

SALÁRIOS, CARGOS E FUNÇÕES EM AGÊNCIAS DE TURISMO

Marcelo Balen

Marcelo José Lacerda Flores

Resumo

O turismo é uma atividade em franca expansão em todo o mundo, é também uma forma de implementar o desenvolvimento das localidades que ofereçam potencial para a prática deste. Diretamente ligada ao fenômeno turístico está a agência de turismo, empresa que é responsável pela divulgação e comercialização de produtos turísticos e também confecção de novos produtos. Para que isso ocorra de forma a dinamizar o turismo, estas empresas precisam estar bem servidas de mão-de-obra qualificada, em contrapartida esta mão-de-obra deve ser bem recompensada por seus serviços prestados. Pensando na evolução e na estabilidade dos cargos e salários das agências de turismo é que foi fomentado este trabalho, que relata a real situação de funcionários de agências de Campo Grande-MS, onde o mercado é grande e necessita de pessoas cada vez mais qualificadas. Os dados foram coletados em uma amostra de vinte e três agências de turismo de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Após tabulação as empresas participantes receberam um relatório da pesquisa realizada, daí deu-se início à elaboração desta monografia mostrando um diagnóstico dos cargos destas empresas, bem como os salários praticados por elas. Pôde-se concluir com isso que há uma considerável disparidade de funções nos cargos e nas remunerações.

Palavras-chave: 1. agências de turismo, 2. salários, 3. funcionários

Abstract

Tourism is a rapidly developing activity in the whole world. It is also a way of implementing the development of the localities that offer potential for tourism. Directly related to the tourism phenomenon is the tourist agency, the company responsible for the advertising and commercialization of tourism products and for the development of new

products. In order for this to happen dynamically, these companies need to be well served with qualified employees and on the other hand these employees should be well paid for their services. It was in thinking of the evolution and stability of jobs and salaries in tourist agencies that this study was born, which reports on the real situation of the employees in agencies in Campo Grande-MS where the market is large and needs people with more and more qualifications. The data were collected from a sampling of twenty-three tourist agencies in Campo Grande, South Mato Grosso. After the tabulation the companies that participated received a diagnosis of the jobs in the companies as well as the salaries paid by them. It was possible to conclude with this that there is a considerable disparity between the jobs and the payment.

Key words: 1. tourist agencies, 2. salaries, 3. employees.

A análise de cargos e salários é de extrema importância quando se pretende estabelecer padrão de mercado para determinado segmento.

A ocorrência desse padrão pode acarretar benefícios diretos a funcionários e empresas. Aos funcionários, no momento em que estes passam a ter segurança por estarem empregados com estabilidade e confiança no cargo; e às empresas, porque estas terão a credibilidade e a confiança de seus funcionários e, conseqüentemente, de seus clientes.

Acreditando nisso apontaram-se as particularidades no mercado de agências de turismo de Campo Grande, buscando ainda despertar o interesse dos profissionais no que diz respeito ao fenômeno turístico e seus impactos na economia.

O sistema operacional de turismo funciona mundialmente de acordo com uma trilogia, que se caracteriza pela existência de Operadoras de Turismo, as quais mantêm no seu entorno as *agências de viagens* e *agências de viagens e turismo*, responsáveis pela distribuição e comercialização dos produtos oferecidos. Neste sistema, a *operadora de turismo* é responsável pela elaboração e operacionalização dos produtos.

Para Braga (1994:13):

O setor turístico apresenta como uma de suas características a multiplicidade de serviços que são distribuídos entre os diversos tipos de unidades produtoras, agências de turismo, hotéis, empresas de transporte, etc. -, o que torna a formação de seus recursos humanos uma tarefa bastante complexa.

Embora seja difícil capacitar os recursos humanos para o setor turístico, essa capacitação é de fundamental importância, segundo Braga (1994:14):

O lazer e o turismo caracterizam-se por qualidade na prestação de serviços. Esta qualidade passa necessariamente pelo ser humano capacitado para exercer suas funções que exigem eficácia, polivalência e criatividade.

Portanto, além de capacitado em sua função, o funcionário de uma agência de viagens e turismo precisa estar apto a atender outro setor da empresa que lhe seja cabível, como exemplo: um emissor de bilhetes deve também ter algum conhecimento na venda de pacotes turísticos. De acordo com Braga (1994:15):

Por sua própria natureza, a produção de serviços é menos suscetível à racionalização do que à produção de bens [...]. Se aceitarmos que a industrialização levou a uma despersonalização do trabalho, então a expansão dos serviços proporciona a oportunidade de inverter essa tendência, pois o contato direto com o cliente para quem o serviço é realizado, assim como a necessidade de atender às demandas individuais do cliente, são características muito mais comuns nas indústrias de serviços, do que em outros setores da indústria.

Neste caso, o setor terciário apresenta especificidade em relação aos processos de produção de serviços e informações e aos critérios de sua produtividade, que exigem um tipo de qualificação abrangente que ultrapasse o mero adestramento do indivíduo para um conjunto de tarefas relacionadas a uma ocupação. Essa realidade levou as empresas a travar uma competição feroz e desumana “adotaram a prática do melhor resultado ao menor custo possível e instauraram o *downsizing*, a terceirização, as reengenharias - processos que levam à redução de pessoal -aumentaram as obrigações de quem ficou, tendo estas que trabalhar mais, não só para atender o mercado como

para não perder também a vaga. As pessoas querem carreira, salário ascendente, benefícios. Se for preciso trabalhar mais, por que não” (VEIGA, 2000:124).

Esta situação mostra o que acontece com as agências de viagens e turismo em Campo Grande, segundo depoimento do presidente da Associação das Agências de Viagens e Turismo de Mato Grosso do Sul (ABAVIMS):

Os funcionários das agências de viagens e turismo de Campo Grande realizam as mais diversas atividades dentro de seu cargo, sem receber, na maioria dos casos, adicionais por isso. Essa situação é beneficiada pelo fato de as agências de nossa Capital possuírem uma estrutura organizacional familiar, o que gera também uma rotatividade nos cargos, ou seja, quem já está inserido neste nicho do mercado procura a melhor comissão entre as agências ou monta sua própria empresa para trabalhar, como já tem acontecido.

Com todas mudanças legais e riquezas de recursos variados o turismo não decolou a ponto de superar as expectativas e possibilidades por todos esperadas, isso porque há falta de uma política setorial implantada por entidades competentes e interessadas.

As agências sofrem muito com as conseqüências destas políticas setoriais, pois se o país não dispõe de recursos financeiros e econômicos, não é possível realizar um trabalho eficaz de recepção de turistas estrangeiros e de emissão de turistas nacionais para o exterior, O problema deverá encontrar solução real somente quando em um dos pratos da balança estiverem os bens que são exportados e, do outro lado os turistas que aqui chegam.

Os entraves econômicos e os contratos comerciais gerais não têm permitido a atribuição de preço justo ao turismo, nem reconhecido os empresários e profissionais do setor como força de trabalho do mais alto nível para o bem nacional.

Atualmente passa-se por um momento de preocupação e de definição de objetivos; é determinante para o turismo brasileiro uma opção séria e decisiva das autoridades: ou se realiza a estatização pura e simples do setor, ou se admite a livre economia de mercado. Qualquer

das medidas terá influência decisiva nas agências de turismo, que na realidade são instituições comerciais que visam lucro; são constituídas, taxadas, tributadas e classificadas como entidades mercantis, à espera de liberação suficiente para a atividade profissional e não de leis e favores para o cumprimento cartorial de obrigações restritivas.

Frente a todos esses impasses, utilizamos essa pesquisa para descrever cada cargo e cada função com seu respectivo salário, para demonstrarmos a amplitude das operações que os funcionários de agências de turismo tem em suas obrigações. Junto a isto demonstramos também os requisitos básicos e responsabilidades que cada um necessita para cumprir suas obrigações dentro destas empresas, para garantir a eficiência de um sistema de avaliação de cargos e administração de salários.

Por estas, o trabalho apresentado conseguiu atingir seus objetivos e caracterizar como se comportam os salários, os cargos e as funções destes cargos nas agências de turismo de Campo Grande.

Durante a realização da pesquisa, e com o contato direto com o mercado pesquisado foi possível se observar tamanho receio dos empresários e funcionários no que diz respeito à remuneração por serviços prestados.

Baseados nos dados discutidos neste trabalho pode-se concluir que as agências de turismo de Campo Grande precisam rever alguns conceitos para se chegar um padrão que otimize as relações cargos-funções, a fim de se conseguir uma política de remuneração mais eficaz.

Bibliografia

ÁVILA, Vicente Fidelis de. *Sugestão de roteiro comentado para projeto de pesquisa*. Campo Grande : UFMS, [s.d.]. (trabalho apostilado).

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo - fundamentos e dimensões*. São Paulo : Ática, 1995.

BARRETO, Margarida. *Manual de iniciação ao estudo de turismo*. Campinas-SP : SENAC, 1995.

BELTRÃO, Otto di. *Turismo: a indústria do século XXI*. Lorena-SP : Stiliano, 1999.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo : SENAC, 1998.

BRAGA, Ana B. *Trabalho de qualificação profissional em agências de viagens e turismo*. Rio de Janeiro : SENAC, Departamento Nacional, 1994.

CARVALHO, Carlos L. *Destino Brasil, novos caminhos para o turismo*. Rio de Janeiro : FBN, 1994.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo : Futura, 1998.

LEMONS, Leandro de. *Turismo: que negócio é esse? Uma análise da economia do turismo*. Campinas-SP : Papyrus, 1999.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de pesquisa*. 4. ed. São Paulo : Atlas, 1999.

MILONI, Paulo César; LAGE, Beatriz Helena. *Economia do turismo*. São Paulo : Papyrus, 1996.

PONTES, Benedito Rodrigues. *Administração de cargos e salários*. São Paulo : LTR, 1998.

SÁ, Julio Alves de. *Manual de cargos e salários*. Rio de Janeiro : CNI - Confederação Nacional da Indústria/Departamento de assistência à média e pequena indústria/Divisão de estudos e pesquisas, 1978.

TORRE, Francisco de La. *Agencia de viajes y transportación*. México : Trillas, 1995.

TRIGO, Luiz G. G. *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo*. Campinas-SP : Papyrus, 1998.

TRIGO, Luiz G. G. *Turismo básico*. 2. ed. São Paulo : SENAC, 1998.

www.embratur.gov.br