

GESTÃO FINANCEIRA NA EMPRESA: UM ESTUDO DE CASO DA IMPLANTAÇÃO DE BILHETE ELETRÔNICO NA KATUR TURISMO LTDA

Karla Simone Beltrão Vieira de Melo¹ | Mário Torres da Costa² | Izabelle de Souza Pereira³



RESUMO

Este trabalho tem como objetivo estudar o efeito da implantação do sistema de bilhete eletrônico (e-tkt) na gestão financeira e operacional da agência Katur Turismo Ltda, localizada em Recife-PE. A metodologia utilizada foi o estudo de caso, de caráter avaliativo. Os dados necessários ao estudo foram obtidos por meio da observação e da análise documental. A observação teve como foco o atendimento ao público alvo da agência e na análise documental foram estudados documentos referentes à movimentação financeira da agência nos períodos anterior e posterior à implantação do bilhete eletrônico. Realizou-se, também, levantamento bibliográfico, por meio do qual se estabeleceram as bases teóricas que subsidiaram a análise dos dados levantados pelos instrumentos acima descritos. O trabalho possibilitou concluir que a implantação do bilhete eletrônico trouxe diversas vantagens financeiras e operacionais para a agência, permitindo a redução de custos e promovendo uma maior satisfação do cliente, devido a rapidez e segurança dessa nova forma de emissão de bilhetes, tornando, dessa forma, a Katur Turismo Ltda. mais competitiva perante o mercado do ramo turismo.

PALAVRAS-CHAVE

Bilhete Eletrônico. Turismo. Administração Financeira.

ABSTRACT

This work is a study of case which intended to evaluate the financial and operational impact, after the emission of the electronic ticket (e-tkt), in Katur Tourism's Travel Agency. Through this work, we concluded that the emission of the electronic ticket brought several financial and operational advantages for the agency, allowing the decrease of the costs and promoting the customer's largest satisfaction due to the speed and safety in that new emission way, becoming more competitive toward the world market.]

Electronic Ticket. Tourism. Managerial Finance.

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade econômica de grande expressão, que vem crescendo mundialmente. A atividade turística expandiu-se pelo mundo inteiro e esta expansão ocorreu em vários ramos de negócios para empresários de indústrias de viagem, lazer, hotelaria e turismo. Segundo Badaró (sd, p. 14):

As receitas do turismo internacional na década de 60 giravam em torno dos 10 milhões de dólares, passando pela barreira dos 50 milhões de dólares na década de 70, dando verdadeiro salto nos anos 80 para a casa dos 300 milhões e no final da década de 90 ultrapassando o bilhão de dólares. Assim, o turismo representa hoje cerca de 8% das exportações mundiais e 180 milhões de empregos.

Segundo O'Connor (2001, p. 18):

O turismo é considerado a maior indústria do mundo e um dos maiores empregadores em termos mundiais. Sua receita sustenta grande parte da economia de muitas nações. Sua contribuição para o Produto Interno Bruto, o emprego e o desenvolvimento regional são bem documentados e, diferentemente de muitos outros setores, deve crescer nas próximas décadas, pois o tempo destinado ao lazer está aumentando.

A representação econômica na área de turismo em uma sociedade capitalista engloba vários empreendimentos, tais como: acomodação, agenciamento, transportes, comércio, gastronomia, lazer e divertimento, arquitetura, ecologia e meio ambiente, esportes, eventos, cultura, artes, estudos, educação, entre outros que proporcionam bem-estar e riqueza para segmentos diferenciados da população.

As agências de viagens e turismo têm o objetivo de realizar negócio no amplo setor social econômico, uma vez que o turismo é um dos pilares da economia do setor terciário, setor este que mais se reflete na economia. A agência e os agentes são as peças principais do turismo, pois eles respondem não apenas pelo estímulo, mas, também, pela organização do movimento global do turismo. Na busca da satisfação das necessidades humanas e diante da escassez de recursos existentes, o turismo vem sendo utilizado como instrumental moderno de grande valia para povos e regiões na luta pelo seu desenvolvimento.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) vem destacando a importância do turismo por meio da campanha mundial realizada, onde usam a seguinte mensagem "O turismo é riqueza para a pessoa, para a família, para a comunidade e para o mundo inteiro". Essa mensagem visa criar uma consciência dos benefícios que o turismo pode gerar para a vida, a cultura e a economia. Essa campanha tem vários interesses, que são: o de despertar as pessoas em relação ao turismo como um direito humano básico e uma forma de vida; divulgar os benefícios econômicos do turismo para as comunidades locais e os países; estimular a parceria entre os destinos e as empresas, por meio da comunicação nacional e internacional e interligar as entidades dedicadas ao turismo com a grande comunidade do turismo internacional.

O Brasil é um dos poucos países que oferece variadas alternativas para o turista, com clima e paisagem diversificados, onde os viajantes, além de aproveitar da natureza, realizam viagens que podem conciliar lazer, esporte, aventura e cultura, envolvendo diversos interesses e atividades.

Dessa forma, o turismo vem mostrando grande importância socioeconômica para o país. Segundo Berger (2003), "há estatística que a indicação de 4,5% do PIB de nosso país provinha do turismo e 1,5 milhão de empregos poderão ser gerados nos próximos quatro anos".

Existem vários segmentos turísticos que são explorados, tais como: executivo, religioso, lazer, cultural, pedagógico, aventura, exótico, esporte, etc., e cada um deles tem um espaço importante na economia.

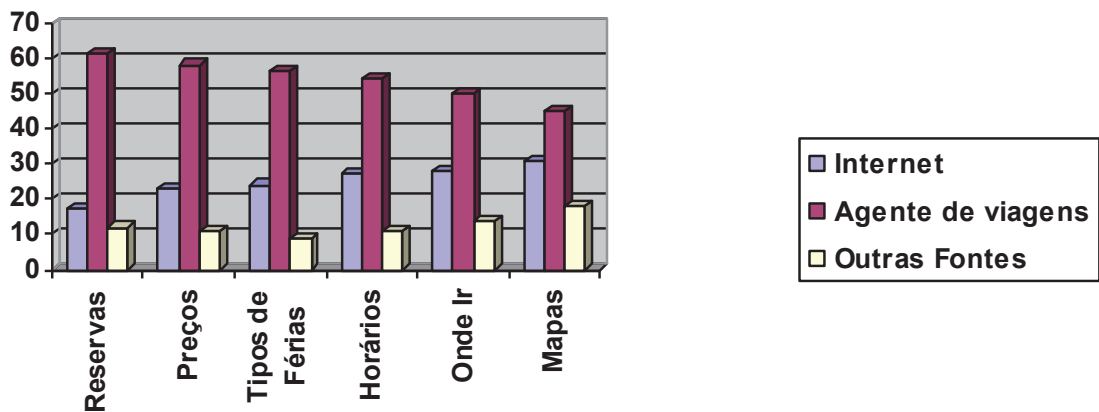
O curso Superior de Turismo no Brasil teve seus fundamentos estabelecidos pelo governo federal em 1971, instituído no Morumbi, em São Paulo. Boa parte da população pensa que trabalhar nessa área é divertido e tranquilo. Mas a história é bem diferente. Enquanto o turista se diverte, o Bacharel em Turismo trabalha nos mínimos detalhes para que o turista tenha o melhor atendimento e serviço.

Outra atribuição do turismólogo é trazer a conscientização à população da importância do turismo como instrumento de desenvolvimento, além de planejar, organizar, dirigir e controlar instituições e estabelecimentos ligados ao turismo, selecionando e classificando determinadas áreas, visando o aproveitamento dos recursos naturais e culturais, de acordo com a natureza geográfica, histórica, artística e cultural, bem como, realizando estudos de viabilidade econômica e técnica.

A agência de turismo é intermediária e facilitadora entre as empresas turísticas e consumidores finais. O composto básico desses serviços são os meios de transportes, hospedagem e os destinos turísticos. Na agência de viagens, o turismólogo vem se adequando às novas evoluções tecnológicas que estão ocorrendo.

A maioria das empresas de turismo tem consciência da importância do agente de viagem, principalmente porque a reserva direta ainda não atingiu o seu potencial, a figura 1 revela que enquanto o uso de serviços de viagens on-line está crescendo, os viajantes em geral preferem confiar mais nos agentes de viagem do que nos serviços de tipos diferentes de transação.

Figura 1 – Grau de confiança no agente de viagem



(O eixo vertical está representando a unidade de porcentagem)

Fonte: O'Connor, 2001.

A evolução dos meios de comunicação e de novas tecnologias vem modificando o comportamento humano, de uma forma muito rápida, facilitando o dia a dia das pessoas em todos os segmentos. Como resultado desta evolução, a globalização tem exigido uma

56 | nova postura das agências de viagens, pois, as mesmas encontram-se pressionadas a tomar decisões originais e resolutivas em virtude da emergência de um novo contexto: clientes mais exigentes, comissões em queda, maior concorrência e custos mais altos. Daí a preocupação do agente de viagem em aproveitar o potencial da tecnologia para reverter essa situação a seu favor.

Há alguns anos, reduzir o tempo gasto na emissão de bilhetes em papel parecia impossível para os agentes de viagens brasileiros. Hoje, com o aparecimento de novas tecnologias, a exemplo dos bilhetes eletrônicos (e-tickets), isso começa a mudar.

O e-kt é um arquivo eletrônico gravado com todos os dados do passageiro acessíveis on-line, em tempo real, que tem como principais vantagens: um meio de documentar a venda do transporte de passageiros e outros serviços turísticos sem a necessidade de emitir um documento em papel, evitar gastos com segurança no transporte, dispensar armazenamento de bilhetes impressos, promover maior controle da viagem pelo próprio passageiro (o monitoramento pode ser feito pelo próprio passageiro, utilizando um computador doméstico).

Todas as informações sobre bagagem, transporte e dados gerais que estavam impressos em letras miúdas na capa das passagens, e que dificilmente eram lidas, também são agora disponibilizadas neste arquivo. O e-kt trata-se, portanto, de um sistema seguro, que está menos suscetível a fraudes, exigindo pouco treinamento por parte dos agentes para operar o sistema de reservas de bilhetes eletrônicos. Com a redução do tempo gasto com trabalhos burocráticos, os agentes terão mais tempo para dedicarem-se com exclusividade ao atendimento aos clientes, especialmente no que diz respeito à atuação como consultores de viagens.

Com essa nova tecnologia, o papel do agente de viagens não vai sumir, ao contrário, ele só tende a aumentar. Trata-se de uma readequação à nova tecnologia, assim como ocorreu com o fax e com o computador há alguns anos. Além de propiciar uma melhor operacionalização do processo, esse novo modo de emissão tem sido apontado como uma das formas de redução dos custos. O custo de uma empresa turística está relacionado com o custo de produção de seus bens e serviços, e as condições da oferta devem refletir os custos incorridos, entendendo-se como tal, o fato de que o impacto nos custos dos serviços ofertados são parâmetros para fixar o padrão da oferta da empresa.

Em razão disso, buscavam-se programar alternativas para agilizar o processo e diminuir os custos, e uma dessas alternativas tem sido a implantação da emissão de bilhetes eletrônicos, conhecido como e-kt. Sendo assim, objetivou-se com este estudo verificar em que medida essa redução realmente ocorre, analisando quais os impactos operacionais e financeiros ocorridos após a implantação do e-kt na agência de viagens Katur Turismo, em Recife-PE.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

Devido à dificuldade financeira que o país atravessa, algumas companhias aéreas encerraram as suas atividades comerciais, deixando milhares de pessoas desempregadas, e esses funcionários, em sua maioria, decidiram abrir uma agência de viagens, aumentando muito a concorrência e ficando ainda mais difícil para o administrador financeiro gerenciar o negócio "turismo". Segundo Matarazzo (1998, p. 13), "a função do administrador financeiro é orientar as decisões de investimentos e financiamentos a serem tomados pelos dirigentes da empresa".

O administrador financeiro de qualquer organização utiliza-se de várias ferramentas poderosas para auxiliá-lo em seu dia a dia, pois, para atingir suas metas, será necessário tomar várias decisões. Segundo Maximiano (2000, p. 25):

A administração é um processo ou atividade dinâmica, que consiste em tomar decisões sobre objetivos e recursos. O processo de administrar (ou processo administrativo) é inerente a qualquer situação em que haja pessoas utilizando recursos para atingir algum tipo de objetivo.

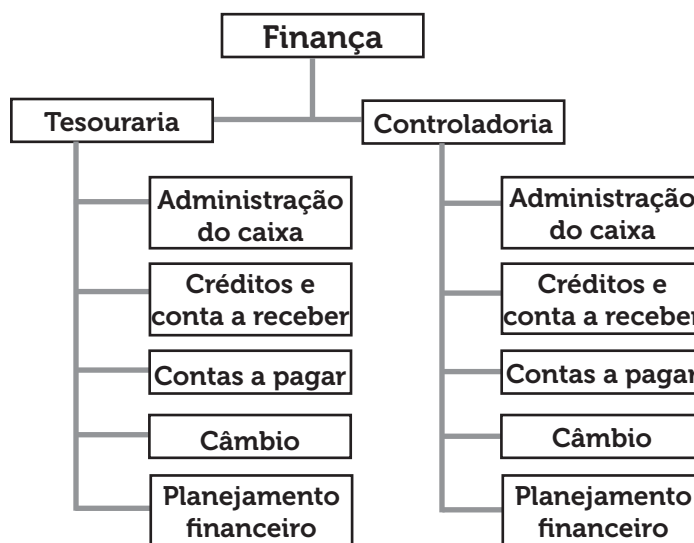
O objetivo econômico das empresas, na área financeira, é maximizar o seu valor de mercado, e assim, satisfazer os seus proprietários, que esperam por um retorno do investimento ocorrido de acordo com o risco assumido, por meio de resultados econômicos e financeiros, por um prazo indefinido. A geração permanente do lucro é necessário para que a empresa possa se manter e promover investimentos para executar melhorias e ampliar os serviços prestados à comunidade. Segundo Hoji (2004, p. 21):

A geração permanente de lucro e caixa contribui para que uma empresa moderna cumpra suas funções sociais por meio de geração e pagamento de impostos, treinamento e remuneração adequada dos empregados, investimentos em melhoria ambiental, etc.

A função do administrador financeiro é obter lucro, assumindo as seguintes funções: analisar; planejar, controlar e tomar decisões de investimentos e financiamentos da empresa, com ajuda de profissionais especializados em Tesouraria (tesoureiro) e Controladoria (controller). Segundo Hoji (2004, p. 27): "O tesoureiro é responsável pelo planejamento, controle e movimentação de recursos financeiros e o controller é responsável pelo planejamento, controle e análise das operações e investimentos".

As decisões tomadas pelos administradores serão refletidas nas atividades financeiras. As atividades empresariais que não estão ligadas a investimento ou financiamento são consideradas atividades operacionais. A figura 2 representa a área de finanças numa empresa, na qual se pode observar que a tesouraria tem os departamentos: administração de caixa; créditos e conta a receber; contas a pagar; câmbio e planejamento financeiro, subordinados a mesma e a controladoria, tem os seguintes setores à ela subordinados: contabilidade financeira; contabilidade de custos; orçamentos; administração de tributos e sistema de informação.

Figura 2 - Organograma da área de finanças em uma empresa



Fonte: HOJI, 2004.

Por ser ampla e dinâmica a área financeira faz parte da vida de todas as pessoas e organizações. Os princípios básicos, da área financeira, podem ser usados em qualquer tipo de organização, seja ela com fins lucrativos ou não, pois sempre haverá movimentação de dinheiro, seja para investimento, pagamento de salário, pagamento de contas, para manutenção, ou para qualquer outra necessidade que a mesma possa apresentar.

Segundo Gitman (2004, p. 4):

A administração financeira preocupa-se com as tarefas do administrador financeiro na empresa. Os Administradores Financeiros devem gerir ativamente os assuntos financeiros de qualquer tipo de empresa – financeiras e não financeiras, privadas e públicas, grandes e pequenas, com ou sem fins lucrativos. Eles desempenham as mais diversas tarefas financeiras, tais como o planejamento, concessão de crédito a clientes, avaliação de projetos de investimento e captação de fundos para financiar as operações da empresa.

Ultimamente têm ocorrido várias mudanças no ambiente econômico, e devido a este fato, tem aumentado a importância e a complexidade das atividades de um administrador financeiro.

Com a globalização tem aumentado a compra, venda e o investimento entre os países, tornando necessário administradores financeiros capazes de gerir fluxos de caixa em variadas moedas e protegendo-a de riscos que podem ocorrer nessas transações. Da mesma forma que esses acontecimentos tornam mais complexa a atividade do administrador financeiro, permite uma carreira mais gratificante e satisfatória.

Todas as pessoas de variadas áreas de responsabilidade dentro da empresa têm que interagir com os funcionários da área de finanças e os seus procedimentos. Essa comunicação é necessária para que as previsões úteis possam ocorrer e as tomadas de decisões tenham um bom resultado. Segundo Gitman (2004, p. 9): A função de administração financeira pode ser descrita, em termos amplos considerando-se seu papel dentro da organização, sua relação com a teoria econômica e com a contabilidade e as atividades básicas do administrador financeiro.

Depende do tamanho da empresa, o porte e a relevância da função de administração financeira. Se a empresa é pequena, geralmente a função financeira é acoplada com a contabilidade. Já nas grandes empresas, essa função é realizada em um departamento separado, ligado ao presidente da empresa.

A área financeira está diretamente relacionada à área econômica, os administradores têm que estar preparados para compreender e enfrentar a complexidade econômica e devem ficar atentos para as variações dos níveis de atividade econômica e de mudança política. Também, têm que estar hábil para utilizar as teorias econômicas como diretrizes para que a empresa funcione da melhor forma, como por exemplo: a análise de oferta e demanda; as estratégias de maximização do lucro; e a teoria de formação de preços. De acordo com Gitman (2004, p. 9):

O princípio econômico fundamental usado na administração financeira é a análise marginal, ou seja, o princípio de que uma decisão financeira deve ser tomada somente quando os benefícios adicionais superarem os custos adicionais. Praticamente todas as decisões financeiras reduzem-se a uma comparação de benefícios marginais a custos marginais

Além da atividade de análise e planejamento financeiro, o administrador financeiro tem a responsabilidade da tomada de decisões de investimentos e financiamentos. Sobre

as decisões de investimentos, o administrador define a composição e os tipos de ativos a serem utilizados pela empresa. Quanto às decisões de financiamento, é determinado o tipo e a quantidade dos recursos financeiros que devem ser adquiridos. Por meio do balanço da empresa, torna-se fácil visualizar a situação da empresa, para fazer a decisão correta.

2.2 GESTÃO DE CUSTOS

A contabilidade de custos possui terminologia própria. São expressões técnicas comumente usadas para identificar objetos, elementos, gastos, etc., como por exemplo: materiais, mão de obra, gastos gerais de fabricação, custos diretos, custos indiretos, rateio e base de rateio.

Cada empresa poderá ter critérios próprios. O critério dependerá do nível de complexidade de produção do produto e do tipo de empresa. Segundo Osni (2002, p. 41):

A palavra custo possui significado muito abrangente: pode ser utilizada para representar o Custo das Mercadorias Vendidas em uma empresa comercial, o Custo dos Serviços Prestados em uma empresa de prestação de serviços, o Custo de Fabricação de um produto, o Custo Direto de Fabricação, etc.

Para o autor, os custos podem ser classificados em custos diretos ou indiretos. Os custos diretos estão relacionados com os gastos com materiais, mão de obra e gastos gerais para produzir o produto ou serviço, como por exemplo: matéria-prima, materiais secundários, mão de obra, etc. Já os custos Indiretos compreendem os gastos com materiais, mão de obra e gastos gerais de produção aplicados indiretamente no produto, como por exemplo: energia elétrica, aluguel da empresa, salários e encargos dos chefes de seção, supervisores, etc. Para identificar o custo indireto em relação ao produto ou serviço, é necessário estabelecer um critério.

Em relação ao volume de produção do período, os custos podem ser classificados como fixos ou variáveis. Os custos fixos são aqueles que independem do volume de produção do período, ou seja, os custos não se alteram de acordo com a quantidade produzida. Os custos variáveis são aqueles que variam de acordo com a quantidade produzida. Alguns custos podem ter uma parcela fixa e outra variável de acordo com a produção, como o caso da energia elétrica em uma fábrica e é conhecido como custo Semifixo. Existem custos que possuem uma parcela fixa, apesar de serem variados, é o caso, por exemplo, da mão de obra aplicada diretamente na produção.

3 O CASO KATUR TURISMO LTDA.

A “agência de viagem” é uma simples representante da indústria de turismo, terceirizando todos os seus produtos. Já, a “agência de viagem e turismo” possui a autorização legal para operar seus próprios pacotes, ou seja, montar os pacotes turísticos em parceria com as companhias aéreas, hotéis, frotas de navios, seguros e operadores de receptivos. Os serviços oferecidos pelas agências de viagens são: reservas em hotéis, locação de carros, excursões, pacotes personalizados, venda de ingresso, receptivo, seguro saúde e viagem, cruzeiros e reserva e emissão de passagem aérea.

A emissão de passagem aérea é realizada por meio de bilhetes eletrônicos, os e-tkts, que são interligados aos sistemas de reserva aérea internacional, de forma on-line. Este bilhete é enviado para o endereço eletrônico do passageiro, para que o mesmo possa imprimi-lo e apresentá-lo no check-in, junto com a identidade original do cliente, com uma hora

60 | de antecedência do voo, no guichê da companhia aérea escolhida, localizada no aeroporto.

O e-ktk é um documento que possui várias informações básicas, onde se encontram: a identificação do(s) passageiro(s), data da viagem, número do voo, cia. aérea, trecho aéreo, classe de reserva, senha, valor, forma de pagamento e regras da cia. aérea.

O tempo utilizado no procedimento para a emissão de um bilhete físico, que será extinto em janeiro de 2007, leva em torno de 10 minutos e o agente de viagem para emití-lo tem que ter o curso de emissão de bilhetes, que tem duração de uma semana para emissão de bilhetes nacionais e outra semana para emissão de bilhetes internacionais. O e-ktk (bilhete eletrônico) é emitido em apenas 1 minuto e qualquer agente de viagens pode emití-lo com apenas uma única orientação de 30 minutos.

Para fazer uma comparação dos custos financeiros durante a utilização de bilhete físico e a utilização do bilhete eletrônico, levantou-se os custos 03 meses antes e depois da utilização do bilhete eletrônico, onde foi tirada uma média dos meses julho/03, agosto/03 e setembro/03 (período que era utilizado o bilhete físico) e a média dos meses outubro/03, novembro/03 e dezembro/03 (período que passou-se a usar o bilhete eletrônico). Os valores avaliados foram apenas os custos com as passagens de ônibus utilizadas para fazer a entrega dos bilhetes em relação à receita líquida, e os resultados foram os seguintes:

- Média Percentual do custo com passagem de ônibus nos meses: julho/03, agosto/03 e setembro/03 – período do uso do bilhete físico: 27,12%.
- Média Percentual do custo com passagem de ônibus nos meses: outubro/03, novembro/03 e dezembro/03 – período do uso do bilhete eletrônico: 6,15%.

Além desse custo que foi levantado, a partir da análise do livro caixa, a emissão do bilhete físico apresenta outros custos financeiros que foram observados, como por exemplo:

- Média percentual do custo com ligações telefônicas, no período do uso do bilhete físico: R\$ 670,00;
- Média percentual do custo com ligações telefônicas, no período do uso do bilhete eletrônico: R\$ 230,00;
- Média percentual do custo com papel de fax, no período do uso do bilhete físico: R\$ 21,00;
- Média percentual do custo com papel de fax, no período do uso do bilhete eletrônico: R\$ 7,00;

Outro custo mensal analisado está ligado à necessidade da contratação de um Office-boy e os custos ligados a ele, como se vê a seguir:

- Valor do salário de um Office-boy R\$ 650,00;
- Seguro-saúde do Office-boy R\$ 182,00;
- Custo do combustível R\$ 60,00;
- Custo da manutenção da moto R\$ 40,00.

Como gasto anual, em relação à contratação de um Office-boy, se vê:

- Seguro da moto R\$ 890,00

Referindo-se ainda a contratação do Office-boy, levantou-se o seguinte gasto:

- Valor da compra de uma moto R\$ 5.817,00¹

Diante de todos esses custos, outras vantagens, também, foram analisadas devido à emissão do bilhete eletrônico, uma delas diz respeito a maior confiança dos passageiros decorrente da rapidez que o mesmo recebe o voucher do serviço comprado. Isso porque há uma diminuição do tempo que o passageiro utiliza para fazer a compra do bilhete aéreo. Quando o pagamento era realizado em dinheiro, o processo se dava da seguinte forma:

- Tempo médio de emissão do bilhete físico = 10 minutos
- Tempo médio de emissão do bilhete eletrônico = 01 minuto

1. Moto Titan 125 Job/Modelo 2006

Quando o pagamento era realizado em cartão:

- Tempo médio de emissão do bilhete físico = 15 minutos
- Tempo médio de emissão do bilhete eletrônico = 03 minutos

Outra questão está relacionada com o tempo que o passageiro utiliza para receber o bilhete aéreo:

- Tempo médio da entrega do bilhete físico = 24 horas
- Tempo médio da entrega do bilhete eletrônico = 01 minuto

Outro aspecto é a facilidade de operacionalização em caso de perda do bilhete. A comparação entre o que ocorreu antes e depois pode ser assim visualizada.

- Bilhete físico: o passageiro tem que registrar queixa na delegacia policial e levar o boletim de ocorrência à companhia aérea. A companhia aérea emite um novo bilhete e o passageiro preenche um formulário "AG 42", no qual se responsabiliza pelo cancelamento do bilhete extraviado;

- Bilhete eletrônico: o passageiro embarca só apresentando a Carteira de Identidade.

Com relação ao cliente, outra vantagem do bilhete eletrônico está na facilidade do passageiro entender as informações e na eliminação da taxa de PTA que era cobrada no caso do passageiro iniciar a viagem fora do estado onde encontra-se a agência.

Com respeito à agência, do ponto de vista operacional e financeiro, evita longos treinamentos para os emissores de bilhetes.

Ver-se-á, a seguir, o tempo médio necessário de treinamento dos funcionários para trabalharem com o bilhete físico: 01 semana/08 horas por dia para fazer reserva; 01 semana/08 horas por dia para fazer emissão nacional; 01 semana/08 horas por dia para emissão internacional. Já com o bilhete eletrônico, isso fica reduzido a 1 dia/00:30 minutos para reserva e qualquer tipo de emissão.

Além desses aspectos, destacam-se, ainda, outras vantagens operacionais do uso do bilhete eletrônico:

- a) Torna desnecessário o contato físico;
- b) Dispensa o uso de um computador especial, bastando apenas um computador interligado à Internet;
- c) O bilhete eletrônico sai padronizado, com a logomarca da agência.

Embora o setor financeiro tenha sido analisado separadamente do setor operacional, observou-se que eles encontram-se interligados, ou seja, a parte operacional influencia na parte financeira e vice-versa, pois aumenta o fluxo de clientes, devido à rapidez no atendimento ao cliente, resultando em um menor custo, aumentando o lucro.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo possibilitou a constatação de que os novos avanços tecnológicos estão suprimindo, de certa forma, as dificuldades que cercam os gestores das organizações.

No segmento do turismo fica de forma explícita a facilidade em que a emissão do bilhete eletrônico trouxe para as empresas, agilizando o trabalho e diminuindo seus custos.

São diversas as mudanças ocorridas na área operacional e financeira das empresas de turismo, devido aos avanços tecnológicos, sendo apresentada apenas uma parte: a emissão do bilhete eletrônico "e-kt". Devido aos resultados alcançados na área operacional e financeira, como: a falta de necessidade de expandir o quadro de funcionários; a diminuição de despesas com encargos sociais, passagens de ônibus, linha telefônica, papel de fax; a rapidez na emissão e entrega do bilhete; a facilidade no entendimento das informações contidas no bilhete que sai de forma padronizada; a falta de necessidade de longos treinamentos para realizar a emissão do bilhete; a falta de necessidade do contato físico; a dispensa do uso de um computador especial; entre outros.

Deve-se dar continuidade a este estudo, buscando em outras pesquisas, novos processos tecnológicos que venham expandir o trabalho e reduzir os custos dos serviços no setor de turismo.

REFERÊNCIAS

BADARO, Rui A. de L. **A importância do direito para o turismo sob a ótica francesa**. Disponível em: <http://www.unimep.br/fd/ppgd/cadernosdedireitov11/18_Artigo.html> Acesso em: 19 mar. 2005.

BERGER, Roland. **A importância do Turismo**. 2003. Disponível em: <<http://www.iepq.com.br/revistasite/editorialturismo.htm>>. Acesso em: 19 mar. 2005.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de Administração financeira**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004.

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira, uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2004.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise Financeira de Balanços**. São Paulo: Atlas, 1998.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

O'CONNOR, Peter. **Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria**. São Paulo: Artmed, 2001.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Saraiva, 2002.

Data do recebimento: 17 de outubro de 2013

Data da avaliação: 18 de outubro de 2013

Data de aceite: 23 de outubro de 2013

1. Graduada em Administração de Empresas pela Faculdade Integrada de Pernambuco (FACIPE). E-mail: katur@katur.com.br
2. Mestre em Administração e Comunicação Rural, Especialista em Educação, Economista e Professor da Faculdade Integrada de Pernambuco (FACIPE). E-mail: torresprof@yahoo.com.br
3. Aluna do 8º período de Administração de Empresas da Faculdade Integrada de Pernambuco (FACIPE).