



# XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

“ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL”

## **O atendimento do agente de viagens sob a ótica da hospitalidade virtual: um estudo exploratório do período da pandemia de COVID-19**

**Enrico Cardoso Mazzola<sup>1</sup>**  
**Debora Cordeiro Braga<sup>2</sup>**

### **Resumo**

O artigo apresenta reflexões acerca do atendimento do agente de viagens sob a ótica da hospitalidade virtual, durante o período da pandemia de COVID-19. Discutem-se conceitos de hospitalidade e hospitabilidade, agenciamento de viagens e turismo e comportamento do consumidor de serviços de agências de turismo. O presente estudo propôs investigar como se deram as relações de hospitalidade virtual em uma tradicional operadora de turismo de luxo com escritórios em São Paulo e outras duas capitais brasileiras, durante o período da pandemia de COVID-19, para com o consumidor final. A metodologia utilizada neste trabalho foi a pesquisa empírica a partir de estudo exploratório, junto a 15 colaboradores do departamento de atendimento ao cliente, em congruência com a troca de informações colhidas de entrevistas semiestruturadas, sobre as principais questões acerca do objeto de estudo. A análise dos conteúdos das entrevistas seguiu o modelo transversal, considerando quatro temas: tecnologia da informação e comunicação; treinamento e adaptações; relação com o cliente; hospitalidade virtual. Como resultados, foi possível compreender que houve uma transformação no modelo de atendimento, fruto da inserção da hospitalidade virtual e dos processos de virtualização das atividades das empresas deste segmento da atividade turística. Confirmou-se que as agências de turismo sofreram um grande impacto em sua forma de trabalho em função da pandemia da COVID-19. Também constatou-se uma mudança no comportamento do consumidor de agências de turismo, que passou a buscar mais agilidade por respostas, muitas vezes dispensando o contato presencial, transformando as relações de hospitalidade comercial entre os consumidores e as agências de turismo. Por fim, foi possível compreender a dinâmica de trabalho das agências de turismo, no cenário pós-pandêmico, visando explorar novas vertentes de estudo na área do agenciamento de viagens e turismo.

**Palavras chave:** Hospitalidade virtual; agências de turismo; tecnologia da informação e comunicação; operadora de turismo.

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Turismo da EACH-USP, bacharel em Turismo pela Universidade Federal de São Carlos - Campus Sorocaba (UFSCar). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4115672681903230>. E-mail: [enricocmazzola@usp.br](mailto:enricocmazzola@usp.br).

<sup>2</sup> Livre-docente pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP. Docente do Programa de Pós-Graduação em Turismo da EACH-USP e do curso de graduação em Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3872989194397830>. E-mail: [bragadc@usp.br](mailto:bragadc@usp.br).