

Brasiltouris 2003

Planejamento e Gestão de Agências de Turismo

Fátima Gatoeiro

Junho/2003

1ª quinzena



Teoria e prática da realidade das agências do Brasil

O diretor da Educando Turismo e Cultura, André Luís Viola Bona, e o professor e ex-secretário de Turismo do Estado do Espírito Santo, Mário Petrocchi, assinam juntos a autoria do livro *Agências de Turismo – Planejamento e Gestão*, recentemente lançado pela Editora Futura.

Voltado para graduados em turismo e hotelaria e outros profissionais do setor, o livro reúne, em teoria e prática, a realidade das agências do Brasil, desde seu funcionamento diário (papéis, processos e funções) até o planejamento estratégico.

O livro também destaca a influência da Internet, descreve aspectos relativos às agências européias e norte-americanas, traz análises de mercado e apresenta conceitos de viabilidade econômica.

A sobrevivência das agências de turismo é hoje um “verdadeiro desafio, face à permanente evolução do ambiente, aos fatores socio-econômicos, políticos, tecnológicos, culturais e demográficos, entre outros”. Segundo o autor, em um mercado muito concorrido e em turbulência, a qualidade dos serviços prestados e a satisfação do cliente são aspectos decisivos. Vem daí, na sua opinião, a importância do planejamento cuidadoso e da gestão estratégica, capazes de conjugar foco no cliente e monitoramento constante do meio em permanente mutação.

Terceira obra da série Planejamento e Gestão, o livro custa R\$ 28 e pode ser encontrado nas livrarias Siciliano, Leitura e Saraiva, ou pela Internet.