAS PARA ATUAR.....	61
FIGURA X – FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO.....	61
FIGURA XI – FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO.....	61
FIGURA XII – FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO.....	62
FIGURA XIII – FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO E CURSOS.....	63
FIGURA XIV – CURSOS E CONSIDERAÇÕES.....	63
FIGURA XV – AGRADECIMENTOS E REFERÊNCIAS.....	64
FIGURA XVI – AGRADECIMENTOS E REFERÊNCIAS.....	64

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABAV	Associação Brasileira de Agências de Viagens
BRAZTOA	Associação Brasileira das Operadoras de Turismo
CADASTUR	Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos
CNAE	Classificação Nacional das Atividades Econômicas
EAD	Educação a Distância
EMBRATUR	Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
IATA	International Air Transport Association
ICCABAV	Instituto de Capacitação e Certificação da ABAV
MEC	Ministério da Educação
OMT	Organização Mundial do Turismo
PR	Paraná
SESU	Secretaria de Educação Superior
SIND EMP C V L	
ADM IMOV	
TURISMO LAVAN	
SIM CTBA	
E REGIAO	Sindicato dos Empregados em Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis, Turismo, Lavanderias, Salão de Beleza de Curitiba e Região
SNEA	Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias
UFPR	Universidade Federal do Paraná

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 MARCO TEÓRICO	11
2. 1 ASPECTOS DO TURISMO E ECONOMIA	12
2. 2 MERCADO TURÍSTICO	14
2. 3 LEGISLAÇÃO APLICADA ÀS AGÊNCIAS DE VIAGENS.....	15
2. 4 AGÊNCIA DE VIAGENS.....	17
2. 5 O PROFISSIONAL AGENTE DE VIAGENS: HABILIDADES E COMPETÊNCIAS	19
2. 5. 1 – Habilidades e competências	21
2. 6 FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO	25
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	30
3. 1 APRESENTAÇÃO DO TIPO DE PESQUISA, MÉTODO E TÉCNICAS DE PESQUISA UTILIZADOS	30
3. 2 DELIMITAÇÃO DA POPULAÇÃO, PROCESSO DE AMOSTRAGEM, TAMANHO DA AMOSTRA.....	32
3. 3 INSTRUMENTOS DE COLETAS DE DADOS E AS ESTRATÉGIAS DE ANÁLISE	33
3. 4 TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	34
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	36
4. 1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS	36
4. 2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	39
5 PROJETO DE TURISMO	46
5. 1 DESCRIÇÃO DO PROJETO	46
5. 2 ETAPAS PARA A EXECUÇÃO DO PROJETO.....	49
5. 2. 1 Descrição das etapas para a execução do projeto.....	49
5. 2. 2 Descrição dos recursos humanos envolvidos em cada etapa	51
5. 2. 3 Descrição do orçamento e dos desembolsos por etapa	52
5. 2. 4 Avaliação do retorno do investimento	57
6 MANUAL	58

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
REFERÊNCIAS	67
APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO	75
APÊNDICE II - ROTEIRO DE ENTREVISTA	81
APÊNDICE III - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA A ENTREVISTA	82
ANEXO I - CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO	83
ANEXO II - LAYOUT AUDITÓRIO 1 CAMPUS REBOUÇAS UFPR.	103

1 INTRODUÇÃO

As agências de viagens são intermediadoras dos serviços e bens que serão consumidos em uma viagem. As agências de viagens, “entre outras atribuições [...] vendem pacotes de viagens” (LOHMANN; NETTO, 2008, p. 293) e tem “a função de facilitar e resolver todos os problemas dos turistas a fim de que possam realizar suas viagens da maneira mais satisfatória possível” (BENI, 1998, p.183). A agência é a ponte entre a operadora e o cliente em potencial, ela proporciona facilidades na comercialização do produto para a operadora e facilidades ao cliente.

Para que tudo ocorra bem e o cliente tenha uma boa experiência, o profissional que o atende numa agência de viagens tem uma parcela de significativa responsabilidade, a exemplo da criação do roteiro e a orientação para a viagem. É importante que este profissional, o agente de viagens, domine determinadas informações e atenda a competências específicas, para proporcionar a melhor experiência para seus clientes.

Salienta-se que a competência é “como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que justificam um alto desempenho. [...] Considera-se a competência, portanto, como um estoque de recursos que o indivíduo detém.” (FLEURY; FLEURY, 2004, p. 45) Assim, as competências dos profissionais são um ponto de atenção para as empresas que buscam expandir seu quadro de funcionários, pois a prestação de serviços caracteriza a atividade e diferencia o consumo.

O profissional formado em turismo segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo, deve dominar a classificação de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos como “meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas” (BRASIL, 2006, p. 2) e nestes estabelecimentos pode atuar.

As instituições que oferecem os cursos de turismo cadastram estes no Ministério da Educação (MEC) e segue determinadas diretrizes em seus projetos pedagógicos, que segundo o órgão, o curso deve “ensejar, como perfil desejado do graduando, capacitado e apto para compreender as questões científicas, técnicas, sociais, econômicas e culturais, relacionadas com o mercado turístico, sua expansão e seu gerenciamento” (BRASIL, 2006, p. 2). Em se tratando do bacharel em turismo, sua formação agrega ao profissional uma visão ampla da atividade, voltada para ciência e a prática humanizada.

Diante da variedade de empresas que atuam como agências de viagens se questionar se os profissionais que atuam na área são bacharéis em turismo ou se profissionais de outras áreas de atuação estão atuando como agente. Além disso, quais são as competências e habilidades exigidas para atuarem como agentes de viagens.

As habilidades e competências necessárias para a prática profissional neste mercado, foram questões cruciais para o estudo, vinculadas com a graduação em turismo, bacharelado.

Assim, o objeto de estudo desta pesquisa é o mercado de agência de viagens em Curitiba e a inserção do bacharel em turismo

As suposições que orientaram o olhar da pesquisa estão descritas abaixo:

- O mercado de trabalho para agentes de viagens em Curitiba - PR, exige outras habilidades dos profissionais, não relacionadas à formação superior em turismo.
- Profissionais de outras áreas, muitas vezes não relacionadas ao turismo, atuam neste mercado.
- Os conteúdos do curso superior em turismo são importantes para a atuação do agente de viagens.
- A formação superior é um diferencial para o profissional, que tem visão crítica sobre a atividade e pode, além de almejar o lucro para a empresa, oferecer a melhor experiência para seus clientes e a boa prática da atividade, almejando a sua perpetuação.

Assim, o objetivo geral desta pesquisa, foi analisar a inserção do bacharel de turismo no quadro funcional do mercado de agências de viagens em Curitiba como profissional qualificado.

Os objetivos específicos, que contribuíram para o entendimento do objetivo geral foram:

1. Discutir sobre o turismo e a economia, o mercado de turismo, a legislação das agências de viagens, as agências de viagens, o agente de viagens, competências e habilidades, a base curricular dos cursos de turismo de acordo com o ministério da educação e a formação superior em turismo.
2. Entender quais são as habilidades e competências necessárias para um agente de viagens.

3. Discorrer sobre a formação superior em turismo e a inserção do turismólogo nas agências de viagens.
4. Identificar o perfil profissional dos agentes de viagens, que atuam em Curitiba - PR.
5. Propor um manual voltado para agentes de viagens, bacharéis em turismo e discentes de turismo para o aprimoramento profissional, cuja ferramenta será um evento para divulgação.

Com relação aos profissionais bacharéis em Turismo e que atuam no mercado de agências de viagens, observa-se que as pesquisas são incipientes no Brasil e em especial na cidade de Curitiba, onde se encontra o segundo Curso de Turismo mais antigo do Brasil - Universidade Federal do Paraná. Por outro lado, de acordo com o levantamento realizado pelo portal do Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur, 20) em 2023, Curitiba conta com 985 agências de viagens.

A pesquisa utilizada foi de abordagem qualitativa e exploratória, com técnicas de pesquisa bibliográfica, documental e campo. Para isto foi utilizado as técnicas de pesquisa bibliográfica e documental em que buscou-se tratar temas como: Os aspectos do turismo e economia, o mercado turístico, legislação aplicada às agências de viagens, agência de viagens, o profissional agente de viagens, habilidades e competências e a formação superior em turismo. Na pesquisa de campo, foram utilizados dois instrumentos de pesquisa: questionário e roteiro de entrevista respectivamente para o levantamento do perfil dos agentes de viagens e opinião dos gerentes de agências de viagens.

Por meio dos dados coletados pode-se identificar a necessidade de um projeto em turismo, em que foi proposto a criação de um manual de orientação para agentes de viagens e bacharéis de turismo já atuantes no mercado e futuros agentes que buscam cursos de aprimoramento profissional. Para apresentação deste, propõe-se a realização de um evento na Universidade Federal do Paraná visando a divulgação e apresentação de temas relacionados a esta pesquisa no formato de palestras.

A estrutura deste trabalho está dividida em introdução, marco teórico, procedimentos metodológicos, em que caracterizou-se a pesquisa com vistas a atingir seus objetivos, análise dos resultados da pesquisa e o projeto de turismo, seguido pelas considerações do estudo, referências, apêndices e anexos.

2 MARCO TEÓRICO

Visando embasar este estudo nesta seção será discutido: o turismo, sua importância econômica, o mercado turístico, a legislação aplicada às agências, as agências de viagens, o profissional agente de viagens, competência para atuar, competências, habilidades e o curso de graduação em turismo, para em seguida ocorrer a apresentação dos procedimentos metodológicos.

2. 1 ASPECTOS DO TURISMO E ECONOMIA

O turismo tem uma “multiplicidade de abordagens que vão desde, entre outras, a antropologia, a sociologia, a geografia, a economia, a psicologia e a história” (MARUJO, 2020, p. 619). Isso mostra a vastidão de conhecimentos que esta área engloba e que o turismo precisa ser cada vez mais pensado, frente à amplitude de ideias que o permeia e aos impactos que ele pode causar. As críticas, reflexões, descobertas e pontos de melhoria oriundos destes estudos somam e objetivam o crescimento saudável da atividade e sua evolução.

O turismo pode ser entendido como o “deslocamento de pessoas de seu local de residência habitual por períodos determinados e não motivados por razões de exercícios profissional constante.” (IGNARRA, 1999, p. 16) Ele é “fundamentalmente um conjunto de técnicas baseadas em princípios científicos que têm por finalidade prestar uma série de serviços à pessoa que dedica seu tempo livre para viajar” (MONTEJANO, 2001, p. 1), sob a ótica econômica ele “é a soma total dos gastos turísticos dentro de um país, subdivisão política ou região econômica” (IGNARRA, 2003, p. 14). Para além da ideia mercadológica da atividade, que evidencia a prestação de serviços e o resultado financeiro, o turismo também tem outras linhas de análise, a exemplo, uma das mais completas o define como;

[...] um fenômeno que se refere ao movimento de pessoas dentro do seu próprio país (turismo doméstico) ou cruzando as fronteiras nacionais (turismo internacional). Este movimento revela elementos tais como interações e relacionamentos individuais e grupais, compreensão humana, sentimentos, percepções, motivações, pressões, satisfação, a noção de prazer, etc. (WAHAB, 1977, p. 3)

O estudo sobre o turismo se dedica a entender tudo que o envolve, o afeta, como ele é afetado, o que faz esta “indústria de deslocamento de pessoas” funcionar e que gera valores econômicos.

O turismo causa impactos positivos e negativos onde ele é realizado e por consequência eles têm recebido a atenção de estudiosos.

Vários autores provenientes da geografia e das ciências da terra advertiram sobre os chamados “impactos” negativos do turismo e demonstraram, com suas pesquisas, que seu crescimento desordenado aliado à falta de conhecimento sobre os problemas que poderiam advir num futuro próximo ou distante, acabou provocando danos muitas vezes irreversíveis no ambiente natural e nas culturas. (BARRETTO, 2007, p. 30)

O conhecimento sobre os problemas que o turismo pode causar é um fator de grande importância e também uma forma de instrumentos serem pensados para evitar que o turismo cause impactos negativos e irreversíveis na natureza e na cultura local. Ele afeta também os indivíduos que moram no destino, pois tende a reduzir “as populações e as culturas a objetos de consumo, o que ocasiona desajustes na sociedade receptora” (JAFARI, 1994, p. 12). Com o olhar voltado para a harmonização e perpetuação da atividade, a sustentabilidade no turismo recebe atenção.

Voltando o olhar para a economia, segundo dados do documento de Destaques do Turismo Internacional da Organização Mundial do Turismo (OMT) em 2019, última edição lançada até o ano de 2023, cerca de 1,4 bilhão de pessoas viajaram internacionalmente o que ainda segundo o documento, gerou a movimentação de valores do turismo mundial de aproximadamente US\$ 1,7 trilhão. A visão de Zurab Pololikashvili, apresentada no documento supracitado, Secretário Geral da OMT naquele ano, sobre estes números e sobre os demais avanços do turismo no mundo em 2019, foi que houve o

[...] crescimento na chegada de turistas internacionais e das receitas superando a economia mundial [...] isso torna o setor uma verdadeira força global para o crescimento econômico e o desenvolvimento, impulsionando a criação de mais e melhores empregos e servindo como catalisador para a inovação e o empreendedorismo. Em suma, o turismo está ajudando a construir vidas melhores para milhões de pessoas e transformando comunidades inteiras. (OMT, 2019, p. 2, tradução do autor).

Com sua parcela de importância para a economia, as viagens causam impactos econômicos positivos em âmbito mundial, alguns destes impactos são: “incrementar a renda, incrementar o Produto Nacional Bruto, proporcionar empregos a ar-

tistas, músicos e outros [...], contribuir para a diversificação da economia [...]” e “aumentar a arrecadação de imposto” (IGNARRA, 2003, p. 78-79).

A relação entre a geração de empregos e o turismo é próxima e é um dos principais efeitos positivos dela, pois

[...] a interligação do setor turístico com outros setores de atividade (alimentos, vestuário, transporte, construção civil etc.) leva à criação de oportunidades de emprego, tanto para trabalhadores especializados como semi-especializados.

O turismo é um grande gerador de empregos, visto que a tendência à automação é menor nesse setor, quando comparado com o setor industrial. (ARENDIT, 2000, p.94).

A presença de pessoas marca a atividade turística na sua prática e na oferta dos serviços. Frente a amplitude de áreas de atuação, e mesmo com os avanços tecnológicos, o turismo é uma atividade que deve continuar a ser ofertada em sua grande maioria por pessoas, o que aumenta cada vez mais a importância do capital humano para a atividade.

2. 2 MERCADO TURÍSTICO

O mercado turístico é “um local onde existe oferta e procura para as trocas comerciais.” (SANTOS, 2010, p. 17) É no mercado turístico que ocorrem as trocas monetárias para ter acesso aos serviços e trocas de experiências antes, durante e depois da realização da atividade. Este mercado é o responsável, neste cenário, por unir “a oferta de produtos e serviços turísticos e a demanda que está interessada e motivada em consumir esses produtos e serviços turísticos.” (MONTEJANO, 2001, p. 11). Nele diversas empresas atuam, com o foco em prestar serviços e comercializar produtos específicos que tornam possível a realização da atividade.

Para expandir o entendimento sobre o funcionamento deste mercado, é necessário conceituar alguns termos a iniciar pela oferta, ela é entendida como “tudo que faz parte do consumo turístico, incluindo bens, serviços, públicos e privados prestados ao turista, recursos naturais e culturais, eventos, atividades recreativas etc.” (DIAS; PIMENTA, 2005, p. 45) A exemplo, a oferta turística é formada por,

[...] equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo um público visitante. (BENI, 1998, p. 158)

Fazem parte da oferta, produtos e serviços que são consumidos pela demanda durante as viagens. A demanda, por sua vez, é formada pelos “indivíduos cujas necessidades incluem o “consumo” e a experiência de lugares” (LOHMANN; NETTO, 2008, p. 237), ou seja, são os turistas, os que irão consumir a oferta turística e que irão se deslocar até o destino de interesse.

Nesta união, as empresas veem oportunidades para comercializar bens e serviços e “é necessário um canal de distribuição que ofereça esse produto turístico à demanda, que precisa ser abordada de forma adequada para se tornar consumidor efetivo” (BRAGA, 2007, p. 19). As empresas responsáveis por desempenhar este papel são as chamadas agências de turismo, “representantes dos produtos que os turistas querem comprar”, possuindo um enorme poder de convencimento para clientes indecisos.” (LOHMANN, 2007, p.30) Justamente por isso, estas empresas são procuradas, a fim de dar segurança na contratação dos serviços e também por fazerem indicações de locais, passeios e demais atividades.

As agências de viagens, “entre outras atribuições [...] vendem pacotes de viagens” (LOHMANN; NETTO, 2008, p. 293) e tem “a função de facilitar e resolver todos os problemas dos turistas a fim de que possam realizar suas viagens da maneira mais satisfatória possível” (BENI, 1998, p. 183). Ela é vista como “um canal indireto de distribuição, uma vez que funciona como um intermediário” (LOHMANN; NETTO, 2008, *loc. cit.*). A agência é a ponte entre a operadora e o cliente em potencial, ela proporciona facilidades na comercialização do produto para a operadora e também facilidades ao cliente.

Considerando a importância que tem esse setor na distribuição dos serviços turísticos nas próximas seções apresenta-se a legislação aplicada as agências de viagens no Brasil.

2. 3 LEGISLAÇÃO APLICADA ÀS AGÊNCIAS DE VIAGENS.

Segundo a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que estabelece a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico (BRASIL, 2008). A Lei Geral do Turismo em seu Artigo 21, define como “atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo: I - meios de hospedagem; II - agências de turismo; III - trans-

portadoras turísticas; IV - organizadoras de eventos; V - parques temáticos; e VI - acampamentos turísticos.” (BRASIL, 2008)

Dentre as atividades econômicas relacionadas a cadeia produtiva do turismo, as agências de turismo, segundo a Lei nº 12.974 de 2014 (BRASIL, 2014), que “dispõe sobre as atividades das Agências de Turismo” (BRASIL, 2014) em seu artigo 5º, define que elas se classificam em duas categorias: “I - Agências de Viagens; e II - Agências de Viagens e Turismo.” (BRASIL, 2014). A Lei define como “privativa das Agências de Viagens e Turismo a execução das atividades referidas nos incisos II, III, IV e V do caput do art. 3º” (BRASIL, 2014).

Os incisos do caput do art. 3º, dizem respeito a:

[...] 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)

Além disso, a Lei define que “A Agência de Viagens e Turismo poderá utilizar-se da denominação de Operadora Turística.” (BRASIL, 2014). Em suma, entende-se que as agências de turismo se dividem em agências de viagens e agências de viagens e turismo ou operadoras. Compete de forma privativa às agências de viagens e turismo determinadas atividades, entre elas a organização de roteiros e itinerários de viagens.

As agências de turismo são entendidas como “a pessoa jurídica que exerce a atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos ou os fornece diretamente” (BRASIL, 2008). Ou seja, são intermediadoras dos serviços que podem comercializar serviços dos fornecedores para o cliente final ou seus próprios serviços para o cliente final.

No mercado atuam também empresas chamadas consolidadoras de turismo, elas

[...] repassam e revendem o transporte aéreo para as agências de turismo que não possuem o credenciamento necessário para esta operação no SNEA (Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias) ou IATA (International

Air Transport Association, Associação Internacional de Transporte Aéreo), dependendo se for voo nacional ou internacional, respectivamente. (LOPES; SANTOS, 2018, p. 8)

As agências de viagens fazem o repasse dos serviços oferecidos pelos fornecedores, dentre eles as consolidadoras, e desta forma são remuneradas.

Para atuar no mercado, uma empresa precisa fazer o registro das atividades econômicas que irá realizar na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), e estas atividades são definidas como uma sendo a principal e as demais as secundárias. Ou seja, para executar as atividades de ambas as categorias de agências de turismo, realizando todas as atividades competentes de ambas as empresas, é possível registrar as duas ocupações, “agências de viagens” e “agências de viagens e turismo” no CNAE, incluindo uma delas como secundária.

O Cadastur é um programa “executado pelo Ministério do Turismo em parceria com os órgãos oficiais de turismo nos 26 estados e no Distrito Federal.” (CADASTUR, 2023) Ele reúne o “cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo.” (CADASTUR, 2023) É uma ferramenta que

[...] garante diversas vantagens e oportunidades aos seus cadastrados e é também uma importante fonte de consulta para o turista. Também visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor. (Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos, 2021)

Segundo a Lei Geral do Turismo, estão obrigados ao cadastro no Ministério do Turismo os prestadores de serviços “I - meios de hospedagem; II - agências de turismo; III - transportadoras turísticas; IV - organizadoras de eventos; V - parques temáticos; e VI - acampamentos turísticos.” (BRASIL, 2008) Sendo assim, as agências de turismo têm como dever se cadastrar.

2. 4 AGÊNCIA DE VIAGENS

As agências de viagens desempenham um importante papel na cadeia produtiva do turismo, “a maior parte das grandes operadoras possui uma enorme rede de vendedores, que são as agências de viagens e turismo” (TOMELIN, 2001, p. 30). Isso demonstra o significativo serviço destas empresas, além disso, elas “orientam as pessoas que desejam viajar, estudam as melhores condições tanto em nível ope-

racional quanto financeiro, e assessoram os clientes acerca da definição dos itinerários.” (PETROCCHI e BONA, 2003, p. 11). Elas auxiliam seus clientes no planejamento e definição da viagem.

A segmentação de mercado é “uma estratégia que busca encontrar, através de recursos de marketing, uma maior otimização do setor; seja pelo lado das empresas turísticas na tentativa de maximizar seus lucros, seja pelo lado dos turistas na tentativa de maximizar sua satisfação.” (LAGE, 1992, p. 63) Ao segmentar a área que vai atuar, uma agência de viagens se especializa no produto ou produtos, que vai comercializar.

No mercado turístico não é diferente, para atender as vontades dos clientes

[...] o mercado turístico vem se segmentando cada vez mais, formatando novos tipos de turismo, criando roteiros temáticos, adaptando produtos e serviços de acordo com as especificidades, desejos, limitações e necessidades dos clientes turistas. (SILVA; KUSHANO; ÁVILA, 2008, p. 106)

A segmentação agrega valor às agências pois “os mercados consistem de compradores que diferem entre si em termos de desejos, poder de compra, localização geográfica, atitudes e práticas de compra. Quaisquer destas variáveis podem ser usadas para segmentar um mercado.” (BRAGA, 1999, p. 3) Ao segmentar sua área de atuação a agência escolhe uma destas variáveis para atuar de forma exclusiva. A segmentação aparece como ferramenta para as empresas se preparem melhor para o cliente que desejam atingir.

Como dito, a empresa pode optar por atuar com um desejo específico do seu público-alvo, um público com poder aquisitivo específico, com determinadas atitudes ou que está em uma localização específica, nestas empresas

[...] o nível de conhecimento técnico dos produtos é muito maior, sem contar a experiência para o atendimento e a indicação de destinos e opções de viagem adequados à necessidade e ao perfil do cliente. Por outro lado, a agência fica mais vulnerável, caso seu mercado seja comprometido por fatores externos (política cambial, atentados terroristas etc.). (PAZINI, 2014, p. 53).

A outra opção da agência, é não fazer a segmentação. Nomeadas como generalistas elas

[...] tem a vantagem de poder fidelizar mais o cliente, já que em cada viagem ou férias são normalmente escolhidos destinos diferentes, o que exige uma flexibilidade maior para atendê-lo. Em contrapartida este quadro de-

manda um domínio maior dos produtos disponíveis no mercado, de modo a auxiliar e dar sugestões eficientes de viagens para o cliente, que pode escolher como destino qualquer lugar no Brasil e no mundo. (PAZINI, 2014, p. 54).

Os principais aspectos da atuação, ou seja, da parte prática do trabalho realizado pelas agências de viagens especializadas ou generalistas, podem ser resumidos da seguinte maneira:

Assessoramento: [...] ela informa, assessora e orienta o cliente [...], levando em consideração: destino, duração, época da viagem, meios de transporte a serem utilizados [...].

Organização de viagens: deve estar de acordo com o desejo do cliente, seja individualmente ou em grupo.

Promoção: Como a agência de viagens objetiva satisfazer o cliente na busca de lazer, ela deve promover as localidades e demais insumos que compõem o pacote turístico. [...] A agência de viagens poderá orientar a melhor maneira de se visitar a região. (BENI, 1998, p. 183)

Então identifica-se que a agência tem esse perfil de organizar, assessorar e fazer a promoção de viagens e para isso é necessário que os agentes estejam preparados para atuar dentro das especificidades do agenciamento.

2. 5 O PROFISSIONAL AGENTE DE VIAGENS: HABILIDADES E COMPETÊNCIAS

Os profissionais responsáveis por praticar estas atividades são os agentes de viagens. A profissão do agente de viagens, em 2023, ano em que este projeto de pesquisa é desenvolvido, não é regulamentada a nível federal.

A regulamentação de uma profissão é a criação de uma lei que vai definir

[...] deveres e garantias para os profissionais, bem como a fiscalização de suas atividades. São definidos requisitos, competências e habilidades que o profissional deve ter para exercer aquela atividade. [...] A regulamentação, ainda, delimita os ramos daquela atividade específica e os níveis de desempenho, seja de técnico, tecnólogo ou bacharel, por exemplo. É necessário o mínimo de regras para que sejam garantidos os direitos de todos: profissional, empregador e da própria sociedade. (PORTELA, 2022).

Isso significa que não há uma exigência legal de licença ou certificação para atuar como agente de viagens no Brasil. Um dos projetos de lei que buscaram regulamentar a profissão, foi o Projeto de Lei 4078/08, do deputado Vital do Rêgo Filho (PMDB-PB), que “regulamenta o exercício da profissão de agente de turismo.” (PINHEIRO, 2008) Entretanto o projeto de lei não foi aprovado e acabou arquivado.

Ainda existem algumas associações, entidades e até mesmo leis que marcam diretrizes para a atuação dos agentes de viagens no Brasil. Uma das principais entidades do setor é a Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), a maior entidade representativa dos interesses das agências de viagem no Brasil. Sua principal missão é fomentar o desenvolvimento do Turismo nacional e defender os legítimos interesses da indústria do Turismo como um todo (ABAV, 2023).

Criada “em 28 de dezembro de 1953 [...] desde a sua constituição, a ABAV norteou e liderou ações que contribuem com o desenvolvimento do turismo nacional” (ABAV, 2016). Um exemplo significativo do empenho da associação para a construção de melhorias ao setor é o Instituto de Capacitação e Certificação da ABAV (ICCABAV), “um dos mais importantes e influentes programas de qualificação profissional no trade turístico.” (ABAV, 2016) O programa é um importante instrumento que dentre outras realizações e abordagens, atualiza os profissionais acerca das tendências do mercado, por meio de cursos feitos em Educação a Distância (EAD).

A Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (BRAZTOA) também é uma entidade de grande relevância que “reúne as mais diversas empresas de operação, agenciamento de viagens e representação de serviços turísticos, sendo, desde 1989, uma das mais representativas entidades do setor de turismo no Brasil.” (BRAZTOA, 2023) Ela disponibiliza para todos em seu site, seus anuários e pesquisas com dados sobre o turismo nacional e é definida como uma “associação privada, sem fins lucrativos, focada em valorizar a atuação de [...] associados em regime de mercado organizado, liberdade de iniciativa e lealdade de concorrência.” (BRAZTOA, 2023) Ela dá suporte não somente às operadoras mas também às agências.

A Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR), é a “responsável pela promoção, marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos brasileiros em todo mundo.” (EMBRATUR, 2021) Ela tem sua relevância para o agenciamento pois trabalha para divulgar o Brasil no exterior e consequentemente faz trocas com empresas internacionais de diversos ramos, a exemplo em março de 2023, ela fez “parcerias com a TAP e agências de viagem de Portugal” (MELIM, 2023). Isto é muito vantajoso para as agências de viagens pois a divulgação e o marketing dos produtos turísticos e destinos nacionais que elas comercializam é feito pela EMBRATUR, o que apoia a venda de destinos nacionais, dos produtos turísticos e possivelmente de pacotes de viagens.

2. 5. 1 – Habilidades e competências

Aliado a isso, as competências dos profissionais são um ponto de atenção para as empresas que buscam expandir seu quadro de funcionários, pois a prestação de serviços caracteriza a atividade e diferencia o consumo.

Para se destacar no mercado a competência é um dos termos que recebem destaque. “Competência” recebe definições variadas, de acordo com a ótica que é analisada, “a heterogeneidade desse conceito [...] provém [...] especificamente da dinâmica e da mobilidade da ênfase em que a noção de competência é pensada e aplicada no contexto das organizações e do ambiente socioeconômico” (DIAS; BECKER; DUTRA; RUAS; GHEDINE, 2008, p. 25-26). É estudada sobretudo, no e para o ambiente das organizações, entre eles as empresas.

Para autores “que desenvolveram seus trabalhos nos anos 70, 80 e 90, competência é o conjunto de qualificações [...] que permite à pessoa uma performance superior em um trabalho ou situação.” (DIAS; BECKER; DUTRA; RUAS; GHEDINE, 2008, p. 29). Ter competência ou não para realizar uma atividade, é uma característica que possibilita à pessoa desenvolver melhor a sua entrega e a qualidade dela. A competência não é somente

[...] um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes necessários para exercer certa atividade, mas também [...] o desempenho expresso pela pessoa em determinado contexto, em termos de comportamentos adotados no trabalho e realizações decorrentes. (BRANDÃO; BORGES-ANDRADE, 2006, p. 36)

Ainda pode ser entendida a competência como “a capacidade para usar habilidades, conhecimentos, atitudes e experiência adquirida para desempenhar bem os papéis sociais”. (DEFFUNE e DEPRESBITERIS, 2000, p. 50) Ou seja, as habilidades, neste sentido, comumente atrelada às competências, são um componente formador dela.

O aprendizado ou o

desenvolvimento de competências nutre-se de experiências pessoais e profissionais vivenciadas ao longo da vida, quando, autônoma, responsável e eficazmente, se mobilizam, transmitem, integram e aplicam conhecimentos na condução de processos e atividades, face a situações de desafio postas pelas e nas práticas laborais e sociais. (BRIDI, 2010, p. 24)

Portanto, um profissional competente é aquele que não somente domina o conhecimento sobre as atividades que pratica, mas que põem em prática o que sabe, que realiza suas atividades, sabe lidar com os problemas e com as dificuldades no ambiente de trabalho.

Aos profissionais que atuam em agências de viagens

[...] 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, p. 9-10)

Além destes fatores, sendo “o turismo, [...] englobado no setor terciário ou setor de serviços” (MONTEJANO, 2001, p. 105), este setor “é considerado a atividade econômica predominante no contexto atual de negócios, tendo seu foco cada vez mais dirigido para os resultados e para a responsabilidade do que para a tarefa.” (SANTOS; SANTOS, 2018, p. 37). Sendo assim o turismo é uma atividade de negócios que exige daqueles que trabalham nele responsabilidade em suas ações.

Os agentes trabalham com a oferta dos destinos, que é formada por um conjunto de elementos "os quais isoladamente, possuem pouco valor turístico (ou nenhum) [...]. Mas se agrupados, podem compor o que se denomina “produto turístico”” (IGNARRA, 2003, p. 50). O produto turístico é entendido como;

[...] uma combinação de elementos tangíveis e intangíveis, como recursos naturais, culturais e artificiais, atrações, instalações, serviços e atividades em torno de um centro de interesse específico que representa o núcleo do marketing do destino misturar e criar uma experiência geral do visitante, incluindo aspectos emocionais para os potenciais clientes. (OMT, 2023)

A oferta turística e o produto têm definições parecidas, e isso ocorre porque a oferta faz parte do produto turístico. Como comentado acima, o produto é uma combinação de elementos, ele é a formatação final, a união de todo o planejamento e serviços que serão consumidos, e o turismo

Não é um setor de produção bem definido, tal como se nos afiguram a agricultura, a indústria de produtos químicos ou de derivados do petróleo. Por sua própria natureza, o turismo é resultante de várias atividades econômi-

cas; utiliza bens e serviços de outras indústrias para oferecer o que se chama de “produto final”, mas a questão que se coloca é a seguinte: esse produto turístico final existe realmente como nas outras indústrias? Pode-se imaginar que ele existe em teoria, mas na prática, como cada pessoa tenta em seu individualismo dar um colorido especial às suas férias, o resultado final será completamente outro. (BENI, 1998, p. 154)

O agente de viagens deve se atentar a isso, pois “As necessidades humanas e os desejos que levam ao consumo de produtos turísticos são muitos e variam de pessoa para pessoa, por exemplo, evasão, descanso, lugares e pessoas novas, busca de *status*, saúde [...] coisas que não são realizadas no cotidiano” (MORAES, 1999, pg. 19). Por conta dessa vastidão de possibilidades, a investigação sobre as intenções do cliente é essencial para ser mais assertivo nas recomendações.

Para as agências, empresas que fazem parte do mercado turístico e que realizam negócios, a entrega do profissional e sua responsabilidade tem mais foco do que para suas tarefas em si. O Agente

Tradicionalmente visto como o profissional que vende o pacote criado pelo operador [...] suas funções vão muito além e incluem atuar como consultor e conselheiro, ajudando o turista a escolher o destino da viagem, com informações detalhadas sobre o local a ser visitado, o roteiro, os costumes locais, o clima, a roupa adequada, a situação política do local e tudo mais que possa influir na viagem. [...] Conhecer bem os detalhes do pacote e saber harmonizá-los ao perfil do turista é um diferencial de vantagem para o agente de viagem. (HOLLANDA, 2003, pg. 27)

Ele tem a responsabilidade de levar o planejamento da viagem da melhor forma possível e fechar negócios, e nesta área “a sorte sorri para os mais competentes e bem-preparados. Para aproveitar as oportunidades oferecidas, é preciso ter seriedade, dedicação e respeito às regras desse mercado” (HOLLANDA, 2003, p. 9). É necessário passar a informação da melhor forma possível, tendo uma boa comunicação com o cliente e buscar por informações e informações atualizadas.

O profissional que decidir se dedicar a atuar no mercado turístico tem um amplo leque de opções de áreas de atuação, dois exemplos já citados são as operadoras turísticas e as agências de viagens, mas além delas, oportunidades de empregos podem ser consideradas nas áreas de: “hospedagem, transportes, alimentação, lazer, eventos, hospitalidade, órgãos oficiais, consultoria, marketing, magistério, [...] pesquisa e outros ramos de conhecimento humano.” (ANSARAH, 2002, p. 42-43)

O levantamento de oportunidades de emprego, para quem se interessar em atuar neste ramo ou em qualquer outro, pode ser feito no ambiente virtual. “Com o

passar dos anos a internet vem tomando espaço dentro das organizações, criando um canal de contato com os candidatos e facilitando o recrutamento de novos talentos” (Santos & Lima, 2018, p. 222). O acesso a estas informações torna a busca por vagas e por candidatos mais fácil,

[...] em busca de melhor atender às necessidades de seus clientes (os empregadores), os recrutadores, cada vez mais, estão buscando trabalhadores via internet. Isso ocorre tanto nas redes sociais especializadas na área profissional (como o LinkedIn), quanto nas mídias sociais que não têm um perfil específico, como o Facebook, Twitter e Instagram. (VARGAS, 2019, p. 13-14)

A exemplo, tem-se o LinkedIn e o Indeed, ambos portais voltados especificamente para a área profissional. O Indeed, criado em 2004 nos Estados Unidos e em março de 2021, foi “considerado o site de empregos número 1 do mundo, com mais de 250 milhões de visitantes únicos por mês.” (INDEED, 2023) O número de visitantes únicos por mês é entendido como o número de “visitas não duplicadas (contadas apenas uma vez)” (INDEED, 2023). O LinkedIn, por sua vez, “é uma rede social online voltada para negócios lançada em 2003.” (VARGAS, 2019, p. 14) Ele conta com “mais de 850 milhões de usuários em 200 países e territórios.” (LINDEKIN, 2023) Ambos são importantes fontes de informação para pesquisas sobre o mercado de trabalho, pela quantidade de acessos que têm registrados e pelo tempo que atuam.

Segundo documento que define condições de trabalho negociadas e estabelecidas para empregados de empresas de turismo, entre outras, a Convenção Coletiva de Trabalho, 2023/2024, (ANEXO I) por intermédio do Sindicato dos Empregados em Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis, Turismo, Lavanderias, Salão de Beleza de Curitiba e Região (SIND EMP C V L ADM IMOV TURISMO LAVAN SIM CTBA E REGIAO) e o Sindicato das Empresas de Turismo no Estado do Paraná com abrangência territorial em Curitiba/PR e demais cidades da região metropolitana, com a data de vigência a partir de 1º de junho de 2023 até 31 de maio de 2024 e com a data base da categoria em 1º de junho, o piso salarial, para vendedores e comissionados (onde se incluem agentes de viagens) é definido em R\$. 1.715,00 (um mil, setecentos e quinze reais).

As atividades desenvolvidas pelo profissional agente de viagens no mercado, como foi comentado, são variadas e exigem do profissional um amplo conhecimento na área. A qualificação da mão de obra que atua no turismo, neste sentido, é

um importante pilar a ser observado e a educação no Brasil é uma forma de iniciar o seu entendimento.

2. 6 FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO

Esta breve introdução sobre a educação nacional, permite visualizar onde a graduação e mais especificamente o bacharel em turismo se encontra e suas possibilidades de atuação. A graduação em turismo, no grau de Bacharelado, vem a ser o curso analisado nesta pesquisa pois possibilita ao formando atuar no mercado, na academia ou para a sociedade trabalhando a cultura.

De acordo com a Lei Nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, conhecida como Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, que define as diretrizes da educação nacional, em seu Artigo 21, “A educação escolar compõe-se de: I - educação básica, formada pela educação infantil, ensino fundamental e ensino médio; II - educação superior.” (BRASIL, 1996) Um dos focos deste projeto é o entendimento sobre a educação superior em turismo, sendo necessário investigar este nível escolar.

A Lei Nº 9.394, define que o nível de educação superior abrange os cursos e programas “seqüenciais por campo de saber, de diferentes níveis de abrangência, [...] de graduação, [...] de pós-graduação [...] de extensão” (BRASIL, 1996) e além deles, há também os cursos de educação profissional e tecnológica. Segundo o Artigo 39 da Lei citada anteriormente, “A educação profissional e tecnológica, no cumprimento dos objetivos da educação nacional, integra-se aos diferentes níveis e modalidades de educação e às dimensões do trabalho, da ciência e da tecnologia.” (BRASIL, 1996). No mesmo Artigo, inciso 2, a educação profissional e tecnológica abrange os cursos “I – de formação inicial e continuada ou qualificação profissional; II – de educação profissional técnica de nível médio; III – de educação profissional tecnológica de graduação e pós-graduação.” (BRASIL, 1996) O curso tecnológico neste caso também pode fazer parte do nível superior, contanto que seja o curso de educação profissional tecnológica de graduação e pós-graduação.

Em suma, entende-se como parte da educação superior, os cursos Sequenciais, de Graduação, Pós-graduação, Extensão e Tecnológico de graduação e pós-graduação.

Segundo a Portaria Nº 21, de 21 de dezembro de 2017 a Graduação é o “curso superior que confere diplomas, abertos a candidatos que tenham concluído o

ensino médio ou equivalente e tenham sido classificados em processo seletivo, conferindo os graus de Bacharelado, Licenciatura ou Tecnologia.” (BRASIL, 2017)

Cada grau de formação dentro da graduação tem seu determinado foco para o ensino. O bacharelado é um curso “generalista, de formação científica ou humanística, que confere ao diplomado competências em determinado campo do saber para o exercício de atividade profissional, acadêmica ou cultural” (BRASIL, 2017). A licenciatura “confere ao diplomado competências para atuar como professor na educação básica” (BRASIL, 2017) e o tecnológico é um curso de “formação especializada em áreas científicas e tecnológicas, que confere ao diplomado competências para atuar em áreas profissionais específicas, caracterizadas por eixos tecnológicos” (BRASIL, 2017).

Segundo a resolução Nº 13, de 24 de novembro de 2006 que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo, em seu artigo 1º, seu conteúdo deve ser observado “pelas Instituições de Educação Superior em sua organização curricular.” (BRASIL, 2006) Em seu artigo 2º a resolução traz que “A organização do curso [...] se expressa através do seu Projeto Pedagógico” e em seu artigo 4º, como competências e habilidades reveladas durante a formação, a resolução define:

- I - compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;
- II - utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;
- III - positiva contribuição na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo;
- IV - domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;
- V - domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;
- VI - adequada aplicação da legislação pertinente;
- VII - planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;
- VIII - intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados;
- IX - classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;
- X - domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;

- XI - domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;
- XII - comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;
- XIII - utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais;
- XIV - domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida;
- XV - habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;
- XVI - integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- XVII - compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;
- XVIII - profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;
- XIX - conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética. (BRASIL, 2006, p. 2-3)

As alíneas acima, devem ser observadas pelas Instituições de Educação Superior que ofertam cursos de Graduação em Turismo, os graduados neste curso, logo, tem contato com estes temas e acesso a estas informações.

Com foco na Educação o MEC “busca promover ensino de qualidade para” o Brasil (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2023) e também “reforçar uma visão sistêmica da educação, com ações integradas e sem disputas de espaços e financiamentos.” (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2023)

O curso de turismo a nível de bacharel da Universidade Federal do Paraná está cadastrado atualmente no e-MEC, portal “regulamentado pela Portaria Normativa nº 21, de 21/12/2017,” (E-MEC, 2023) sendo a “base de dados oficial dos cursos e Instituições de Educação Superior - IES, independentemente de Sistema de Ensino” (E-MEC, 2023). Ele

[...] foi criado para fazer a tramitação eletrônica dos processos de regulamentação. Pela internet, as instituições de educação superior fazem o credenciamento e o recredenciamento, buscam autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento de cursos. (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2023)

Sendo assim, o curso de turismo a nível de bacharel está disponível no Brasil em diferentes graus: Bacharelado, Tecnológico, Licenciatura e Sequencial (E-MEC, 2023) e é regulamentado pelo MEC.

Segundo as Diretrizes Curriculares para o Ensino de Graduação de Turismo do MEC e da Secretaria de Educação Superior (SESU), para ser um profissional competente o profissional de turismo deve “receber uma formação que contenha aspectos teóricos, práticos e éticos.” (BISSOLI, 2002, p. 22) Os aspectos teóricos têm a função de proporcionar “um embasamento levando o profissional a refletir sobre o turismo [...]. Espera-se um posicionamento profissional que busque a qualidade das atividades turísticas [...] a maximização dos efeitos positivos e a minoração dos efeitos negativos” (BISSOLI, 2002, p. 23). O embasamento teórico proporciona amplitude da visão sobre a atividade.

Os aspectos práticos, são a parte prática do conhecimento, o saber fazer. Estes são adquiridos por meio de “treinamento em laboratórios, empresas juniores, visitas técnicas, viagens e estágios supervisionados [...] capazes de instalar a competência com o manejo de técnicas e instrumentos em condições novas e desafiadoras” (BISSOLI, 2002, *loc. cit.*). É neste momento que o profissional põe em prática os conhecimentos que está adquirindo.

Por fim, com os “aspectos éticos, espera-se que o profissional de turismo tenha uma compreensão da ética não só profissional, [...] deve-se abranger questões maiores como a da cidadania, objetivando formar um profissional que colabore para a melhoria do mundo” (BISSOLI, 2002, *loc. cit.*). Agir de acordo com a ética é imprescindível para que a prática profissional seja direcionada de forma a promover a mitigação dos efeitos negativos e o crescimento saudável da atividade.

A Resolução Nº 13, de 24 de novembro de 2006, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo, em seu 3º Artigo, institui que,

[...] O curso de graduação em Turismo deve ensinar, como perfil desejado do graduando, capacitado e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais, econômicas e culturais, relacionadas com o mercado turístico, sua expansão e seu gerenciamento, observados os níveis graduais do processo de tomada de decisão, apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação profissional. (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR, 2006, p. 2)

A formação superior em Turismo, neste sentido, soma conhecimento teórico e prático para o agente profissional que expande a sua visão sobre a prática da atividade e questões que vão orientar o seu olhar de forma crítica.

Apesar de muitos profissionais e estudiosos do turismo entenderem o setor de agências de turismo como meramente operacional, que emprega, basicamente, profissionais com formação técnica voltada à simples tarefa de comercializar produtos e serviços turísticos, observa-se que essas empresas também desempenham uma importante função no processo de desenvolvimento da atividade turística. Portanto deveriam contar com especialistas da área de planejamento e organização do turismo, para que estes pudessem orientar as ações das agências considerando sua responsabilidade sobre a visitação e preservação de destinos e atrativos turísticos. (BRAGA, 2007, p. 27-28)

No cenário da profissionalização e formação o turismólogo “se institui simultaneamente como um profissional de mercado, do turismo e do século XXI, e a agência passa a ser também simultaneamente um empreendimento mercadológico, turístico e humanosocial da modernidade.” (BRIDI, 2010, p. 70) A agência é um dos ambientes de atuação do turismólogo e como uma área mercadológica tem suas exigências e olhar para o funcionamento do mercado. Com este olhar, busca-se investigar qual é o olhar do mercado para os bacharéis em turismo e sua relação com o mesmo.

A Lei nº 12.591, de 18 de janeiro de 2012, reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício. No seu Art. 2º Consideram-se atividades do turismólogo: “XIV - planejar, organizar, controlar, implantar, gerir e operacionalizar empresas turísticas de todas as esferas, em conjunto com outros profissionais afins, como agências de viagens e turismo, [...] e demais empreendimentos do setor;” (BRASIL, 2012). Isso demonstra que o turismólogo também pode atuar em agências de viagens.

Para entender a inserção do bacharel em turismo nas agências se faz necessário realizar uma pesquisa voltada para este ambiente profissional com agentes de viagens e gerentes de agências de viagens que serão descritas na próxima sessão, além de toda a metodologia acerca da pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos compõem um conjunto de passos que foram seguidos nos momentos de levantamento da pesquisa e análise dos resultados a fim de garantir a confiabilidade dos dados.

3. 1 APRESENTAÇÃO DO TIPO DE PESQUISA, MÉTODO E TÉCNICAS DE PESQUISA UTILIZADOS

O cerne norteador deste projeto foi analisar o mercado de agências de viagens em Curitiba e a inserção do bacharel de turismo no seu quadro funcional como profissional qualificado, para isso foi realizada exclusivamente pesquisa com o enfoque qualitativo-exploratório que envolveu pesquisa de campo com os instrumentos questionário e roteiro de entrevista que serão abordados mais adiante.

A pesquisa qualitativa exploratória “utiliza coleta de dados sem medição numérica para descobrir ou aperfeiçoar questões de pesquisa e pode ou não provar hipóteses em seu processo de interpretação.” (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO. 2006, p. 5) Além disso, ela “fornece profundidade aos dados, a dispersão, a riqueza interpretativa, a contextualização do ambiente, os detalhes e as experiências únicas” (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO. 2006, p.15). Assim a pesquisa qualitativa exploratória proporcionou à pesquisa o entendimento aprofundado sobre o tema e a análise interpretativa.

A pesquisa qualitativa permitiu refletir sobre o cenário examinado considerando seu contexto e as vivências de quem está inserido nele, que no caso são os agentes de viagens e os gerentes destas empresas. Este modelo de pesquisa possibilita uma aproximação com a realidade e com questões subjetivas.

Como técnicas de pesquisas, foram utilizadas, pesquisa bibliográfica e documental, assim a pesquisa bibliográfica foi o meio para levantar

[...] trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar publicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações. (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 158).

A pesquisa bibliográfica abordou a introdução ao tema, trazendo informações sobre o turismo, sua relevância econômica, o mercado turístico, legislação aplicada às agências de viagens, as agências de viagens, o agente de viagens, competências e habilidades e a formação em turismo.

Para discutir as questões propostas por este projeto, como por exemplo o ensino superior em turismo, o mercado de trabalho em agenciamento e o próprio turismo e o agenciamento de viagens foi importante levantar estudos que já foram realizados com estas temáticas pois podem agregar reflexões e questionamentos à discussão, para isso foi necessário embasar teoricamente conceitos discutidos pelos principais autores, dentre eles Debora Cordeiro Braga, 2007; Guilherme Lohmann, 2007 e 2008 e Guilherme Bridi, 2010.

Também se fez necessária a análise de documentos que norteiam estas questões, trazendo o cunho documental para a pesquisa, que por sua vez, "baseia-se em documentos primários, originais. Tais documentos, chamados "de primeira mão", ainda não foram utilizados em nenhum estudo ou pesquisa: dados estatísticos, documentos históricos (...)." (ANDRADE, 2010, p. 113) Ou seja, estes documentos foram acessados na sua fonte original, incluindo leis, indicadores, anuários, site de emprego, rede social voltada para a publicação de vagas de empregos e demais eventuais sites para a estruturação da pesquisa. Estes documentos não foram retirados de produções de outros autores, e então foram interpretados e direcionados pelo olhar da pesquisa proposta.

Desta forma buscou-se atingir os objetivos específicos da pesquisa com a utilização dos instrumentos, no QUADRO I então elencados os objetivos e qual instrumento foi utilizado para atingir cada um deles.

QUADRO I – OBJETIVOS E TIPOS DE PESQUISA

OBJETIVO ESPECÍFICO	TIPO DE PESQUISA	TÉCNICAS DE PESQUISA	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS
Discutir sobre o turismo e a economia, o mercado de turismo, a legislação das agências de viagens, as agências de viagens, o agente de viagens, competências e habilidades e a base curricular dos cursos de turismo de acordo com o ministério da educação.	Exploratória	Bibliográfica e documental	Base de dados online e em livros	Descritiva
Entender quais são as habilidades e competências	Qualitativa e Exploratória	Pesquisa de campo e bibliográfica	Questionário, Entrevista e levanta-	Descritiva

necessárias para um agente de viagens.			mento bibliográfico online e em livros	
Descrever a formação superior em turismo e a inserção do turismólogo nas agências de viagens.	Qualitativa e Exploratória	Pesquisa documental, bibliográfica e pesquisa de campo	Levantamento bibliográfico online e em livros e questionário	Descritiva
Identificar o perfil profissional dos agentes de viagens, que atuam em Curitiba - PR.	Exploratória	Pesquisa de campo	Questionário	Descritiva
Planejar e propor um manual com um evento para a sua divulgação, voltado para agentes de viagens, bacharéis em turismo e discentes de turismo para o aprimoramento profissional.	Qualitativa	Pesquisa de campo	Coleta de dados em websites	Qualitativa

FONTE: A autora, 2023.

3. 2 DELIMITAÇÃO DA POPULAÇÃO, PROCESSO DE AMOSTRAGEM, TAMANHO DA AMOSTRA

O questionário foi aplicado a 22 agentes de viagens, com o objetivo de investigar o perfil e a formação destes profissionais que atuam em empresas de Curitiba-PR e a entrevista foi respondida por 4 gerentes de agências de turismo de Curitiba-PR.

Os gerentes foram escolhidos pois ao ocupar este cargo o profissional “é o principal responsável pela competitividade da agência” e “a administração do negócio como um todo” (JUNIOR; BRAMBILLA; VANZELLA, p. 47, 2017). Ele conhece o funcionamento dos setores e segundo entrevistado anônimo ele também tem “autonomia, para decidir [...] o que for: demissão de funcionário, admissão, mudanças” (Entrevistado não identificado, PAIVA; ESTHER; PIRES; MELO, p. 129, 2006). Sendo assim, saber qual é a visão destes profissionais que têm o entendimento de toda a empresa e um cargo de liderança foi primordial para compreender a visão que o mercado tem sobre o Bacharel em Turismo.

3. 3 INSTRUMENTOS DE COLETAS DE DADOS E AS ESTRATÉGIAS DE ANÁLISE

A coleta de dados “constitui uma etapa importantíssima da pesquisa de campo, [...]. Os dados coletados foram elaborados, analisados, interpretados e representados graficamente. Depois, foi feita a discussão dos resultados da pesquisa” (ANDRADE, 1993, p. 124). A coleta foi realizada por meio dos instrumentos de pesquisa utilizados, que foram o questionário e o roteiro de entrevista, ambos com técnicas específicas que objetivam registrar dados de maneira ordenada.

O questionário consiste em

[...] um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas descritivas [perfis socioeconômicos, como renda, idade, escolaridade, profissão e outros], comportamentais [padrões de consumo, de comportamento social, econômico e pessoal, dentre outros] e preferenciais [opinião e avaliação de alguma condição ou circunstância]. (ZANELLA, 2011, p. 110)

Nele pode haver dois tipos de questões: as questões abertas e as questões fechadas. As questões fechadas “contêm categorias ou alternativas de resposta que foram delimitadas, isto é, são apresentadas as possibilidades de resposta” (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO. 2006, p. 326). Já as questões abertas “não delimitam *a priori* as alternativas de resposta.” (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006, p. 330). Neste projeto foram utilizadas no questionário, em sua maioria questões fechadas, pois a decodificação e análise dos dados é feita mais facilmente além de facilitar o preenchimento do formulário e aumentar as possibilidades de respostas.

Outra técnica que foi utilizada é a entrevista, ela “constitui um instrumento eficaz na recolha de dados fidedignos para a elaboração de uma pesquisa” (ANDRADE, 2010, p. 131) e “é a técnica mais utilizada nas pesquisas qualitativas.” (ZANELLA, 2011, p. 115). O tipo de entrevista utilizada foi a padronizada onde “entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas.” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 196). A escolha por realizar o modelo de entrevista agrega valor ao projeto, por ser um instrumento muito utilizado em pesquisas qualitativas, como esta, mas para além disso, a entrevista possibilita que o entrevistado traga mais informações para além da pergunta feita.

O questionário foi composto por 11 questões mais o Termo de Aceite (APÊNDICE I), com 10 questões fechadas e 1 questão aberta para que o respondente registre em que área tem formação, caso não seja em área relacionada à cadeia produtiva do turismo. O objetivo do questionário é entender qual é o perfil do agente de viagens. Entender a visão que os agentes têm sobre a formação superior e o le-

vantamento de suas formações respondeu a duas hipóteses propostas, a primeira sobre profissionais de outras áreas ocuparem esta profissão e a segunda, sobre a presença de profissionais não formados em turismo ser escassa no mercado.

O roteiro de entrevista (APÊNDICE II) buscou entender, por meio de questões abertas com gerentes de agências de turismo, como eles veem a atuação do agente e sua opinião sobre a formação superior em turismo. Antecedendo a entrevista foi solicitado pela autora que o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (APÊNDICE III) fosse respondido para o fornecimento das informações.

A coleta foi realizada por 1 mês, iniciando no dia 1º de julho/2023 e encerrando dia 1º de agosto de 2023, pois foi o período disposto entre a finalização da definição da pesquisa, de suas etapas de coleta e análise de dados e o início da análise e interpretação de dados. Com relação a divulgação da pesquisa, “O instrumento de coleta de dados é remetido para o respondente de diferentes formas: por meio de agências de correios, portador, mala direta, anexado a um produto ou por meios eletrônicos” (LIMA, 2008, p. 71). Nesta pesquisa o questionário foi divulgado à população pesquisada por meio de e-mails enviados para agências de viagens, pelo departamento do curso de turismo da UFPR (Universidade Federal do Paraná), divulgação por terceiros, divulgação para profissionais próximos à pesquisadora, assim como em sua rede social Facebook, em grupos de agentes de viagens. A divulgação e convite aos entrevistados foi realizada pela pesquisadora, por meio de e-mail e pessoalmente. O registro das informações coletadas durante a entrevista foi realizado por áudios e posteriormente as entrevistas foram transcritas.

Assim que a coleta de dados ocorreu os dados foram analisados, com o enfoque qualitativo da pesquisa. Desta perspectiva, “o dado qualitativo é uma estratégia de mensuração de atributos, ou seja, o objeto (o objetivo) da mensuração não é o objeto (a coisa) em si, mas seus predicados.” (PEREIRA, 2004, p. 30) Os dados levantados trouxeram informações sobre as populações investigadas e atributos voltados ao objetivo da pesquisa.

3. 4 TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

As análises dos dados das pesquisas em campo foram realizadas por meio da elaboração dos dados, que envolveu a seleção, categorização e tabulação. A “seleção dos dados visa à exatidão das informações obtidas [...], torna-se indispensável

averiguar se houve lapso ou inabilidade do pesquisador ao coletar os dados. Neste caso, deve-se retornar ao campo e reaplicar os instrumentos” (ANDRADE, 1993, p. 124). Como isto não ocorreu na pesquisa, não houve necessidade de reaplicar os instrumentos, em caso contrário os dados seriam auditados e verificados se estão em conformidade com os questionamentos realizados.

Em seguida foi feita a categorização etapa importante, que consiste em “um sistema de codificação. A codificação transforma os dados em símbolos facilita a contagem e tabulação dos resultados obtidos.” (ANDRADE, 1993, *loc. cit.*) Esta fase facilitou a tabulação, passo seguinte que “Consiste em dispor os dados em tabelas, para maior facilidade de representação e verificação das relações entre eles.” (ANDRADE, 1993, p. 125) Os dados foram certificados e transformados em códigos e transcritos em tabelas para ter uma ordem lógica em sua análise.

A análise e interpretação dos dados foram realizadas, a fim de respectivamente “verificar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores” (ANDRADE, 1993, *loc. cit.*) e procurar por “um sentido mais amplo nas respostas, estabelecendo uma rede de ligações entre os resultados da pesquisa, que são cotejados com outros conhecimentos anteriormente adquiridos.” (ANDRADE, 1993, p. 126) Estes processos foram realizados pelo pesquisador e para isso foram unidos conhecimentos adquiridos anteriormente, pela pesquisa bibliográfica e documental, juntamente com os dados levantados em campo.

Por fim, alguns dados foram representados e esta atividade se fez “principalmente, através de tabelas e gráficos, isto é, (...) submetidos a um tratamento estatístico.” (ANDRADE, 1993, *loc. cit.*)

A análise de dados da pesquisa bibliográfica envolveu a revisão e interpretação crítica das fontes e informações obtidas com a leitura, interpretação e compreensão dos escritos. A análise sobre a pesquisa documental explorou, selecionou e compreendeu os documentos como leis, indicadores e anuários relevantes para a ótica da pesquisa. Os dados levantados pela pesquisa documental sobre vagas de empregos foram analisados de forma comparativa a fim de interpretar os dados repetidos ou que se destacaram em maiores quantidades.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Nos tópicos seguintes, serão apresentados e analisados os dados coletados pelos instrumentos questionário e roteiro de entrevista, a fim de confirmar ou refutar ideias já propostas.

4. 1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS

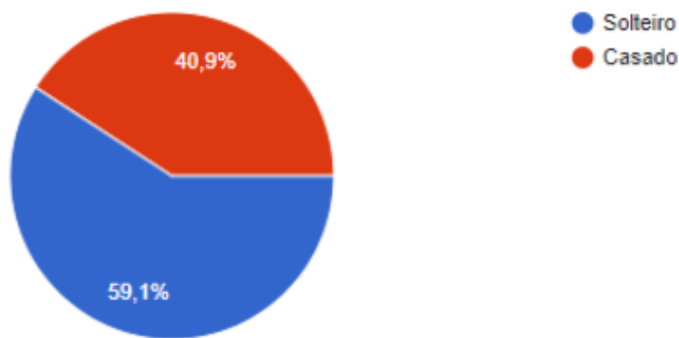
O questionário de 11 perguntas foi aplicado a agentes de viagens que trabalham em Curitiba-PR. Ao todo, 22 agentes de viagens responderam às perguntas do instrumento. A entrevista, também foi utilizada para a coleta de dados, direcionada para entender a visão de gerentes de agências de viagens sobre a formação superior em turismo como bacharel, ao todo foram realizadas 4 entrevistas.

As respostas do questionário revelaram que o perfil dos agentes de viagens entrevistados é majoritariamente feminino, como mostra o GRÁFICO I. A maioria é solteira, como mostra GRÁFICO II e o GRÁFICO III representa o tempo de experiência destes agentes atuando em agências de viagens, a maioria atua há mais de 5 anos neste cargo.



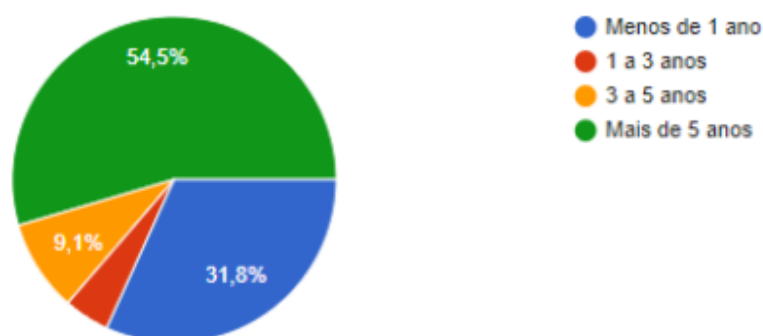
FONTE: A autora, 2023.

GRÁFICO II - ESTADO CIVIL



FONTE: A autora, 2023.

GRÁFICO III - EXPERIÊNCIA EM AGÊNCIAS DE VIAGENS



FONTE: A autora, 2023.

A graduação completa foi o nível de formação mais selecionado, seguido por pós-graduação completa (especialização, mestrado, doutorado) e a graduação em andamento, respectivamente. Daqueles que têm graduação completa, a maior parte deles tem o bacharelado, seguido por tecnólogo.

13 dos 22 respondentes têm formação superior, destes 12 tem formação em Turismo e 1 em Meios de Hospedagem.

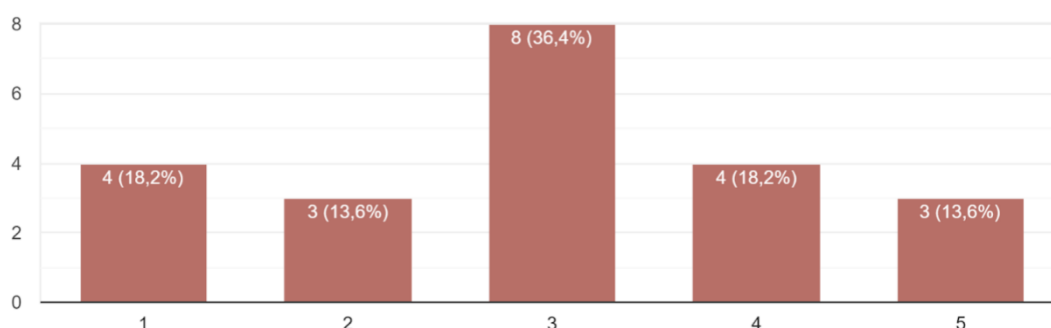
Aos 9 que não tem a formação superior em turismo, suas formações são nas áreas de Direito, Economia, Turismo e Hotelaria, Design Gráfico, Negócios Internacionais, Relações Públicas, Comunicação, Secretariado e Tecnologia em Gestão Comercial.

A habilidade que os agentes consideram mais importante para atuar foi a organização e o planejamento de roteiros turísticos, selecionada em 20 das 22 respostas. Ter uma comunicação assertiva, fazer um bom atendimento ao cliente, ter um elevado grau de empatia e ter conhecimento sobre os serviços que fazem parte da cadeia produtiva do turismo, apareceram em 18 respostas. Em seguida, se manter atualizado com as notícias mundiais e documentação exigida pelos destinos pareceu em 17 respostas. Segundo idioma, habilidades de negociações comerciais e técnicas de venda e capacidade de resolução de problemas foram selecionadas 16 ve-

zes. Saber o alfabeto fonético apareceu em 14 respostas e ter conhecimento geral de informática em 12.

Ao serem questionados sobre qual é a importância que veem na formação em Turismo para a atuação do agente de viagens, em uma escala de 1 a 5, sendo 1 sem importância e 5 muito importante, 8 selecionaram o nível 3 de média importância, somente 3 dos 22 respondentes selecionaram o nível máximo de importância e escolheram o nível 1, sem importância.

GRÁFICO IV - IMPORTÂNCIA DA FORMAÇÃO COMO BACHAREL EM TURISMO SEGUNDO AGENTES DE VIAGENS



FONTE: A autora, 2023.

Após esta apresentação dos dados obtidos pelo questionário os dados coletados pelo roteiro de entrevista serão apresentados.

O roteiro de entrevista aplicado foi formado por 5 perguntas, voltadas para compreender o entendimento e a visão dos gerentes de agências de viagens sobre a formação superior como turismólogo. Todas as entrevistas foram realizadas via vídeo chamada e ao todo teve 4 respondentes, identificados como gerente 1, gerente 2, gerente 3 e gerente 4.

Segundo os entrevistados as habilidades importantes que os agentes devem dominar são, para o gerente 1 ter um bom contato e relacionamento com o cliente e se diferenciar em vendas e para o gerente 2 ter conhecimento sobre os destinos. Para o Gerente 3 o *lifelong learning* é muito importante, “traduzido como “aprendizagem ao longo da vida” é entendida como a condição de estar sempre aprendendo, realizando cursos, treinamentos e outras maneiras de adquirir ou renovar os conhecimentos. “(CANFIELD, 2021, p. 13)

Além disso, para o gerente 3 a boa oratória, empatia, paciência, educação, dedicação, pensar nos detalhes e cuidados durante todo o processo de cada cliente, ter habilidade em negociação, em resolução de problemas e ter uma boa comunicação são habilidades que vão garantir o sucesso do profissional em sua carreira no turismo. O gerente 4 enfatizou entender de geografia, ser multilíngue e ser flexível como essenciais.

Os gerentes 2 e 4 consideram importante a formação como turismólogo para a atuação do agente e os gerentes 1 e 3 sinalizaram que não consideram importante ser um turismólogo. Para todos os gerentes, o turismólogo beneficia a agência na sua atuação, mas na opinião deles, o que faz um agente de viagens se destacar no mercado é a sua experiência na profissão, já ter vendido o destino, saber as informações sobre a viagem, dominar idiomas, conhecer sistemas da área, o *lifelong learning*, boa oratória, empatia, paciência, educação, dedicação, visão no futuro e clareza ao receber e transmitir informações.

Os principais objetivos e focos do agente no seu trabalho segundo os gerentes envolvem organizar a viagem, fazer a pré-venda, ter contato com o cliente até ele voltar de viagem, ter excelência no atendimento, dar informações assertivas, ter conhecimento de destinos, buscar aprendizado e melhoria constantes com foco no cliente. Para o Gerente 3 a melhor experiência do cliente é o que vai definir o sucesso do agente.

Adicionalmente, a busca constante por capacitação, atualização dos destinos e produtos que são comercializados e saber onde encontrar informações atualizadas também foram citados.

4. 2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O questionário revelou que o perfil da maioria dos respondentes são mulheres, solteiras, que atuam há mais de 5 anos nas agências de viagens respondentes. Ademais, formadas como bacharéis, em áreas relacionadas a cadeia produtiva do Turismo, sua maioria é formada em Turismo e segundo os próprios agentes de viagens.

As 5 principais habilidades necessárias para atuar no mercado são:

1. Dominar a organização e o planejamento de roteiros turísticos;
2. Ter comunicação assertiva;

3. Fazer um bom atendimento ao cliente;
4. Ter empatia para manter relações positivas com fornecedores;
5. Ter conhecimento sobre os demais serviços presentes na cadeia produtiva do turismo.

Como foi citada anteriormente, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional de 1996, que define as diretrizes da educação nacional, a educação superior abrange os níveis de graduação, de pós-graduação e de extensão. Por meio do questionário foi possível levantar que 15 dos respondentes têm a formação superior, ou em graduação ou em pós-graduação completas.

Quando investigada a área de formação dos respondentes com formação superior, 13 deles tem a formação relacionada à cadeia produtiva do turismo, e destes 12 é formada especificamente em turismo, ou seja, é turismólogo. Além do mais, 16 dos respondentes tem a formação como Bacharel.

Sendo assim, constata-se que o grupo majoritário de respondentes do questionário, que tem formação superior e é formado como bacharel em turismo. Segundo a Portaria nº 21, de 2017 que dispõe sobre, dentre outras questões o “gerenciamento de informações relativas aos processos de regulação, avaliação e supervisão da educação superior no sistema federal de ensino” (BRASIL, 2017) o Bacharel tem uma “formação científica ou humanística, que confere (...) competências em determinado campo do saber para o exercício de atividade profissional, acadêmica ou cultural” (BRASIL, 2017), logo a maioria dos profissionais agentes de viagens respondentes do questionário estão assim capacitados.

Quando questionados sobre as habilidades que consideram essenciais para o agente se destacar no mercado, a organização e o planejamento de roteiros turísticos, foi a habilidade mais escolhida. Assim como destacado anteriormente por Beni (1998, p. 183), que diz que o assessoramento e a organização são importantes pilares da parte prática da atuação. Hollanda também aponta que “conhecer bem os detalhes do pacote e saber harmonizá-los ao perfil do turista é um diferencial de vantagem para o agente de viagem.” (HOLLANDA, 2003, pg. 27)

Se comunicar de forma assertiva, fazer um bom atendimento ao cliente, ter um elevado grau de empatia e ter conhecimento sobre os serviços que fazem parte da cadeia produtiva do turismo, foram as segundas habilidades mais selecionadas no questionário. Assim como demonstrado no marco teórico, Oliveira e Holm comentam que “são necessárias algumas características específicas para que a função se-

ja desempenhada com sucesso, como por exemplo, a empatia” (OLIVEIRA; HOLM, 2017, p. 9-10) Hollanda também traz que “conhecer bem os detalhes do pacote e saber harmonizá-los ao perfil do turista é um diferencial de vantagem para o agente de viagem.” (HOLLANDA, 2003, pg. 27) Os detalhes dos pacotes de viagens envolvem os serviços que serão consumidos, logo o conhecimento sobre a cadeia produtiva do turismo aparece como importante pilar.

A terceira habilidade mais escolhida foi se manter atualizado com as notícias mundiais e documentação exigida pelos destinos, Oliveira e Holm também frisam as “informações confiáveis e atualizadas” (OLIVEIRA; HOLM, 2017, p. 9-10) como características específicas para o sucesso.

A maioria dos respondentes também selecionou as habilidades: segundo idioma, habilidades de técnicas de vendas, capacidade de resolução de problemas, saber alfabeto fonético e conhecimento geral de informática.

Se tratando da entrevista, ela revelou que a atenção ao cliente é o ponto de principal atenção para os gerentes, seguido da dedicação e a boa comunicação. A busca por aprendizado/gosto pelo estudo/*lifelong learning*, a boa oratória/comunicação e a dedicação foram as respostas que mais apareceram. Por mais que não sejam exatamente iguais, seus significados são similares e demonstram a mesma ideia.

Janir Hollanda também comenta que “em negócios, a sorte sorri para os mais competentes e bem preparados. Para aproveitar as oportunidades oferecidas, é preciso ter seriedade, dedicação e respeito às regras desse mercado” (HOLLANDA, 2003, p. 9). Ou seja, para avançar no mercado o agente deve estar constantemente em busca de capacitação, treinamentos e conhecimento para ter mais chances de fechar negócios, isso por consequência exige dedicação constante.

O gerente 1 destacou que ter um “bom contato e um bom relacionamento com o cliente” são essenciais. Assim como foi relatado por Oliveira e Holm quando identificam 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.” (OLIVEIRA; HOLM, 2017, p. 9-10)

Vale o destaque de que a comunicação citada como habilidade essencial pelo Gerente 3 e 4 e o domínio de diferentes idiomas, levantado pelo gerente 4, apare-

cem no 4º artigo das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo, como competências e habilidades reveladas durante a formação.

Nota-se assim na alínea XII do Artigo 4, a “comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social” (BRASIL, 2006. p.3) e a alínea XIV que discorre a respeito do “domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida” (BRASIL, 2006. p.3). Entende-se que estas duas habilidades essenciais estão presentes na formação de turismólogos.

O gerente 1 levantou, durante a primeira pergunta, que o curso de bacharel em Turismo não é reconhecido pelo MEC, segundo ele “a contratação não é feita a partir da exigência de um curso que não tem reconhecimento no MEC” se referindo ao curso de bacharel em Turismo. Porém contrapondo o posicionamento do entrevistado, o curso está cadastrado atualmente no e-MEC, portal regulamentado pela Portaria Normativa nº 21, de 21/12/2017, sendo reconhecido como um curso regulamentado pelo órgão.

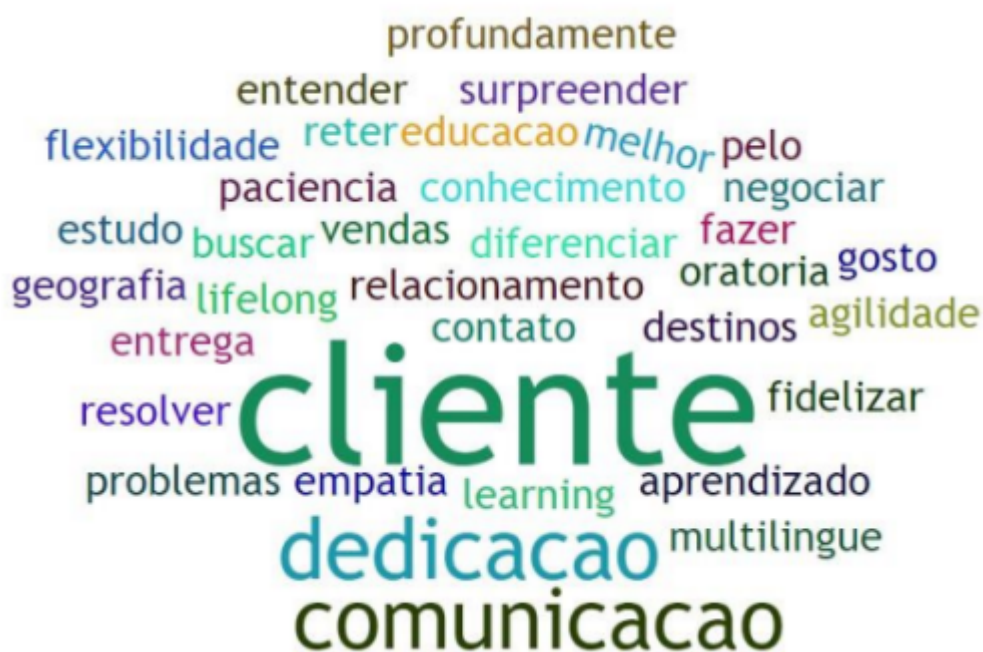
Além das habilidades comentadas anteriormente, o conhecimento sobre destinos e sobre geografia, foram levantadas respectivamente pelos gerentes 2 e 4. Esta questão é validada pela ideia levantada por Hollanda, que dentre as funções do agente inclui: ajudar “o turista a escolher o destino da viagem, com informações detalhadas sobre o local a ser visitado, o roteiro, os costumes locais, o clima, a roupa adequada, a situação política do local e tudo mais que possa influir na viagem.” (HOLLANDA, 2003, p. 27)

Estas habilidades também são validadas pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo, que trazem como competências e habilidades reveladas durante a formação, segundo a alínea X do 2º Artigo, os “domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento [...]” (BRASIL, 2006, p.2)

Conclui-se que a seleção e avaliação das informações citadas acima fazem parte do leque de conhecimentos do turismólogo, mas não necessariamente informações específicas de determinados destinos.

A partir das respostas dos gerentes quando questionados sobre as habilidades que consideram mais importantes para a atuação do agente, foi criada a nuvem de palavras com os termos que mais apareceram nas respostas, disposta na IMAGEM I. Constatou-se que os termos mais citados foram “cliente”, “dedicação” e “comunicação”, sendo assim, a principal atenção dos gerentes é voltada para estes pilares.

FIGURA I – NUVEM DE PALAVRAS COM TERMOS QUE MAIS APARECEM NAS RESPOSTAS DE GERENTES



FONTE: A autora, 2023

Para os gerentes 1, 3 e 4 a formação como turismólogo não é importante para a atuação do profissional, a justificativa deles gira em torno de “o curso não ser uma exigência para as empresas” como comenta o gerente 1, o gerente 3 não acha que seja “primordial” e o Gerente 4 não acha “fundamental”.

Os posicionamentos acima não vão de encontro com as Diretrizes Curriculares para o Ensino de Graduação de Turismo do MEC e da Secretaria de Educação Superior (SESU), onde o profissional competente de turismo deve “receber uma formação que contenha aspectos teóricos, práticos e éticos.” (BISSOLI, 2002, p. 22). Há a controvérsia entre os gerentes e as Diretrizes do MEC para o curso de Graduação em Turismo.

Entretanto, para todos os gerentes, a formação em turismo beneficia as agências que contratam esses profissionais, as justificativas de suas respostas estão dispostas no QUADRO II:

QUADRO II - TURISMÓLOGOS NAS AGÊNCIAS DE VIAGENS SEGUNDO GERENTES.

GERENTE I	A pessoa já terá um conhecimento sobre, então o benefício é o conhecimento prévio sobre algumas informações importantes do mercado e do turismo.
GERENTE II	Ele vai passar credibilidade na hora do atendimento e também na hora da venda.
GERENTE III	Ele já vai ter o entendimento do segmento como um todo, e também pode trazer muitas inovações no formato de trabalho. Além disso, ele pode contribuir com a consolidação da profissão que traz luz ao segmento como um todo.
GERENTE IV	Aqui na empresa na área de produtos, buscamos profissionais formados em turismo. Para desenvolver produtos e novos roteiros, eles já têm uma ideia de como criar e desenvolver estes produtos.

FONTE: A autora, 2023.

Dentre as habilidades abordadas pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo, estão “XIX - conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética” e “VI - adequada aplicação da legislação pertinente” (BRASIL, 2006, p. 2-3). O amplo conhecimento que o turismólogo tem sobre a interdisciplinaridade do turismo e suas nuances não foi abordado pelos entrevistados.

A análise das agências é voltada para o benefício em projetos que podem ser desenvolvidos dentro da empresa, a maior credibilidade para a venda e inovações dentro da empresa, ações realizadas pelo agente que objetivam a venda e o lucro da empresa.

O que diferencia o agente de viagens no mercado, segundo os gerentes 1, 2 e 4 é ter o conhecimento sobre destinos, ou conhecer o que se está vendendo. Além disso, segundo os gerentes 3 e 4 a comunicação também é um importante pilar para o profissional se destacar. Estas são habilidades e competências reveladas durante a formação, segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo, nas habilidades X e XII, já supracitadas.

Elas mostram que, a graduação em bacharel agrega ao agente o conhecimento de quais caminhos deve seguir para conhecer mais afundo destinos e informações que serão importantes para criar um roteiro, por exemplo. Além disso, a comunicação também é uma habilidade trabalhada durante a formação.

O essencial para os gerentes é a atenção que será dada ao cliente durante o atendimento, a dedicação ao serviço e a comunicação assertiva sem ruídos. O leque de conhecimento deste profissional para os gerentes deve englobar técnicas de vendas, ser multilíngue, saber negociar, buscar constantemente por aprendizado, ser ágil, resolver problemas, dentre outras. A análise dos gerentes sobre a formação não engloba questões voltadas para o conhecimento sobre legislação, ética, humanidade. Pontos fundamentais para o desenvolvimento da atividade e que são contemplados pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo.

Diante dos questionamentos feitos aos agentes de viagens e aos gerentes em Curitiba, necessita-se conhecer qual é a formação dos bacharéis em turismo por estes dois entes. Por outro lado, os bacharéis em turismo devem se aperfeiçoar em técnicas operacionais, buscando cursos livres. Dito isto, observa-se a necessidade de propor uma ferramenta de planejamento e gestão que possa auxiliar os agentes de viagens, os bacharéis de turismo e estudantes.

5 PROJETO DE TURISMO

Visando contribuir para a atuação do agente de viagens, o aprimoramento profissional e a valorização do turismólogo, esta seção descreve o Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo desenvolvido após a análise da pesquisa de campo.

O projeto envolve a criação de um manual intitulado como “O Turismólogo nas Agências de Viagens: um manual para aperfeiçoamento profissional e a inserção do bacharel” com um evento para a sua divulgação, nomeado como “Sucesso do Agente de Viagens: Um manual para futuros e atuais profissionais”, ambos voltados para agentes de viagens, bacharéis em turismo e discentes de turismo para o aprimoramento profissional. A capa do manual está disposta na IMAGEM II

FIGURA II – CAPA DO MANUAL.



FONTE: A autora, 2023.

5. 1 DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto desenvolvido é a criação de um manual com um evento de divulgação do manual que, conforme proposto como objetivo geral, serão direcionados a agentes de viagens, bacharéis em turismo e discentes do curso de turismo da UF-

PR. O direcionamento a estes públicos é justificado considerando que irão atuar, ou já atuam no mercado e conforme a pesquisa revelou para atingirem o sucesso profissional é importante que dominem determinados conhecimentos que serão abordados no evento e no manual, assim como os locais onde podem acessar cursos com as temáticas.

Sugere-se que o evento “Sucesso do Agente de Viagens: Um manual para futuros e atuais Agentes de Viagens” seja realizado no Auditório 1 da Universidade Federal do Paraná do campus Rebouças, Curitiba-PR que tem “capacidade de 150 lugares com cadeiras instaladas, contempla: Tablado, Mesa com 4 cadeiras, Projetor/computador, Sistema de som, e Equipamento de Videoconferência” (Universidade Federal do Paraná, 2023), o layout do auditório está disponível no ANEXO II.

As regras para agendamento no espaço sugerido são as seguintes:

1. Poderá haver custos do material de higiene, além de outros, conforme as condições de uso;
2. Poderá haver custos de Vigilância e Serventes de limpeza nos finais de semana;
3. Para uso de discentes, um docente deverá autorizar e se responsabilizar pela reserva;
4. O agendamento será efetivado após a análise da solicitação, através de um e-mail de confirmação;
5. Se confirmada a reserva, o solicitante assume inteira responsabilidade por quaisquer danos que ocorram nas edificações, instalações, equipamentos e acessórios que estão a disposição no local agendado. (Universidade Federal do Paraná, 2023)

Por conseguinte, recomenda-se que o evento aconteça em dia útil, a fim de evitar custos de Vigilância e Serventes de limpeza, assim como as despesas variáveis envolvidas na soma do orçamento do evento. Além disso, é necessária a autorização por parte de um docente que se responsabilize pela reserva em vistas de que fazem parte do público-alvo discentes do curso de Turismo.

A responsável por realizá-lo será a pesquisadora deste projeto que irá atuar como coordenadora do evento. Os palestrantes serão 3 professores do curso de turismo da UFPR sendo estes especialistas nas áreas de formação do turismólogo, agências de viagens e legislação do turismo e os agentes de viagens e competências para atuar, 1 gestor de agência de viagens que seja formado em turismo para explicar questões relacionadas ao atendimento ao cliente, 1 professor do SENAC especialista em comunicação, 1 professor do SEBRAE especialista em negociação em vendas e um turismólogo fazendo a abertura e o fechamento do evento.

O SENAC e o SEBRAE foram selecionados como importantes participantes como instituições de dois palestrantes pois são instituições voltadas para o empreendedorismo com cursos voltados para o comércio de bens e serviços no Brasil.

Ele será realizado após sua aprovação conforme disponibilidade de datas do espaço, no segundo semestre de 2024. Recomenda-se que ocorra das 8h00 às 17h30, com pausa de 30 minutos para o *coffee break* às 10h00 e às 15h00, além de pausa de uma hora e meia para o almoço às 12h00 retornando 13h30, totalizando 8 horas de evento.

A chegada da equipe de limpeza, recepcionistas e técnico de multimídia deve ser às 7h00 para a organização dos recursos materiais como: equipamentos multimídia, manual, lista de presença, limpeza e organização da recepção. A chegada dos palestrantes do período da manhã, ou seja, entre 8h00 e 12h00 também deve ser às 7h30 e a chegada dos palestrantes do período da tarde deve ser 13h00.

Este evento será importante para o lançamento do manual de orientações para graduandos e profissionais já atuantes em agência de viagens, para que saibam onde buscar por qualificação e melhorar seu desempenho e também tenham a oportunidade de entender a importância da atuação do turismólogo nas agências de viagens. O manual também servirá para a consulta por parte dos estagiários que pretendem seguir na área de agenciamento para aprimoração profissional.

Previamente ao dia do evento será aberta inscrição gratuita, com o limite de 150 inscrições, no momento de entrada no evento todos deverão apresentar seus documentos para verificação e receberão um crachá que servirá para a identificação no próximo momento de entrada.

O conteúdo do evento será a apresentação das competências e habilidades reveladas durante a formação do bacharel em turismo, segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo de 2006, os principais tópicos abordados pelo marco teórico nesta pesquisa: turismo e economia, legislação aplicada às agências de viagens, agências de viagens, o profissional agente de viagens e competências para atuar, habilidades e competências.

Serão apresentados também no evento cursos com as temáticas identificadas pela pesquisa como essenciais domínios para os agentes de viagens, que são: atendimento ao cliente, dedicação ao serviço, comunicação assertiva, conhecimento sobre destinos, técnicas em vendas e idiomas. Por fim, será apresentada a cartilha e o meio onde ela estará disponível.

5. 2 ETAPAS PARA A EXECUÇÃO DO PROJETO

Esta seção se destina a descrever como será desenvolvido o evento, com abordagem às suas etapas com cronograma definido e os elementos estruturais necessários.

5. 2. 1 Descrição das etapas para a execução do projeto

O evento será realizado em um dia, por 8 horas e meia, e seu conteúdo vai abranger o marco teórico deste projeto, ele será dividido em dois períodos, sendo o período da manhã das 7h30 às 12h00 e o período da tarde das 13h30 às 17h30.

No período da manhã os temas apresentados ao público serão: uma breve explanação da pesquisa realizada, seu objetivo, a formação do bacharel em turismo e turismo e economia, as agências de viagens e a legislação aplicada às agências de viagens e o profissional agente de viagens, competências para atuar e as revelações da pesquisa.

No período da tarde os temas serão: atendimento ao cliente, comunicação e oratória, negociação em vendas, apresentação da cartilha, onde acessá-la e fechamento do evento.

A QUADRO III detalha as atividades organizadas para o dia do evento no formato de cronograma.

QUADRO III - CRONOGRAMA PARA A REALIZAÇÃO DO EVENTO

CRONOGRAMA PARA A REALIZAÇÃO DO EVENTO	
HORÁRIO	PERÍODO DA MANHÃ
7h00	Chegada da equipe de limpeza, recepcionistas e técnico de multimídia para organização dos recursos materiais (equipamentos multimídia, manual, lista de presença e organização da recepção).
07h30 às 07h45	Período de chegada dos participantes, palestrantes do período da manhã, assinatura da lista de presença, recebimento do crachá de participação e início do evento.
08h00 às 08h30	Apresentação do evento com breve explanação da pesquisa realizada e seu objetivo.
08h30 às 9h30	Apresentação sobre a formação do bacharel em turismo e turismo e economia.
9h30 às 10h00	Intervalo para coffee break.

10h00 às 11h00	Apresentação sobre as agências de viagens e a legislação aplicada às agências de viagens.
11h00 às 12h00	Apresentação sobre o profissional agente de viagens, competências para atuar e as revelações da pesquisa.
12h00	Intervalo para almoço.
HORÁRIO	PERÍODO DA TARDE
13h00 à 13h15	Chegada dos palestrantes do período da tarde e dos participantes.
13h30 às 14h30	Explanação sobre atendimento ao cliente.
14h30 à 15h30	Explanação sobre comunicação e oratória.
15h30 às 16h00	Intervalo para coffee break
16h00 às 17h00	Explanação sobre negociação em vendas.
17h00 às 17h30	Apresentação da cartilha, onde acessá-la e fechamento do evento.

FONTE: A autora, 2023.

O palestrante responsável por abordar cada uma das temáticas que compõem o evento está disposto no QUADRO IV.

QUADRO IV - PALESTRANTES E TEMÁTICAS.

PALESTRANTES E TEMÁTICAS		
PALESTRANTE	IDENTIFICAÇÃO	TEMÁTICA
Turismólogo	Palestrante 1	Apresentação do evento com breve explanação da pesquisa realizada, seu objetivo, apresentação da cartilha, onde acessá-la e fechamento do evento.
Professor da UFPR	Palestrante 2	Apresentação sobre a formação do bacharel em turismo e turismo e economia.
Professor da UFPR	Palestrante 3	Apresentação sobre as agências de viagens e a legislação aplicada às agências de viagens.
Professor da UFPR	Palestrante 4	Apresentação sobre o profissional agente de viagens, competências para atuar e as revelações da pesquisa.
Gestor de agência de viagens	Palestrante 5	Explanação sobre atendimento ao cliente.
Professor do SE-NAC	Palestrante 6	Explanação sobre comunicação.
Professor do SE-BRAE	Palestrante 7	Explanação sobre negociação em vendas.

FONTE: A autora, 2023.

No que diz respeito aos elementos estruturais, é importante mencionar a disponibilidade de equipamentos multimídia como microfone, projetor, mesa para disposição do *coffee break* e cadeiras no auditório.

Ao final do evento será lançado o manual com informações sobre a formação superior, instituições que ofertam os cursos com as temáticas abordadas no evento e demais cursos revelados como importantes para a boa atuação do agente de viagens pela pesquisa.

Recomenda-se que seja feita uma proposta de parceria da UFPR com a ABAV para a divulgação do evento aos agentes de viagens por meio de suas redes sociais e que a UFPR, mais precisamente o Curso de Turismo, faça a divulgação para ex egressos do curso e os discentes, por meio de suas redes sociais e e-mails de divulgação.

A primeira etapa para a execução do manual é a criação de seu conteúdo do que já foi realizada pela pesquisadora e será apresentado adiante. Após a provação de seu conteúdo seguem-se os processos de diagramação e designer feitos pelo Designer contratado e, após a realização do evento de divulgação, o lançamento do manual no portal de venda proposto a diante. O conteúdo relacionado aos cursos dispostos no material será atualizado anualmente pois o mercado é inovador e orgânico e assim o material também se mantém atualizado.

5. 2. 2 Descrição dos recursos humanos envolvidos em cada etapa

Para o desenvolvimento do evento é necessária a presença dos palestrantes e do turismólogo para a explanação do conteúdo do curso junto ao público e organização do *coffee break*, de recepcionistas que farão o controle de entrada, distribuição de crachás, darão orientações e o recebimento do público e técnicos de multimídia para a manutenção, verificação e apoio àqueles que vão utilizar o material. Além disso, também será necessário envolvimento de profissionais como designer para a criação do manual,

As atribuições de cada profissional para planejamento e organização do evento estão detalhadas no QUADRO V.

QUADRO V - RECURSOS HUMANOS NECESSÁRIOS

ATRIBUIÇÕES DOS PROFISSIONAIS – MANUAL

PROFISSIONAL	AÇÕES
Coordenadora	Elaboração do manual e planejamento do evento.
Designer	Elaboração da arte do manual, voltada para o público-alvo.
ATRIBUIÇÕES DOS PROFISSIONAIS – EVENTO	
PROFISSIONAL	AÇÕES
Turismólogo	Apresentação e fechamento do evento, auxílio na preparação do evento assim como o fechamento e arrumação do <i>coffe break</i> .
Palestrantes	Ministrar conteúdo do evento e tirar dúvidas dos participantes.
Recepcionistas	Controlar a entrada dos participantes, dar orientações, montagem e entrega de crachás e oferecer a lista de presença no momento de entrada, auxiliar com a organização do evento.
Técnico	Verificar equipamentos de multimídia e dar auxílio caso haja falha de algum equipamento.

FONTE: A autora, 2023.

5. 2. 3 Descrição do orçamento e dos desembolsos por etapa

Nesta seção os custos descritos serão para a elaboração do manual, a realização do evento de lançamento do manual e a comercialização do manual. Os Orçamentos serão descritos em dois momentos: o primeiro diz respeito à definição do valor total de investimento para a criação e a comercialização on-line do manual. O segundo diz respeito à definição do valor total de investimento para a realização do evento, envolvendo a contratação dos recursos humanos, o *coffee break* e os materiais que serão utilizados.

O conteúdo escrito no manual é de responsabilidade da pesquisadora deste projeto e a elaboração do manual baseia-se em custos variáveis, onde são consideradas as horas que foram dedicadas para a criação do material pela pesquisadora e os custos fixos formados pelo custo do Designer que fará o design e a diagramação do manual.

Para os custos variáveis foram contabilizados os gastos com internet e luz, a despesa com água não foi contabilizada pois não foi uma despesa considerável levando em consideração que o projeto não envolve o gasto de água, mas sim somente o uso de internet para o levantamento de informações e luz, para o funcionamento do equipamento de busca e registro.

O cálculo realizado para o levantamento dos gastos variáveis de internet e luz, é uma média entre o período de criação do projeto, que foi de 4 meses, com o valor mensal gasto pela pesquisadora. Soma-se o gasto mensal 4 vezes e o divide por 4. O resultado destes cálculos está disponível no QUADRO VI.

QUADRO VI – ORÇAMENTO DE GASTOS VARIÁVEIS PARA O MANUAL

ORÇAMENTO VARIÁVEL			
VARIÁVEL	GASTO MENSAL	PERÍODO DO GASTO	RESULTADO DA MÉDIA
Internet	R\$ 120,00	4 meses	R\$ 120,00
Luz	R\$ 100,00	4 meses	R\$ 100,00
TOTAL			R\$ 320,00

Fonte: A autora, 2023.

Para o cálculo dos custos fixos, como comentado, será considerado o custo com o Designer, que será contratado para fazer o design e a diagramação do manual, e o custo estimado para 6 meses de trabalho do turismólogo, sendo o valor pago por mês de R\$ 1.715,00 segundo Convenção Coletiva de Trabalho 2023/2024, como demonstrado abaixo no QUADRO VII:

QUADRO VII - ORÇAMENTO DE GASTOS FIXOS PARA O MANUAL

ORÇAMENTO FIXO		
EMPRESA/PROFISSIONAL	DESCRIÇÃO	PREÇO
Designer	Design do manual com até 48 páginas R\$950,00	R\$950,00
Designer	Diagramação, R\$ 10,00 por página (24 páginas)	R\$ 240,00
Turismólogo	Planejamento, organização e criação do conteúdo do manual em 6 meses de trabalho.	R\$ 10.290,00
TOTAL		R\$ 11.480,00

FONTE: A autora, 2023.

A aquisição será feita somente on-line no formato de e-book no site de venda da Amazon, o público-alvo neste primeiro momento serão as agências de viagens de todo o território nacional, o público-alvo também serão atuais e futuros agentes de viagens.

A divulgação do manual será feita pelo evento de lançamento proposto e sugere-se que ocorra a proposta de parceria com a ABAV, para a divulgação em suas redes sociais assim tendo um maior alcance ao público.

O investimento inicial voltado para a criação do manual será de R\$ 320,00 como gasto variável e R\$11.480 como gasto fixo, totalizando R\$ 11.800,00 conforme apresentado no QUADRO VIII.

QUADRO VIII - ORÇAMENTO TOTAL DE GASTOS VARIÁVEIS E FIXOS PARA O MANUAL

TOTAL DO ORÇAMENTO	
GASTO	PREÇO
Gastos variáveis	R\$ 320,00
Gastos fixos	R\$11.480,00
TOTAL	R\$ 11.800,00

FONTE: A autora, 2023.

Para a comercialização no site da Amazon a cada venda realizada será cobrado R\$2,00 de taxa do portal de vendas + 15% de comissão sob o valor da venda.

A quantia destinada para a realização do evento envolverá somente as despesas fixas, pois como sugerido o evento acontecerá dentro da Universidade em dias de semana, período que é possível utilizar os serviços de Vigilância e de Limpeza da Universidade. Sendo assim, fica acordado que os custos para despesas variáveis têm o apoio da Universidade, ou seja, a Universidade é quem vai cobrir este valor e ele não será mensurado.

Para chegar ao valor do pagamento da diária do Turismólogo foi calculado o valor da sua hora trabalhada, considerando a média salarial de R\$2.500,00, este valor dividido por 160h trabalhadas dá o valor por hora de R\$ 15,62 totalizando para 8h e meia trabalhadas, R\$ 132,77. Será somado a este valor um auxílio para refeição no dia de R\$25,00, por fim a remuneração do turismólogo será de R\$157,77.

Para os *coffee breaks* recomenda-se que busque parceria com o SEBRAE para a oferta do serviço, caso contrário o investimento por *coffee break* será de R\$2.532,00, para 150 pessoas, com 300ml de suco por pessoa, 6 unidades de salgado frito por pessoa, 1 mini sonho, 1 mini carolina, um copo e um guardanapo por pessoa e frete totalizando assim, para os dois *coffee breaks* o valor de R\$5.064,00.

A média salarial para o cargo de recepcionista é de R\$ 1.700,00 para trabalharem 160 horas no mês o que dá R\$ 10,62 por hora, totalizando para trabalharem por 9 horas R\$ 95,58. A contratação será feita por diária e cada um receberá auxílio para refeição no dia de R\$ 25,00, totalizando a remuneração de R\$ 120,58 para cada recepcionista no dia trabalhado. Para as 4 recepcionistas o investimento dedicado será de R\$ 482,32.

A contratação do técnico também será realizada por diária, a média salarial deste profissional é de R\$ 3.200,00, que quando dividido por 160 horas trabalhadas dá o valor da hora como R\$ 20,00. Por fim com o auxílio alimentação do dia e com 9h trabalhadas o técnico irá receber R\$ 205,00 pelo dia trabalhado no evento.

A carga horária de cada profissional será de: 9h para as recepcionistas e o técnico, 8h para o turismólogo e os palestrantes ficarão somente no período da manhã ou no período da tarde referente à sua palestra, ficando o convite para que fiquem o evento todo como espectadores.

A arte dos crachás entregues ao público, será desenvolvida pelo Designer que tem o custo de R\$ 55,99, uma ideia geral dele está disposta na IMAGEM II, a impressão será realizada pela gráfica e o custo da impressão com a entrega será de R\$ 182,99 considerando 150 crachás. Ao todo o valor dedicado aos crachás será de R\$ 238,98.

FIGURA III – CRACHÁ PARA O PÚBLICO DO EVENTO



FONTE: A autora, 2023.

A despesa total dedicada para a realização do evento está disposta no descritas no QUADRO IX.

QUADRO IX - ORÇAMENTO FIXO PARA O EVENTO

ORÇAMENTO FIXO		
EMPRESA/PROFISSIONAL	DESCRIÇÃO	PREÇO
Turismólogo	Palestrante 1	R\$157,77
Crachás	Impressão de 150 crachás para a identificação: coloridos, com dois furos, impressão somente na frente, em formato: A6 (10,5 x 14,8 cm), com cordão preto (sem a montagem, que será feita pelas recepcionistas antes do início do evento) e com a entrega no local do evento no valor de R\$ 22,37. Adiciona-se o Designer para a elaboração e diagramação do crachá no valor de R\$55,99.	R\$238,98
Coffee break período manhã	300ml de suco por pessoa, 6 unidades de salgado frito por pessoa, 1 mini sonho, 1 mini carolina. Para 150 pessoas com um copo e um guardanapo por pessoa. Valor por pessoa de R\$16,70, totalizando R\$2505,00 mais frete de R\$27,00.	R\$ 2.532,00
Coffee break período tarde	300ml de suco por pessoa, 6 unidades de salgado frito por pessoa, 1 mini sonho, 1 mini carolina. Para 150 pessoas com um copo e um guardanapo por pessoa. Valor por pessoa de R\$16,70, totalizando R\$2505,00 mais frete de R\$27,00.	R\$ 2.532,00
Recepcionista	4 Recepcionistas	R\$ 482,32
Técnico	Técnico de multimídia	R\$ 205,00
TOTAL		R\$ 6.148,07

FONTE: A autora, 2023.

Por fim, o orçamento total para a realização do projeto, com os custos variáveis e fixos do manual e os custos fixos do evento foi calculado em R\$ 17.948,07 como demonstrado no QUADRO X.

QUADRO X - ORÇAMENTO TOTAL PARA O PROJETO.

ORÇAMENTO TOTAL PARA O PROJETO	
GASTOS DO PROJETO	PREÇO
Gastos Variáveis – Manual	R\$ 320,00
Gastos Fixos – Manual	R\$11.480,00
Gastos Fixos - Evento	R\$ 6.148,07
TOTAL	R\$ 17.948,07

FONTE: A autora, 2023.

5. 2. 4 Avaliação do retorno do investimento

O Manual será vendido somente no portal de vendas Amazon, por meio de busca realizada no portal o preço de mercado dos manuais fica em torno de R\$ 40,00 e R\$ 100,00 desta forma o valor proposto para a venda do manual será de R\$ 72,00 para que seu valor seja atrativo ao público.

Em cada venda o portal irá descontar R\$ 12,80, sendo R\$ 2,00 de taxa + R\$ 10,80 (15% de comissão), logo o valor final arrecadado será de R\$ 59,20.

Para que ocorra o retorno do investimento de R\$ 17.948,07 será necessária a venda de 304 e-books do manual, como demonstrado no QUADRO XI, cada um com o retorno de R\$ 59,20, o que vai totalizar R\$ 17.996,80. Espera-se que para tanto, com o incentivo da ABAV em divulgação do material e de demais instituições parceiras na divulgação, sejam vendidos por mês 15 manuais e dentro de 21 meses/ 1 ano e 9 meses, haverá o retorno de 100% do investimento feito, sendo que no último mês foi considerada a venda de 4 *e-books*.

QUADRO XI – RETORNO DO INVESTIMENTO.

ESTIMATIVA DE RETORNO DO INVESTIMENTO		
MÊS	VENDAS POR MÊS	VALOR ARRECADADO
Janeiro	15	R\$ 888,00
Fevereiro	15	R\$ 888,00
Março	15	R\$ 888,00
Abri	15	R\$ 888,00
Maio	15	R\$ 888,00
Junho	15	R\$ 888,00
Julho	15	R\$ 888,00
Agosto	15	R\$ 888,00
Setembro	15	R\$ 888,00
Outubro	15	R\$ 888,00
Novembro	15	R\$ 888,00
Dezembro	15	R\$ 888,00
1 ANO		
Janeiro	15	R\$ 888,00
Fevereiro	15	R\$ 888,00
Março	15	R\$ 888,00
Abri	15	R\$ 888,00
Maio	15	R\$ 888,00
Junho	15	R\$ 888,00
Julho	15	R\$ 888,00
Agosto	15	R\$ 888,00
Setembro	4	R\$ 236,80
TOTAL ARRECADADO		R\$ 7.596,00

Fonte: A autora, 2023.

6 MANUAL

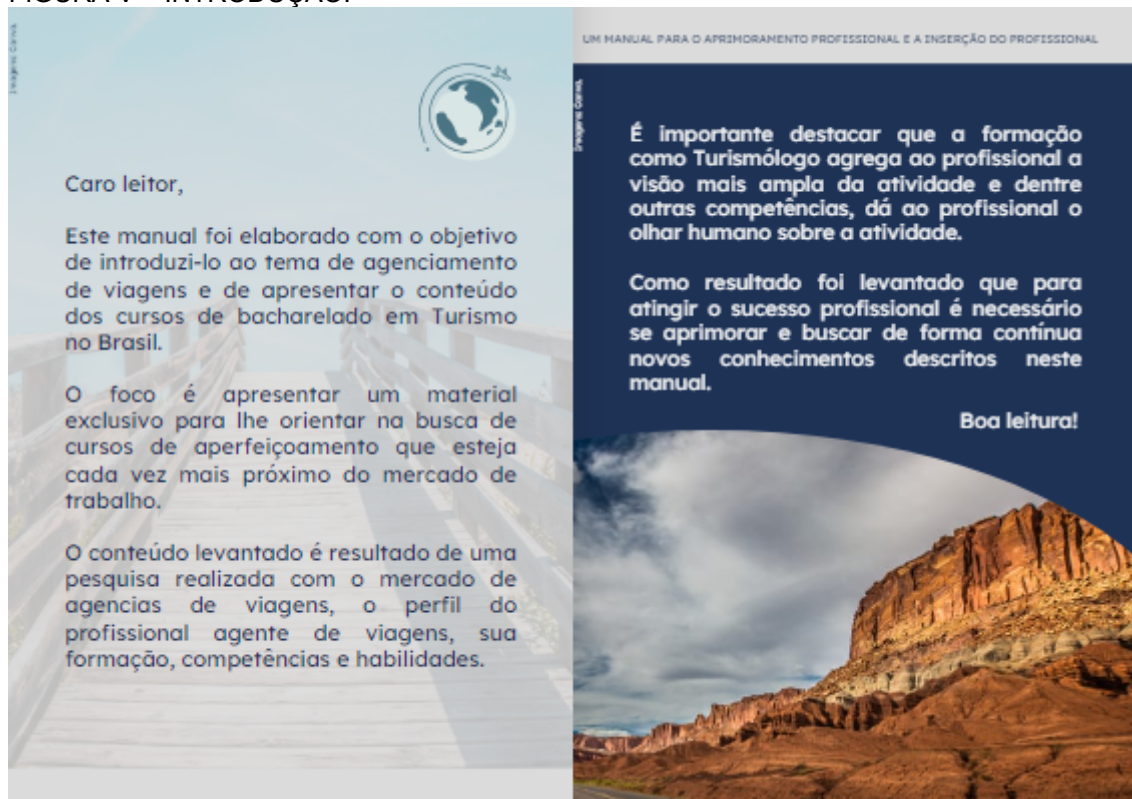
Importante composição do projeto, o manual, será apresentado nesta seção e aborda os tópicos que foram citados anteriormente.

FIGURA IV – CAPA DO MANUAL.



FONTE: A autora, 2023.

FIGURA V – INTRODUÇÃO.



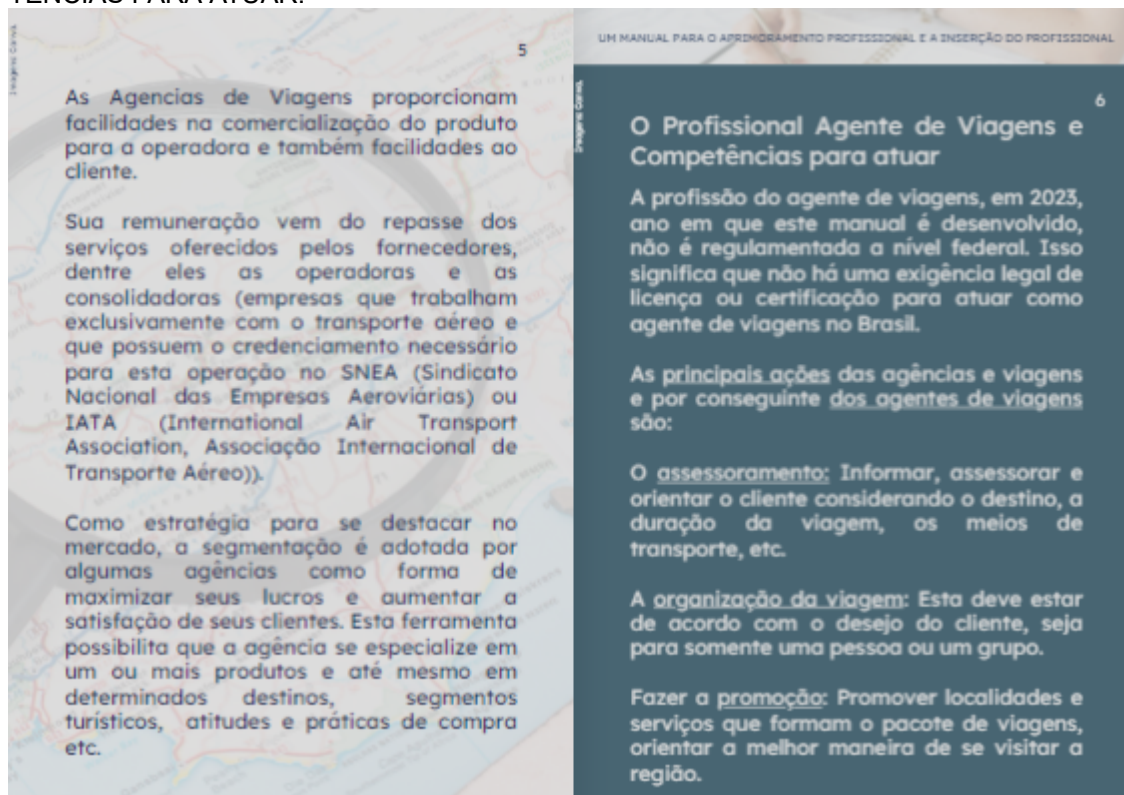
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA VI – O TURISMO E AS AGÊNCIAS DE VIAGENS.



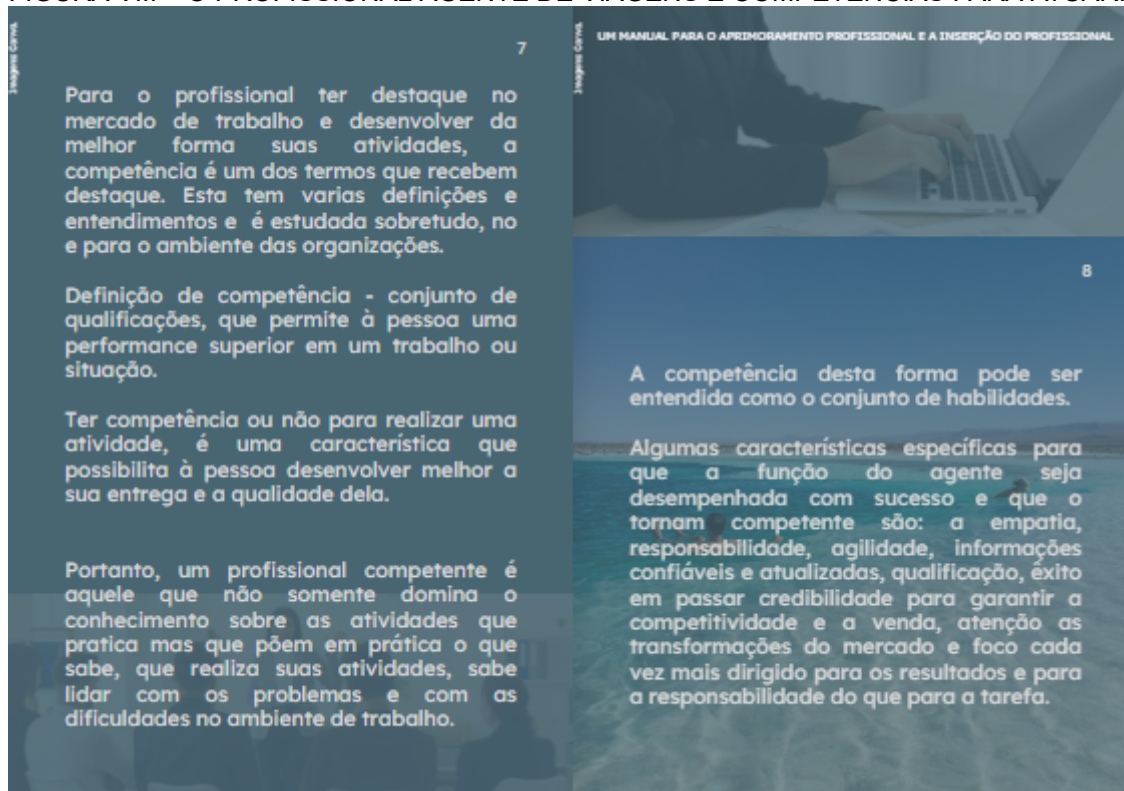
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA VII –AS AGÊNCIAS DE VIAGENS, O PROFISSIONAL AGENTE DE VIAGENS E COMPE-
TÊNCIAS PARA ATUAR.



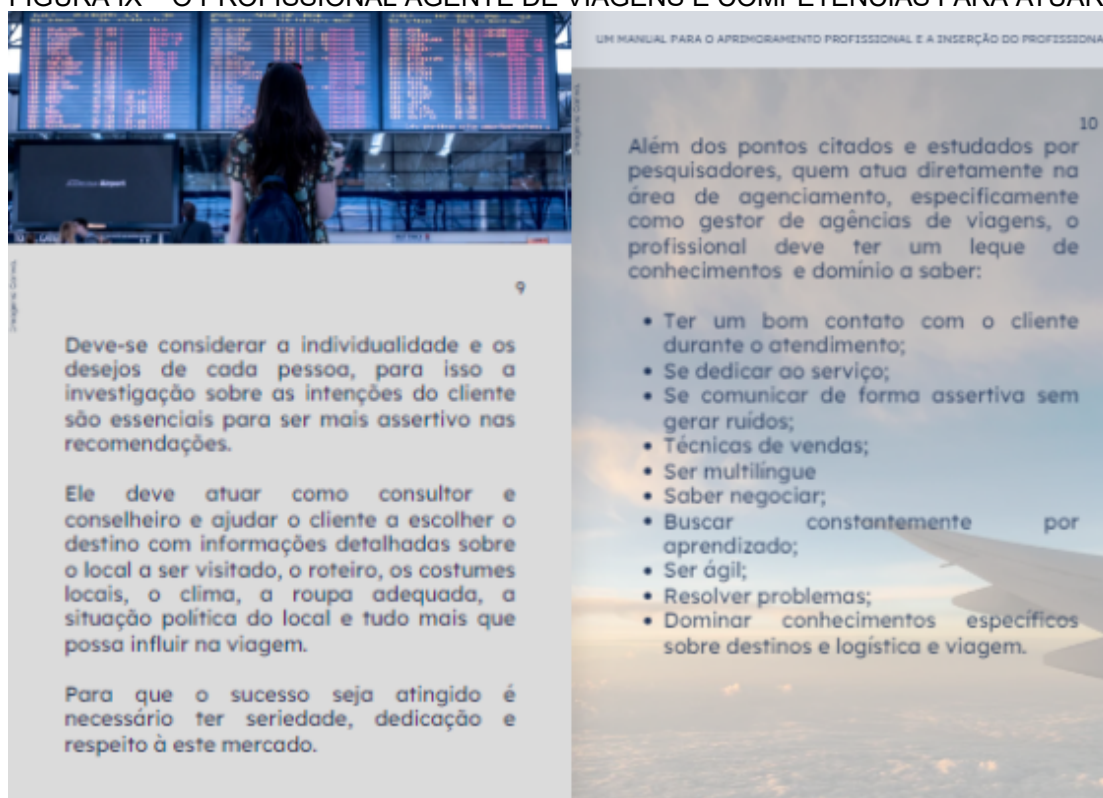
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA VIII – O PROFISSIONAL AGENTE DE VIAGENS E COMPETÊNCIAS PARA ATUAR.



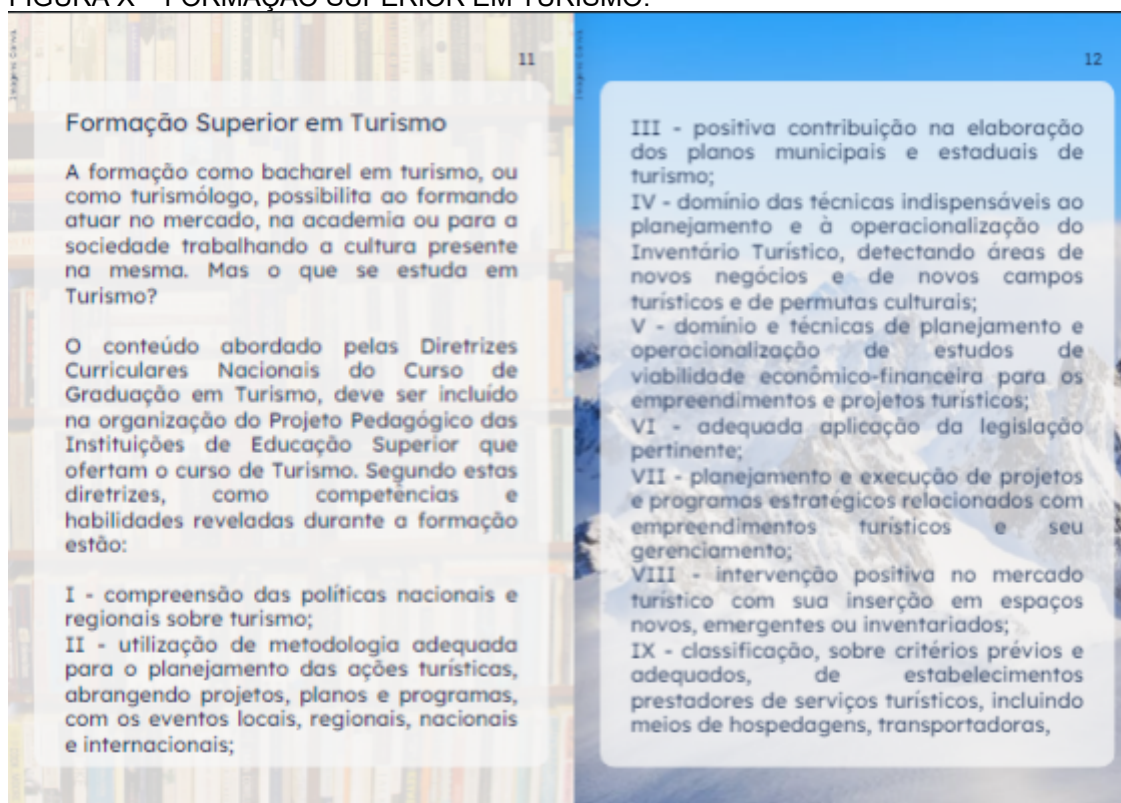
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA IX – O PROFISSIONAL AGENTE DE VIAGENS E COMPETÊNCIAS PARA ATUAR.



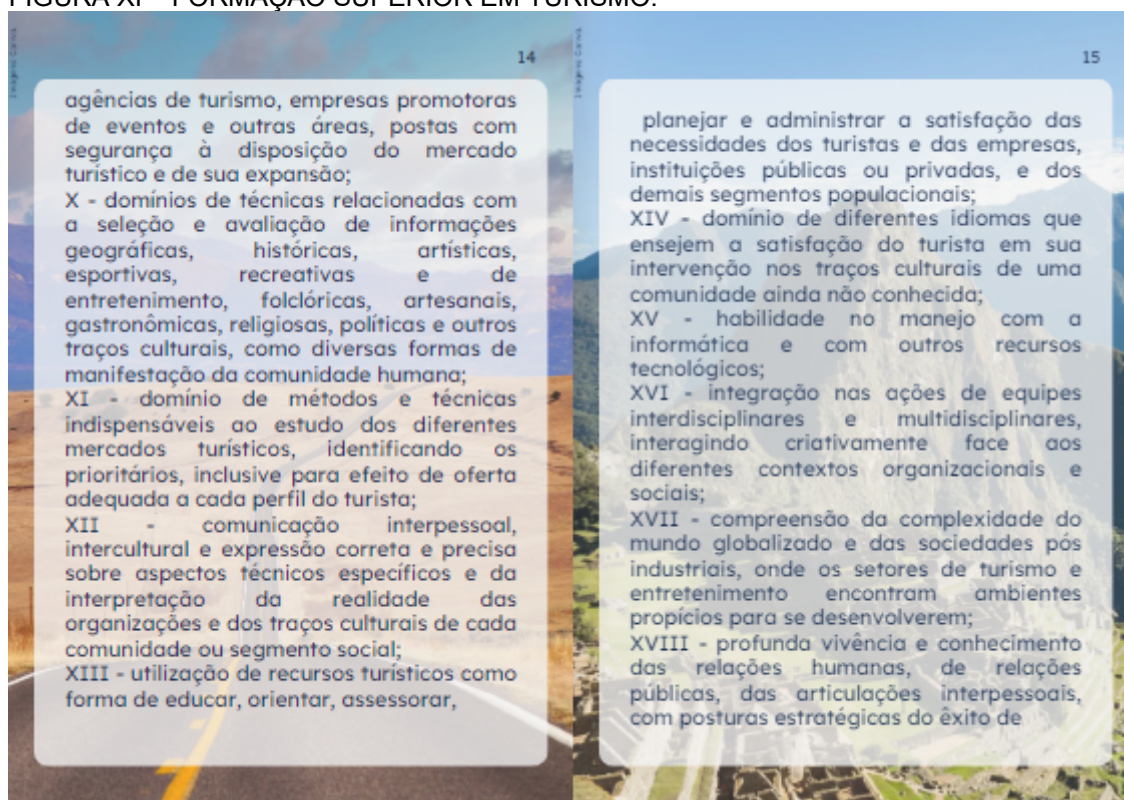
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA X – FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO.



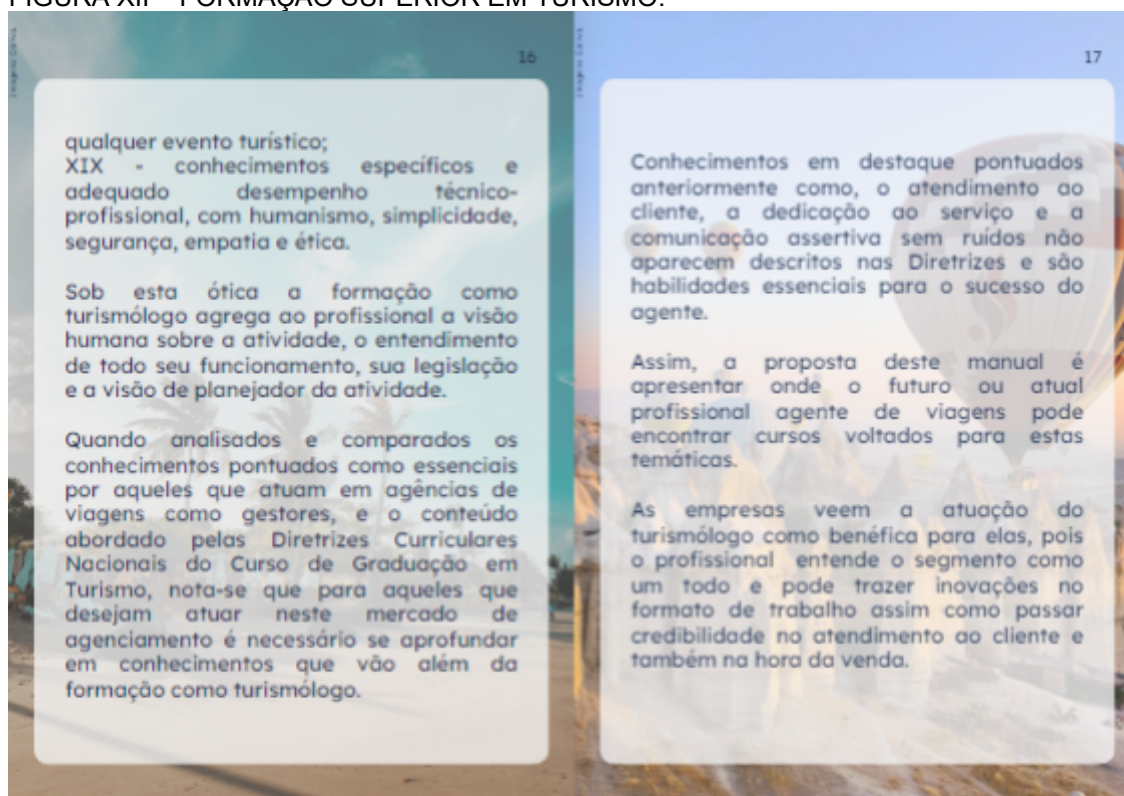
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA XI – FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO.



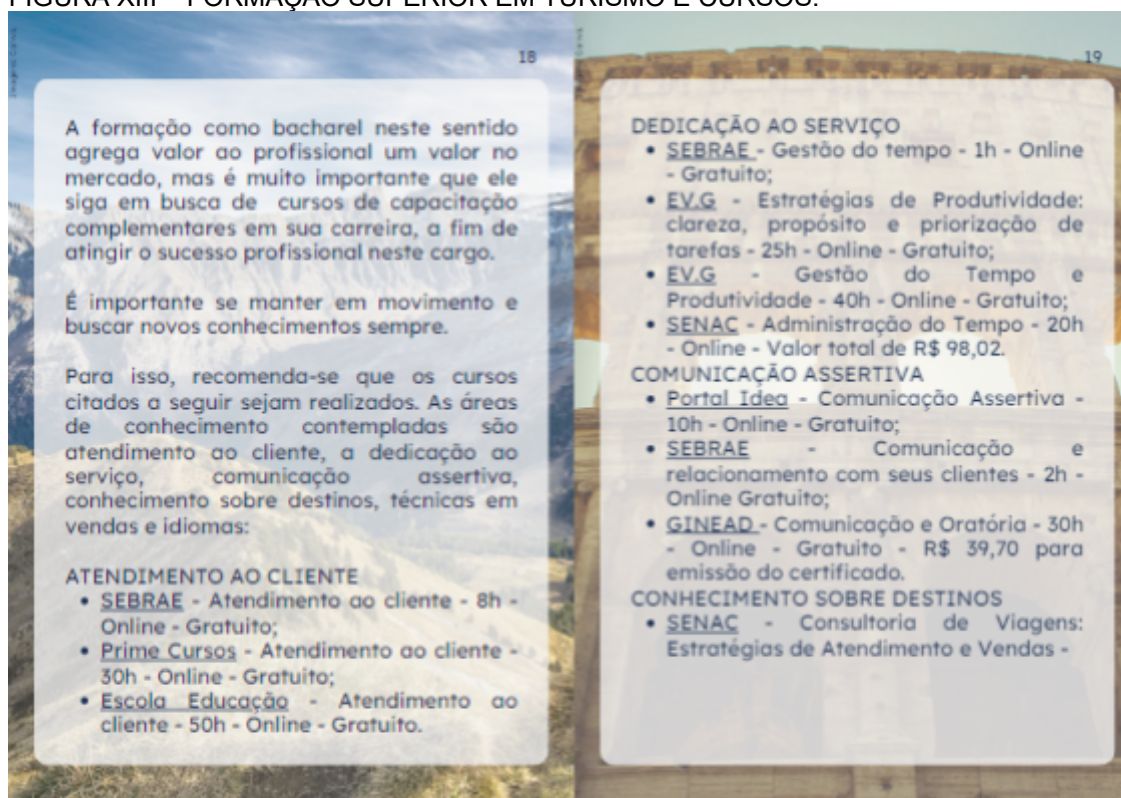
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA XII – FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO.



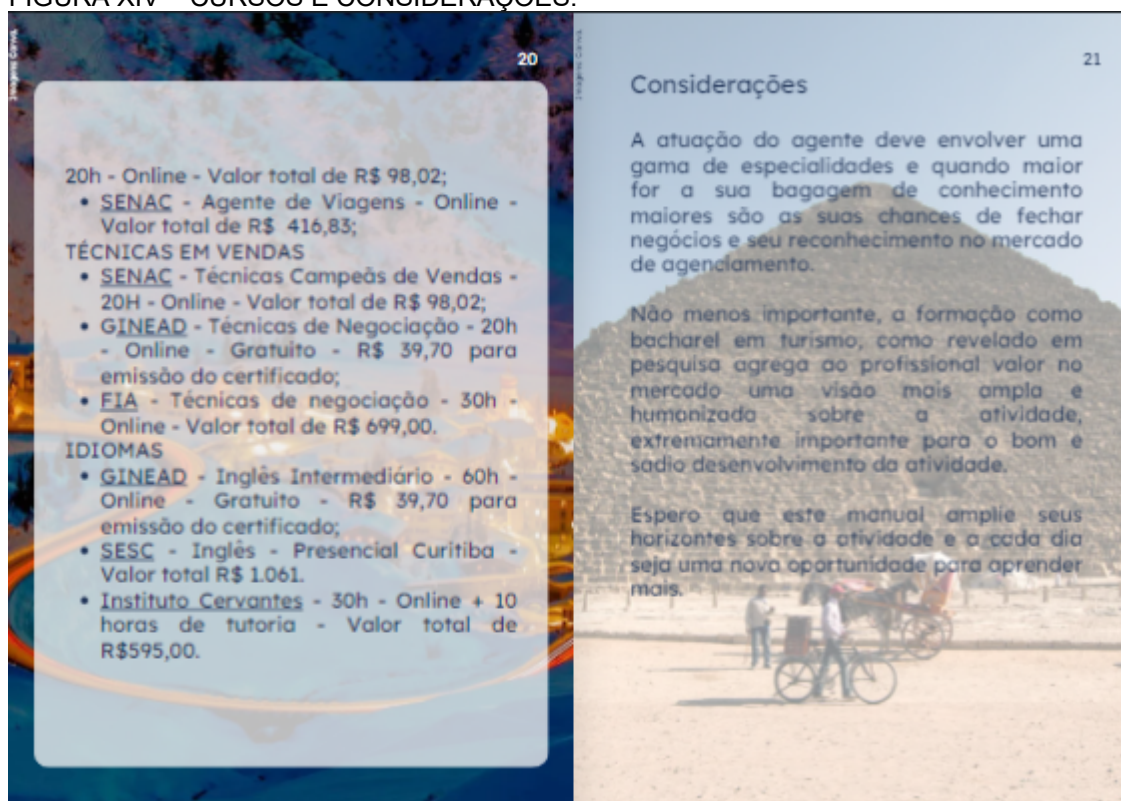
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA XIII – FORMAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO E CURSOS.



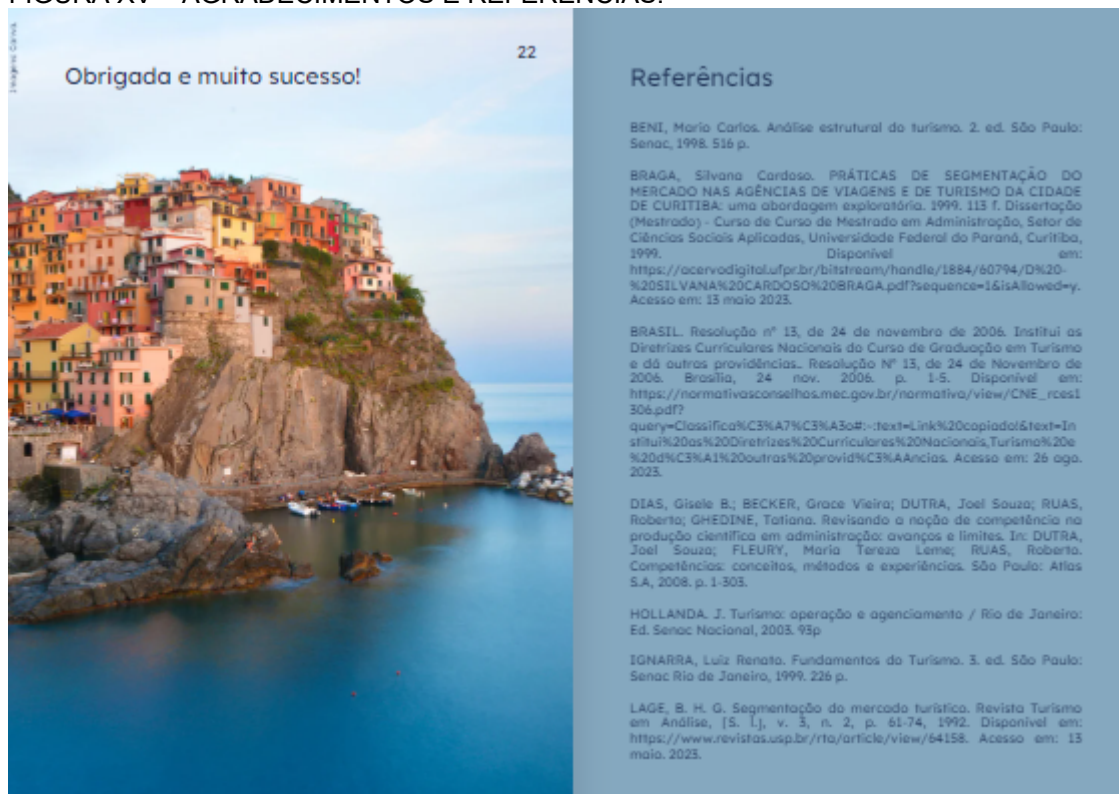
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA XIV – CURSOS E CONSIDERAÇÕES.



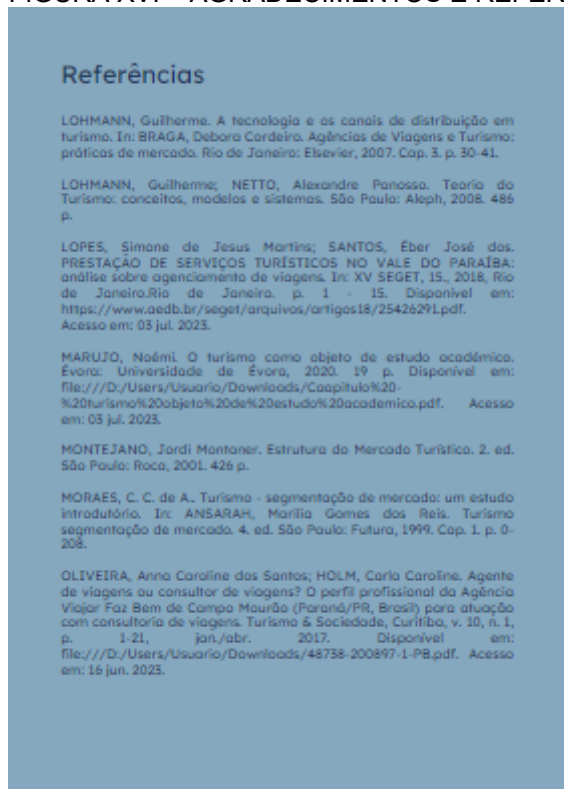
FONTE: A autora, 2023.

FIGURA XV – AGRADECIMENTOS E REFERÊNCIAS.



FONTE: A autora, 2023.

FIGURA XVI – AGRADECIMENTOS E REFERÊNCIAS.



FONTE: A autora, 2023.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa se voltou a entender como é a relação entre o mercado de agenciamento de viagens em Curitiba e os turismólogos, como o mercado vê estes profissionais e se ele está presente ou não nas agências de viagens.

Constatou-se pela pesquisa que conhecer mais afundo destinos, saber como buscar informações para criar roteiros e se atentar a comunicação são habilidades levantadas pelos gerentes como relevantes para a atuação do agente, e ao mesmo tempo são habilidades abordadas durante a formação. Isso mostra que o profissional formado em turismo pode atuar no mercado de agências de viagens até mesmo porque, como revelaram as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo, a formação tem uma abordagem completa sobre o turismo.

A pesquisa também revelou que as agências, mais especificamente os gerentes, veem a atuação do bacharel como benéfica para a empresa, por outro lado, para metade dos gerentes entrevistados a formação não é importante para o agente, entende-se que para eles a formação é um diferencial, mas não algo essencial para a atuação.

Este projeto explorou a presença do bacharel nas agências de viagens e quais habilidades são essenciais para a atuação do profissional segundo os gerentes, que tem um posicionamento crítico em relação ao desempenho dos funcionários da empresa. Buscou-se assim, verificar quais destas habilidades aparecem ou não nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo.

Foi revelado que o bacharel está presente como maioria nas agências em Curitiba e que, para o bacharel realizar suas funções com maestria e ter um posicionamento competitivo e de qualidade no momento de fechar negócios, é importante que ele esteja sempre em busca de novos conhecimentos para além da formação, como cursos complementares que abordam temas como: atendimento ao cliente, dedicação ao serviço, comunicação assertiva, conhecimento sobre destinos, técnicas em vendas e idiomas.

A formação superior em turismo amplia o conhecimento do profissional e possibilita a ele o olhar crítico e humanizado sobre a atividade. A presença de pessoas com formação superior em turismo, atuando em agências de viagens agrega à atividade com relação ao desenvolvimento, profissionalização do setor e inovações no formato de trabalho.

As suposições levantadas inicialmente que orientaram o olhar da pesquisa foram confirmadas e estão descritas e justificadas abaixo:

- O mercado de trabalho para agentes de viagens em Curitiba - PR, exige outras habilidades dos profissionais, não relacionadas à formação superior em turismo a exemplo das técnicas de vendas, conhecimentos específicos sobre destinos e atendimento ao cliente.
- Profissionais de outras áreas, muitas vezes não relacionadas ao turismo, atuam neste mercado, como foi revelado pela pesquisa estão presentes profissionais formados, somente como exemplo, em áreas como: Direito, Economia, Turismo e Hotelaria e Design Gráfico.
- Os conteúdos do curso superior em turismo são importantes para a atuação do agente de viagens pois como apresentado no marco teórico por Braga (2007) apesar do agenciamento de viagens parecer meramente operacional, com a presença de profissionais com formação técnica para realizar somente a comercialização dos serviços e produtos, estes têm a função de desempenhar o desenvolvimento da atividade, logo deveriam contar com especialistas da área de planejamento e organização do turismo.
- A formação superior é um diferencial para o profissional turismólogo, que tem visão crítica sobre a atividade e pode, além de almejar o lucro para a empresa, oferecer a melhor experiência para seus clientes pois ele pode planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas como é citado na alínea XII do artigo 4 das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo.

Por fim, sugere-se que o agente de viagens já atuante se mantenha em busca de novos conhecimentos e o turismólogo formado ou que está se formando vá em busca dos cursos levantados pelo manual proposto pois irá complementar sua atuação no agenciamento de viagens.

Para futuras pesquisas um tema que pode ser investigado é a visão de turismólogos que atuam como agentes de viagens para entender suas principais dificuldades ao se inserirem neste mercado e assim possivelmente abranger o leque de cursos indicados para a melhor atuação do turismólogo.

REFERÊNCIAS

- ABAV. **Associe-se à ABAV**. 2023. Disponível em: <https://abav.com.br/>. Acesso em: 12 nov. 2023.
- ABAV. **Histórico**. 2016. Disponível em: <http://www.abav.com.br/sobre-a-abav/historico>. Acesso em: 15 jun. 2023.
- ABAV. **Vantagens do Associado**. 2016. Disponível em: <http://www.abav.com.br/as-sociados-abav/vantagens-do-associado>. Acesso em: 15 jun. 2023.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas S.A, 1993. 140 p.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia de trabalho científico**. 10. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2010. 158 p.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Formação e Capacitação do Profissional em Turismo e Hotelaria**: reflexões e cadastro das instituições educacionais do brasil. São Paulo: Aleph, 2002. 206 p.
- ARENDIT, Ednilson José. **Introdução à economia do turismo**. 2. ed. Campinas - Sp: Alínea, 2000. 142 p.
- Associação Brasileira de Agências de Viagens. **Missão, Valores e Visão**. 2016. Disponível em: <http://www.abav.com.br/pr/sobre-a-abav/missao,-valores-e-visao>. Acesso em: 10 junho 2023.
- BARRETTO, Margarita. **Cultura e Turismo**: discussões contemporâneas. Campinas, Sp: Papirus Editora, 2007. 175 p.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 2. ed. São Paulo: Senac, 1998. 516 p.
- BISSOLI, Angela Marques Ambrizi. **Estágio em turismo e hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2002. 220 p.
- BRAGA, Debora Cordeiro. Discussão conceitual e tipologias das agências de turismo. In: BRAGA, Debora Cordeiro. **Agências de Viagens e Turismo**: práticas de mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. Cap. 2. p. 1-265.
- BRAGA, Silvana Cardoso. **PRÁTICAS DE SEGMENTAÇÃO DO MERCADO NAS AGÊNCIAS DE VIAGENS E DE TURISMO DA CIDADE DE CURITIBA**: uma abordagem exploratória. 1999. 113 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 1999. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/60794/D%20-%20SILVANA%20CARDOSO%20BRAGA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 13 maio 2023.

BRANDÃO, Hugo Pena; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo. CCAUSAS E EFEITOS DA EXPRESSÃO DE COMPETÊNCIAS NO TRABALHO: para entender melhor a noção de competência. **Revista de Administração Mackenzie**, Brasília, v. 8, n. 3, p. 32-50, out. 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/KCphK-Pr9T8LMb4pJDFSsgLS/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 06 jul. 2023.

BRASIL. Decreto nº 6.705, de 19 de dezembro de 2008. Dispõe sobre o Conselho Nacional de Turismo e dá outras providências.. **Decreto Nº 6.705 , de 19 de Dezembro de 2008.**. Brasília, 19 dez. 2008. p. 1-3. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/composicao/conselho-nacional-de-turismo/decreto_6705_regulamenta_conselho_nacional_turismmo-1.pdf. Acesso em: 15 jun. 2023.

BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.. **Lei Nº 9.394, de 20 de Dezembro de 1996.** Brasília, 20 dez. 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm#:~:text=L9394&text=Estabelece%20as%20diretrizes%20e%20bases%20da%20educa%C3%A7%C3%A3o%20nacional.&text=Art.%201%C2%BA%20A%20educa%C3%A7%C3%A3o%20abrang%20e%20nas%20manifesta%C3%A7%C3%B5es%20culturais. Acesso em: 26 ago. 2023.

BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em 15 jun. 2023.

BRASIL. Lei nº 12.591, de 2012. Reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício.. **Lei Nº 12.591, de 18 de Janeiro de 2012.** Brasília, 18 jan. 2012. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12591.htm. Acesso em: 12 nov. 2023.

BRASIL. Portaria nº 21, de 21 de dezembro de 2017. **Portaria Nº 21, de 21 de Dezembro de 2017.** 145. ed. Seção 1. Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/1284644/do1-2017-12-22-portaria-n-21-de-21-de-dezembro-de-2017-1284640-1284640. Acesso em: 26 ago. 2023.

BRASIL. Resolução nº 13, de 24 de novembro de 2006. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo e dá outras providências.. **Resolução Nº 13, de 24 de Novembro de 2006.** Brasília, 24 nov. 2006. p. 1-5. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_rces1306.pdf?query=Classifica%C3%A7%C3%A3o#:~:text=Link%20copiado!&text=Institui%20as%20Diretrizes%20Curriculares%20Nacionais,Turismo%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs. Acesso em: 26 ago. 2023.

BRAZTOA. **BRAZTOA.** 2023. Disponível em: <https://www.braztoa.com.br/>. Acesso em: 15 jun. 2023.

BRIDI, Guilherme. **FORMAÇÃO E ATUAÇÃO DO TURISMÓLOGO NO CENÁRIO DAS AGÊNCIAS DE TURISMO:** contrapondo competências. 2010. 150 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul,

2010. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/729/Dissertacao%20Guilherme%20Bridi.pdf?sequence=1>. Acesso em: 19 ago. 2023.

CADASTUR. **Dúvidas Frequentes**. 2023. Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/duvidas-frequentes/inicio>. Acesso em: 06 jul. 2023.

CANFIELD, George de Salles. **LIFELONG LEARNING E O DESENVOLVIMENTO DE SOFT SKILLS**: um estudo da aplicação destes conceitos no ensino superior. 2021. 93 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ensino de Humanidades e Linguagens, Universidade Franciscana, Santa Maria, 2021. Disponível em: file:///C:/Users/Isabela/Downloads/DISSERTA%C3%87%C3%83O_GEORGE_CANFIELD_UFN_2021.pdf. Acesso em: 10 out. 2023.

DIAS, Gisele B.; BECKER, Grace Vieira; DUTRA, Joel Souza; RUAS, Roberto; GHE-DINE, Tatiana. Revisando a noção de competência na produção científica em administração: avanços e limites. In: DUTRA, Joel Souza; FLEURY, Maria Tereza Leme; RUAS, Roberto. **Competências**: conceitos, métodos e experiências. São Paulo: Atlas S.A, 2008. p. 1-303.

DIAS, Reinaldo; PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de Hotelaria e Turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. 282 p.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no brasil. São Paulo: Atlas, 2003. 226 p.

DEFFUNE, Deisi; DEPRESBITERIS, Léa. Competências, habilidades e currículos da educação profissional: crônicas e reflexões. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.

EMBRATUR. **A nossa história**. 2021. Disponível em: <https://embratur.com.br/historia/>. Acesso em: 15 jun. 2023.

EMBRATUR. **Plano Estratégico 2021-2023**. Brasília: EMBRATUR, 2021.

EMBRATUR. **Quem somos**. 2021. Disponível em: <https://embratur.com.br/missao/>. Acesso em: 15 jun. 2023.

E-MEC. **Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior Cadastro e-MEC**. 2023. Disponível em: <https://emec.mec.gov.br/>. Acesso em: 26 ago. 2023.

FLEURY, Maria Tereza Leme; FLEURY, Afonso Carlos Correa. ALINHANDO ESTRATÉGIA E COMPETÊNCIAS. **Rae**, São Paulo, v. 44, n. 1, p. 44-57, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/5HNLjGFZ7nxX5PLYhBKvMWg/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 nov. 2023.

HOLLANDA. J. **Turismo**: operação e agenciamento / Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2003. 93p.

INDEED. **Dado: mais de 300 milhões de visitantes únicos mensais no Indeed Fonte: dados internos do Indeed, de abril a setembro de 2022**. 2023. Disponível em: <https://br.indeed.com/about/methodology>. Acesso em: 18 jun. 2023.

INDEED. **Sobre Nós**. 2023. Disponível em: <https://br.indeed.com/conselho-de-carreira/sobre-nos>. Acesso em: 18 jun. 2023.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 3. ed. São Paulo: Senac Rio de Janeiro, 1999. 226 p.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. 203 p.

JAFARI, J. La cientifizacion del turismo. Estudios y Perspectivas en Turismo, Buenos Aires, v.3, n.1, p.7-36, 1994.

JUINOR, Aldemar Silva Torres; BRAMBILLA, Adriana; VANZELLA, Edílio. Perfil dos gestores das agências de viagens em João Pessoa: relevância da sua atuação nas agências. **Revista Mangaio Acadêmico**, Paraíba, v. 2, n. 1, p. 43-51, jun. 2017. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58673491/Perfil_dos_gestores_das_agencias_de_viag_120190321-74880-1bgr9vn-li-bre.pdf?1553209077=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPerfil_dos_gestores_das_agencias_de_viag.pdf&Expires=1695265804&Signature=FmoUoruRC0YdFVSFzlh5-sCbArWRRikw1RavdFDBgiqL0iXy8-rdeFzAltbgx9aUylvSXGEYUys0I9tUWKPI303m7Ltg-NhB~9gLE5ZdRxY5FuuHMfE6p7irDbhisO2B4Wbw-6rdArnV527KJmtOvsAnFdzPPImFHgf-BfWD1gLh2ZQTGHjgk6YAXDQmZwfzeIHWNhH-SkhBtX9LT7q9il0txXqF~Uh97wG33e4dqsi-tiEw3UIYdCunoUCBh8pn3bg-YLluEyKpQM5Ar-Ni2~boODJNIB8cwImBtUWMX75MIVaA8CnwnBSXC097Zfyalo3JEBYtNVsmWh-fe3HcgTG1xRvHw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 20 set. 2023.

LAGE, B. H. G. **Segmentação do mercado turístico**. Revista Turismo em Análise, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 61-74, 1992. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/64158>. Acesso em: 13 maio. 2023.

LIMA, Manolita Correia. **Monografia: a engenharia da produção acadêmica**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. 244 p.

LINKEDIN. **Sobre o LinkedIn**. 2023. Disponível em: <https://about.linkedin.com/pt-br#:~:text=Bem%2Dvindo%20ao%20LinkedIn%2C%20a,em%20200%20pa%C3%ADses%20e%20territ%C3%B3rios.&text=Criar%20oportunidades%20econ%C3%B4micas%20para%20cada%20integrante%20da%20for%C3%A7a%20de%20trabalho%20global.&text=A%20miss%C3%A3o%20do%20LinkedIn%20%C3%A9,mais%20produtivos%20e%20bem%2Dsucedidos>. Acesso em: 18 jun. 2023.

LOHMANN, Guilherme; NETTO, Alexandre Panosso. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008. 486 p.

LOHMANN, Guilherme. A tecnologia e os canais de distribuição em turismo. In: BRAGA, Debora Cordeiro. **Agências de Viagens e Turismo**: práticas de mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. Cap. 3. p. 30-41.

LOPES, Simone de Jesus Martins; SANTOS, Éber José dos. **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS NO VALE DO PARAÍBA**: análise sobre agenciamento de viagens. In: XV SEGET, 15., 2018, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. p. 1 - 15. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos18/25426291.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2023.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2003. 310 p. Disponível em: <file:///D:/Users/Usuario/Downloads/LAKATOS%20-%20MARCONI%20-%20FUNDAMENTOS%20DE%20METODOLOGIA%20CIENTIFICA.pdf>. Acesso em: 15 maio 2023.

MARUJO, Noémi. **O turismo como objeto de estudo acadêmico**. Évora: Universidade de Évora, 2020. 19 p. Disponível em: <file:///D:/Users/Usuario/Downloads/Caapitulo%20-%20turismo%20objeto%20de%20estudo%20academico.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2023.

MELIM, Pedro. **Embratur fará parcerias com a TAP e agências de viagem de Portugal**: Agência participa da Feira Internacional de Lisboa para trazer mais turistas ao Brasil. Embratur, 2021. Disponível em: <https://embratur.com.br/2023/03/02/embratur-fara-parcerias-com-a-tap-e-agencias-de-viagem-de-portugal/>. Acesso em: 15 de junho, 2023.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **E-MEC**. 2023. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/e-mec>. Acesso em: 26 ago. 2023.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Institucional**. 2023. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=32681:apresentacao#:~:text=Desde%201930%2C%20o%20MEC%20busca,disputas%20de%20espa%C3%A7os%20e%20financiamentos>. Acesso em: 26 ago. 2023.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR. Resolução nº 13, de 24 de novembro de 2006. CADASTUR - Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/conecta/catalogo/apis/cadastur-cadastro-de-prestadores-de-servicos-turisticos>. Acesso em: 06 jul. 2023.. **Resolução Nº 13, de 24 de Novembro de 2006**: Resolução s/nº, de 28 de janeiro de 1971. Brasília, 28 nov. 2006. p. 1-5. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_rces1306.pdf?query=Classifica%C3%A7%C3%A3o#:~:text=Link%20copiado!&text=Institui%20as%20Diretrizes%20Curriculares%20Nacionais,Turismo%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs. Acesso em: 06 jul. 2023.

Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos. **CADASTUR - Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/conecta/catalogo/apis/cadastur-cadastro-de-prestadores-de-servicos-turisticos>. Acesso em: 06 jul. 2023.

Ministério do Turismo. **Com pandemia, Brasil registra em dois anos a chegada de 2,9 milhões de turistas internacionais**

. Portal Gov.br, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/com-pandemia-brasil-registra-em-dois-anos-a-chegada-de-2-9-milhoes-de-turistas-internacionais#:~:text=J%C3%A1%20em%202021%2C%20sob%20os,que%20o%20registrado%20em%202019>.

Ministério do Turismo. **Conselho Nacional de Turismo**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/composicao/conselho-nacional-de-turismo#:~:text=O%20Conselho%20Nacional%20de%20Turismo,projetos%20e%20atividades%20dela%20derivados>. Acesso em: 15 jun. 2023.

Ministério do Turismo. **Conselho Nacional de Turismo**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/composicao/conselho-nacional-de-turismo#:~:text=O%20Conselho%20Nacional%20de%20Turismo,projetos%20e%20atividades%20dela%20derivados>. Acesso em: 15 jun. 2023.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do Mercado Turístico**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2001. 426 p.

MORAES, C. C. de A.. Turismo - segmentação de mercado: um estudo introdutório. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo segmentação de mercado**. 4. ed. São Paulo: Futura, 1999. Cap. 1. p. 0-208.

NAKASHIMA, S. K.; CALVENTE, M. del C. M. H. **A História do Turismo**: epítome das mudanças. Turismo & Sociedade, Curitiba, v. 9, n. 2, p. 1-20, maio/ago. 2016. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/43151/30025>. Acesso em: 13 maio 2023.

OLIVEIRA, Anna Caroline dos Santos; 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 & Sociedade**, Curitiba, v. 10, n. 1, p. 1-21, jan./abr. 2017. Disponível em: <file:///D:/Users/Usuario/Downloads/48738-200897-1-PB.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2023.

Organização Mundial do Turismo. **Desenvolvimento de produto**. 2023. Disponível em: <https://www.unwto.org/tourism-development-products>. Acesso em: 01 jun. 2023.

Organização Mundial do Turismo. **Desenvolvimento sustentável**. 2023. Disponível em: <https://www.unwto.org/sustainable-development>. Acesso em: 03 jun. 2023.

Organização Mundial do Turismo (2019), **Destaques do Turismo Internacional**, Edição 2019, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>.

Organização Pan-Americana da Saúde. **Histórico da pandemia de COVID-19**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 26 maio 2023.

PAIVA, Kely César Martins de; ESTHER, Angelo Brigato; PIRES, Ana Carolina Rodrigues; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes. Milícias, Malícias e Delícias da Função Gerencia: o setor hoteleiro em foco. **Turismo em Análise**, [S.l.], v. 17, n. , p. 116-141, 0 jan. 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63759/66524>. Acesso em: 05 out. 2023.

PAZINI, R. **Gestão de agências de viagem**: orientações para você abrir e administrar o seu negócio. Curitiba: InterSaberes, 2014.

PEREIRA, Júlio Cesar Rodrigues. **Análise de dados qualitativos**: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2004. 156 p.

PETROCCHI, M; BONA, A. **Agências de turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2003.

PINHEIRO, Luiz Cláudio. **Projeto regulamenta profissão de agente de turismo**. Agência Câmara: Câmara dos Deputados, 13/11/2008. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/123720-projeto-regulamenta-profissao-de-agente-de-turismo/#:~:text=O%20Projeto%20de%20Lei%204078,comemorado%20em%2024%20de%20abril>. Acesso em: 15 de junho, 2023.

PORTELA, Raissa. **Regulamentação de profissões é tema frequente no legislativo**. Agência Senado: Senado Federal, 29/07/2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2022/07/regulamentacao-de-profissoes-e-tema-frequente-no-legislativo#:~:text=Em%20sua%20avalia%C3%A7%C3%A3o%2C%20regulamentar%20as,que%20por%20eles%20%C3%A9%20assistido> Acesso em: 15 de junho, 2023.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B.. **Metodologia de Pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006. 584 p.

Santos, S. S., & Lima, T. B. (2018). **A relação da tecnologia com o processo de recrutamento e seleção de pessoal a partir da visão de gestores de três hotéis de João Pessoa, Paraíba/PB, Brasil**. *Turismo & Sociedade*, 11(2), 217-235..

Santos, Marivan Tavares dos. **Fundamentos de turismo e hospitalidade**. – Manaus : Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010. 52 p. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/633/Fundamentos_de_Turismo_e_Hospitalidade_PB_capa_20110127_isbn.pdf?sequence=3&isAllowed=y. Acesso em: 03 jul. 2023.

SANTOS, Thais Bellenzier dos; SANTOS, Ana Clarissa Matte Zanardo dos. Competências são importantes para agentes de viagem? Um estudo exploratório em agências de Porto Alegre. **Revista Turismo - Visão e Ação**, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 29-50, abr. 2018. Disponível em: [file:///D:/Users/Usuario/Downloads/luiz50,+02%20\(1\).pdf](file:///D:/Users/Usuario/Downloads/luiz50,+02%20(1).pdf). Acesso em: 06 jul. 2023.

SILVA, Tatiana Amaral; KUSHANO, Elizabete Sayuri; ÁVILA, Marco Aurélio. Segmentação de mercado: uma abordagem sobre o turismo em diferentes faixas etárias. **Caderno Virtual de Turismo**, [S.l.], v. 8, n. 2, p. 105-114, 2008. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/viewFile/353/226>. Acesso em: 13 maio 2023.

TOMELIN, Carlos Alberto. **Mercado de Agências de Viagens e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2001. 142 p.

Universidade Federal do Paraná. **Salas & Auditórios**. 2023. Disponível em: <https://educacao.ufpr.br/servicos/salas-auditorios/#:~:text=O%20audit%C3%B3rio%20do%20Campus%20Rebou%C3%A7as,pode%20suportar%20at%C3%A9%20450%20lugares..> Acesso em: 29 nov. 2023.

VARGAS, Maria Amélia Vieira. **HÁ VAGAS**: estudo sobre os efeitos do uso de dispositivos virtuais de oferta e procura de emprego no mercado de trabalho. 2019. 101 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Escola de Humanidades, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/9020/2/Maria_Am%C3%A9lia_Vieira_Vargas_Dis.pdf. Acesso em: 18 junho 2023.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução à administração do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1977. 242 p.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Pesquisa**. 2. ed. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/Ufsc, 2011. 134 p. Disponível em: <https://www.atfcursosjuridicos.com.br/repositorio/material/3-leitura-extra-02.pdf>. Acesso em: 20 maio 2023.

APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO

Mercado de trabalho para agentes de viagens em Curitiba - PR: agenciamento e formação.

Olá, tudo bem?

Meu nome é Isabela, sou estudante de Turismo na UFPR - Universidade Federal do Paraná e estou trabalhando em um projeto que servirá para entender, a inserção de profissionais com formação superior em turismo no mercado de trabalho de agências de turismo, em Curitiba - PR.

As pessoas selecionadas para o estudo são agentes de viagens que trabalham nesta função em empresas de Curitiba.

Gostaria de pedir sua ajuda para que responda a algumas questões breves. Suas respostas serão confidenciais.

Peço que responda a este questionário com a maior sinceridade possível. Não existem respostas corretas nem incorretas.

* Leia cuidadosamente as instruções, pois existe uma questão de várias opções e também está incluída uma questão aberta que somente deve ser respondida caso o respondente tenha formação superior não relacionada à cadeia produtiva do turismo.

** Tempo aproximado de resposta: 4 minutos.

Compreendo que a minha participação é voluntária e que tenho o direito de recusar a participação. Estou ciente de que todas as informações fornecidas serão tratadas de forma sigilosa e protegidas contra acesso não autorizado, uso indevido, alteração ou divulgação não autorizada.

Este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido é válido a partir do momento em que aceito seus termos e permanecerá em vigor durante o período de utilização do formulário online.

☐ Sim

Mercado de trabalho para agentes de viagens em Curitiba - PR: agenciamento e formação.

Você atua como agente de viagens hoje? *

☐ Sim

☐ Não

Qual é o seu gênero? *

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Prefiro não dizer
- ☐ Outro: _____

Qual seu estado civil? *

- ☐ Solteiro
- ☐ Casado
- ☐ Outro: _____

Há quanto tempo você está trabalhando em agências de viagens em Curitiba? *

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ 1 a 3 anos
- ☐ 3 a 5 anos
- ☐ Mais de 5 anos

Qual é o seu nível de formação educacional? *

- ☐ Ensino Fundamental
- ☐ Ensino Médio
- ☐ Curso Técnico em andamento
- ☐ Curso Técnico completo
- ☐ Graduação em andamento
- ☐ Graduação completa
- ☐ Pós-graduação em andamento (especialização, mestrado, doutorado)
- ☐ Pós-graduação completa (especialização, mestrado, doutorado)

Se tem graduação completa ou incompleta, qual a modalidade? *

- ☐ Bacharelado
- ☐ Licenciatura
- ☐ Tecnólogo
- ☐ Não é o meu caso

Você possui formação superior (graduação ou pós) em Turismo ou em área relacionada à cadeia produtiva do turismo? *

As áreas relacionadas a cadeia produtiva do turismo são as seguintes: meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras turísticas, organizadoras de eventos, parques temáticos e acampamentos turísticos. (BRASIL, 2008)

- ☐ Sim, tenho formação superior relacionada à cadeia produtiva do turismo
- ☐ Não, tenho formação superior em outra área
- ☐ Não tenho formação superior

Se sim, em qual área relacionada à cadeia produtiva do turismo tem formação? *

- ☐ Formação em Turismo
- ☐ Meios de Hospedagem
- ☐ Agências de Turismo
- ☐ Transportadoras Turísticas
- ☐ Organizadoras de Eventos
- ☐ Parques Temáticos
- ☐ Acampamentos Turísticos
- ☐ Tenho formação superior em outra área / Não tenho formação superior

Se não, em qual área possui formação superior?

Sua resposta

Quais são as habilidades específicas que você acredita serem essenciais para se destacar como agente de viagens em Curitiba? *

- ☐ Conhecer o código de ética mundial do turismo
- ☐ Conhecimento aprofundado sobre a atividade, como efeitos negativos causados e ações para amenizá-los
- ☐ Se manter atualizado com as notícias mundiais e documentação exigida pelos destinos
- ☐ Conhecer órgãos e instituições do turismo (OMT, Ministério do Turismo, ABAV, BRAZTOA, EMBRATUR)
- ☐ Entender a relevância patrimonial e sustentável do turismo
- ☐ Comunicação assertiva
- ☐ Saber alfabeto fonético
- ☐ Conhecimento de tecnologias de pesquisa
- ☐ habilidades de negociações comerciais e técnicas de venda
- ☐ Elevado grau de empatia para manter relações positivas com os fornecedores
- ☐ Aptidão em visitas comerciais, divulgações e organizações de eventos
- ☐ Segundo idioma
- ☐ Organização e planejamento de roteiros turísticos
- ☐ Ter conhecimento sobre os demais serviços presentes na cadeia produtiva do turismo (meios de hospedagem, transportes, alimentos & bebidas....)
- ☐ Saber o histórico da atividade turística no mundo
- ☐ Saber aspectos sociológicos do lazer e do turismo
- ☐ Se manter atualizado com os impactos gerados pela atividade, crescimento ou estagnação
- ☐ Conhecimento em gestão de processos
- ☐ Capacidade de resolução de problemas e de improvisar para lidar com imprevistos
- ☐ Fazer um bom atendimento ao cliente: ser cortês, amigável, paciente e proativo
- ☐ Conhecer a legislação brasileira do turismo (Lei nº 11.771 e Lei nº 12.974)
- ☐ Conhecimento geral de informática (sistemas para a emissão de passagens aéreas, alimentação de CRMs, ERP e outras plataformas)

Na sua percepção, em uma escala de 1 a 5, a importância da formação superior em Turismo para a atuação como agente de viagens em Curitiba é:

1 2 3 4 5

Sem importância ○ ○ ○ ○ ○ Muito importante

APÊNDICE II - ROTEIRO DE ENTREVISTA

Nome:

Data:

Cargo:

Há quanto tempo você está nesse cargo?:

Qual a sua experiência em turismo?:

Este estudo busca entender a relação entre a formação superior em turismo e o agenciamento, a visão do mercado sobre a formação e a inserção do profissional no agenciamento.

As pessoas selecionadas para esta entrevista são gerentes de agências de viagens. Gostaria de agradecer inicialmente a sua ajuda em compartilhar as respostas, elas serão confidenciais e anônimas.

1. Quais habilidades você considera essenciais para o profissional atuar como agente de viagens? Porque?
2. Você acredita que a formação superior em turismo é importante para a atuação do agente? Porque?
3. Na sua opinião, um agente de viagens formado em turismo, beneficia a agência na sua atuação? Se sim, como?
4. Do seu ponto de vista, o que faz um agente de viagens se diferenciar no mercado?
5. Quais são os principais objetivos ou focos que o agente deve ter no seu trabalho?

APÊNDICE III - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA A ENTREVISTA

Mercado de trabalho para agentes de viagens em Curitiba - PR: agenciamento e formação.

Olá, tudo bem?

Meu nome é Isabela, sou estudante de Turismo na UFPR - Universidade Federal do Paraná e estou trabalhando em um projeto que servirá para entender, a relação entre a formação superior em turismo e o agenciamento de viagens em Curitiba - PR.

isacristinahm@gmail.com [Alternar conta](#)



* Indica uma pergunta obrigatória

E-mail *

Seu e-mail

Compreendo que a minha participação é voluntária e que tenho o direito de recusar a participação. Estou ciente de que todas as informações fornecidas pela entrevista serão tratadas de forma sigilosa e protegidas contra acesso não autorizado, uso indevido, alteração ou divulgação não autorizada.

Autorizo também a gravação por áudio e/ou vídeo da entrevista.

Este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido é válido a partir do momento em que aceito seus termos e permanecerá em vigor durante o período de utilização do formulário online.

☐ Sim

ANEXO I - CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO

CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO 2023/2024

NÚMERO DE REGISTRO NO MTE: PR001603/2023
DATA DE REGISTRO NO MTE: 12/07/2023
NÚMERO DA SOLICITAÇÃO: MR020679/2023
NÚMERO DO PROCESSO: 13068.105086/2023-28
DATA DO PROTOCOLO: 10/07/2023

Confira a autenticidade no endereço <http://www3.mte.gov.br/sistemas/mediador/>.

SIND EMP C V L ADM IMOV TURISMO LAVAN SIM CTBA E REGIAO, CNPJ n. 01.194.242/0001-26, neste ato representado(a) por seu Presidente, Sr(a). ROSICLER MARIA TORQUATO;

E

SINDICATO DAS EMPRESAS DE TURISMO NO ESTADO DO PARANA, CNPJ n. 77.797.942/0001-77, neste ato representado(a) por seu Presidente, Sr(a). ONESIMO SANTOS DE ANUNCIACAO;

celebram a presente CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO, estipulando as condições de trabalho previstas nas cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - VIGÊNCIA E DATA-BASE

As partes fixam a vigência da presente Convenção Coletiva de Trabalho no período de 01º de junho de 2023 a 31 de maio de 2024 e a data-base da categoria em 01º de junho.

CLÁUSULA SEGUNDA - ABRANGÊNCIA

A presente Convenção Coletiva de Trabalho abrangerá a(s) categoria(s) **EMPREGADOS EM TURISMO**, com abrangência territorial em **Agudos do Sul/PR, Antônio Olinto/PR, Araucária/PR, Balsa Nova/PR, Bocaiúva do Sul/PR, Campina Grande do Sul/PR, Campo do Tenente/PR, Colombo/PR, Contenda/PR, Curitiba/PR, Fazenda Rio Grande/PR, Lapa/PR, Mandirituba/PR, Paula Freitas/PR, Paulo Frontin/PR, Piên/PR, Pinhais/PR, Piraquara/PR, Quatro Barras/PR, Quitandinha/PR, Rio Negro/PR, São José dos Pinhais/PR, São Mateus do Sul/PR e Tijucas do Sul/PR.**

Salários, Reajustes e Pagamento

Piso Salarial

CLÁUSULA TERCEIRA - PISOS SALARIAIS

Assegura-se a partir de 1º de JUNHO/2023, os seguintes PISOS SALARIAIS:

- A) Aos empregados nas funções de **CONTÍNUOS E OFFICE-BOYS**, R\$. 1.589,00 (um mil, quinhentos e oitenta e nove reais).
- B) Aos empregados **VENDEDORES E COMISSIONADOS**, assegura-se uma garantia salarial mínima de R\$. 1.715,00 (um mil, setecentos e quinze reais).
- C) Aos empregados que exerçam suas atividades em **COPA, COZINHA, LIMPEZA, VIGIA, GUARDA e PORTEIROS**, R\$. 1.632,00 (um mil, seiscentos e trinta e dois reais).
- D) Aos **DEMAIS EMPREGADOS** - R\$. 1.715,00 (um mil, setecentos e quinze reais).

Parágrafo Primeiro – Os pisos salariais mencionados nas letras “a”, “b”, “c” e “d”, são devidos para jornada de trabalho de 220 horas mensais.

Parágrafo Segundo – Para jornadas contratuais inferiores a 220 horas mensais, o salário a ser pago ao trabalhador será proporcional ao valor do piso salarial da função exercida, observada a jornada de trabalho ajustada.

CLÁUSULA QUARTA - GARANTIA DE VALOR DO PISO SALARIAL

Fica estabelecida garantia de valor mínimo aos pisos salariais, de 25% (vinte e cinco por cento) superior ao salário mínimo, para os fixados nas letras "B" e "D", da cláusula terceira e de 15% (quinze por cento) superior ao salário mínimo para o piso salarial fixado nas letras "A" e "C" da cláusula terceira.

Reajustes/Correções Salariais

CLÁUSULA QUINTA - REAJUSTE SALARIAL

Os salários fixos, ou a parte fixa dos salários de Junho de 2022, já corrigidos na forma da Convenção Coletiva de Trabalho anterior serão reajustados em 1º de junho de 2023, com a aplicação do percentual de 6,00% (seis por cento).

5.1 - Aos empregados admitidos após 1º de junho de 2022, será garantido o reajuste estabelecido nesta cláusula, proporcionalmente ao mês de admissão, conforme tabela abaixo:

Junho/22	6,00%	Dezembro/22	3,00%
Julho/22	5,50%	Janeiro/23	2,50%
Agosto/22	5,00%	Fevereiro/23	2,00%
Setembro/22	4,50%	Março/23	1,50%
Outubro/22	4,00%	Abril/23	1,00%
Novembro/22	3,50%	Maió/23	0,50%

5.2 - COMPENSAÇÕES: A correção salarial ora estabelecida sofrerá compensação de todos os aumentos, antecipações e reajustes salariais, abonos salariais ou não, de natureza espontâneos ou compulsória concedidos pelo empregador, desde Junho de 2022. Não serão compensados os aumentos determinados por promoção, transferência de cargo, equiparação salarial por ordem judicial, término de aprendizagem ou implemento de idade (INSTRUÇÃO NORMATIVA N.º 4, do TST, alínea XXI).

5.3 - As eventuais antecipações, reajustes ou abonos, espontâneos ou compulsórios que vierem a ser concedidos após Junho de 2023, serão compensados com eventuais reajustes determinados por Leis futuras ou disposição de outras Convenções ou Aditivos firmados pelas partes.

Pagamento de Salário – Formas e Prazos

CLÁUSULA SEXTA - COMPROVANTES DE PAGAMENTO

As empresas ficam obrigadas a fornecer aos empregados comprovantes de pagamento contendo discriminadamente os valores pagos e descontados, além dos valores do FGTS.

CLÁUSULA SÉTIMA - PAGAMENTO DAS DIFERENÇAS DE JUNHO DE 2023

As empresas que não efetuaram o pagamento dos salários nas condições estabelecidas, conforme as cláusulas de Reajuste Salarial, Pisos Salariais e Vale Refeição ou Vale Alimentação, considerando a data da celebração da Convenção Coletiva de Trabalho, deverão pagar as diferenças (salário e demais verbas) entre o valor pago e o que deveria ser pago no mês de Junho/2023, juntamente com o salário do mês de julho/2023.

Descontos Salariais

CLÁUSULA OITAVA - DOCUMENTOS DE CRÉDITO

O empregador somente poderá cobrar de seus empregados o valor de cheques e cartões de crédito de cliente ou terceiros, recebidos em pagamentos, no caso de descumprimento pelo empregado das normas estabelecidas por escrito e entregues ao empregado contra recibo.

Gratificações, Adicionais, Auxílios e Outros

Adicional de Hora-Extra

CLÁUSULA NONA - HORAS EXTRAS

As horas extras serão pagas, de forma escalonada, com adicional de 55% (cincoenta e cinco por cento) para as primeiras 20 (vinte) mensais, 75% (setenta e cinco por cento) para as excedentes de 20 (vinte) e até 40 (quarenta) mensais, e de 90% (noventa por cento) para as que ultrapassarem a 40 (quarenta) mensais.

Adicional Noturno

CLÁUSULA DÉCIMA - AD. NOTURNO

O serviço executado a partir das 22:00 (vinte e duas) horas até as 5:00 (cinco) horas da manhã, terá um adicional noturno fixado no percentual de 25% (vinte e cinco por cento).

Comissões

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - COMISSIONISTAS

Aos empregados comissionistas se fornecerá mensalmente o valor de suas vendas, a base de cálculo para o pagamento das comissões, e o repouso semanal remunerado.

11.1 - As comissões para efeitos de cálculo de férias, 13º salário, inclusive proporcionais, indenização por tempo de serviço e aviso prévio indenizado, serão atualizadas com base no INPC (Índice Nacional de Preços ao Consumidor - IBGE), ou em caso de sua extinção, pelo IGP-M (Índice Geral de Preços de Mercado da Fundação Getúlio Vargas).

11.1.1 - Para o cálculo do 13º salário, adotar-se-á a média corrigida das comissões pagas no ano a contar de Janeiro; no caso de férias indenizadas, integrais ou proporcionais, indenização, e aviso prévio indenizado, adotar-se-á a média das comissões corrigidas nos doze meses anteriores ao mês da rescisão; e no caso de férias integrais, será considerada a média das comissões corrigidas nos doze meses anteriores ao período de gozo.

11.2 - GESTANTES COMISSIONISTAS - Para pagamento dos salários correspondentes à licença maternidade, desde que o INSS aceite, adotar-se-á o regime de correção das comissões dos últimos 12 (doze) meses, corrigidos segundo o mecanismo descrito nesta cláusula. O mesmo critério será utilizado quando o empregador indenizar o período de licença maternidade, independentemente de aceitação ou não pelo INSS do cálculo pela média das comissões corrigidas.

11.3 - É vedada a inclusão da parcela salarial correspondente ao repouso semanal remunerado (Lei n 605/49) nos percentuais de comissão; o cálculo do valor do repouso semanal remunerado será feito mediante a divisão total da comissão percebida no mês pelo número de dias efetivamente trabalhados, multiplicando-se o resultado pelo número de domingos e feriados do mês correspondente.

Auxílio Alimentação

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - VALE REFEIÇÃO OU VALE ALIMENTAÇÃO

Os empregadores fornecerão um Vale Refeição ou Vale Alimentação como benefício aos seus empregados, **mensal e gratuitamente, com valor mínimo de R\$. 18,50 (dezoito reais e cinquenta centavos) por dia**. O valor pago referente a este benefício não integrará a remuneração do trabalhador para qualquer efeito legal.

Parágrafo primeiro: Ficam desobrigadas do fornecimento do Vale Refeição ou Vale Alimentação as empresas que fornecem alimentação no local de trabalho aos seus empregados.

Parágrafo segundo: Aos empregados que já fornecem este benefício, recomenda-se que corrijam o seu valor utilizando-se do índice de correção salarial estabelecida por este instrumento coletivo.

Auxílio Transporte

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - VALE TRANSPORTE

As empresas ficam obrigadas a fornecerem vale transporte na forma da legislação vigente.

Auxílio Creche

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - CRECHES

Os estabelecimentos que tenham em seus quadros 30 (trinta) ou mais mulheres com mais de 16 (dezesseis) anos de idade, propiciarão ou manterão convênios com creches, para guarda e assistência de seus filhos, em período de amamentação, de acordo com o parágrafo 01 inciso IV do artigo 389 da CLT, ou reembolsar o valor pago pela empregada a este título, mediante comprovação, limitado em R\$. 156,00 (cento e cinquenta e seis reais).

Seguro de Vida

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - CONDUTORES DE VEÍCULOS - SEGURO

As partes convenientes recomendam aos seus empregadores a concessão de seguro de vida e acidentes pessoais em favor dos empregados que desenvolvam serviços preponderantemente externos, na condução de veículos.

Outros Auxílios

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - CAIXAS

O caixa prestará conta dos valores recebidos mediante formulário que deverá ser fornecido pelo empregador, devendo o empregador ou pessoa designada efetuar a conferência no ato, sob pena de não poder imputar ao caixa eventual diferença. Estes empregados terão uma tolerância mensal de 10% (dez por cento) da garantia salarial.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - BENEFÍCIO SOCIAL FAMILIAR

As Entidades Convenientes prestarão, indistintamente a todos os trabalhadores e empregadores subordinados a esta Norma Coletiva de Trabalho, o plano Benefício Social Familiar e Empresarial, definido e discriminado no Manual de Orientação e Regras, parte integrante desta cláusula, através de organização gestora especializada e aprovada.

Parágrafo Primeiro – A prestação do plano Benefício Social Familiar e Empresarial iniciará a partir do primeiro dia do mês do vencimento do custeio, informado no parágrafo segundo deste, e terá como base para os procedimentos necessários ao atendimento dos trabalhadores e empregadores, o Manual de Orientação e Regras disponibilizado no website www.beneficiosocial.com.br/manuais-orientacao.

Parágrafo Segundo – Para efetiva viabilidade financeira do plano Benefício Social Familiar e Empresarial e com expresso consentimento das entidades convenientes, as empresas, recolherão a título de custeio, até o dia 10 (dez) de cada mês, iniciando a partir de 10/08/2023, o valor total de R\$23,00 (vinte e três reais), por trabalhador que possua, exclusivamente, por meio de boleto disponibilizado pela gestora no website www.beneficiosocial.com.br e será de responsabilidade integral das empresas, ficando vedado qualquer desconto nos salários dos trabalhadores. Com o intuito de regular e dirimir possíveis dúvidas, dos procedimentos na prestação dos benefícios as Disposições Gerais, Manual de Orientação e Regras, e Tabela de Benefícios são registrados em cartório.

Parágrafo Terceiro – Em caso de afastamento de trabalhador motivado por doença ou acidente, o empregador manterá o recolhimento por até 12 (doze) meses. Caso o afastamento do empregado seja por período superior a 12 (doze) meses, o empregador fica desobrigado ao recolhimento deste custeio a partir do décimo terceiro mês, ficando garantido ao trabalhador afastado todos os benefícios sociais previstos nesta cláusula e no Manual de Orientação e Regras, até seu efetivo retorno ao trabalho, quando então o empregador retomará o recolhimento relativo ao trabalhador afastado.

Parágrafo Quarto – Devido à natureza social, emergencial e de apoio imediato, dos benefícios sociais definidos pelas entidades, na ocorrência de qualquer evento que gere direito de atendimento ao trabalhador e seus familiares, o empregador deverá preencher o comunicado disponível no website da gestora, no prazo máximo e improrrogável de até 90 (noventa) dias a contar do fato gerador e, no caso de nascimento de filhos, este prazo será de até 150 (cento e cinquenta) dias. O empregador que não observar estes prazos, poderá arcar com sanções pecuniárias em favor do trabalhador ou família prejudicada, como se inadimplente estivesse. Caso a empresa não efetue o comunicado junto à gestora, o trabalhador e seus beneficiários, não perderão o direito ao benefício, devendo a entidade efetuar tal comunicado, não eximindo o empregador de suas responsabilidades e sanções previstas.

Parágrafo Quinto – O empregador que estiver inadimplente ou efetuar recolhimento por valor inferior ao devido, perderá o direito aos benefícios a ele disponibilizados, até sua regularização. Nesses casos, na ocorrência de qualquer evento que gere direito de atendimento aos trabalhadores e seus familiares, estes não perderão direito aos benefícios e serão atendidos normalmente pela gestora, a mando das entidades, com exceção dos benefícios prestados por empresas terceirizadas que possuam faturamento unitário mensal. Neste caso, o trabalhador e seus familiares perderão o direito ao recebimento ou prestação desses benefícios. Assim, o empregador responderá, perante o empregado e/ou a seus dependentes, a título de indenização, o equivalente a 10 (dez) vezes o menor piso salarial da categoria vigente à época da infração em favor do trabalhador ou seus beneficiários, além de reembolsar às Entidades os

valores devidos à que os trabalhadores e seus beneficiários têm direito e que estão descritos nessa cláusula. Caso o empregador regularize seus débitos no prazo de até 15 (quinze) dias corridos, após o recebimento de comunicação de débito feita por e-mail, pela gestora, ficará isento desta indenização.

Parágrafo Sexto: O não pagamento do custeio previsto nesta cláusula, até o dia 10 (dez) de cada mês, acarretará a incidência em multa de 10% (dez por cento) pelo atraso do pagamento, e juros mensais de 1% (um por cento), conforme previsão legal, além das demais penalidades previstas nesta norma coletiva, podendo ainda, o empregador ter seu nome incluso em órgãos de proteção ao crédito, bem como seu registro nos cartórios de protestos competentes.

Parágrafo Sétimo – Nas planilhas de custos, editais de licitações ou nas repactuações de contratos, devido a fatos novos constantes nesta norma coletiva, e em consonância à instrução normativa em vigência, nestes casos, obrigatoriamente, deverão constar a provisão financeira para cumprimento desta cláusula, preservando o patrimônio jurídico dos trabalhadores, conforme o artigo 444 da CLT.

Parágrafo Oitavo – Estará disponível no website da gestora, a cada recolhimento mensal, o Comprovante de Regularidade específico para atendimento da cláusula do plano Benefício Social Familiar e Empresarial, referente aos últimos 5 (cinco) anos, a ser apresentado ao contratante, as entidades sindicais, e a órgãos fiscalizadores, quando solicitado.

Parágrafo Nono – O presente serviço social não tem natureza salarial, por não se constituir em contraprestação de serviços, tendo caráter compulsório e ser eminentemente assistencial e emergencial.

Parágrafo Décimo – Fica desde já consignado e aceito entre as partes, que o envio e usos de dados dos empregados é para o fim exclusivo da disponibilização dos benefícios contratados e objetos da presente prestação de serviços, nos termos da Lei n. 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD, e demais legislações pertinentes à confidencialidade.

Parágrafo Décimo Primeiro – Na hipótese de este instrumento coletivo de trabalho perder sua eficácia e em caso de a empresa não dar continuidade dos pagamentos para cumprimento desta cláusula, a empresa, seus trabalhadores e familiares terão seus direitos aqui descritos suspensos até o retorno de sua eficácia.

Caso as empresas entendam e optem pela continuidade do pagamento para manter o cumprimento desta cláusula específica, devido ao seu baixo custo, caráter social, emergencial, apoio imediato, natureza alimentar e solidário, prestado aos trabalhadores e seus familiares, bem como cientes da redução de custos operacionais e agilidade na gestão da empresa, terão seus direitos aqui descritos preservados, observando que a disponibilização, valores e parcelas dos benefícios sociais está vinculada pelo valor pago, independente de eventual reajuste em futura convenção ou acordo coletivo de trabalho.

Todos e quaisquer avisos informativos ou de cobranças emitidos pelas entidades ou sua gestora, vinculados a esta cláusula recebidos pelas empresas neste período de vacância, terão caráter meramente informativo, com o intuito de evitar passivos e discussões judiciais.

Parágrafo Décimo Segundo – Para lisura e transparência na prestação dos benefícios, segue abaixo um resumo e breve descritivo da forma em que eles serão disponibilizados. Tal procedimento é necessário para que não haja desvio de finalidade dos benefícios a serem disponibilizados e deverá ser rigorosamente observado, devido ao seu caráter social,

emergencial e de natureza alimentícia.

A íntegra do Manual de Orientação e Regras e decisões judiciais em âmbito nacional, que validam os procedimentos implementados pela gestora contratada, aprovada e detentora das marcas Benefício Social Familiar B.S.F. do seu sindicato e Benefício Social Familiar - BSF, estão disponíveis nos links www.beneficiosocial.com.br e www.beneficiosocial.com.br/info/decisoesjudiciais

RESUMO DOS BENEFÍCIOS DISPONÍVEIS PARA TRABALHADORES E EMPREGADORES			
BENEFÍCIOS PARA OS TRABALHADORES			
BENEFÍCIOS	FORMA DE PRESTAÇÃO		DESCRIPTIVO
BENEFÍCIO NATALIDADE	1X	R\$ 800,00	EM CASO DE NASCIMENTO DE FILHO DE TRABALHADOR(A), SERÁ DISPONIBILIZADO UMA VERBA À FAMÍLIA DO RECÉM-NASCIDO EM CARTÃO DE DÉBITO PRÉ PAGO OU OUTRO MEIO, A CRITÉRIO DA GESTORA, PARA CONTRIBUIR COM O CONFORTO E ADAPTAÇÃO NA CHEGADA DO NOVO MEMBRO FAMILIAR, SEM QUALQUER COMPROVAÇÃO DE GASTO.
BENEFÍCIO MANUTENÇÃO DE RENDA FAMILIAR	6X	R\$800,00	EM CASO DE INCAPACITAÇÃO PERMANENTE OU FALECIMENTO DE TRABALHADOR(A), SERÁ DISPONIBILIZADO A ELE OU AOS FAMILIARES, UM CARTÃO DE DÉBITO PRÉ PAGO OU OUTRO MEIO, A CRITÉRIO DA GESTORA. ESTE BENEFÍCIO NÃO PODERÁ SER DISPONIBILIZADO DE FORMA INTEGRAL, PARA QUE NÃO HAJA DESVIO DE SUA FINALIDADE.
BENEFÍCIO ALIMENTAR	6X	R\$200,00	EM CASO DE INCAPACITAÇÃO PERMANENTE OU FALECIMENTO DE TRABALHADOR(A), SERÁ ENCAMINHADO À SUA RESIDÊNCIA OU DA FAMÍLIA, ALIMENTOS DE QUALIDADE E VARIEDADE OU OUTRO MEIO, A CRITÉRIO DA GESTORA. ESTE BENEFÍCIO NÃO PODERÁ SER DISPONIBILIZADO DE FORMA INTEGRAL, PARA QUE NÃO HAJA DESVIO DE SUA FINALIDADE.
BENEFÍCIO SERVIÇO FUNERAL	1X	R\$ 4.000,00	EM CASO DE FALECIMENTO DE TRABALHADOR(A), SERÁ DISPONIBILIZADO UM AGENTE HABILITADO QUE TOMARÁ AS PROVIDÊNCIAS E ACOMPANHAMENTOS NECESSÁRIOS AO FUNERAL, INDEPENDENTE DA CAUSA, LOCAL OU HORÁRIO DO FALECIMENTO. CASO A FAMÍLIA OPTE POR SERVIÇO DE MENOR CUSTO OU NÃO UTILIZE O AGENTE, O VALOR TOTAL OU O SALDO

			REMANESCENTE SERÁ ENCAMINHADO AO ARRIMO DA FAMÍLIA.
BENEFÍCIO CONTA CORRENTE VIRTUAL	SIM		TEM COMO OBJETIVO PROPICIAR AOS TRABALHADORES ACESSO AO SISTEMA BANCÁRIO ELETRÔNICO, ATRAVÉS DE UM APLICATIVO PARA GERENCIAMENTO DE SEUS GASTOS.
BENEFÍCIO RECOLOCAÇÃO	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO APLICATIVO SEM CONSUMO DA FRANQUIA DE DADOS, ONDE O TRABALHADOR TERÁ ACESSO A UMA GRANDE REDE DE VAGAS DISPONÍVEIS.
BENEFÍCIO PRÉ-INVENTÁRIO	1X	R\$ 500,00	SERÁ ENCAMINHADO AO ARRIMO DA FAMÍLIA, COM O INTÚITO DE MINIMIZAR AS DESPESAS COM AS DOCUMENTAÇÕES E PROCEDIMENTOS DE INVENTÁRIO.
BENEFÍCIO APOIO SOCIAL	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO APOIO SOCIAL, A TODOS OS TRABALHADORES DO SEGMENTO, VIA 0800, POR PROFISSIONAIS LEGALMENTE CAPACITADOS.
BENEFÍCIO APOIO PSICOLÓGICO	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO APOIO PSICOLÓGICO, A TODOS OS TRABALHADORES DO SEGMENTO, VIA 0800, POR PROFISSIONAIS LEGALMENTE CAPACITADOS.
BENEFÍCIO APOIO NUTRICIONAL	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO APOIO NUTRICIONAL, A TODOS OS TRABALHADORES DO SEGMENTO, VIA 0800, POR PROFISSIONAIS LEGALMENTE CAPACITADOS.
BENEFÍCIO VALE EMERGENCIAL	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO AO TRABALHADOR, MEDIANTE A CONTRATAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO ESPECIALIZADA, UMA ANTECIPAÇÃO SALARIAL EMERGENCIAL DE FORMA RÁPIDA E COM JUROS MENORES, ESTANDO SUJEITO À ANÁLISE CADASTRAL.
BENEFÍCIO CERTIFICAÇÃO DIGITAL (TRABALHADOR)	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO, EMPRESA LEGALMENTE HOMOLOGADA PARA CERTIFICAÇÃO DIGITAL, COM VALORES ABAIXO DO MERCADO, COM ATENDIMENTO EM REDE CREDENCIADA, VIRTUAL OU EM DOMICÍLIO
BENEFÍCIO RENDA COMPLEMENTAR	SIM		TEM COMO OBJETIVO O AUMENTO DA RENDA FAMILIAR DO TRABALHADOR, ATRAVÉS DE PARCEIROS COMERCIAIS, OS QUAIS DISPONIBILIZARÃO PRODUTOS E SERVIÇOS PARA AQUISIÇÃO COM POSSIBILIDADE DE PARCELAMENTO E/OU CUSTO SUBSIDIADOS, PARA REVENDA COM GRANDE POTENCIAL LUCRATIVO, E RENDA OFICIAL E COMPLEMENTAR A FAMÍLIA.

BENEFÍCIOS PARA AS EMPRESAS			
BENEFÍCIOS	FORMA DE PRESTAÇÃO		DESCRIPTIVO
BENEFÍCIO REEMBOLSO RESCISÃO	IX	R\$2.000,00	EM CASO DE INCAPACITAÇÃO PERMANENTE OU FALECIMENTO DE TRABALHADOR(A), O BENEFÍCIO SERÁ ENCAMINHADO À CONTA CORRENTE BANCÁRIA DA EMPRESA OU POR OUTRO MEIO, A CRITÉRIO DA GESTORA, APÓS RECEBIMENTO DOS DOCUMENTOS NECESSÁRIOS.
BENEFÍCIO CONECTA EMPRESA	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO APLICATIVO SEM CONSUMO DA FRANQUIA DE DADOS, PARA QUE AS EMPRESAS POSSAM CONTATAR OS TRABALHADORES DE FORMA RÁPIDA E SEGURA.
BENEFÍCIO MURAL DE EMPREGOS	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO AS EMPRESAS SISTEMA ON-LINE, PARA INSERÇÃO DAS VAGAS DISPONÍVEIS, TAIS VAGAS SERÃO DIVULGADAS AOS TRABALHADORES PELO BENEFÍCIO RECOLOCAÇÃO.
BENEFÍCIO FOLHA DE PAGAMENTO VIRTUAL	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO UM SISTEMA ON-LINE DE CADASTRAMENTO E PAGAMENTO, JUNTAMENTE COM O BENEFÍCIO CONTA CORRENTE VIRTUAL. VISANDO AGILIZAR O ENVIO DAS REMUNERAÇÕES AOS COLABORADORES DAS EMPRESAS
BENEFÍCIO COMPRA DIRETA	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO UMA REDE DE FORNECEDORES, COM DESCONTOS SIGNIFICATIVOS EM SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS, DEVIDO A INEXISTÊNCIA DE INTERMEDIÁRIOS.
BENEFÍCIO TRIAGEM DE ATESTADO	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO SISTEMA ON-LINE PARA AS EMPRESAS ENCAMINHAREM OS ATESTADOS MÉDICOS RECEBIDOS DOS TRABALHADORES, TAIS ATESTADOS PASSARÃO POR TRIAGEM RESULTANDO EM UM LAUDO ENCAMINHADO AS EMPRESAS.
BENEFÍCIO CERTIFICAÇÃO DIGITAL (EMPRESA)	SIM		SERÁ DISPONIBILIZADO, EMPRESA LEGALMENTE HOMOLOGADA PARA CERTIFICAÇÃO DIGITAL, COM VALORES ABAIXO DO MERCADO, COM ATENDIMENTO EM REDE CREDENCIADA, VIRTUAL OU EM DOMICÍLIO.

Contrato de Trabalho – Admissão, Demissão, Modalidades

Normas para Admissão/Contratação

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - SALARIO DO SUBSTITUTO

Aos empregados admitidos para a função de outro dispensado sem justa causa, será garantido salário igual ao do empregado de menor salário na função, sem considerar vantagens pessoais.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - CÓPIA DO CONTRATO DE EXPERIÊNCIA

Quando o empregador admitir o empregado mediante contrato de experiência, deverá fornecer-lhe cópia do instrumento contra recibo, devidamente datado, bem como anotar na CTPS o referido contrato.

CLÁUSULA VIGÉSIMA - CONTRATO DE EXPERIÊNCIA

Para sua validade os contratos de experiência deverão ser expressamente celebrados sendo que a data desta celebração deverá ser aposta pelo trabalhador.

Parágrafo Único - Fica convencionado que o contrato de experiência somente poderá ser celebrado com o prazo mínimo de 30 (trinta) dias.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - CARTEIRA PROFISSIONAL

A Carteira Profissional será obrigatoriamente apresentada contra recibo, pelo empregado para a empresa que o admitir, a qual terá o prazo de 48:00 (quarenta e oito horas) para anotação da data de admissão, a remuneração e condições especiais, se houver, na forma do disposto no artigo 29 da CLT.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA - ANOTAÇÕES NA CTPS

As empresas ficam obrigadas a anotar nas carteiras de trabalho os reajustes salariais, os percentuais de comissão e função que o empregado exerça.

Desligamento/Demissão

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA - DECLARAÇÃO DE JUSTA CAUSA

No caso de despedida por justa causa, a empresa comunicará por escrito ao empregado o motivo da dispensa.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA - RESCISÃO CONTRATUAL

As empresas deverão fornecer obrigatoriamente uma via da quitação da rescisão de contrato de trabalho aos empregados desligados a qualquer título, com menos de 01 (um) ano de serviço na mesma empresa.

Parágrafo Primeiro - Nos documentos de aviso prévio e termos de rescisão contratual relativos aos empregados com menos de 01 (um) ano de serviço que não saibam ler nem escrever a empresa deverá além de sua impressão digital, fazer constar a assinatura de duas testemunhas.

Parágrafo Segundo - No ato de homologação ou de quitação de rescisões de contrato de trabalho, a empresa envidará esforços para entregar ao empregado o extrato de conta do FGTS constando a situação dos depósitos e rendimentos do trimestre imediatamente anterior ao desligamento do empregado.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA - PRAZO PARA ANOTAÇÃO NA CTPS

Na rescisão contratual, fica os empregadores obrigados a dar baixa na CTPS no prazo máximo de 10 (dez) dias e no mesmo prazo proceder ao pagamento dos haveres devidos na quitação. Havendo descumprimento do prazo, incidirá multa de 10% (dez por cento) do valor do débito ressaltando-se a ausência do empregado e a existência de controvérsia quanto ao crédito.

Aviso Prévio

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEXTA - PRAZO DO AVISO PRÉVIO

O Aviso Prévio devido pelo empregador ao empregado, será escalonado proporcionalmente ao tempo de serviço como segue:

Tempo serviço (anos completos)	Aviso Prévio proporcional ao tempo de serviço (número de dias)	Tempo serviço (anos completos)	Aviso Prévio proporcional ao tempo de serviço (número de dias)
00	30	12	66
01	33	13	69
02	36	14	72
03	39	15	75
04	42	16	78
05	45	17	81
06	48	18	84
07	51	19	87
08	54	20	90
09	57	21 a 25 anos	105

10	60	26 anos ou mais	120
11	63	-	-

Parágrafo Único: O empregado que não tiver interesse ao cumprimento do aviso prévio dado pelo empregador, poderá liberar-se de cumpri-lo, percebendo os dias trabalhados no período, devendo a empresa efetuar o pagamento no prazo legal do art. 477 da CLT.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SÉTIMA - AVISO PRÉVIO

Durante o prazo de aviso prévio, dado por qualquer das partes, ficam vedadas as alterações nas condições de trabalho, inclusive transferência de local de trabalho, horário ou qualquer outra alteração sob pena de rescisão imediata do contrato de trabalho.

Parágrafo Primeiro - O aviso prévio do empregador para dispensa do empregado será por escrito e declarará se deverá ou não ser trabalhado, sob pena de nulidade.

Parágrafo Segundo - Fica dispensado do cumprimento do Aviso Prévio, o empregado despedido sem justa causa, no caso de obter novo serviço antes do término do referido aviso, devendo o mesmo manifestar por escrito seu interesse. Os salários serão devidos até a data da solicitação e concessão da dispensa.

Mão-de-Obra Jovem

CLÁUSULA VIGÉSIMA OITAVA - MENORES

É proibida a admissão ao trabalho de menores, mediante convênio da empresa com entidades assistenciais, sem formalização do contrato de trabalho, exceto no caso do estágio, nos termos da lei.

Relações de Trabalho – Condições de Trabalho, Normas de Pessoal e Estabilidades

Normas Disciplinares

CLÁUSULA VIGÉSIMA NONA - UNIFORMES

Quando exigidos na execução dos serviços, as empresas fornecerão, gratuitamente, aos seus empregados uniformes, fardamentos, macacões e outras peças de vestuário, bem como ferramentas, equipamentos de trabalho e equipamentos individuais de proteção e segurança.

Parágrafo Único - Extinto ou rescindido o contrato de trabalho, deverá o empregado devolver os uniformes e equipamentos, que continuam de propriedade da empresa, no estado em que se encontrarem.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA - PERMANÊNCIA NO ESTABELECIMENTO DURANTE INTERVALOS

Os empregadores autorizarão, havendo condições adequadas, que seus empregados permaneçam no recinto de trabalho em gozo de intervalo para descanso (art. 71 da CLT). Tal situação se efetivada não ensejará trabalho extraordinário ou remuneração correspondente.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA PRIMEIRA - ASSENTOS

O empregador, havendo condições técnicas, autorizará a utilização de assentos apropriados nos momentos de pausa no atendimento ao público. Os empregados utilizarão os assentos com decoro e serão diligentes no caso de presença do público.

Estabilidade Acidentados/Portadores Doença Profissional

CLÁUSULA TRIGÉSIMA SEGUNDA - GARANTIA DO ACIDENTADO

O empregado que sofrer acidente de trabalho, conforme definido pela legislação previdenciária, gozará de garantia no emprego pelo prazo de 12 (doze) meses, nos termos da Lei n 8.213/91, artigo 118, desde que o seu afastamento seja igual ou superior a 15 (quinze) dias.

Estabilidade Portadores Doença Não Profissional

CLÁUSULA TRIGÉSIMA TERCEIRA - ESTABILIDADE DOENÇA

Fica assegurada a estabilidade provisória no emprego, pelo prazo de 60 (sessenta) dias, após a alta médica, aos empregados que tenham ficado afastados por período igual ou superior a 30 (trinta) dias em decorrência de doença do empregado.

Jornada de Trabalho – Duração, Distribuição, Controle, Faltas

Duração e Horário

CLÁUSULA TRIGÉSIMA QUARTA - TRABALHO APÓS AS 19:00 HORAS

Os empregados que em regime de trabalho extraordinário, operarem após as 19:00 (dezenove horas) em tempo superior a 45 minutos, farão jus a refeição fornecida pelo empregador ou a um pagamento equivalente a R\$. 19,65 (dezenove reais e sessenta e cinco centavos), por dia em que ocorrer tal situação. Tal parcela terá natureza indenizatória.

Intervalos para Descanso

CLÁUSULA TRIGÉSIMA QUINTA - LANCHES

Os intervalos de quinze minutos para lanche, nas empresas que observem tal critério, serão computados como tempo de serviço na jornada de trabalho do empregado.

Descanso Semanal

CLÁUSULA TRIGÉSIMA SEXTA - REPOUSO SEMANAL REMUNERADO

O repouso semanal será fruído aos domingos. Nas atividades que por sua natureza determinem trabalho aos domingos, será garantido aos empregados repouso em pelo menos 02 (dois) domingos ao mês.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA SÉTIMA - ESCALA DE FOLGAS

As empresas que funcionarem aos domingos e feriados deverão dar ciência da escala de folgas, com antecedência mínima de 07 (sete) dias do início das mesmas.

Controle da Jornada

CLÁUSULA TRIGÉSIMA OITAVA - CONTROLE DE JORNADA

As empresas deverão manter cartão ou livro ponto, onde os empregados possam anotar as jornadas efetivamente laboradas.

Faltas

CLÁUSULA TRIGÉSIMA NONA - ABONO DE FALTAS EM CASO DE GREVE DE ÔNIBUS

Em caso de greve do transporte coletivo, serão abonadas as faltas dos empregados decorrentes desta greve, cabendo aos mesmos, todavia, envidar todos os esforços necessários para chegar ao local de trabalho, devendo comunicar ao empregador em caso de impossibilidade.

Jornadas Especiais (mulheres, menores, estudantes)

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA - ESTUDANTES

É vedada a prorrogação de horário de trabalho aos empregados estudantes que comprovem a sua situação escolar, desde que expressem o seu desinteresse pela citada prorrogação.

Parágrafo Único - Se abonará faltas aos empregados estudantes e vestibulandos, quando comprovarem prestação de exames.

Férias e Licenças**Duração e Concessão de Férias****CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA PRIMEIRA - COMUNICAÇÃO DAS FÉRIAS**

As empresas comunicarão aos empregados a data de início das férias por escrito, mediante recibo, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

Remuneração de Férias**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA SEGUNDA - GRATIFICAÇÃO DE FÉRIAS**

O pagamento das férias, a qualquer título inclusive proporcionais será sempre acrescido com o terço constitucional, inclusive para os efeitos do art. 144 da CLT.

Saúde e Segurança do Trabalhador**Exames Médicos****CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA TERCEIRA - EXAMES MÉDICOS**

Os exames realizados quando da admissão ou demissão, ou outros momentos determinados em lei, deverão ser custeados pelos empregadores.

Outras Normas de Prevenção de Acidentes e Doenças Profissionais**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA QUARTA - PROTEÇÃO AO TRABALHO DA MULHER**

A mulher não poderá ser incumbida de limpeza externa das janelas dos prédios exceto das existentes no andar térreo e daquelas que possam ser alcançadas através de dispositivos apropriado sem necessidade de andaimes ou escadas.

Relações Sindicais**Liberação de Empregados para Atividades Sindicais****CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA QUINTA - LICENÇA A DIRIGENTES SINDICAIS**

As empresas com contingente maior que 20 (vinte) empregados por estabelecimento concederão licença não remunerada aos dirigentes sindicais eleitos e no exercício de seu

mandato, para participação em reuniões, conferências, congressos e simpósios, licença que será solicitada pela entidade sindical, com antecedência mínima de 10 (dez) dias por prazo não superior a 10 (dez) dias no ano.

Acesso a Informações da Empresa

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA SEXTA - RELAÇÃO DOS EMPREGADOS

As empresas ficam obrigadas a encaminhareм a Entidade Profissional uma cópia de sua RAIS - RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS ou outro documento equivalente contendo a relação e salários consignados na RAIS, no prazo de 30 (trinta) dias da entrega do referido documento ao órgão competente. Fica obrigada a Entidade Sindical obreira a manter em sigilo as informações, salvo uso necessário.

Contribuições Sindicais

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA SÉTIMA - CONTRIBUIÇÃO ASSISTENCIAL PATRONAL

Com a finalidade de custear os gastos inerentes à negociação da CCT conduzida pela entidade sindical, sendo devido por todos os membros da categoria (artigo 513, "e", CLT) a Contribuição Assistencial Patronal 2023, deverá ser paga a favor do Sindicato das Empresas de Turismo no Estado do Paraná, até o dia **30/07/2023**, em guia específica, que deverá ser solicitada ao Sindicato via e-mail sindeturpr@sindeturpr.com.br, ou no fone (41) 3077-3434.

PARÁGRAFO 1º: Em caso de não recolhimento até a data aprazada, o empregador arcará com o ônus, acrescido da multa e juros conforme a Lei;

PARÁGRAFO 2º: As empresas com registro na junta comercial anteriormente a data base (junho), deverão proceder ao recolhimento normalmente aos demais.

PARÁGRAFO 3º: O sindicato profissional divulgará a Convenção Coletiva de Trabalho e mais o que se refere às obrigações constantes nesta cláusula, não cabendo ao mesmo, qualquer ônus acerca de eventual questionamento judicial a respeito da contribuição fixada.

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA OITAVA - CONTRIBUIÇÃO ASSISTENCIAL LABORAL

Conforme decisão de Assembleia Geral Extraordinária realizada em 16 de março de 2023, os empregadores deverão descontar de cada empregado a contribuição assistencial referente a negociação coletiva do período 2023/2024, por empregado, **UMA PARCELA no valor de R\$. 60,00 (sessenta reais), para desconto dos salários do mês de julho/2023, com recolhimento ao Sindicato profissional, respectivamente até o dia 10 do mês subsequente ao desconto.**

a) A contribuição assistencial laboral deverá ser descontada de todos os empregados abrangidos por esta convenção coletiva de trabalho, no valor acima estabelecido, conforme AGE;

b) O recolhimento da contribuição assistencial laboral deverá ser procedido pelas empresas através do pagamento de guia específica a ser emitida pelo sindicato profissional e encaminhada a cada empresa, que deverá preencher o valor e o número de empregados contribuintes;

c) Após o recolhimento da contribuição assistencial laboral, as empresas, no prazo de 10 (dez) dias após o recolhimento, deverão encaminhar cópia das respectivas guias ao sindicato profissional, acompanhada da relação nominativa dos empregados contribuintes e os valores individualmente recolhidos;

d) As empresas que descumprirem com o recolhimento da contribuição assistencial laboral dentro do prazo acima estabelecido, arcarão com o pagamento dos valores de seus empregados abrangidos por esta convenção coletiva de trabalho, acrescidos da multa de 2% (dois por cento) incidente sobre o valor devido por empregado, podendo proceder ao desconto dos empregados, somente do valor da contribuição assistencial laboral;

e) O desconto da contribuição assistencial se faz na estrita necessidade da entidade sindical laboral a fomentar seus serviços sindicais, voltados para a assistência aos membros da respectiva categoria e para as negociações coletivas.

PARÁGRAFO PRIMEIRO Fica assegurado aos empregados não sindicalizados, o direito de oposição, que poderá ser exercido, e será aceito pelo sindicato, em até 10 (dez) dias a contar da data do registro da CCT no Ministério da Economia, na Secretaria Especial da Previdência e Trabalho, devendo ser manifestado por escrito pelos empregados, através de comparecimento pessoal na sede do sindicato;

a) Nos municípios onde não houver sede ou subsede, o direito de oposição poderá ser manifestado através do envio de correspondência ao sindicato, com Aviso de Recebimento (AR), no mesmo prazo fixado no parágrafo primeiro.

b) A manifestação do direito de oposição à referida contribuição deverá ser respeitada em relação às contribuições cobradas a partir da data do comparecimento do interessado no sindicato manifestando tal direito, caso assim opte o interessado.

c) O empregado interessado, após a manifestação do direito de oposição perante o sindicato, comunicará o empregador, para que este proceda a exclusão dos descontos de sua folha de pagamento, sob pena de não devolução dos valores descontados.

d) a manifestação do direito de oposição será feita em 02 (duas) vias, sendo uma devolvida pelo sindicato ao trabalhador devidamente protocolada.

PARÁGRAFO SEGUNDO - É vedado aos empregadores ou aos seus prepostos, assim considerados os gerentes e os integrantes de departamento pessoal e financeiro, a adoção de quaisquer procedimentos visando a induzir os empregados em proceder oposição ao desconto da contribuição assistencial, lhes sendo igualmente vedado a elaboração de modelos de documento de oposição para serem copiados pelos empregados, cabendo a decisão da oposição individual e exclusivamente ao empregado; Os que descumprirem esta determinação serão responsabilizados, ficando sujeitos a sanções administrativas, civis e criminais cabíveis.

Outras disposições sobre relação entre sindicato e empresa

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA NONA - EMPRESAS FALIDAS E CONCORDATARIAS

As empresas concordatárias e a massa falida que continuar a operar e as empresas que comprovarem dificuldade econômicas previamente, negociar com a entidade sindical dos empregados condições para pagamento dos salários, índices de correção salarial e haveres rescisórios.

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA - ACORDOS COLETIVOS

Fica estabelecida a possibilidade de celebração de Acordo Coletivo de Trabalho entre a Entidade Profissional e as empresas, para a adoção do sistema de compensação de horas trabalhadas.

Disposições Gerais

Regras para a Negociação

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA PRIMEIRA - RENEGOCIAÇÃO

Na hipótese de alterações na legislação salarial em vigor, ou alteração substancial de condições de trabalho e salário, as partes se reunirão para examinar seus efeitos, para adoção de medidas que julgarem necessárias com relação à cláusula terceira, facultando-se o dissídio coletivo no caso de insucesso de negociação.

Descumprimento do Instrumento Coletivo

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA SEGUNDA - DESCUMPRIMENTO

Pelo descumprimento de quaisquer das cláusulas da presente CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO ficam os infratores obrigados ao pagamento de multa igual a meio salário mínimo vigente, que reverterá em favor da parte prejudicada, sejam os empregados, sejam as entidades convenientes.

Outras Disposições

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA TERCEIRA - MANUTENÇÃO DOS BENEFÍCIOS

A presente Convenção Coletiva de Trabalho não acarretará qualquer redução de benefícios já gozados pelos empregados.

}

ROSICLER MARIA TORQUATO
Presidente
SIND EMP C V L ADM IMOV TURISMO LAVAN SIM CTBA E REGIAO

ONESIMO SANTOS DE ANUNCIACAO
Presidente
SINDICATO DAS EMPRESAS DE TURISMO NO ESTADO DO PARANA

ANEXOS
ANEXO I - ATA AGE

[Anexo \(PDF\)](#)

A autenticidade deste documento poderá ser confirmada na página do Ministério da Economia na Internet, no endereço <http://www.mte.gov.br>.

ANEXO II - LAYOUT AUDITÓRIO 1 CAMPUS REBOUÇAS UFPR.

