



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

Agentes de viagens de Curitiba / PR - Brasil, y sus representaciones sociales en relación a las innovaciones tecnológicas

Izac de Oliveira Belino Bonfim¹

Margarete Araújo Teles²

Bruno Martins Augusto Gomes³

Eros Salinas Cháves⁴

Resumo

Las agencias de viajes y turismo experimentan desde los últimos años del siglo XX, hasta la actualidad transformaciones tecnológicas y también en las actividades laborales. Las innovaciones tecnológicas han provocado un aumento de la competencia y cambios en el mercado debido al desarrollo y crecimiento de nuevos recursos comerciales, facilitados por la llegada de Internet y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Se parte de comprender que la interrupción de los procesos tradicionales de intermediación en las agencias de viajes, dio origen a nuevas plataformas digitales, lo cual generó desempleo; caída de ingresos; quiebras; fusión de empresas; Los consumidores del segmento de viajes buscan alternativas en el comercio virtual para el consumo de servicios y productos turísticos, que les brinden oportunidades más económicas y atractivas en los viajes y recorridos; y en las diferentes actividades recreativas a realizar en los destinos turísticos. El consumo de servicios y productos turísticos a través del entorno virtual, impacta directamente en los ingresos de las agencias de viajes tradicionales. A partir de este análisis, esta investigación tuvo como objetivo, identificar las Representaciones Sociales (RS) de los Agentes de Viajes (AV) en relación con las innovaciones tecnológicas. El diseño de este estudio se basó en la investigación documental y bibliográfica, con un enfoque cualitativo y el uso de entrevistas semiestructuradas. Para el análisis de las entrevistas se utilizó la técnica de Análisis Colectivo del Discurso del Sujeto (DSC) con el fin de identificar la RS. Los principales resultados confirman la premisa de que los impactos provocados en el sector se debieron al avance tecnológico y la inserción de empresas virtuales. La competencia generada por el mercado de agencias virtuales ha afectado significativamente al sector. Finalmente, las Representaciones Sociales de los profesionales de las agencias, señalan las necesidades de una constante capacitación del personal e inversiones en tecnología para permanecer en el segmento de agencias de viajes y turismo.

Palavras-chave: agencias de viajes; representaciones sociales; evolución tecnológica.

¹ Estágio pós-doutoral em andamento pela Universidade do Algarve. Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professor do Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail: izac.bonfim@ufms.br

² Doutora e Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professora do Bacharelado em Turismo da UFPR. E-mail: margateles@ufpr.br

³ Doutor em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professor do Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas e do Bacharelado em Turismo da UFPR. E-mail: gomesbma@ufpr.br

⁴ Doutor en Ciencias Geográficas pela Universidad Estatal de Kiev - Ucrania. Professor Titular da Faculdade de Turismo, Geografia e Comunicação da Universidad de La Habana - Cuba. Correo E-mail: salinaschavezeros@gmail.com