UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO

TRIPS TURISMO – ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Veruska Albuquerque Pacheco

Brasília (DF), maio de 2005

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

TRIPS TURISMO – ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Aluna: Veruska Albuquerque Pacheco

Orientador: Prof. Carlos José Rodrigues da Silva, Msc

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do certificado de especialista em Gestão de Negócios em Turismo

Brasília (DF), maio de 2005

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO

Curso de Especialização em Gestão de Negócios em Turismo

TRIPS TURISMO – ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Aluna: Veruska Albuquerque Pacheco

Banca Examinadora

_____
Prof. Carlos José Rodrigues da Silva, Dr.
Orientador

_____
Profa Iara Brasileiro
Membro

Brasília, 30 de maio de 2005

Pacheco, Veruska Albuquerque.

Trips Turismo – Análise da Qualidade dos Serviços na Universidade de Brasília/Veruska Albuquerque Pacheco

56 f.

Monografia (especialização – Gestão de Negócios em Turismo) – Universidade de Brasília. Centro de Excelência em Turismo. Brasília, 2005.

Área de Concentração: Turismo

Orientador: Prof. Dr. Carlos José Rodrigues da Silva

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha mãe, por sempre acreditar em mim e me incentivar; ao Silvan, meu marido, sempre companheiro, pelo apoio incansável e pelo amor incondicional; e ao meu filho Guilherme, principal motivo de orgulho e alegria da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que tenho certeza esteve sempre ao meu lado nos momentos de dificuldade, ao Prof. Carlos, pela sempre “presença virtual” e presteza, a todas as pessoas que contribuíram direta ou indiretamente para a realização deste trabalho, ao PROCAP/UnB e ao CET/UnB, pela bolsa de estudos.

RESUMO

Esta pesquisa foi realizada no intuito de conhecer a emissão turística da Universidade de Brasília, por meio do estudo de rotinas e procedimentos que envolvem a emissão e da avaliação do atendimento da Trips Turismo, agência que intermedia as emissões. O objetivo geral deste trabalho foi conhecer a atuação da Divisão de Controles e Viagens – DCV e avaliar o atendimento da Trips Turismo na UnB. Os objetivos específicos foram: a) Levantar, junto à DCV, procedimentos, legislações e rotinas que norteiam a emissão turística de docentes e técnicos da UnB; b) levantar dados estatísticos sobre a emissão de docentes e técnicos da UnB no período de 2002 a 2004; e c) avaliar o atendimento da Trips Turismo na UnB. A metodologia utilizada abordou análise documental, a aplicação de questionários a servidores que utilizam os serviços da DCV e da Trips Turismo e entrevista com a DCV. A aplicação dos questionários revelou que o atendimento é deficiente, demandando implementação de reengenharia e projetos de melhoria na prestação de serviços e a entrevista e a análise documental demonstraram que falta um sistema de controle que permita a UnB conhecer e levantar dados estatísticos acerca das emissões. As outras deficiências referem-se à burocracia e à lentidão excessiva dos processos da Universidade e do Serviço Público, que não são objeto desta pesquisa.

Palavras-Chave: turismo emissivo na UnB; atendimento ao cliente em agências.

ABSTRACT

This research was carried out with the intention of knowing the tourist emission of University of Brasília, through the study of routines and procedures that involve the emission and through the study of Trips Tourism service evaluation – Trips Tourism is the agency that mediates the emissions. The general objective of this work was to know the performance of the Division of Trips and Controls – DTC and to evaluate the service of Trips Tourism at UnB. The specific objectives were: a) Raising, at DTC, forms of procedure, legislations and routines that guide the tourist emission of UnB teaching staff and technicians; b) raise statistic data about the emission of UnB teaching staff and technicians from 2002 to 2004; c) evaluate the service of Trips Tourism at UnB. The methodology that was used dealt with documental analyses, application of questionnaires to servants who use DTC and Trips Tourism services and interviews with DTC staff. The questionnaire application has revealed that the service is deficient in performance, demanding improvement implementation and projects to improve the providing services, and the interviews and documental analyses have demonstrated that there isn't a control system allowing the university to raise and know statistic data about the emissions. The other deficiencies refer to bureaucracy and excessive delay of the university processes and Public Services, which are not object of this research.

Keywords: emissive tourism at UnB; client service in agencies.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 1
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 3
1.1 Conceito de Turismo 3
1.2 Turismo de Eventos e Turismo Científico 7
1.2.1 Turismo de Eventos 7
1.2.2 Turismo Científico 10
1.3 Agências de Turismo 12
1.3.1 Algumas considerações sobre o atendimento no setor de serviços de turismo 16
2. TURISMO EMISSIVO NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA 22
3. DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA DA PESQUISA 28
4. RESULTADOS DA PESQUISA 30
4.1 Resultados do questionário 30
4.2 Resultados da análise documental e da entrevista na Divisão de Controle de Viagens 36
5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA 38
5.1 Em relação ao atendimento da Trips 38
5.2 Em relação às normas e procedimentos 40
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS 42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 45
APÊNDICES 48
1. Questionário aplicado 48
2. Roteiro da entrevista com a Divisão de Controle de Viagens 49
ANEXOS 50
A) Tabelas de diárias no país e no exterior 50
B) Formulários de Requisição de Passagens, Diárias e Hospedagens – RPDH 55

LISTA DE ABREVIATURAS

UnB ..... Universidade de Brasília
DCV ..... Divisão de Controle de Viagens
DCF ..... Diretoria de Contabilidade e Finanças
DAF ..... Decanato de Administração e Finanças
CESPE ..... Centro de Seleção e de Promoção de Eventos
OMT ..... Organização Mundial do Turismo
CET ..... Centro de Excelência em Turismo
SEBRAE ..... Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
EMBRATUR ..... Instituto Brasileiro do Turismo
VRT ..... Vice-Reitoria
CAPES ..... Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CNPq ..... Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
FINEP ..... Financiadora de Estudos e Projetos
FINATEC ..... Fundação de Empreendimentos Científicos e Tecnológicos
IES ..... Instituição de Ensino Superior
RPDH ..... Requisição de Passagens, Diárias e Hospedagem
EMP ..... Secretaria de Empreendimentos
CDT ..... Centro de Desenvolvimento Tecnológico
FUBRA ..... Fundação Universitária de Brasília

INTRODUÇÃO 1
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 3
1.1 Conceito de Turismo 3
1.2 Turismo de Eventos e Turismo Científico 7
1.2.1 Turismo de Eventos 7
1.2.2 Turismo Científico 10
1.3 Agências de Turismo 12
1.3.1 Algumas considerações sobre o atendimento no setor de serviços de turismo 16
2. TURISMO EMISSIVO NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA 22
3. DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA DA PESQUISA 28
4. RESULTADOS DA PESQUISA 30
4.1 Resultados do questionário 30
4.2 Resultados da análise documental e da entrevista na Divisão de Controle de Viagens 36
5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA 38
5.1 Em relação ao atendimento da Trips 38
5.2 Em relação às normas e procedimentos 40
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS 42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 45
APÊNDICES 48
1. Questionário aplicado 48
2. Roteiro da entrevista com a Divisão de Controle de Viagens 49
ANEXOS 50
A) Tabelas de diárias no país e no exterior 50
B) Formulários de Requisição de Passagens, Diárias e Hospedagens – RPDH 55

INTRODUÇÃO

O turismo pode ser considerado atualmente como um processo de interação entre os povos, que possibilita o conhecimento de diferentes ambientes e culturas, além de envolver diversos setores da economia, de forma direta e indireta, criando inter-relação entre componentes ambientais, culturais, econômicos e sociais.

Dessa maneira, a observação do turismo requer métodos e procedimentos de pesquisa inter e transdisciplinares de diversas áreas do conhecimento, como ciências exatas, econômicas, biológicas, humanas e sociais.

O turismo, como veículo sócio-econômico, é área de conhecimento recente, ainda em construção no Brasil e certamente tem muito a ser desenvolvido. Dentre os novos conceitos do turismo, surge o turismo de eventos. Este segmento abrange um amplo e diversificado conjunto de atividades econômicas, com importância destacada no setor de serviços, na indústria e no comércio em geral.

A Universidade, especificamente, tem uma demanda excepcional de capacitação e de conhecimentos, em níveis acadêmicos e, em números menores, empresariais. Docentes, pesquisadores e servidores estão sempre envolvidos em eventos – congressos, seminários, trabalhos de campo, bancas examinadoras, entre outros, objetivando promover e difundir atividades sociais e conhecimentos científicos, tanto no país quanto no exterior.

Esta pesquisa aborda o turismo de eventos e o turismo científico/cultural/educacional, com enfoque na Universidade de Brasília – UnB. Aborda também o atendimento da agência de turismo, mais especificamente da Trips Turismo, empresa que atua na universidade.

Como servidora da UnB surgiu o interesse pelo tema, em função da vontade de devolver à Instituição os conhecimentos adquiridos durante a realização da especialização Gestão de Negócios em Turismo. Partindo dos pressupostos de que o atendimento da agência e o da Divisão de Controle de Viagens – DCV, são satisfatórios para os clientes da universidade, este trabalho abrange pesquisa bibliográfica, documental e de campo, baseada em um estudo de caso.

O objetivo do trabalho foi conhecer a atuação da Divisão de Controles e Viagens/Diretoria de Contabilidade e Finanças – DCV/DCF e avaliar o atendimento da Trips Turismo na Universidade de Brasília.

O presente trabalho está estruturado da seguinte forma: O capítulo 1 apresenta a fundamentação teórica da pesquisa, que aborda a conceituação de turismo, seguido do turismo de eventos e do turismo científico, e as agências de turismo, direcionando o tema à qualidade no atendimento. Em seguida, no capítulo 2, apresentam-se as rotinas e normas que norteiam o turismo emissivo na universidade, tomando por base a missão da instituição.

No capítulo 3, é feita a descrição da metodologia da pesquisa, apresentando as estratégias utilizadas para viabilizar a implementação do trabalho, que será feita por meio de análise documental, entrevista à chefia da DCV e questionários aplicados aos clientes da agência.

Os capítulos 4 e 5 apresentam, respectivamente, os resultados da pesquisa e a discussão dos resultados da pesquisa. Os resultados são apresentados graficamente e numericamente no que diz respeito aos questionários aplicados, e descritivamente na análise documental e entrevista. Por último, no capítulo 6, encontram-se as considerações finais da pesquisa, seguidas dos apêndices e anexos do trabalho.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 Conceito de Turismo

Durante o curso da história o homem viaja para realizar as mais diversas atividades. O turismo constitui um dos setores que mais evoluiu nos últimos anos. O conceito de turismo evoluiu significativamente desde seu surgimento como fenômeno. De acordo com ANDRADE (1998, p. 23), a mais antiga das indicações conceituais é de 1910, de autoria do economista austríaco Herman von Schullard, que indica turismo como “a soma das operações, especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionadas com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região”.

Percebe-se que conceituar o turismo não é uma tarefa simples. Com o objetivo de facilitar a leitura, serão apresentados, a seguir, alguns dos conceitos que se desenvolveram com o passar do tempo, de autores reconhecidos e da Organização Mundial do Turismo – OMT.

> Turismo é o conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais . (ANDRADE, 1998, p. 38)

> O Turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros. (OMT, 2001)

> O Turismo é o fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, se trasladam de seu lugar de residência habitual a outro, não exercendo atividade lucrativa ou remunerada e promovendo

múltiplas inter-relações de caráter social, econômico e cultural. (PADILLA, 1998)

Turismo é o conjunto de turistas, que ocasiona um complexo de fenômenos e relações produzidas em massa, como conseqüência de suas viagens: transporte, hotéis, agências, espetáculos, guias, intérpretes, organizações privadas ou públicas que promovem a infra-estrutura e a expansão dos serviços; campanhas publicitárias, centros de informações e escolas especializadas. (LA TORRE, 2003, p. 13)

O Turismo é sem dúvida uma atividade socioeconômica, haja vista que propicia a geração de bens e serviços para os seres humanos visando a satisfação de diversas necessidades básicas e secundárias. O Turismo atual é concebido como uma rica e grandiosa "indústria" que se relaciona com todos os setores da economia, contribuindo com 11% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, representando 3,4 trilhões de dólares e gerando cerca de 200 milhões de empregos no mundo. (CAMPOS, 2005, p. 3)

Torna-se difícil elaborar um conceito com consenso do termo turismo, devido a inúmeras definições existentes. O conceito de turismo veio se modificando, como se pode perceber, à medida que a disciplina turismo se desenvolvia. A seguir, serão apresentados alguns conceitos mais atuais, que abordam fenômenos como a globalização e a sustentabilidade.

O objeto de estudo do Turismo é próprio e nele se congregam também variáveis e métodos de análise de outras ciências mais tradicionais e consolidadas. Essa conexão além de conferir-lhe interdisciplinaridade, possibilitou, ao longo do processo de seu desenvolvimento, que o Turismo atingisse mais amplitude e modernidade, podendo ser hoje definido como ciência da expressão do homem no mundo global, competitivo, e que quer se transcender rumo a uma nova visão de valores universalistas. Ainda gostaríamos de lembrar que turismo começa a superar o qualificativo de setor estanque, exclusivo, pois em virtude do processo de globalização, em que foi instrumento de destacada contribuição, está sempre

> presente como fundamento na formulação elaboração e execução de muitas políticas econômicas, regionais sociais e culturais de vários países. (BENI, 2004, p.1)

De acordo com TOLONHO (2005, p. 2), “o turismo é considerado um dos setores da atividade econômica que está mais exposto às alterações produzidas na sociedade e aquele que melhor as reflete. A própria dimensão e importância que alcançou é resultante das mudanças operadas na sociedade e da evolução do gênero de vida que elas produziram”. Para ele, o “Turismo, assim sendo, é hoje muito mais do que uma atividade econômica é sim, um fenômeno social, característico da sociedade pós-industrial, que está presente na vida de todos que participam dela, mesmo na diferença de classes, grupos, etnias, nações”.

Ainda segundo TOLONHO, as alterações que ocorreram nas últimas décadas nas relações de força no domínio econômico e político fizeram emergir novas áreas de expansão econômica, que introduzirão fatores de mudança com reflexos profundos no turismo. As preocupações científicas, sociais e políticas com os valores humanos e com aspectos não materiais da vida levam a admitir que a humanidade seja capaz de uma renovação cultural. Nesse contexto, o turismo deverá transformar-se, para acompanhar as mudanças deste início de século XXI.

TRIGO (1993, p. 65), afirma que a atividade turística passou a ser um espaço privilegiado da produção, na medida em que se tornou uma das ocupações sofisticadas do setor terciário.

FARIA E CARNEIRO (2001, p. 44), enfocam o turismo sob a ótica da sustentabilidade. Segundo as autoras, todas as organizações turísticas, quaisquer que sejam as atividades desenvolvidas, devem, sempre, levar em consideração a questão da sustentabilidade ecológica. Os estudos ambientais – especialmente o levantamento da capacidade de suporte dos sistemas – vão ser essenciais para que se pensar na sustentabilidade dos sistemas, especialmente os que envolvem as sociedades humanas inseridas no turismo.

BRASILEIRO (2005), ainda no enfoque da sustentabilidade, afirma que o turismo é uma ferramenta efetiva para o desenvolvimento, e que é preciso pensar nele de modo sistêmico, integrador e integral, já que nessa “indústria” está embutida a cultura e, sem o ambiente, o turismo não será possível já que a vida em si mesma

será inadmissível. Segundo a autora, desejado desenvolvimento sustentável é “aquele que traz melhor qualidade de vida para esta geração, garantindo que as gerações futuras possam, também, perceber sua respiração e ouvir seu coração”.

Para FARIAS E CARNEIRO (2001, p. 70), a relação do turismo com o meio ambiente dá-se principalmente por meio da paisagem, transformada em produto a ser consumido. Invariavelmente são observadas modificações onde ocorre o turismo; e não somente no ambiente natural, como na comunidade local. O impacto do turismo pode ser identificado a partir dos custos potenciais – degradação do meio ambiente, injustiças e instabilidades econômicas, mudanças socioculturais negativas -; e dos benefícios potenciais – geração de receita para as áreas protegidas, criação de empregos para as pessoas que vivem próximas a essas áreas e promoção de educação ambiental e de conscientização sobre conservação.

Segundo TRIGO (2003, p. 54):

> O crescimento do turismo é uma realidade inexorável, assim como a disseminação dos valores da modernidade e do iluminismo. (...) O turismo é um grande negócio global, mas é mais do que isso. É um convite à convivência entre as pessoas, etnias e culturas diferentes. É uma possibilidade de conhecer o planeta (e, no futuro, o espaço sideral) com sua natureza exuberante e suas culturas variadas. A viagem é uma preciosidade do imaginário das pessoas e sua realização expressa sentimentos variados e conflituosos. (...) Turismo é acima de tudo, prazer, e prazer é o mais alto grau da satisfação humana. (...) Turismo é um desses “frutos dourados do sol”, mas para saborearmos essas delícias temos também de garantir o crescimento e a preservação das árvores frutíferas e transformar a sociedade em um “jardim das delícias terrenas”.

De acordo com BENI (2001, p. 36), as definições de Turismo são do tamanho do número de autores que trata do assunto. Mas quanto maior o número de pesquisadores que se preocupam em estudá-lo, maiores e evidentes se apresentarão a amplitude e a extensão do fenômeno Turismo, e mais insuficientes e imprecisas serão as definições existentes. Nesse contexto, o autor define o turismo como um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço, intervindo, nesse processo, inúmeros fatores de realização

pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios.

Conclui-se, portanto, que cada autor citado, cada um com sua visão e percepção, tem sua contribuição e importância no processo de desenvolvimento da pesquisa turística.

1.2 Turismo de Eventos e Turismo Científico

1.2.1 Turismo de Eventos

De acordo com ANDRADE (1995, p. 49), o Turismo de Eventos pode ser entendido como “o conjunto de atividades exercidas pelas pessoas que viajam a fim de participar de congressos, convenções, assembléias, simpósios, seminários, reuniões, ciclos, sínodos, concílios e demais encontros que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesses em determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos nos campos científicos, técnicos, religiosos para o atingimento de objetivos profissional-cultural, técnico-profissional, de aperfeiçoamento ou de atualização”.

Segundo GETZ (2002, p. 425), do ponto de vista do consumidor, ou da audiência, um evento “é a oportunidade para o lazer, para uma experiência social ou cultural fora da rotina diária”.Segundo o mesmo autor, cada vez mais os eventos são vistos como uma alternativa clara para o turismo de massa. Para exploração de seu pleno potencial turístico, festivais e eventos estão sendo criados por um número cada vez maior de organizações. Para eles, “eventos ajudam a fazer dinheiro, exaltam o progresso e as artes da comunidade, proporcionam lazer e são excelentes instrumentos de comunicação. (...) A popularidade e a especialidade dos festivais e dos eventos estão intimamente ligadas a sua capacidade de atingir objetivos múltiplos”.

Os eventos podem ser classificados em diversas categorias. A seguir, serão apresentadas as definições apresentadas por ANSARAH (2002, p. 78), e que foram consideradas significativas para o presente trabalho, por conceituarem os principais motivos de afastamentos para o turismo emissivo da UnB:

- Congresso: tipo de evento em que se discutem temas diversos de uma mesma área de conhecimento, organizado por uma entidade setorial, de classe ou associação (por exemplo, congresso de dentistas, de agentes de viagens, de hoteleiros, etc). O congresso funciona e se desenvolve por meio de reuniões: painel, mesa-redonda, conferência, cursos e outros.

- Convenção: tipo de evento em que se discute um tema específico, podendo, eventualmente, tratar de assunto correlato. É organizado por entidades empresariais ou políticas e se destina ao público interno da organização, com o objetivo de treinamento, informação, troca de experiências, integração, e principalmente, motivação.

- Feira, exposição e mostra: eventos que objetivam a exibição pública de produtos ou serviços que normalmente se destinam a um público determinado ou a parte dele. Pode ter caráter comercial, artístico, cultural, científico, etc.

- Festival: evento normalmente artístico, com o objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial, nem sempre periódico.

- Visita: evento para um número reduzido de pessoas, com duração que não deve ultrapassar duas horas e que tem como objetivo um contato pessoal e direto da empresa com os diferentes públicos para apresentação de seus produtos, serviços, instalações ou parte desses.

- *Workshop*: tipo de evento em que se reúnem profissionais para facilitar a elaboração e a difusão de trabalhos comuns ou para a comercialização de produtos ou serviços.

- Bolsa de contratação: tipo de evento para fomentar o contato profissional em que são selecionadas a oferta e a demanda de

profissionais. Seu objetivo é facilitar a criação de um vínculo profissional que estimule contratações ou estágios.

- Fórum: evento em que se espera o envolvimento de um grande número de participantes para discussão e debate de idéias e opiniões, normalmente assuntos sociais, visando sensibilizar a opinião pública.

- Seminário: tipo de evento em que se reúnem pessoas com o conhecimento prévio de um assunto preestabelecido. É apresentado por um participante, que expõe seu ponto de vista baseado em pesquisas para posterior debate.

- Simpósio: evento para apresentação de um tema complexo, de grande interesse, geralmente científico, apresentado por especialistas para intercâmbio de experiências e informações.

- Curso: tipo de evento para um público homogêneo, previamente selecionado, designado ou inscrito. Destina-se ao aprendizado de determinado assunto, exposto por um professor e/ou especialista, que utiliza aulas, palestras e outros tipos de exposição.

- Assembléia: reunião deliberativa de membros de uma mesma entidade com a característica de submeter à apreciação e à votação a matéria em debate.

- Mesa-Redonda: reunião para a discussão de um tema controverso, com a presença de um moderador e de um número par de membros para a exposição dos pontos a serem considerados, sendo alguns a favor e outros contra o tema em questão.

- Painel: tipo de reunião para apresentação de um tema, normalmente dividido entre três ou mais expositores, que não debatem entre si, mas dão um panorama sobre o assunto.

Conforme levantamento do SEBRAE, em documento conhecido como o I Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil – 2001/2002, foi verificado que o segmento de turismo de eventos gera 2,9 milhões de postos de trabalho, sendo quase 730 mil os empregos diretos e 2,1 milhões de empregos

indiretos. Gera uma renda de R$ 37 bilhões, o que representa 3,1% do PIB nacional, e 4,2 bilhões em impostos, em 330 mil eventos anuais que são realizados no Brasil, envolvendo mais de 80 milhões de participantes.

Segundo Estudo da Demanda Turística Internacional de 2002, (EMBRATUR, 2002, p. 13-23) no período de 1998 a 2002, 28,28% dos turistas residentes no exterior que visitaram o Brasil no referido ano vieram a negócios, para participar de congressos ou convenções, perdendo somente para o lazer, com 51,21% dos visitantes. De acordo com o levantamento, 96,12% dos visitantes demonstraram a pretensão de voltar ao país. A pesquisa revela ainda que os maiores gastos per capita/dia e as maiores rendas individuais foram observadas entre os estrangeiros que vieram a negócios, congressos e convenções.

O mesmo estudo apresentou dados dos turistas residentes no Brasil em viagem ao exterior em 2002. Segundo a pesquisa, 41,20% dos brasileiros viajaram ao exterior por motivo de negócios, congressos ou convenções, ocupando o primeiro lugar dos motivos citados. Em segundo lugar o motivo da viagem foi o lazer, com 37,95%. Em 1999 o lazer ocupava o primeiro lugar, com 60,13% dos visitantes.

Estes são dados significativos, que mostram o real crescimento do turismo receptivo e emissivo de eventos, demonstrando um grande potencial do mercado de eventos para o país e para o mundo.

1.2.2 Turismo Científico

Como afirmado anteriormente, o turismo científico compreende área de conhecimento no turismo recente, sendo a bibliografia ainda escassa. A base para conceituação e entendimento dessa modalidade de turismo é formada por artigos e textos retirados da Internet.

De acordo com VELOSO (2003, p. 1), o turismo científico está inserido no turismo acadêmico. Segundo o autor, o turismo acadêmico pode ser considerado um novo nicho do mercado. “São visitas de curta, média e até de longa distância, em que há todo um envolvimento e movimento dos serviços de transporte, alimentação, hospedagem, guias, comércio, que, conjugados com a baixa temporada,

transformam este segmento numa fatia muito apetitosa para ser consumida pelo turismo interno". O turismo científico é uma proposta ainda em crescimento, que utiliza a natureza como laboratório ao ar livre, e tende a ser, no futuro, uma solução para os períodos de baixo fluxo turístico em diversas localidades.

VELOSO (2003, p. 2), citando José Vicente de Andrade, caracteriza o turismo cultural de maneira mais voltada ao aprendizado ou à recepção de informações e dados que proporcionem ao turista, a qualificação intelectual que se buscou ou que adquiriu, interiorizando-a e produzindo conhecimentos para usos diversos ou apenas para o crescimento cultural de cunho pessoal.

FARIA E CARNEIRO (2001, p. 93) definem o turismo cultural como o praticado por professores, técnicos, pesquisadores, arqueólogos, cientistas e estudantes em busca de novos conhecimentos, e é um tipo de turismo que tem um público muito específico.

ANDRADE (1998, p. 72) subdivide o turismo cultural em dois subtipos: o turismo científico, cuja motivação é a necessidade e o interesse da realização de estudos e pesquisas, com caráter similar ao da visita técnica, e o turismo de congresso ou turismo de convenções.

Segundo o autor, o turismo científico é denominado viagem de estudos, excursão científica, viagem de pesquisas e outras denominações, menos freqüentes e mais erradas ou inexatas, e "efetua-se de modo individual ou em grupos reduzidos, sempre que a motivação é científica", e onde "o lazer e o repouso tornam-se elementos secundários e, não raro, chegam a inexistir, em virtude da própria programação ou dos objetivos a que os turistas ou visitantes se propõem".

Já por turismo de congresso ou turismo de convenções ANDRADE (1998, p. 73), o conceitua como:

> Conjunto de atividades exercidas pelas pessoas que viajam a fim de participar de congressos, convenções, assembléias, simpósios, seminários, reuniões, ciclos, concílios e demais encontros que visam o estudo de alternativas, de dimensionamentos ou de interesses de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente

> científica ou outra organização com objetivos nos campos científicos, técnicos e religiosos para o alcance de objetivos profissional-cultural, técnico-operacional, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização.

Percebe-se que para o objeto desta pesquisa, o conceito apresentado acima é o que mais se molda ao turismo da Universidade de Brasília, tendo em vista que o público da universidade - professores, pesquisadores, servidores técnico-administrativos e estudantes participam de eventos de diversas naturezas com vistas ao aperfeiçoamento profissional, à interação e enriquecimento científicos, etc.

Os conceitos de turismo de eventos também estão adequados ao turismo emissivo da UnB, de maneira a se mesclar, podendo-se afirmar que a emissão de turistas da universidade abrange tanto o turismo de eventos como o turismo científico.

1.3 Agências de Turismo

As agências de turismo são organizações que têm a finalidade de comercializar produtos turísticos. Devem orientar as pessoas que desejam viajar, estudam as melhores condições tanto em nível operacional quanto financeiro, e assessoram clientes acerca da definição de itinerários.

Em ANDRADE (1998, p. 195), segundo a legislação brasileira:

> As agências de viagens e turismo são empresas ou sociedades comerciais que exercem, privativamente, e com dedicação exclusiva, as funções de venda, organização, promoção e execução de viagens, ou excursões individuais e coletivas; de prestação remunerada de serviços turísticos, inclusive de guias, de intérpretes e de informações a visitantes; de prestação sistemática de serviços especializados, que se relacionem com passeios, viagens, excursões ou acomodações em hotéis e outros receptivos, além de diversas outras atividades de natureza turística; de venda de qualquer tipo de passagens por conta própria ou para empresas transportadoras de operações e linhas regulares de passageiros.

De acordo com PETROCHI & BONA (2003, p. 23), “a definição de domínio do negócio deve ser feita em termos das necessidades dos clientes, não em função da venda dos produtos ou serviços. O agenciamento deve ser estudado sob os aspectos mencionados na concepção da agência, que são o grupo de clientes que pretende servir e as necessidades desses clientes, agregando, ainda, a tecnologia que satisfará tais necessidades e que se altera ao longo do tempo”.

As agências de viagem podem ser classificadas, segundo LA TORRE (2003, p. 89):

a. conforme a grandiosidade de suas operações:

- Agência de turismo. É a pequena empresa que opera com o mínimo de funcionários, dedicada a vender ao público em geral.
- Operadora de turismo. É a empresa que opera com organização especializada e conta, conforme o volume de operações, com sucursais para atender a um público maior.

b. conforme o tipo de mercado:

- Agências de turismo receptivo. São as que organizam e operam viagens e/ou oferecem certos serviços particulares ao turista que provém de lugar diferente da localização da agência.
- Agências de turismo internacional. São as que vendem tanto serviços particulares como viagens organizadas ou pacotes, geralmente por outra agência internacional, a turistas nacionais que visitam o exterior.
- Agências de turismo receptivo e internacional. São as que operam simultaneamente viagens e turistas dentro e fora do país.

c. conforme o seu caráter administrativo:

- Agências: são empresas matrizes.
- Subagências: são as sucursais no país e filiais no exterior.

A estrutura organizacional de uma agência se dá pelo dimensionamento das instalações, dos recursos humanos e dos equipamentos necessários ao seu funcionamento. As funções básicas das agências são: organização, promoção, reservas e venda de serviços de transporte, hospedagem, alimentação, visitas a lugares ou eventos de interesse, transporte local e excursões. Também facilita o trâmite de documentos, tais como passaporte, vistos seguros, créditos, etc.

A tabela representada a seguir, desenvolvida por PETROCHI & BONA (2003, p. 30), apresenta as funções técnicas, comerciais, financeiras, administrativas, contábeis e de segurança de uma agência, por meio das funções essenciais e pode ser utilizada como ferramenta para a organização estrutural de uma agência.

Tabela 1. Funções essenciais na agência de viagens e turismo

Funções Técnicas	Funções Comerciais	Funções Administrativas
- Montagem e venda de roteiros turísticos - Compra e venda de serviços de turismo em geral - Estudos de viabilidade técnica-econômica para compra e venda de produtos turísticos - Estudos de tendências do mercado do turismo e da concorrência - Operação de sistemas de reservas, como de transportadoras e hotelaria - Vendas de passagens aéreas – nacionais e internacionais - Reserva de hotéis - Reservas em empresas de entretenimento - Locação de veículos - Cruzeiros marítimos - Conhecimento e orientação sobre legislação turística - Serviços diversos do turismo	- Atendimento aos clientes - Assessoramento aos turistas e empresas - Vendas ao público consumidor - Vendas às agências de viagens - Marketing - Promoção - Relações públicas - Propaganda - Assessoria de imprensa - Pesquisas de mercado - Pesquisas pós-venda	- Planejamento - Recursos humanos - Compras - Informática - Transporte - Almoxarifado - Serviços gerais - Controles operacionais - Telefonia
Funções Financeiras	**Funções Contábeis**	**Funções de Segurança**
- Contas a receber - Contas a pagar - Tesouraria - Fluxo de caixa - Aplicações financeiras - Captação de recursos - Orçamentos - Ponto de equilíbrio operacional	- Contabilidade - Balanço patrimonial - Apropriação de custos - Auditoria - Estatísticas	- Manutenção predial - Manutenção de equipamentos - Vigilância - Prevenção de incêndios - Preservação ambiental - Prevenção de acidentes no trabalho

Quanto ao tipo de serviços oferecidos pelas agências, ANDRADE (2003, p. 198), classifica-os conforme a seguir:

a) serviços vinculados a viagens:

- arquivamento e transmissão de informações gerais e específicas aos clientes a respeito dos receptivos e dos transportes, quanto a suas qualificações, preços, formas de pagamento, além do roteiro, das escalas, do câmbio e da documentação específica, em caso de viagens internacionais;
- esclarecimento e orientação aos clientes a respeito do clima, de possíveis embaraços e dificuldades, caso eles possuam conhecimento, através de experiência ou de informações recebidas;
- fornecimento das passagens, das cópias de contratos de financiamento ou de pagamento total, além da entrega de impresso claro e explícito sobre os horários de entrega de bagagem, de deslocamento para o terminal de embarque e o início da viagem;
- proposta de realização de seguros de vida e de acidentes para os turistas e seguro específico de bagagem declarada, caso não incluídos no preço de programação. Os clientes devem ser informados a respeito da conveniência de gastos com seguridade.

b) serviços relacionados à estada

- informações a respeito da categoria do apartamento contratado e sua localização na área predial;
- efetuação de reservas em hotéis e compra de ingressos em teatros, concertos, e para outras atrações de interesse dos clientes.
- organização de excursões, passeios locais e visitas de natureza turística ou de interesse dos clientes;
- reserva ou locação de automóveis (com ou sem motorista) para uso dos clientes, no local e nas datas requeridos por eles.

1.3.1 Algumas considerações sobre o atendimento no setor de serviços de turismo

Os impactos da globalização em todos os setores de atividade já são realidade, e devem ser encarados para enfrentá-los e transformá-los em estratégias para alcançar os objetivos das empresas. Especialmente o setor do turismo precisa reavaliar seu papel na criação e administração da demanda de serviços de viagem e hospitalidade. A oferta de bens de serviço, inclusive no turismo, tem crescido, sempre visando proporcionar cada vez mais satisfação dos clientes, de maneira que organizações que pretendem manter-se no mercado precisam estar aptas a enfrentar a concorrência, cada dia mais acirrada.

As exigências de produtos e serviços de qualidade a preço justo por parte dos clientes conduziram as empresas a se adequar aos novos tempos. O eixo central dessa adequação está no desenvolvimento de uma administração de marketing que garanta a satisfação dos clientes.

E como qualquer outra empresa, as agências também dependem da satisfação dos clientes para sobreviver. O cliente é um dos principais fatores que orienta a concepção de uma agência de turismo.

COBRA (2001, p. 228), desenvolveu um quadro (apresentado a seguir) onde são mostrados os tipos de ações estratégicas e táticas que organizações do setor de turismo podem tomar para alcançar a melhoria dos serviços da empresa, e principalmente no que diz respeito à satisfação dos clientes.

Tabela 2. Tipos de ações estratégicas e táticas

Setor de Atividade Turismo, lazer, companhias aéreas, aeroportos, hotéis, etc	Ações Estratégicas	Resultados Esperados
1. Valorizar aspectos tangíveis e intangíveis	Dar ênfase aos aspectos intangíveis do serviço procurando destacá-lo da concorrência	Cliente interessado
2. Oferecer serviços sempre renovados	Criatividade e ousadia	Cliente cativado
3. Criar programas de fidelização dos clientes	Apresentar programa de fidelização de fácil compreensão	Cliente fiel
4. Investir em tecnologia de serviços	Investir em tecnologia dura à base de equipamentos e tecnologia mole à base de sistemas	Diferenciação tecnológica para obter vantagens competitivas
5. Criar valor para os serviços oferecidos	Oferecer benefícios de valor a partir de pesquisa de mercado	Criar vínculos com os clientes
6. Investir na marca do serviço	Investir em propaganda da marca	Tornar a marca mais lembrada
7. Preparar uma distribuição competente	Procurar estar mais próximo do consumo, seja via internet, ou canais de distribuição	Facilitar a compra do serviço
8. Investir numa força de vendas eficaz	Formar uma equipe competente para negociar	Atender às expectativas do cliente por meio de uma venda honesta
9. Gerenciar as expectativas dos clientes	Estabelecer vínculos com os clientes	Cliente fidelizado
10. Investir em programa de qualidade	Treinar as pessoas na qualidade de atendimento	Serviços valorizados pela qualidade

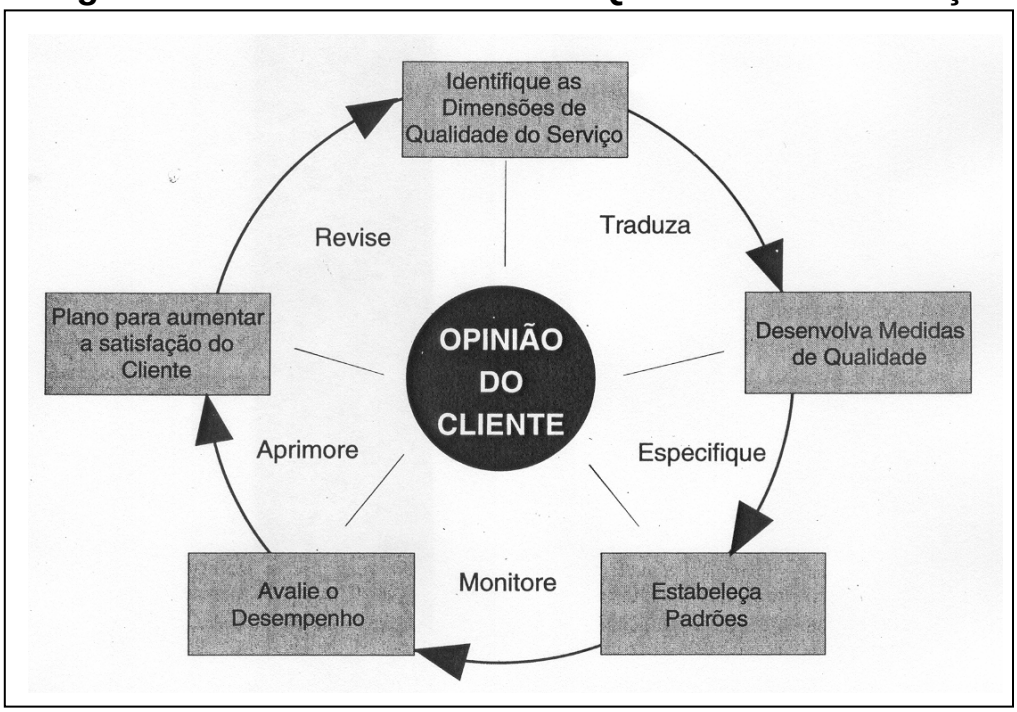
O negócio do agenciamento deve ser considerado como um processo para satisfazer o cliente, não uma simples comercialização de produtos, já que, em um mundo de mudanças contínuas, os produtos tendem a ficar obsoletos. O que não pode ficar obsoleta é a necessidade de viajar.

A qualidade de um serviço é determinada, além do atendimento, pelo desempenho e pelo custo. Via de regra, as empresas preocupam-se somente com o desempenho, desprezando os outros dois, e não conseguem, portanto, atender às expectativas dos clientes.

A seguir, será apresentada figura desenvolvida LOBOS (1993, p. 71), que propõe um Método de Gestão da Qualidade em Serviços cuja metodologia é simples, podendo estar ao alcance de qualquer membro da empresa, em qualquer nível, além de ser cíclico, permitindo constante medição de resultados e

aperfeiçoamento dos processos. Percebe-se que a figura pode ser implementada também para agências, motivo pelo qual está sendo exemplificada abaixo.

Figura 1. Método de Gestão da Qualidade em Serviços



A qualidade do atendimento está alicerçada no atendimento e visualização pelo cliente dos seguintes itens:

- Fácil acesso a central de atendimento.
- Identificação do atendente.
- Atenção pessoal e cortesia.
- Orientação segura e qualificada.
- Cumprimento das promessas face a expectativa gerada para o cliente.
- Rapidez na entrega.
- Falta de burocracia no ressarcimento.
- Ressarcimento justo.
- Facilidade de troca.

- Autonomia.
- Preparo profissional.

Para TRIGO (2002, p. 69), a qualidade é fundamental para dar apoio às empresas que querem se enquadrar nas normas internacionais, como a Organização Internacional para a Normalização (ISO) série 9000. O autor aponta as 10 principais idéias de Karl Albrecth, no livro Revolução nos Serviços, indicando alguns erros cometidos pelo segmento de serviços e outros pontos básicos para melhorar o desempenho das empresas:

1. Os serviços têm um impacto econômico mais forte do que imaginávamos e sua qualidade é pior do que supúnhamos. Uma pesquisa norte-americana diz que “a maioria dos clientes não-satisfeitos não reclama. Para cada reclamante, há 26 outros clientes insatisfeitos, sendo que, desses, pelo menos 6 têm problemas bastante sérios. Os fatos mostram que de 65% a 90% dos clientes que não reclamam não voltam mais a comprar o produto ou serviço que não os satisfizeram. Além disso, as empresas não ficam sabendo que perderam o cliente“.

2. Muitas empresas de serviços estão em posição de defesa no que se refere à qualidade. Poucas aceitam as reclamações dos clientes. O consumidor tem o dever de reclamar sempre que for mal atendido; caso contrário, nunca teremos elevação dos padrões de serviços em nossa comunidade.

3. A área administrativa da empresa precisa ver o impacto do serviço sobre o lucro para levá-lo a sério. Ainda há gente imaginando que o cliente faz um favor ao ir à sua empresa. Em breve estarão fechando, pois o mercado mudou bastante.

4. Quanto mais tempo se atua numa área, maior a probabilidade de não compreender o cliente. A acomodação e a cegueira diante das mudanças do mercado e dos consumidores levam empresários e profissionais a repetir atitudes que, no passado, eram corretas, mas se tornaram obsoletas, inconvenientes ou até mesmo erradas. Além disso,

sem pesquisa apropriada não se pode saber o que pensam diferentes grupos etários, étnicos, sociais e culturais.

5. Um serviço é muito diferente de um produto físico. Parece óbvio, mas tem gente que administra uma agência de viagens como quem toca um carrinho de pipocas. Quem pensa assim geralmente perde em competência para o pipoqueiro.

6. Os administradores não controlam sozinhos a qualidade de um serviço, pois ela depende muito de todos os funcionários. Daí a necessidade de treinamento e acompanhamento da equipe.

7. A melhoria do serviço começa no topo da organização. É verdadeira a fórmula: patrão ordinário igual a equipe ineficiente e resultado medíocre.

8. É necessário treinamento e orientação para a melhoria dos serviços em pontos cruciais ou nas “horas da verdade”, isto é, nos momentos delicados da operação, quando problemas afetam o cliente, exigem solução imediata e definitiva.

9. Os funcionários representam o primeiro mercado a ser convencido da importância das mudanças. Se a equipe não acredita na proposta, não poderá vender ao público o produto ou serviço nem se sentirá realizada profissionalmente por executar um trabalho sério e reconhecido pelas outras pessoas.

10. Os sistemas tradicionais geralmente são os inimigos do serviço. Basta ver o que a burocracia e a esclerose administrativa fazem com o setor público no mundo inteiro, principalmente em países subdesenvolvidos como Brasil, e em algumas empresas privadas.

Conclui-se que as agências de viagens não podem ser vistas apenas nas perspectivas comercial e isolada, mas precisam ser integradas a todo o sistema de prestação de serviços turísticos, e primar sempre pela qualidade no atendimento. Deve-se também ressaltar que o atendente qualificado, ao indicar destinos turísticos pouco congestionados, pode, inclusive, contribuir para o desenvolvimento turístico

controlado e, desse modo, para a preservação ambiental e a sustentabilidade do turismo como um todo.

2. TURISMO EMISSIVO NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Sobre a UnB

De acordo com o site da Universidade de Brasília, a missão da UnB é "produzir, aplicar, preservar e difundir idéias e conhecimentos, pesquisar, propor soluções, e abrir caminhos para a sociedade, atuando como um centro dinâmico de progresso e desenvolvimento regional, nacional e internacional, comprometido com a formação profissional de alta qualificação de cidadãos éticos, socialmente responsáveis e com visão à frente do seu tempo".

Segundo dados obtidos junto ao Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação da UnB, a universidade constituía, no segundo semestre de 2004, uma comunidade formada por: 21.763 alunos de graduação; 2.775 alunos de Mestrado (entre Acadêmico e Profissionalizante); 1.291 alunos de Doutorado; 75 alunos de Residência Médica; 7.811 alunos de Especialização; 1.303 professores do quadro permanente, dos quais 950 são doutores, 97 pesquisadores associados com atuação ativa na pós-graduação, 346 professores substitutos e visitantes e 2.361 técnicos administrativos, totalizando 37.725 pessoas envolvidas no trabalho acadêmico.

Os dados mostram que a UnB conta com uma infra-estrutura de 432 laboratórios de pesquisa e ensino. Oferece 60 cursos de graduação, 50 programas de pós-graduação, sendo 53 Mestrados Acadêmicos e Profissionalizantes, e 35 Doutorados, em média 53 cursos de especialização/ano, e em média 337 cursos de extensão/ano. Em 2004 foram titulados 672 mestres e 170 doutores.

Nesse contexto, considerando a missão institucional e os números apresentados, pode-se perceber a dimensão do turismo que envolve a universidade.

A emissão de professores, estudantes e servidores técnico-administrativos na UnB é intermediada pela Trips Turismo, que implementou um posto de atendimento no prédio da Reitoria para atender à demanda da universidade.

A agência entrou na universidade por meio de licitação, já que se trata de Órgão do Serviço Público Federal, e já está prestando serviços à comunidade

universitária desde o ano de 2000. O contrato se encerra no final de 2005, quando será aberto novo processo de licitação.

E por tratar-se do serviço público, esclarece-se, aqui, que todos os serviços prestados têm diferenciação dos prestados em outras agências de turismo. Embora funcionários possam utilizar-se dos serviços da agência para aquisição de produtos pessoalmente, o que se pode perceber (como detalhado na apresentação dos dados), é que a agência é utilizada, quase integralmente, somente institucionalmente.

Como requisitar Passagens, Diárias e Hospedagens na UnB

Os processos para solicitação de passagens, diárias e hospedagem, devem obedecer ao seguinte trâmite:

- preencher o formulário "REQUISIÇÃO DE PASSAGENS, DIÁRIAS e HOSPEDAGENS (RPDH)" (Anexo IV – apresentado nos Anexos, item 11.2), nos campos correspondentes a cada requisição e, após a assinatura do responsável pela Unidade, enviá-lo à DCV/DCF com antecedência mínima de 5 dias para o processamento das reservas de passagens/hospedagens.

- quando se tratar de "bolsa de viagem" para alunos, preencher o formulário "RPDH", enviando-o a DCF, por meio da DCV (Resolução do Conselho de Administração – RCA no 20/91).

- em caso de viagem para o exterior, enviar o pedido de afastamento do país, observando os procedimentos constantes das circulares e resoluções da Vice-Reitoria (CIRCULAR VRT no 021 de 25 de abril de 2000, CIRCULAR no 042/2000 de 24 de agosto 2000 e CIRCULAR DAF no 003/2000 de 09 de junho de 2000).

- a participação em eventos internacionais, no exterior, somente poderá ser autorizada com ônus, salvo caso previsto no inciso IV do art. 1o Dec. 2.349/97, ou seja, em serviço de aperfeiçoamento relacionado com atividade fim do órgão ou entidade, de necessidade reconhecida pelo Ministro de Estado, ou em participação em congresso com financiamento aprovado pela CAPES, CNPQ e FINEP, cujas viagens não poderão exceder, nas duas hipóteses, a quinze dias.

O Decreto no 91.800 de 18/10/95 estabelece as condições mencionadas:

I - "com ônus, quando implicarem direito a passagem e diárias, assegurado ao servidor o vencimento ou salário e demais vantagens do cargo, função ou emprego".
II - "com ônus limitado, quando implicarem direito apenas ao vencimento ou salário e demais vantagens do cargo, função ou emprego".

Rotina para pagamento de diárias, hospedagens e passagens

- Participação de professores visitantes em eventos nos programas

Professores visitantes, brasileiros ou estrangeiros, nos programas em atividades acadêmicas com duração de 30 (trinta) dias consecutivos, ou não, para cada período de 1 (um) ano, terão;

- Passagens;
- Hospedagem;
- Alimentação e locomoção urbana no valor máximo de R$110,00 (cento e dez reais) por dia.

- Trabalho de Campo - Professores e Alunos

Recursos para cobrir despesas com locação de veículos, serviços, material de consumo necessário ao desenvolvimento das atividades de campo e passagens e diárias para os professores (visitantes ou da própria Instituição) assim como despesas com passagens, hospedagem, alimentação e locomoção urbana para a participação dos alunos.

Poderão ser custeados os gastos com combustível para proporcionar a locomoção de professores e alunos na participação em trabalhos de campo somente se o veículo for da própria Instituição, alugado, ou formalmente cedido por pessoa jurídica.

Este item também financia a aquisição de passagens para todos os alunos regularmente matriculados que realizarem estágio em instituição nacional.

- Participação de professores convidados em bancas examinadoras de dissertações, teses e exames de qualificação:

- Passagens;
- Diárias (até 05 dias de duração).

- Eventos no País:

Professores:

- Passagens;
- Diárias;
- Além de taxas de inscrição, com valor máximo de R$ 400,00 (quatrocentos reais).

Obs:

* Somente aos professores que fizerem apresentação de trabalho nestes eventos.

* As instituições deverão restringi-las a um período máximo de 3 (três) dias consecutivos, por evento.

Alunos:

- Passagens;
- Hospedagens;
- Locomoção urbana;
- Taxas de inscrição (valor máximo de R$ 400,00 (quatrocentos reais)).

Obs:

* Se houver vantagem econômica será possível substituir as despesas com passagens por despesas com a locação de veículo coletivo.

* Para apresentações de trabalho: período máximo de 3 (três) dias consecutivos, por evento.

* Poderá ser autorizado custeio para a participação em cursos ou disciplinas que inexistam na grade curricular obrigatória das instituições será permitida desde que estejam necessariamente vinculados às dissertações e teses destes alunos.

- Evento no Exterior

Professores:

- taxa de inscrição (pessoa jurídica), no valor equivalente em reais a, no máximo, US$ 400,00 (quatrocentos dólares americanos) por professor;
- alimentação, hospedagem e locomoção urbana, de acordo com a tabela vigente na IES e por um período máximo de 7 (sete) dias.

Obs:

* Despesas só poderão ser efetuadas se a solicitação para a aquisição de passagem aérea internacional tiver sido deferida ou obtiver parecer favorável quanto ao mérito do pleito pelo Programa de Auxílio Viagem ao Exterior – AEX da CAPES ou por Programa de mesma natureza de outra agência pública de fomento à pós-graduação. Desta forma, os docentes interessados devem procurar os Programas acima descritos nas respectivas agências, para obter a referida passagem aérea e apresentar, na sua instituição, a carta de concessão e obter o apoio citado neste item.

* O professor deverá cumprir interstício de 2 (dois) anos para recebimento do auxílio

- Participação de alunos de doutorado em eventos no exterior

Poderá ser custeada a participação de doutorando em eventos científicos no exterior, desde que regularmente matriculado e com exame de qualificação realizado. Será permitido pagamento de:

- Taxa de inscrição (pessoa jurídica) no valor equivalente em reais a, no máximo, US$ 400,00 (quatrocentos dólares americanos) por doutorando na data da realização da despesa;

- Alimentação, hospedagem e locomoção urbana até o valor máximo estabelecido na tabela vigente na IES e por um período máximo de 7 (sete) dias;
- Passagens aéreas com tarifas promocionais.

Obs:

* O doutorando deverá ser o autor ou um dos autores do artigo a ser apresentado no evento.

* Deverá apresentar trabalho em sessão oral ou sessão de pôsteres em evento de reconhecida relevância internacional na área do conhecimento.

3. DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA DA PESQUISA

A realização de pesquisa em turismo requer, como em qualquer área do conhecimento, embasamento metodológico. A importância da utilização da metodologia científica, por meio do uso de métodos e processos tem sido reconhecida, e tem proporcionado o desenvolvimento do conhecimento científico do turismo.

O presente estudo baseia-se em pesquisa bibliográfica, documental e de campo, caracterizando-se como estudo de caso na Universidade de Brasília.

O estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto, selecionando um objeto de pesquisa restrito com o objetivo de aprofundar o estudo de seus aspectos característicos. A pesquisa bibliográfica exploratória também foi utilizada como procedimento de coleta, objetivando subsidiar a pesquisa e dar suporte ao referencial teórico.

O método de abordagem utilizado na pesquisa é o hipotético-dedutivo, por partir de pressupostos e constatações que poderão ser confirmados ou não por meio da análise documental e da aplicação de questionários a servidores (funcionários e professores da UnB) que se utilizem dos serviços da Divisão de Controle de Viagens e da Trips Turismo, no sentido de avaliar o atendimento aos clientes e o espaço físico da agência. Foi realizada ainda entrevista com a DCV, objetivando conhecer rotinas e trâmites que envolvem a emissão de passagens e diárias na Universidade.

Os objetivos específicos desta pesquisa foram três, a saber:

1. Levantar, junto à Divisão de controle de Viagens – DCV, da Diretoria de Contabilidade e Finanças - DCF, procedimentos, legislações e rotinas que norteiam a emissão turística de docentes e técnicos da UnB;

2. Levantar dados estatísticos sobre a emissão de docentes e técnicos da UnB no intervalo de 2002 a 2004 ;

3. Avaliar o atendimento da Trips Turismo na UnB;

Para atender aos objetivos 1 e 2, foi realizada pesquisa documental de legislação externa e interna que regula a emissão de docentes, estudantes e técnico-administrativos da UnB. A fonte de pesquisa foi o *site* da Diretoria de Contabilidade e Finanças do Decanato de Administração e Finanças da UnB e a Divisão de Controle de Viagens.

O atendimento da Trips turismo foi avaliado por meio da aplicação de questionário, composto de quatro perguntas (conforme apresentado no Apêndice), cujos resultados são apresentados no capítulo 4 do presente trabalho. O questionário foi aplicado no período de 09 a 19 de março de 2005, quando foram obtidas trinta e oito respostas.

Uma das amostras coletadas foi feita durante evento de coordenação de concursos do Centro de Seleção e Promoção de Eventos - CESPE, no período de 11 a 14 de março de 2005, com equipe que se deslocou de Brasília para o Rio de Janeiro. As equipes que trabalham em eventos do CESPE são, em sua maioria, servidores técnico-administrativos. Outra amostra foi coletada no Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação da UnB, órgão que absorve um alto fluxo de membros da comunidade universitária, localizado no Prédio da Reitoria.

A principal dificuldade encontrada foi aplicar o questionário no período citado para o público docente e discente, por tratar-se de período de férias letivas na universidade, o que diminui o fluxo desse público no campus. Do público discente, não foi obtido nenhum questionário. Entretanto, esse dado não é considerado significativo, já que o fluxo de emissão dessa categoria via institucional é pequeno.

A legislação pertinente faz parte dos Anexos.

4. RESULTADOS DA PESQUISA

4.1 Resultados do questionário

A amostra de questionários foi coletada no período de 09 da 19 de março de 2005. Na ocasião, foram obtidos 38 questionários preenchidos. Os resultados serão apresentados a seguir:

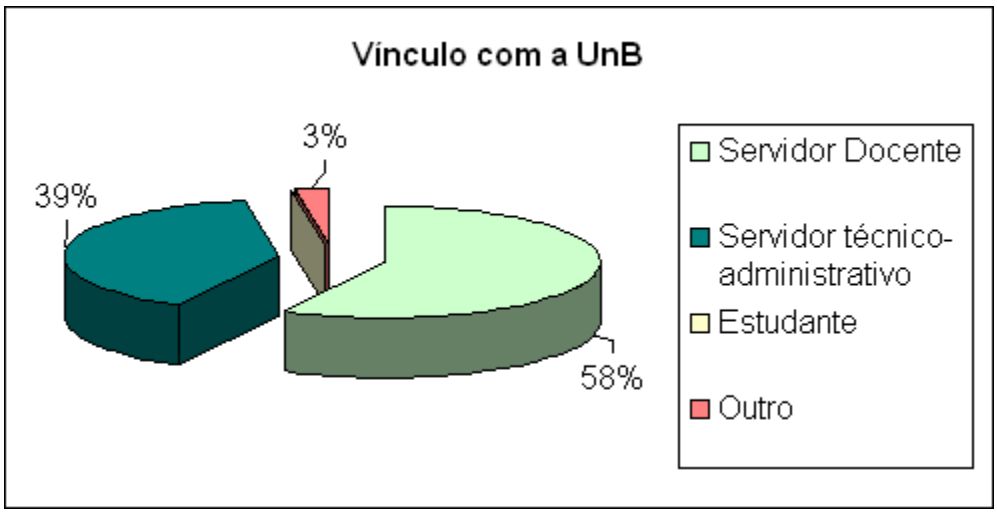
1. Vínculo com a UnB

a) Representação numérica

Categoria	Nº de respostas
Servidor Docente	22
Servidor técnico-administrativo	15
Estudante	0
Outro*	1
Total	**38**

*Prestador de serviços

b) Representação gráfica



Foram coletados trinta e oito questionários, de uma amostra mínima válida de docentes e técnico-administrativos – aproximadamente 1,3% do total de professores e servidores técnicos-administrativos. Deve-se levar em conta, portanto, as limitações em trabalhar-se com amostragem mínima. Não foi possível obter amostra de estudantes. Entretanto, considerando que o número de pagamentos efetuados a esta categoria é muito pequeno se comparado às outras, pode-se afirmar que os

resultados da pesquisa não se alterariam substancialmente com a coleta dos dados dos alunos.

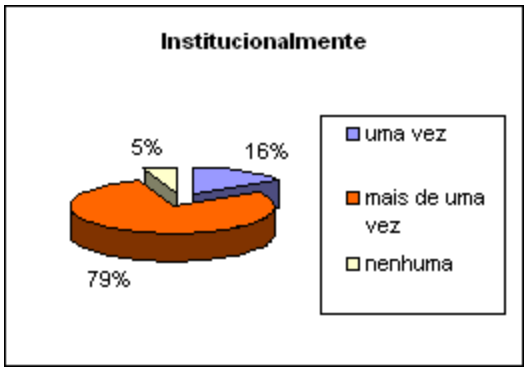
2. Quantas vezes o(a) senhor(a) já utilizou os serviços do posto Trips UnB:

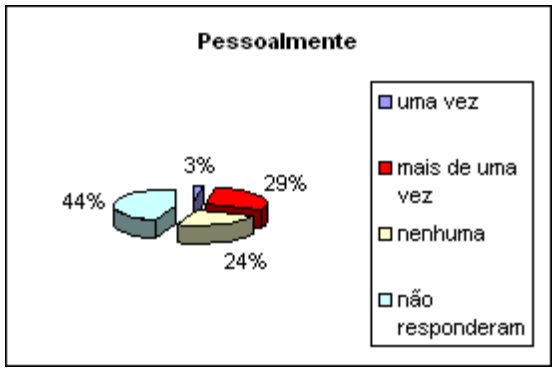
a) Representação numérica

Institucionalmente	
Quantidade	**Nº de respostas**
uma vez	6
mais de uma vez	30
nenhuma	2
Total	**38**

Pessoalmente	
Quantidade	**Nº de respostas**
uma vez	1
mais de uma vez	11
nenhuma	9
não responderam	17
Total	**38**

b) Representação gráfica





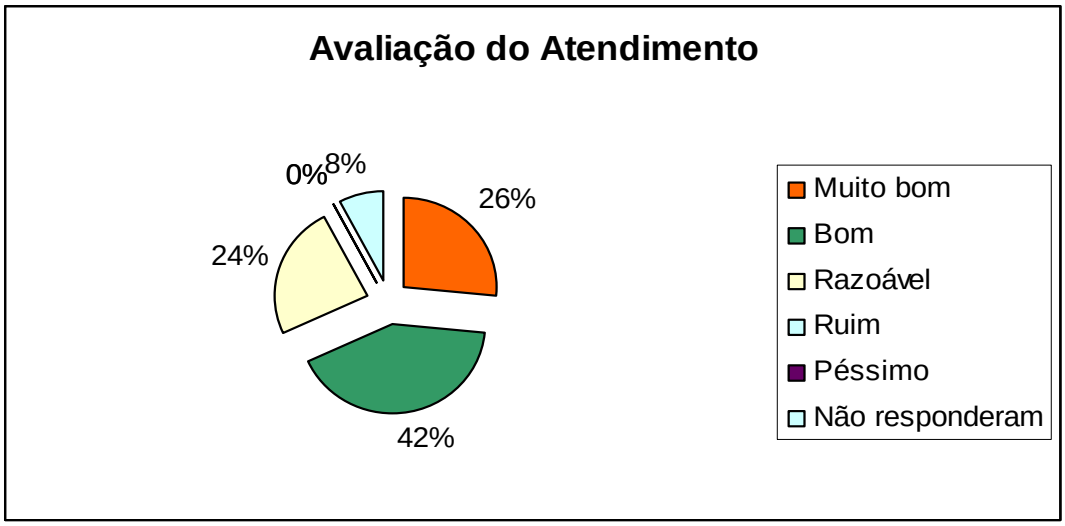
Percebe-se que a grande maioria dos integrantes da amostra utiliza-se dos serviços da agência somente institucionalmente, já os tendo utilizado mais de uma vez. Entretanto, como um grande número de pessoas não respondeu se já utilizou a agência por motivos de ordem pessoal (17 no total, ou seja, 44% da amostra), talvez os resultados se alterariam.

3. Como o(a) senhor (a) avalia o atendimento?

a) Representação numérica

Quantidade	Nº de respostas
Muito bom	10
Bom	16
Razoável	9
Ruim	0
Péssimo	0
Não responderam	3
Total	**38**

b) Representação gráfica



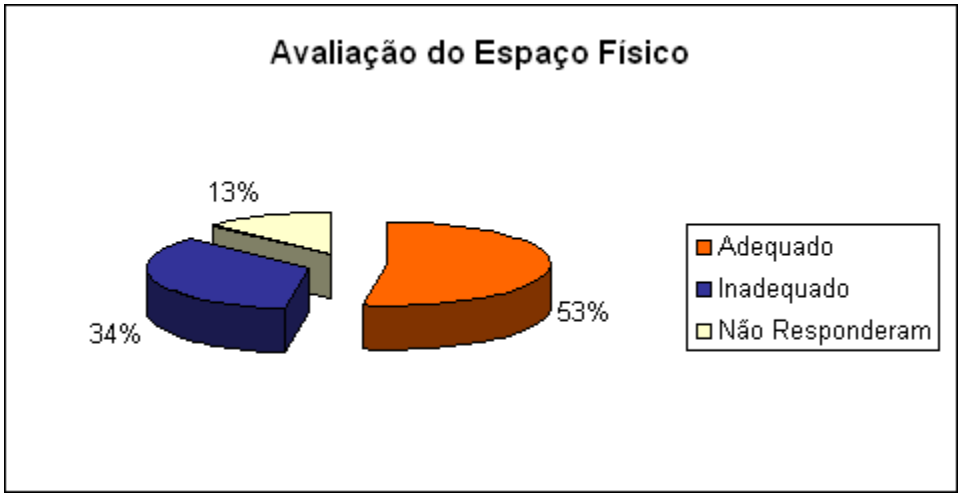
Como se pode perceber, o atendimento foi considerado muito bom por apenas 26% dos respondentes, e bom ou razoável por 66% dos clientes. Este é um resultado ruim, considerando que a concorrência acirrada tem feito com que as empresas busquem a excelência no atendimento, para que pelo menos 90% dos clientes sintam-se plenamente satisfeitos.

4. Como o(a) senhor(a) avalia o espaço físico do posto?

a) Representação numérica

Quantidade	Nº de respostas
Adequado	20
Inadequado	13
Não Responderam	5
Total	**38**

b) Representação gráfica



A grande maioria da amostra (53%) considera o espaço físico da agência adequado, suficiente para atender à demanda da universidade. Este item do questionário tinha um campo aberto para que o respondente dissesse por que achava o espaço adequado ou inadequado. Dos clientes que responderam, e afirmaram que o atendimento era considerado inadequado, afirmaram que o espaço é “pequeno” e “apertado”. Foi sugerido também que o posto poderia ser localizado no andar térreo do prédio.

Críticas e Sugestões

Este campo foi preenchido por 21% dos respondentes. Os principais comentários foram:

- Que houvesse, no balcão do aeroporto, número maior de atendentes para grupos grandes, para evitar atrasos nas emissões dos cartões embarques e *check in*;

- Melhor divulgação dos serviços da agência;

- Dificuldade em conseguir passagens a custo mais baixo, o que resultaria em vantagem para a instituição;

- Necessidade de abertura de contato dos clientes com a agência via *web* ou correio eletrônico;

- A obrigação de adquirir passagens somente na Trips elimina a concorrência e impede que a instituição adquira passagens a preço menor;

- Dificuldade em viabilizar reservas em hotéis.

4.2 Resultados da análise documental e da entrevista na Divisão de Controle de Viagens

Os dados apresentados a seguir foram levantados junto à Divisão de Controle de Viagens/Diretoria de Contabilidade e Finanças.

Ao solicitar informações a DCV, a respeito do número de passagens emitidas e ao número de diárias concedidas no período delimitado para a pesquisa, ou seja, de 2002 a 2004, foi informado que este tipo de controle não é realizado, que só seria possível fornecer dados de emissões do ano de 2004. Quanto ao número de diárias, também não foi possível obter a informação, tendo em vista a rotina de pagamento de meias- diárias, o que impediria saber o número de diárias. O controle dos pagamentos de diárias restringe-se ao levantamento financeiro, e esta informação não foi passada durante a entrevista, pois demandaria levantamento junto à DCF.

Assim, os dados fornecidos quanto a emissão de passagens de 2004 foram:

Tipo de Passagem	Nº de emissões
Passagens nacionais	2151
Passagens internacionais	20
Total	**2171**

Em relação às normas e procedimentos foi realizada entrevista, no dia 17 de março de 2005, com a Chefe da DCV, onde foram abordados aspectos relacionados à rotina dos processos que circulam na diretoria. O roteiro utilizado para realização da entrevista encontra-se nos apêndices deste trabalho.

A equipe da DCV é composta por três funcionárias, incluindo a chefia. De acordo com a responsável, a equipe é suficiente para atender às demandas da divisão.

Durante a entrevista foi informado que um processo de RPDH pode tramitar de duas maneiras: caso a unidade de origem já possua a nota de dotação, o processo é encaminhado diretamente a DCV. Caso contrário, deverá ser

encaminhado via Decanato de Administração e Finanças – DAF, para alocação dos recursos e emissão da nota de dotação.

Após chegar na DCV, o processo poderá ter dois encaminhamentos:

a) DCF - Tesouraria e Contabilidade, para pagamento de diárias e hospedagem;

b) Trips – para emissão de passagem, por meio do envio do formulário de requisição de passagem (capítulo 11, item 11.2, formulário 2). Normalmente, o interessado entra em contato com a agência, mesmo antes de o processo ter chegado “fisicamente” ao posto, para fazer a reserva do vôo. Caso a reserva não tenha sido feita, os atendentes entram em contato para efetuar a reserva.

Segundo a DCV, a Trips atua na Universidade desde 2000, tendo ingressado por licitação, com contrato de cinco anos. No segundo semestre de 2005 deverá ser iniciado novo processo licitatório. Antes da Trips, atuaram na UnB as agências Voetur e Capri, ambas tendo permanecido na universidade pelo período de 5 anos.

Foi questionado como a DCV avaliava o trabalho da Trips junto à UnB, e a informação foi de que a agência é “razoável”. Questionada sobre a possibilidade de a empresa continuar atuando na UnB, a resposta foi que “provavelmente não”, devido à licitação.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

5.1 Em relação ao atendimento da Trips

O posto localizado no Prédio da Reitoria tem dois funcionários. que viabilizam as emissões de passagens da UnB de todas as unidades acadêmicas e da reitoria. As emissões dos coordenadores e subcoordenadores dos eventos do Centro de Seleção e Promoção de Eventos (CESPE), do Centro de Desenvolvimento Tecnológico (CDT), da Editora UnB, da Secretaria de Empreendimentos (EMP) e da Fundação Universitária de Brasília (FUBRA), são feitas pela agência matriz, localizada na SHS Q.1 BL. A LJ. 57/58, Hotel Nacional.

Nos eventos do CESPE, o atendimento destas equipes consiste na recepção do pessoal no aeroporto, entrega de bilhetes, auxílio no *check in*, e nos procedimentos para pagamento de excesso de bagagem.

Assim, a avaliação dos coordenadores, como já citado anteriormente, em sua maioria funcionários técnico-administrativos, diz respeito basicamente a este atendimento. Esse atendimento, avaliando as respostas dos servidores (durante o evento realizado em março), foi considerado muito bom. O CESPE é o órgão responsável pelas reservas de passagens, pelo trajeto das equipes da universidade ao aeroporto e vice-versa, não sendo facultativo às equipes a definição de horários, empresas aéreas, etc. Um aprofundamento desta pesquisa poderia ser efetuado junto àquele Centro, no sentido de avaliar o atendimento da Trips nesse processo.

Entretanto, avaliando-se os resultados dos questionários respondidos pelos professores, percebeu-se que a grande maioria – 42% dos respondentes, consideraram o atendimento da agência bom, e 24% consideraram razoável. Isso significa que a agência precisa promover aperfeiçoamento do atendimento.

Considerando o histórico dos contratos efetuados junto à UnB, nenhuma das agências que já atuou na instituição permaneceu após o encerramento do contrato. A Trips encerra o convênio com a UnB no segundo semestre de 2005 e não é possível prever se permanecerá atuando na instituição, já que este é um processo que depende de licitação.

Se a agência permanecer na UnB, é possível que a Trips mantenha o número de atendimentos e a receita. Com as reservas sendo feitas eletronicamente, os clientes não podem efetuá-las em outras empresas, porque as companhias aéreas não transferem os *e-tickets*. Isso “amarra” os clientes à Trips, que acaba controlando totalmente o “mercado” da UnB. Antes dos *e-tickets*, os clientes tinham o hábito de efetuar as reservas em outras agências. Este fenômeno pode ter acomodado os funcionários, já que a ausência de concorrência impede que haja busca na melhoria dos serviços prestados.

Entretanto, caso a agência não participe ou não vença o processo de licitação, pode-se perceber, por meio desta pesquisa, que existe uma grande deficiência no atendimento aos clientes, o que certamente virá prejudicar a empresa caso ela não implemente processo radical de mudança no que diz respeito à qualidade no atendimento. A busca pela valorização dos clientes internos e externos é o que poderá manter a empresa no mercado.

Segundo GIANESI (1994, p. 91), a qualidade em serviços é composta de vários critérios de avaliação que são considerados pelos clientes: consistência, flexibilidade, competência, credibilidade, custo, acesso, atendimento/atmosfera e velocidade no atendimento. Avaliando os resultados da pesquisa, percebe-se que a Trips deve implementar um processo de busca pela melhoria dos serviços prestados, sob pena de não conseguir manter-se no mercado de Brasília.

É necessário que a agência perceba que empresas que se sobressaem no mercado são as voltadas para a satisfação do cliente. Empresas centradas no cliente consideram o “atender bem” a essência do seu negócio, e este é o diferencial que as fazem se manter e crescer.

Avaliando os resultados da pesquisa, talvez a implantação de um programa de reengenharia poderia ser uma alternativa para a agência Trips.

Segundo CHINELATO FILHO (1994, p. 14), a reengenharia é um modelo empresarial, composto por um conjunto de técnicas associadas que onde os executivos e gerentes repensam e reestruturam radicalmente os processos empresariais, visando alcançar drásticas melhorias em indicadores críticos e contemporâneos de desempenho, tais como custos, qualidade, atendimento e

velocidade. Segundo o autor, para implantar a reengenharia não existem modelos específicos, mas para alcançá-la é preciso racionalizar os principais subsistemas organizacionais, que são planejamento, organização e métodos, informática e potencial humano.

5.2 Em relação às normas e procedimentos

A UnB, como Órgão Público Federal, é limitada às normas e legislações governamentais. Estas estão apresentadas nos Anexos deste trabalho. Institucionalmente, percebe-se que a rotina para encaminhamento e solicitação de passagens é organizada de forma eficiente.

O maior problema encontrado diz respeito à ausência de um mecanismo de controle de informações quanto à emissão das passagens e diárias. Não existe um sistema que permita a DCV definir o número de passagens e diárias concedidas de anos anteriores. Não foi possível obter o número de diárias concedidas no período proposto. O controle limita-se ao acompanhamento financeiro. Quanto ao número de passagens, os números ficaram restritos ao ano de 2004.

Segundo ADELPHINO SILVA (1997, p. 167) o controle, como função da administração, “consiste em verificar se tudo está sendo feito de acordo com o que foi planejado e as ordens dadas, bem como assinalar as faltas e os erros, a fim de repará-los e evitar sua repetição”. Segundo o mesmo autor, o controle operacional na empresa pode ser feito por vários meios: orçamento, demonstração e tabelas estatísticas, relatórios, auditoria interna e externa, observação pessoal, entre outros. O que se pode observar é que o controle, na DCV, não está sendo feito de forma a manter as demonstrações e tabelas em formato adequado e acessível.

A principal dificuldade apresentada pela chefia diz respeito aos prazos para encaminhamento dos processos a DCV. Segundo ela, o ideal é que sejam encaminhados com, pelo menos, 10 dias de antecedência ao prazo das viagens, para viabilização dos encaminhamentos em prazo hábil (embora as instruções contidas na *web page* da DCV indiquem que o prazo para envio deve ser de cinco dias de antecedência). Essa postura quase não é tomada pelas unidades

acadêmicas, o que pode vir, inclusive, a inviabilizar algum afastamento de docente, estudante ou servidor. Foge, portanto, ao controle da DCV a possibilidade de melhoria no andamento dos processos nesse sentido.

O que poderia ser feito seria a alteração, no *site*, do período para encaminhamento, e divulgação junto às unidades dos prazos. A rede de informática possui sistema de envio de *e-mails* a todos os servidores, unidades e docentes do quadro, o “informerede”, que poderia ser utilizado como ferramenta de divulgação das informações.

Além do que foi citado, as dificuldades encontradas referem-se mais à lentidão excessiva dos processos burocráticos da universidade, que são de origens diversas, como a falta de pessoal qualificado, problemas na rede de informática, que dificultam os registros e encaminhamentos dos processos no protocolo eletrônico, limitações do calendário acadêmico, etc, e não necessariamente da Diretoria de Contabilidade e Finanças. Este é um enfoque que não foi considerado para esta pesquisa, apesar de influenciar diretamente no trabalho. A prestação de serviços no Serviço Público deve ser avaliada, discutida e, certamente, melhorada.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação em turismo, como é definido atualmente, é multidisciplinar, por abranger conhecimentos das mais diversas áreas, como psicologia, economia, administração, geografia, educação, ecologia, entre outros, que geram paradigmas que orientam a investigação científica em turismo. O importante para o pesquisador é conhecer as diversas faces que envolvem o estudo do turismo, para compreendê-lo melhor.

Dessa maneira, esta pesquisa procurou abordar o turismo emissivo da Universidade de Brasília, Instituição Federal de Ensino Superior que abrange números consideráveis de emissões de docentes, pesquisadores, servidores técnico-administrativos e estudantes para diversos fins, dentro do turismo científico, cultural/educacional e de eventos.

Além de conhecer a rotina que envolve a emissão turística na Universidade, objetivou-se avaliar o atendimento da Agência Trips Turismo, que é responsável pelas emissões de passagens, traslados, reservas, entre outras atividades, em conjunto com a Diretoria de Controle de Viagens – DCV, da UnB.

As duas hipóteses levantadas na pesquisa foram:

1) A mediação da Divisão de Controle de Viagens da UnB é eficiente;
2) O atendimento da Trips Turismo na UnB é adequado e satisfatório para os clientes.

Por meio de realização de análise documental e de entrevista realizada junto à chefia da DCV, pode-se constatar que a hipótese 1 foi confirmada. O número de funcionários trabalhando na Divisão é suficiente para atender à demanda da Universidade. O trâmite dos processos é encaminhado de forma funcional. A principal dificuldade encontrada na DCV refere-se ao prazo para encaminhamento das Requisições de Passagens, Diárias e Hospedagem – RPDH em tempo hábil para os encaminhamentos cabíveis. As normas do setor indicam que os processos devem ser encaminhados com cinco dias de antecedência à viagem, e esses prazos normalmente não são cumpridos pelas unidades acadêmicas. Segundo a DCV, o ideal é que esse prazo fosse de dez dias.

Esse é um problema que pode ser solucionado por meio da modificação das normas e divulgação dos novos prazos junto às unidades.

Entretanto, não foi possível atender ao objetivo específico de levantar dados estatísticos sobre a emissão de docentes e técnicos da UnB no intervalo de 2002 a 2004, devido ao fato de a DCV e a Diretoria de Contabilidade e Finanças, a quem a DCV é subordinada não possuírem sistemas de controles que permitam levantar informações referentes às emissões de passagens e de diárias. Os únicos dados obtidos foram o número de passagens emitidas no ano de 2004.

Por esta razão, seria de grande valia para a DCV a implementação de um sistema de controle que permita manter as informações de emissões de passagens, de pagamentos de diárias e de hospedagens. Organizações que possuem sistemas de controles eficientes podem conhecer suas atividades e permitem a implementação do seu planejamento estratégico.

Os demais problemas encontrados referem-se mais às dificuldades e limitações provenientes da burocracia do Serviço Público, e não são objeto desta pesquisa.

A hipótese 2 refere-se à avaliação do atendimento da Trips Turismo na Universidade. Por meio da aplicação de questionários, pode-se constatar que o atendimento é deficiente, levando a hipótese a ser refutada.

Quanto ao espaço físico da agência, foi considerado inadequado por um número considerável de respondentes, em um percentual de 34%.

Como a agência ingressa na Universidade por meio de processo licitatório, toda a Instituição deve submeter-se, obrigatoriamente, aos seus serviços, o que pode ter levado os funcionários da agência a acomodarem-se na preocupação de atender satisfatoriamente aos clientes. No segundo semestre de 2005 encerra-se o contrato da agência, devendo ser instituído novo processo de licitação. Pode-se perceber durante a entrevista que a renovação do contrato não é de interesse da DCV.

Se a Trips não conseguir ganhar o processo, precisará investir na melhoria dos serviços de atendimento para conseguir manter-se no mercado, onde a

concorrência está cada vez mais acirrada. Avaliando os resultados da pesquisa, talvez a implantação de um programa de reengenharia poderia ser uma alternativa para a agência Trips, por ser uma técnica gerencial que permite uma reestruturação radical dos processos empresariais, visando alcançar drásticas melhorias em indicadores críticos e contemporâneos de desempenho, tais como custos, qualidade, atendimento e velocidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADELPHINO SILVA, Teixeira da. *Administração e Controle.* 10ª ed. Atlas: São Paulo, 1997.

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo, fundamentos e dimensões.* São Paulo: Ática, 1998.

ANSARAH, Marilia Gomes dos Reis (org.). *Turismo – Segmentação de mercado.* 5ª ed. São Paulo: Futura, 2002.

BENI, Mario Carlos. *Análise estrutural do turismo.* 6ª. ed. Ed. SENAC: São Paulo, 2001.

BENI, Mario Carlos. *Como certificar o turismo sustentável?* In: Revista Espaço Acadêmico, nº 37, junho de 2004. Disponível na Internet em <http://www.espacoacademico.com.br/037/37ebeni.htm>,acesso em 3/4/05.

BORI, Carolina Martuschelli. *Métodos em Pesquisa Social.* São Paulo, companhia Ed. Nacional, 1975.

BRASILEIRO, Iara. *Turismo e desenvolvimento sustentável.* Disponível na Internet em <http://www.unb.br/cet/artigos/artigo_14_12_2004_1.htm>.

CAMPOS, Ângelo Mariano Nunes. *O turismo e a educação frente às novas tecnologias.* In: Revista Espaço Acadêmico – nº 46, Março/2005, disponível na Internet em <http://www.espacoacademico.com.br/046/46ccampos.htm>, acessado em 4/4/05.

CHINELATO FILHO, João. *Simplificando a Reengenharia.* QA&T Consultores Associados: Brasília, 1994.

COBRA, Marcos. *Estratégias de Marketing de Serviços.* 2ª ed. São Paulo: Cobra, 2001.

Decanato de Administração e Finanças. Disponível na Internet em www.unb.br/daf/dcf, acesso em 14/3/05.

Decanato de Administração e Finanças. Disponível na Internet em www.unb.br/daf/dcf/execuc_desp.htm#pass, acesso em 14/3/05.

Decanato de Administração e Finanças. Disponível na Internet em <http://www.unb.br/daf/dcf/download/rpdh_2005.xls>, acesso em 14/3/05.

Decanato de Administração e Finanças. Disponível na Internet em <http://www.unb.br/daf/dcf/download/reqpass.xls>, acesso em 14/3/05.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo.* São Paulo: Futura, 2001.

EMBRATUR. *Estudo da demanda turística internacional 2002.*

FARIA, Doris S. & CARNEIRO, Kátia S. *Sustentabilidade ecológica no turismo.* Ed. Universidade de Brasília: Brasília, 2001.

FONTES, Nena & BRITTO, Janaina. *Estratégias para Eventos. Uma ótica do marketing e do turismo.* São Paulo: Aleph, 2002. In: BARBOSA, Renato. *Valorizando o cliente interno: em busca pela qualidade na prestação de serviços.* Revista TECHOJE, disponível na Internet em <http:www.ietec.com.br/ietec/techoje/gestaodeservicos/2004/02/20/2004_02_>, acessado em 30/3/05.

GIANESI, Irineu G. N, CORREA, Henrique Luiz. *Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente.* 1. ed. São Paulo: Atlas, 1994. In:

Girus.com.br: Turismo, Informação e Debate (conceitos – segmentos). Disponível na Internet em: <http://www.girus.com.br/viagens/conceitos.php?cod_conceito=13&nome=ok>, acesso em 03/3/2005.

LA TORRE, Francisco de. *Agências de Viagens e Transportes.* São Paulo: Roca, 2003.

LOBOS, Julio. *Encantando o cliente – externo e interno. 9ª ed.* J. Lobos: São Paulo, 1993.

PETROCCHI, Mario & BONA, André. *Agências de Turismo. Planejamento e gestão.* São Paulo: Futura, 2003.

THEOBALD, William F. (org.). *Turismo global.* São Paulo: Ed. SENAC, 2002, 2a. Ed.

TOLONHO, Rodrigo*. A Sociedade Pós-industrial e o Profissional em Turismo Algumas Características.* In: Revista Turismo, jan/03. Disponível na Internet em < http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/posindustrial.html>, acessado em 3/4/05.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Turismo e qualidade. Tendências contemporâneas*. Campinas: Papirus, 1993. In: HAZIN, Ana L.; OLIVEIRA, Cleide G. de; e MEDEIROS, Rejane P. *Cultura e Turismo: Interação ou Dominação?* Disponível na Internet em <http://www.fundaj.gov.br/tpd/121.html>, acessado em 4/4/05.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Turismo e política internacional.* In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi & NETTO, Alexandre Panosso. *Reflexões sobre um novo turismo. Política, Ciência e Sociedade.*

Universidade de Brasília. Disponível na Internet em <http://www.unb.br/relatoriodegestao2003.pdf>, acessado em 15/3/05.

VELLASCO, Ana Maria de Moraes Sarmento. *Manual de Orientações para a Produção de Textos Acadêmicos.* Centro de Excelência em turismo, Brasília, maio/2003.

VELOSO, Marcelo. *Turismo acadêmico – uma nova segmentação.* In: *Estudos Turísticos.com.br.* Disponível na Internet em <http://www.estudosturisticos.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=%201429>, acesso em 19/1/05.

APÊNDICES

1. Questionário aplicado

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO

Questionário

Prezado(a) Senhor(a),

O presente questionário é parte do trabalho final do Curso de Especialização Gestão de Negócios em Turismo, do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília. Sua aplicação objetiva conhecer o grau de qualidade do atendimento da agência Trips na UnB. Sua colaboração será de grande importância para o desenvolvimento da referida pesquisa.

Veruska Albuquerque

1. Vínculo com a UnB

( ) Servidor Docente
( ) Servidor técnico-administrativo
( ) Estudante
( ) Outro. Especificar. _____

2. Quantas vezes o(a) senhor(a) já utilizou os serviços do posto Trips UnB:

a) Institucionalmente
( ) uma vez
( ) mais de uma vez
( ) nenhuma

b) Pessoalmente
( ) uma vez
( ) mais de uma vez
( ) nenhuma

3. Como o(a) senhor(a) avalia o atendimento?

( ) Muito bom
( ) Bom
( ) Razoável
( ) Ruim
( ) Péssimo

4. Como o(a) senhor(a) avalia o espaço físico do posto?

( ) Adequado
( ) Inadequado

Por que? _____

Críticas e sugestões:

_____
_____
_____
_____

2. Roteiro da entrevista com a Divisão de Controle de Viagens

1) Desde quando a Trips trabalha na universidade? Ingressou por licitação? Quando é o término do contrato?

2) Trâmite dos processos.

3) Quais as dificuldades encontradas pelo setor que prejudicam os trabalhos?

4) Na Trips, os atendentes entram em contato com o interessado quando a RPDH chega, ou o mesmo deve procurar a agência?

5) Quantos funcionários atendem na DCV? E na Trips?

6) Qual é a avaliação da DCV/DCF quanto aos serviços prestados pela Trips?

7) Que unidades acadêmicas são atendidas pelo posto e quais são atendidas pela matriz?

ANEXOS

A) Tabelas de diárias no país e no exterior

TABELA DE DIÁRIAS NO PAÍS – PESSOAL CIVIL

DECRETO Nº 343, DE 19 DE NOVEMBRO DE 1991
DECRETO Nº 1.656, DE 03/10/95 – DOU DE 04/10/95

CLASSIFICAÇÃO DO CARGO, EMPREGO E FUNÇÃO		VALORES A PARTIR DE 03/10/95			
		1	**2**	**3**	**4**
A) A) CARGOS DE NATUREZA ESPECIAL - ART. 26 DA LEI Nº 8.028/90, DAS -6 E CD – 1		**98,86**	**168,06**	**177,95**	**187,83**
B) B) CARGOS DE DIREÇÃO E ASSESSORAMENTO SUPERIOR OU EQUIVALENTES	DAS – 5 CD – 2 DAS – 4 CD – 3 DAS – 3 CD - 4	**82,47**	**140,20**	**148,45**	**156,69**
C) C) CARGOS DE DIREÇÃO E ASSESSORAMENTO SUPERIOR OU EQUIVALENTES E CARGOS DE NÍVEL SUPERIOR E DOCENTES	DAS – 2 DAS – 1	**68,72**	**116,82**	**123,70**	**130,57**
D) D) FUNÇÃO GRATIFICADA, CARGOS OU EMPREGOS DE NÍVEL MÉDIO E DE NÍVEL AUXILIAR		**57.28**	**97,38**	**103,10**	**108,83**
E) INDENIZAÇÃO PARA EXECUÇÃO DE TRABALHO DE CAMPO		**17,46**			
ADICIONAL – ARTIGO 9º DO DECRETO Nº 343/91 ➡ (80% de R$ 68,72)= 54,98					
OBSERVAÇÃO: O VALOR DA DIÁRIA NORMAL SERÁ ACRESCIDO EM 50% NOS DESLOCAMENTOS PARA AS CIDADES COM MAIS DE 200.000 (DUZENTOS MIL) HABITANTES (ANEXO I AO DECRETO Nº 1.656/95).					

LEGENDA

1. 1. VALOR DA DIÁRIA NORMAL
2. 2. VALOR DA DIÁRIA PARA AS DEMAIS CAPITAIS DOS ESTADOS (COM ACRÉSCIMO DE 70%)
3. 3. VALOR DA DIÁRIA PARA AS CIDADES DE SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO, RECIFE, BELO HORIZONTE, PORTO ALEGRE, BELÉM, FORTALEZA E SALVADOR (COM ACRÉSCIMO DE 80%)
4. 4. VALOR DA DIÁRIA PARA AS CIDADES DE BRASÍLIA E MANAUS (COM ACRÉSCIMO DE 90%)

PORTARIA Nº 3.424, DE 18 DE OUTUBRO DE 1995

CIDADES COM POPULAÇÕES SUPERIORES A DUZENTOS MIL HABITANTES

ESTADO	CIDADES
BAHIA	FEIRA DE SANTANA
PERNAMBUCO	JABOATÃO DOS GUARARAPES E OLINDA
GOIÁS	ANÁPOLIS E LUZIÂNIA
RIO DE JANEIRO	BELFORD ROXO, CAMPOS DOS GOYTACAZES, DUQUE DE CAXIAS, NITERÓI, NOVA IGUAÇU, SÃO GONÇALO, SÃO JOÃO DO MERITI E VOLTA REDONDA
MARANHÃO	IMPERATRIZ
RIO GRANDE DO SUL	CANOAS, CAXIAS DO SUL, NOVO HAMBURGO E PELOTAS
MINAS GERAIS	CONTAGEM, GOVERNADOR VALADARES, JUIZ DE FORA, MONTES CLAROS, UBERABA E UBERLÂNDIA
SANTA CATARINA	JOINVILLE
PARAÍBA	CAMPINA GRANDE
SÃO PAULO	BAURU, CAMPINAS, CARAPICUÍBA, DIADEMA, FRANCA, GUARULHOS, JUNDIAÍ, MAUÁ, OSASCO, PIRACICABA, RIBEIRÃO PRETO, SANTO ANDRÉ, SANTOS, SÃO JOSÉ DO RIO PRETO, SÃO JOSÉ DOS CAMPOS, SÃO VICENTE E SOROCABA
PARANÁ	LONDRINA

PORTARIA Nº 3.171, DE 30 DE SETEMBRO DE 1997

CIDADES COM POPULAÇÕES SUPERIORES A DUZENTOS MIL HABITANTES

ESTADO	CIDADES
MINAS GERAIS	BETIM
PERNAMBUCO	CARUARU
PARANÁ	CASCAVEL, FOZ DO IGUAÇU, MARINGÁ, PONTA GROSSA
RIO GRANDE DO SUL	SANTA MARIA
SANTA CATARINA	BLUMENAU
SÃO PAULO	EMBU, ITAGUAQUECETUBA, LIMEIRA

TABELA DE DIÁRIAS NO EXTERIOR – PESSOAL CIVIL

VIGÊNCIA ATÉ 03/10/95

CARGO, FUNÇÃO OU EMPREGO (ART. 2º, DEC. 85.148/80)	**ART. 22, § 2º DEC. 71.733/73 ALTERADO PELO ART. 1º, § 2º DEC. 85.148/80**	**DIÁRIAS EM US$ ART. 22, § 3º DECRETO Nº 71.733/73**
MINISTRO DE ESTADO	125%	416
EMBAIXADOR, MIN. 1ª CLASSE, DAS – 6, PRES. EMP. PUBL., SOC. ECON. MISTA E FUNDAÇÕES.	100% do VBD em US$	333
MIN. 2ª CLASSE COMISSIONADO, EMBAIXADOR, OBSERVADOR PARLAMENTAR, OU FUNÇÃO DAS – 5, DIR. EMP. PÚBL., SOC. ECON. MISTA E FUNDAÇÕES.	90% do VBD em US$	300
MIN. 3ª CLASSE, MIN. ASSUNTOS COMERCIAIS, CHEFE DELEGAÇÃO GOVERNAMENTAL , CARGO OU FUNÇÃO DAS – 4 E DAS – 3, OU DE NÍVEL HIERÁRQUICO EQUIVALENTE NAS EMP. PÚBL. SOC. ECON. MISTA E FUNDAÇÕES.	80% do VBD em US$	266
CONSELHEIRO, PRIMEIRO – SECRETÁRIO, DELEGADO E ASSESSOR EM DELEGAÇÃO GOVERNAMENTAL, CARGO OU FUNÇÃO DAS–2 OU NÍVEL EQUIV. NAS EMP. PÚBL. SOC. ECON. MISTA E FUNDAÇÕES.	70% do VBD em US$	233
2º SECRETÁRIO, 3º SECRETÁRIO, TITULAR DE VICE – CONSULADO DE CARREIRA, CARGO OU FUNÇÃO DAS – 1, OU DE NÍVEL EQUIV. NAS EMP. PÚBL. SOC. ECON. MISTA E FUNDAÇÕES E CARGO, FUNÇÃO OU EMPREGO DE NÍVEL SUPERIOR.	60% do VBD em US$	200
QUALQUER OUTRO CARGO, EMPREGO OU FUNÇÃO.	50% do VBD em US$	166

CÁLCULO DO VALOR BÁSICO EM US$: 100 x 26 = 2600
12,83% DE 2.600 = 333,58 (VBD em US$)

LEGENDA

100-	Índice de retribuição (art. 14 da Lei nº 5.809/72
26-	Quantitativo de unidade da moeda-padrão (art. 1º do Dec-Lei nº 1.394/75)
2.600-	Vencimento ou retribuição básica de Embaixador no exterior (art. 11 do Decreto nº 71.733/73
12,83%-	Percentual definido pelo art. 1º do Decreto nº 95.670/88
333,58-	Valor básico da diária de Embaixador, no exterior

TABELA DE DIÁRIAS NO EXTERIOR – PESSOAL CIVIL

Decreto nº 1.656, de 03/10/95 – DOU de 04/10/95

VIGÊNCIA A PARTIR DE 03/10/95

GRUPOS/PAÍSES	CLASSES				
	I	II	III	IV	V
GRUPO A Butão, Myamar, Naurú e Tuvalu	99	90	84	79	74
GRUPO B Albânia, Argélia, Belize, Bolívia, Botsuana, Equador, Entreia,Honduras, Laos, Lesoto, Líbano, Libéria, Mali, Mongólia,Namíbia, Niue Quirguistão, Quiribati, Suazilânia, SurinameTadiiquistão, Tanzânia, Togo, Tonga, Trinidad e Tobago eTunísia.	143	130	122	114	107
GRUPO C Austrália, Bareine, Belarus, Cabo Verde, Canadá, Catar,Chade, Chipre, Costa Rica, Dominica, Egito, El Salvador, Eslováquia, Estônia, Fiji, Filipinasz, Gâmbia, Gana, IlhasMarshal, Irã, Iugoslávia, Lituânia, Macedônia, Malaui, Mauritânia, Moldova, Nepal, Panamá, Paquistão, Paraguai, Quênia, República Centro – Africana, República Dominicana,Salomão, Samoa Ocidental, San Marino, Senegal, Serra Leoa,Sri Lanka, Turquia, Uruguai, Venezuela e Zimbabue.	176	160	150	141	132
GRUPO D África do sul, Arábia Saudita, Armênia, Áustria, Arzebaijão, Bangladesh, Benin, Bósnia-Herzegovina, Bulgária, Burkina, Faso, Burundi, Camarões, Colômbia, Camarões, Congo, Costa, do Marfim, Croácia, Cuba, Emirados Árabes, Eslovênia, Etiópia, Finlândia, Granada, Grécia, Hungria, Índia, Indonésia, Jamaica, Jordânia, Letônia, Macau, Madagascar, Malásia, Malta, Maurício, Micronésia, Nicarágua, Niger, Nigéria, Nova, Zelândia, Omã, Palau, Papua-Nova Guiné, Guiné Bissau, Portugal, Ruanda, São Cristovão e Nevis, São Tomé e Príncipe, São Vicente e Granadinas, Tailândia, Taiti, Uganda,Vanuatu e Zâmbia.	220	200	188	176	166
GRUPO G Angola, Argentina, Brunei, Coréia do Sul, Luxemburgo Maldivas, Países Baixos, Reino Unido, Ucrânia e Vietnã.	297	270	253	238	224
GRUPO H Alemanha, Antígua, Bélgica, Espanha, Estados Unidos, França, Kuaiti, Romênia, Rússia, Síria e Zaire.	330	300	282	265	249
GRUPO I Bahamas, Hong Kong, e Israel	385	350	329	309	290
GRUPO J Japão e Mônaco	462	420	394	371	348

TABELA DE DIÁRIAS NO EXTERIOR – PESSOAL CIVIL

DEFINIÇÃO DE CLASSES

CLASSE	CARGO, FUNÇÃO, EMPREGO
I	Ministro de Estado, Embaixador, Ministro de 1ª Classe, Ministro de 2ª Classe, Comissionado Embaixador, Cargos em Comissão de Natureza Especial, DAS-6 e CD – 1, Presidente de Empresas Públicas, Sociedades de Economia Mista e Fundação sob supervisão ministerial.
II	Ministro de 2ª Classe, Cargos em Comissão DAS–5 e CD-2, Diretor de Empresa Pública, Sociedade de Economia Mista e Fundação sob supervisão ministerial.
III	Conselheiro, Secretário da Carreira de Diplomata, Chefes de Delegação Governamental, Observador Parlamentar, Cargos em Comissão DAS-4, DAS-3, CD-3 e CD-4, ou de nível hierárquico equivalente nas Empresas Públicas, Sociedades de Economia Mista e Fundação sob supervisão ministerial.
IV	Oficial de Chancelaria, Titular de Vice-Consulado de Carreira, Delegado e Assessor em Delegação Governamental, Cargos em Comissão DAS-2, DAS-1 ou de nível equivalente nas Empresas Públicas, Sociedades de Economia Mista e Fundação sob supervisão ministerial, e ocupante de cargo ou emprego de nível superior.
V	Assistente de Chancelaria e ocupante de qualquer outro cargo ou emprego.

B) Formulários de Requisição de Passagens, Diárias e Hospedagens – RPDH

Formulário 1

ANEXO IV

REQUISIÇÃO DE PASSAGENS, DIÁRIAS E HOSPEDAGEM	**Fundação Universidade de Brasília - FUB DCF**

1 - Identificação

Exercício	**Número**	**Nome do Beneficiário**		**Cargo**
Matrícula	**CPF**	**Banco**	**Agência**	**N. da Conta Corrente**
Unidade	**Convênio (Sigla da Entidade)**	**Instituição de Origem (em caso de servidor externo)**		

2 - Passagem

Tipo de Passagem	**Percurso**		
Destina-se a Professor ou Servidor recrutado fora do DF? ( ) Sim ( ) NÃO	**Informações da DCF**		**Autorização C.C.**
	Empenho	**Valor da Despesa**	

3 - Diárias

Quantidade	**Valor Unitário/Total**		
Período de Afastamento	**Informações da DCF**		**Autorização C.C.**
	Empenho	**Valor da Despesa**	

4 - Hospedagem

Refeições ( ) Sim ( ) Não	**Hotel**		
Período de Permanência	**Informações da DCF**		**Autorização C.C.**
	Empenho	**Valor da Despesa**	

5 - Justificativa (motivo da viagem; sábados, domingos e feriados e concessão a menor)

6 - Termo de Responsabilidade (concessão de passagem aérea, saindo de Brasília)

Assumo a responsabilidade da restituição do canhoto de embarque, até cinco dias contados do retorno da viagem, de acordo com o Art. 3º da Portaria 98, de 16/07/03 e Decreto 343, de 19/11/91, que dispõe sobre concessão de diárias e viagens.

O não cumprimento dessa determinação acarretará sanções administrativas cabíveis.

____/_____/_____ _____

Data **Ass. Beneficiário**

Obs: Encaminhar uma via à DCV/DCF.

Formulário 2

- REQUISIÇÃO DE PASSAGEM			
	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA DECANATO DE ADMINISTRAÇÃO		
1 - IDENTIFICAÇÃO (nome do beneficiário)			Matrícula
2 - CARGO	Número da C.I.	Órgão Emissor	
3 - UNIDADE INTERESSADA			
DOCUMENTO DE ORIGEM			
TIPO	CLASSE		
TRECHO			
4 - BAGAGEM	TRECHO PERMITIDO		
5 - DESPESA (CATEGORIA ECONÔMICA)	EXERCÍCIO FINANCEIRO		

FONTE DE RECURSOS	CONVÊNIO
☐ PRÓPRIOS ☐ CONVÊNIO	FUB /

NÚMERO DO PTA PERMITIDO	DATA	VALOR

5 - SOLICITAÇÃO

Senhor Gerente

De acordo com o disposto no Decreto nº 79.391 de 14 de março de 1977, requisito a V. S. o fornecimento de passagem conforme dados acima especificados.

Peço observar que a 1ª via desta requisição deverá acompanhar a fatura respectiva, a fim de possibilitar a regular tramitação do processo de pagamento.

_____

Assinatura