

Universidade Federal de Minas Gerais

Curso de Gestão Estratégica

Gestão de Negócios

Analise do perfil e do nível de satisfação dos alunos graduados  
no curso de turismo em Belo Horizonte

**Sara Thales Lara de Medeiros**

Belo Horizonte

2009

**Sara Thales Lara de Medeiros**

**Análise do perfil e do nível de satisfação dos alunos graduados  
no curso de turismo em Belo Horizonte**

Trabalho apresentado ao Curso de Gestão estratégica da Universidade Federal de Minas Gerais no Campus Pampulha, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Negócios.

Orientador: Prof. Janete Lara de Oliveira Bertucci

**Belo Horizonte**

**2009**

## SUMÁRIO

RESUMO .....	2
1- INTRODUÇÃO .....	3
1.1 Justificativa.....	3
1.2 Problema de pesquisa .....	4
1.3 Objetivos.....	5
1.3.1 Objetivo Geral .....	5
1.3.2 Objetivos específicos.....	5
2- REFERENCIAL TEÓRICO .....	6
2.1 Turismo.....	6
2.1.1 História sobre o Turismo .....	6
2.1.2 Introdução ao Turismo - Aspectos Estruturais .....	7
2.1.3 O turismo como fonte geradora de empregos.....	8
2.1.4 Os organizadores e agentes de viagens e sua finalidade .....	9
2.1.5 Atendimento dos agentes de viagens.....	9
2.1.6 O mundo para Turismólogo.....	10
2.1.7 A Carreira de Turismo .....	11
2.1.8 Capacitação e Desenvolvimento de Pessoas .....	12
2.1.9 Empreendedorismo e Turismo.....	12
3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	14
3.1 Análise de currículo.....	14
3.2 Caracterização da pesquisa.....	17
3.3 Amostra .....	17
3.4 Coleta de dados.....	18
3.5 Instrumento para coleta de dados .....	19
3.6 Tratamento dos dados.....	19
3.7 Apresentação da Pesquisa.....	19
1º Atributo – Aluno .....	19
2º Atributo – Curso - Faculdade .....	25
3º Atributo – Professor .....	27
4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	28
REFERÊNCIAS .....	30
ANEXOS .....	32

## **RESUMO**

Neste trabalho, objetiva avaliar a satisfação dos alunos graduados no Turismo em relação ao mercado de trabalho. Na pesquisa, são utilizados diferentes instrumentos para investigação do assunto. Utiliza a pesquisa de campo, que consiste na coleta e observações diretamente no local da ocorrência dos fatos. Quanto à forma de abordagem a pesquisa é qualitativa. As informações e opiniões foram classificadas e analisadas. Na coleta de dados três “atributos” do processo educacional foram abordados: graduado, professor e instituição. Os questionários foram entregues pessoalmente aos graduados em Turismo e também encaminhados via e-mail.

O resultado foi estruturado em torno dos atributos e resultam em grande insatisfação com o curso, grade curricular, não aplicação da teoria na prática, a falta de reconhecimento profissional e legal, a baixa remuneração oferecida no mercado.

## **1- INTRODUÇÃO**

Atualmente uma agência de viagem é uma organização de prestação de serviços dedicado a realizações de viagens e a venda de serviços isolados ou organizados, atuando também como intermediária, organizadora ou assessora, estabelecendo elos entre os prestadores de serviços turísticos e o usuário final, para fins turísticos e comerciais.

Parece simples o desenvolvimento do trabalho de um agente de viagem, hoje mais consultor do que agente. A pessoa que desempenha esta função tem que estar preparado para relacionamentos com fornecedores e clientes. É necessário saber trabalhar em grupo sobre pressão, saber códigos, conhecer tabelas, saber localizações geográficas.

Análise do perfil e do nível de satisfação dos graduados no curso de turismo em Belo Horizonte servirá para identificar qual a “sintonia” ou aplicação do aprendizado teoria com a prática.

Em qualquer setor, seja na indústria, comércio ou em profissões liberais, a formação acadêmica é indispensável e no turismo isso não poderia ser diferente. O curso superior garantirá ao futuro profissional não só a base estratégica de sua profissão, mas, fundamentalmente o preparará para as inúmeras, imprevisíveis e inéditas variáveis que, juntamente com o conhecimento da sua especialidade, embalará o seu sucesso no mundo real, cada vez mais competitivo.

### **1.1 Justificativa**

Conforme reportagem da Revista S.A e Artigos da BOLSON Jaisa (2004) existe uma crise nos cursos Superiores de Turismo. Esta reportagem mostra a grande dificuldade de atuação do graduado em Turismo no mercado.

O turismo é uma atividade extremamente complexa que demanda uma forte dedicação por parte dos novos profissionais que pretendem ingressar nesta área. Tanto os graduados como profissionais de outras áreas que estão buscando

se inserir no mercado de trabalho em turismo deverão traçar metas para atingir a excelência profissional.

Assim, uma investigação da satisfação dos graduados em turismo. Justifica-se pela importância do setor para o desenvolvimento de uma região e do país como um todo. Analisar ou identificar a qualidade dos serviços prestados pelas instituições, qual é realmente o empenho dos alunos ao longo do curso, a capacitação dos professores para lecionar neste curso, e a inserção do graduado no mercado de trabalho.

## **1.2 Problema de pesquisa**

O Turismo é um setor muito importante no Brasil. Belezas naturais atraem turistas do mundo inteiro. Temos praias, serras, hotéis fazendas com seus banquetes fartos, cachoeiras e um clima super favorável. Todas essas belezas movimentam a economia e a empregabilidade.

Com a chegada do Governador Aécio Neves e suas declarações a respeito da Estrada Real, dos investimentos, incentivos para quem quiser começar um negócio como: investir em pousadas, hotéis e restaurantes. E principalmente divulgações internacionais fizeram com que o turismo virasse “modismo”, ou seja, sempre sendo manchete nos noticiários, revistas e jornais, informando que a profissão do momento era o Turismo. Em consequência houve, também, um crescimento muito grande de faculdades oferecendo o curso de turismo.

Por outro lado, perceberam-se, também, pela autora deste trabalho de conclusão de curso as dificuldades dos graduados que estagiam em uma agência de viagens, tais como, falta de conhecimento de termos técnicos, dificuldade de manuseio de dados e informações, desconhecimento de informática e, principalmente, de relacionamento com clientes. Essa percepção é decorrente da participação da própria autora em processos de treinamentos para funcionários da área de turismo.

Com isso veio o interesse de investigar o nível de satisfação dos alunos que se graduaram em turismo em instituições de Belo Horizonte. Diante do contexto acima se faz necessário a formulação do seguinte problema: “Os alunos graduados no turismo estão conseguindo se inserir no mercado de trabalho?” Que dificuldades e desafios estão enfrentando? Como avaliam a formação recebida em cursos de graduação para sua formação profissional?

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo Geral**

Avaliar o grau de satisfação dos graduados no curso Turismo em relação ao mercado de Trabalho e a qualidade do ensino praticada nos cursos de Turismo de Belo Horizonte.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Analisar alguns currículos dos cursos de Turismo para verificar sua consistência teórico - prática;
- Avaliar a percepção do graduado em Turismo acerca da sua capacidade para ingressar no mercado de trabalho;
- Verificar se as expectativas criadas durante o curso foram alcançadas após o seu término, bem como as dificuldades e os desafios enfrentados para inserção do graduado no mercado de trabalho.

## **2- REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Turismo**

#### **2.1.1 História sobre o Turismo**

Segundo Almeida (2006) a luta pela regulamentação do exercício do Bacharel em Turismo já se estende por três décadas e surgiu depois de instalados os primeiros cursos de turismo no Brasil e formadas as primeiras turmas. O primeiro projeto de regulamentação (PL nº 64/75) foi apresentado em 1975 pelo Deputado Amaral Furlan /SP e vetado logo em seguida. No mesmo ano foi arquivado o Projeto de Lei nº 466/75 de autoria do Deputado Pacheco Chaves /SP, por decurso de prazo. Passada a euforia, Em 1979 o mesmo Deputado apresentou o Projeto Lei nº 8871 de 1979 e que foi vetado quatro anos depois pelo Presidente da República João Batista Figueiredo.

Na década de oitenta não existia no Brasil mais do que uma dezena de curso de Turismo, concentrando-se a maioria na região Sudeste do país. Nesta época não existia representação em todas as regiões do Brasil para justificar a regulamentação de uma profissão e não eram definidas também as áreas de atuação do profissional. Também não existia em vários estados do Brasil o ensino superior que formasse o Bacharel em Turismo.

Ao longo dos anos surgiram outros projetos de regulamentação que nem chegaram a serem votados em plenária e foram arquivadas por decurso de prazo. Em 1991 ressurgiu a luta pela regulamentação de profissão, que foi vetada pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso.

O veto de 1996 constituiu um desestímulo a toda categoria profissional. Varias ações foram empreendidas para promover e valorizar o Turismólogo e as representações profissionais surgiram em todo país. Esses profissionais estão representados em vinte e quatro estados da federação e no Distrito Federal.

A deliberação normativa nº 395 de 1998 trata do cadastramento dos Bacharéis em Turismo junto a EMBRATUR (Empresa brasileira de Turismo). A conquista que marcou o reconhecimento e a importância do Turismólogo no



mercado turístico nacional. Outra grande conquista foi a aprovação da Lei nº 10.457, de autoria do Deputado Ronaldo Vasconcellos /MG, que institui o dia vinte sete de setembro como o Dia do Bacharel em Turismo (ALMEIDA, Noslin de Paula).

Acredita-se que com a regulamentação da profissão pode facilitar o desenvolvimento do turismo no país de forma organizada e profissional, com geração de emprego e renda, com valorização do nosso patrimônio cultural e respeito ao meio ambiente e as comunidades locais (ALMEIDA, Noslin de Paula).

### **2.1.2 Introdução ao Turismo - Aspectos Estruturais**

Segundo Wahab (1988), o turismo pode ser focado abstratamente isto é, como fenômeno que se refere ao movimento de pessoas dentro do seu próprio país ou cruzando as fronteiras nacionais. Este movimento revela elementos tais como interações e relacionamentos individuais e grupais, compreensão humana, sentimentos, percepções, motivações, pressões, satisfação e noção de prazer, dentre outros.

O turismo pode ser utilizado como instrumento de redução de hiato de entendimento entre os países desenvolvidos, que são os geradores de turismo e os países em desenvolvimento, que são os receptores de turismo. Uma vez planejado e operado de maneira sistemática, pode servir para racionalizar e intensificar relações, levando a um maior entendimento entre as nações.

A anatomia do fenômeno turístico seria basicamente composta de três elementos: o homem (elemento humano como autor do ato de turismo), o espaço (elemento físico, necessariamente coberto pelo próprio ato) e o tempo (elemento temporal que é consumido pela própria viagem e pela estada no local de destino).

Outros fatores também são necessários a fim de distinguir o turismo do simples ato de viajar. Relacionam-se principalmente aos objetivos, à natureza temporária do deslocamento, à utilização dos serviços e equipamentos turísticos e o mais importante entre eles, a noção de prazer e recreação como fundamental (wahab, 1988).

Segundo Wahab (1988), o turismo também poderia ser considerado uma profissão com suas próprias regras e um código de ética. É uma função relacionada à intensificação do contato humano, necessitando de uma vasta bagagem intelectual e de uma instrução ou um treinamento especializado, que permite ao participante manter-se a par das mudanças tecnológicas e científicas da indústria de turismo.

### ***2.1.3 O turismo como fonte geradora de empregos***

Segundo Acerenza (2002), a importância do turismo como fonte geradora de empregos está intimamente ligada ao seu grau de importância na geração de renda para o país. Por essa razão, naqueles países onde o produto interno produzido pelo turismo é relativamente baixo, o emprego nesse setor geralmente representa uma pequena proporção do emprego total. Por outro lado, nos países onde o turismo tem uma significação grande como fonte geradora de renda, como é o caso concreto de muitos países da região do Caribe, essa atividade aumenta sua importância como fonte geradora de empregos.

Normalmente, os empregos gerados pelo turismo têm sua origem no gosto do visitante e, portanto não geram só no próprio setor turísticos e nos setores provedores. Esse setor também gera empregos adicionais, que se derivam em atividades conexas, fundamentalmente aquelas relacionadas com a construção da infra estrutura e com o desenvolvimento das facilidades turísticas, tais como construção de hotéis, centros de diversões, comércio, espaços para eventos, etc.

Existem algumas metodologias às quais pode-se recorrer quando se abordam trabalhos destinados a determinar o nível de emprego gerado pelo turismo. Deve-se levar em conta que, muitas vezes, a importância do turismo como gerador de empregos não deve ser considerada apenas em função das cifras absolutas, isto é, pelo número de postos de trabalho gerados pela atividade, mas também em relação aos níveis de desemprego e às oportunidades e alternativa de trabalho, existentes na economia considerada (ACEREZA 2002).

Quando a força de trabalho desempregada, por exemplo, está formada por mão-de-obra desqualificada, as possibilidades de emprego em outros setores são limitadas e cada novo posto de trabalho no setor de turismo constitui um benefício adicional para o país, uma vez que permite dar ocupação a pessoas que, de outra forma, não teriam oportunidade de trabalho (Acerenza 2002).

#### **2.1.4 Os organizadores e agentes de viagens e sua finalidade**

Os organizadores e agentes de viagens, representam um papel preponderante no funcionamento do sistema turístico, devido ao seu caráter de intermediário entre os produtores, ou prestadores de serviços, como os chamaremos indiscriminadamente, e o turista, por meio do qual estimulam fortemente a atividade do sistema em conjunto (Acerenza, 2002).

Os prestadores de serviços são basicamente os transportadores e os hoteleiros e algumas organizações corporativas, que podem vender seus produtos diretamente ao consumidor final, neste caso, o turista, ou através dos intermediários, entre os que estão precisamente os que se dedicam à organização de viagens (operadoras) e os agentes de viagens varejistas. Sob o ponto de vista técnico, os organizadores de viagens, entre os quais estão os chamados atacadistas ou operadores de turismo, encontram-se dentro da classificação de intermediários comerciantes. Esses que compram espaços em estabelecimentos de hospedagem e nas empresas de transporte e preparam um produto oferecido ao mercado, o qual posteriormente é posto à venda, por meio das agências de viagens varejistas (Acerenza, 2002).

#### **2.1.5 Atendimento dos agentes de viagens**

Segundo Acerenza (2002), a preferência manifestada pelos turistas no uso de agentes de viagens para fazer os ajustes relacionados a suas viagens é muito grande. A maioria prefere comprar suas viagens por meio de agência de viagens.

A utilização dos agentes de viagens representa uma grande vantagem para os turistas. Além de atuar como conselheiros que oferecem seus serviços de

forma gratuita realizam todos os ajustes da viagem sem nenhum custo adicional, ajudando-os, inclusive, para que a viagem seja mais econômica.

A contribuição dos organizadores, quanto dos agentes de viagens para o turismo em todo mundo é notável. Constantemente eles criam novos produtos, desenvolvem novas técnicas de comercialização e estimulam as atividades em seu conjunto, por meio de seu trabalho de intermediação entre os prestadores de serviços e turista (Acerenza, 2002).

### **2.1.6 O mundo para Turismólogo**

Segundo Lara (2005), o Turismo é um fenômeno sócio-econômico, político e cultural. É grande o deslocamento de pessoas motivadas pelo desejo de lazer, negócios, aventuras, entre outros. Isso faz dele um dos setores de maior movimentação econômica na atualidade.

Lara diz que não basta cursar apenas uma faculdade. É preciso adquirir uma boa formação cultural durante o período acadêmico através dos mestres, da leitura, cursos e estágios extras. É preciso também estar atento às exigências do mercado, tais como posturas, criatividade, liderança, etiqueta empresarial, comunicação e trabalho em equipe.

Lara (2005) relata que poucas pessoas sabem o quanto o curso de turismo é abrangente e que com ele pode-se atuar em vários campos profissionais tais como: agência de viagens, hotelaria, administração de empresas ligadas ao turismo inclusive as de transporte, turismo rural, ecológico, turismo de negócios, marketing, eventos, gastronomia, dentre outros.

O Bacharelado em turismo oferece um grande leque de opções: Supervisão, assessoria, gerência direção de empreendimentos turísticos públicos /privados, coordenação de trabalhos técnicos, elaboração e análise de planos para o desenvolvimento do turismo, ou até mesmo a carreira acadêmica, pois são pouquíssimos os professores nesta área (CARVALHO, 2005)

### **2.1.7 A Carreira de Turismo**

Segundo Cunha (2005), a cada ano novos profissionais se formam em cursos superiores da área de turismo pelas 570 instituições que oferecem graduação nesse campo no país. O problema é que não há lugar para todos esses profissionais no mercado de trabalho, basicamente por dois motivos: um é a expansão do turismo que acontece de forma lenta no país. O Brasil investiu 30 milhões de reais na promoção de todo o país no exterior em 2003, enquanto a Filadélfia, Estado americano que quer ser Meca mundial do turismo GLS (gays, lésbicas e simpatizantes), gasta a mesma quantia em propaganda. A outra razão é que grande carência de mão-de-obra no setor não é de profissionais de nível superior, para cargos de chefia e sim de pessoal operacional. Um hotel médio, por exemplo, tem de cinco a seis gerentes e cerca de 200 funcionários trabalhando nas funções de camareira, faxineira, recepcionista, garçom e cozinheiro.

O que o mercado procura parece ser inversamente proporcional à resposta das escolas de turismo. Deveria haver mais cursos técnicos, para qualificar a mão-de-obra operacional do que escolas de formação de nível superior. Conforme Cunha (2005), nos últimos anos não há o mesmo interesse pelo curso, e houve uma queda de 50% na procura por esse curso. Muitas faculdades estão demitindo professores e fechando cursos.

A média salarial do setor é baixa. As entidades de classe calculam que os salários variam entre R\$ 400,00 e R\$ 10.000. A média, entretanto, é de R\$ 682,00, já que há muito mais gente na camada operacional do que na corporativa.

Em síntese, segundo a reportagem de Cunha (2005), os números do turismo no Brasil mostram que:

- Há 10 milhões de pessoas trabalham no setor – São 570 faculdades de turismo e áreas relacionadas;
- 22 800 novos profissionais de nível superior são formados por ano;
- R\$ 682,00 é a média salarial;

- Cada hotel emprega, em média, cinco gerentes e 200 camareiras, faxineiras, recepcionistas e garçons.

### **2.1.8 Capacitação e Desenvolvimento de Pessoas**

Segundo Pacheco (2005), o conceito de capacitação surge com a exigência de assimilação de novos conhecimentos, técnicas, atualizações, desenvolvimento de competências e mudanças de atitudes, traduzidas por mudanças de comportamentos.

Entende-se por capacitação o ato ou efeito de habilitar; de tornar uma pessoa capaz, possuidora de faculdades, potencial e habilidades para estarem estado de compreender e desenvolver uma determinada atividade. Não se confunde com treinamento. Nesse, o processo de ensino-aprendizagem é tomado na perspectiva de instruir, de transmitir conhecimentos e informações, de acostumar o trabalhador às tarefas que deverá assumir no seu trabalho, ou seja, de habituar, disciplinar e até de adestramento. (Núcleo de Estudos sobre Trabalho e Educação, 2000:45)

Ainda segundo esse autor o processo de desenvolvimento das pessoas inclui o treinamento e vai além: compreende o autodesenvolvimento, processo este que é intrínseco a cada indivíduo. Ele contempla o desenvolvimento da pessoa como um todo, reporta-se às várias formas de aprendizagem e, conseqüentemente, não se restringe ao ambiente da sala de aula, mas a diferentes espaços e mídias que estão ao alcance de todos.

### **2.1.9 Empreendedorismo e Turismo**

Os novos setores da economia exigem profissionais que apresentam um perfil que atenda as exigências mutáveis do mercado. O turismo vem se sobressaindo como um dos mais promissores setores com enorme possibilidade de crescimento para os próximos anos. DA RÉ (2002), sugere que o profissional de turismo, para enfrentar os paradigmas do mundo atual, em constante transformação precisa de uma formação direcionada para o desenvolvimento. Identificar competências requer a análise do momento ambiental em evidência.

Outro fator a ser considerado é que o objeto de estudo do turismo é o próprio turismo e segundo BENI (2003), no turismo se congregam variáveis e métodos de análise de outras ciências mais tradicionais e consolidadas. Isso confere ao turismo um caráter interdisciplinar, amplitude e modernidade. Este pode ser

definido como uma ciência da expressão do ser humano no mundo globalizado e competitivo que quer transcender rumo a uma nova visão de valores universalistas.

Verifica-se que, para o setor turístico, o conhecimento pode gerar diferencial competitivo. Tal conhecimento é gerado através de pesquisa e conhecimento sobre negócios de cada empresa. A pesquisa no sentido amplo representa o todo e o negócio da empresa representa um sentido específico, que busca desenvolver melhorias a ampliação da oferta dos serviços existentes. Esse processo é facilitado quando se constrói uma capacidade de ação coletiva inteligente, apoiada nos conhecimentos individuais (PIMENTA, 2003).

É necessário que as pessoas aprendam a ser empreendedoras, o que exige um espaço de aprendizagem especial, com ênfase no aprimoramento de características psicológicas. Todavia, os setores ligados ao trade turístico também deveriam se preparar para receber um profissional capaz de realizar visões, motivá-lo, auxiliá-lo e reconhecer suas habilidades empreendedoras. (GOULART, 2003).

### 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

#### 3.1 Análise de currículo

Tomamos como base três currículos do curso de Turismo das seguintes instituições: UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), Newton Paiva e Puc MG (Pontifícia Universidade de Minas Gerais) onde analisaremos os mesmos agrupando-os em cinco grupos, definidos pela autora deste trabalho: Disciplina de formação obrigatória, Disciplina História, Disciplina Geografia, Disciplina de Línguas, Especificas Turismo. O intuito deste agrupamento é demonstrar que entre três instituições existem um número grande de disciplinas.

Disciplinas de formação obrigatória	História Economia Geral e do Brasil, economia I, Introdução a Administração, comunicação e cultura, Administração e instrumentos gerenciais, planejamento da comunicação, Estagio curricular de pesquisa, Estagio supervisionado, monografia, atividades acadêmicas a distancia I, II, III e IV, serviços de restaurante I, experiências pessoais programadas I e II, vivencia profissional complementar, participação em eventos I e II, aprendizagem complementar em instituto conveniadas, arquitetura sem barreiras, administração de serviços de hotelaria, conteúdos culturais do lazer, projetos de extensão III, iniciação a docência, formação/atuação profissional no lazer, iniciação a pesquisa, computação I e II, economia, introdução a administração, cultura religiosa, comunicação e sociedade, estudos brasileiros, modelos org. func. Empresarial, Psicologia, redação institucional, técnicas publicitárias, planejamento interpretativo, gestão administrativa e financeira, noções de arquitetura e urbanismo, estatística, noções de direito, filosofia e ética, língua portuguesa, metodologia científica, gastronomia, redação e expressão oral, contabilidade aplicada,
Disciplinas História	Historia das artes brasileiras, moderna museologia, modernidade e mudança social, abordagens temáticas em sociologia, introdução a filosofia ética,



Disciplinas História	abordagens temáticas em antropologia, ação e estrutura social, fundamentos de análise sociológica, filosofia I e II, sociologia, história das civilizações, história da cultura, história do Brasil, história da arte, cultura popular e folclore, sociologia geral e organizacional,
Disciplinas Geografia	Geografia geral, Geografia do Brasil, bases ecológicas desenvolvimento sustentável, elementos de cartografia, geografia de Minas Gerais, interpretação Geo-ambiental, geografia e turismo, geologia como atrativo turístico, cartografia multimídia, ecoturismo, geologia e mineração no potenc. Turístico de MG, organização do espaço geográfico mundial, organização do espaço latino americano, fundamentos do urbanismo
Disciplinas de Línguas	Frances, Inglês técnico, espanhol para o turismo.
Específicas Turismo	Introdução aos fenômenos turísticos, teoria Geral do Turismo, planejamento da indústria do turismo, Fundamentos mercadológicos do turismo, Teoria do lazer, Culinária e turismo, Tópicos em planejamento do turismo I e II, turismo cultural, Turismo de convenções, feiras e eventos, Turismo e meio ambiente, tópicos em gerenciamento turístico I e II, turismo rural, planejamento estratégico do turismo, produtos turísticos: concepção e formatação, tendência do turismo contemporâneo, paisagens e turismo, desenv. De agências e operadoras de viagens, introdução ao estudo do turismo, planejamento e organização do turismo, hospedagem e turismo, fundamentos mercadológicos do turismo, Turismo ecológico, métodos e técnicas pesquisa em turismo, agenciamento turístico, eventos turísticos, marketing em turismo, alimentação em turismo, turismo cultural, estágio em turismo, tópicos em turismo formatação prod. Roteiros turísticos, atrações turísticas contemporâneas, estrutura e organização do turismo, gestão de

Específicas Turismo	empresa de turismo, hotelaria, transportes turísticos, pesquisa e demanda turística, pesquisa da oferta turística, direito e legislação turística,
---------------------	--

Preto – UFMG, azul – PucMG, rosa – Newton Paiva

Poucas pessoas sabem o quanto o curso de turismo é abrangente. E agrupando as disciplinas em cinco grupos, pode-se perceber que o graduado em turismo pode atuar em vários campos profissionais tais como: agência de viagens, hotelaria, administração de empresas, empresas de transporte, turismo rural, ecológico, turismo de negócios, marketing, eventos, gastronomia, supervisão, assessoria, gerencia, direção de empreendimentos turísticos públicos /privados, coordenação de trabalhos técnicos, elaboração e análise de planos para o desenvolvimento do turismo, ou até mesmo a carreira acadêmica. Em quatro anos de curso universitário, o graduado adquire uma variedade de conhecimentos podendo aplicá-los em diversos setores.

Analisando os currículos verificamos que na grade existem muitas disciplinas dos cursos de administração, geografia e história. Esperamos que o graduado aplique no mercado a teoria na prática, mas com essa amplitude de disciplinas parece ser um pouco difícil que isso aconteça.

O que o mercado procura parece ser inversamente contrário ao que o curso de turismo oferece. Será que a atuação dos graduados em turismo corresponde realmente ao esperado pela formação do curso? Já que ele acaba ingressando no mercado de trabalho sem uma boa noção teórica específica, ou seja, entra sem o favorecimento da graduação.

Desde a década de oitenta quando vem buscando o reconhecimento legal da profissão não se sabe exatamente a área de atuação profissional de turismo, mostrando com a análise dos currículos, que esse problema ainda vem ocorrendo. Até hoje é mais valorizado um profissional por seu tempo e conhecimento adquirido no mercado do que um diploma de graduação no curso de Turismo.

### **3.2. Caracterização da pesquisa**

Esta Pesquisa apresentada é de natureza qualitativa, que segundo Michel(2005), fundamenta-se na discussão da ligação e correlação de dados interpessoais. Na pesquisa qualitativa a verdade não se comprova numérica ou estatisticamente, mas convence na forma da experimentação empírica a partir da análise feita de forma detalhada, abrangente, consistente e coerente.

Utilizamos também a observação direta, que envolve a obtenção de dados pelo contato direto com a fonte. As técnicas de observação direta fazem parte da pesquisa de campo, que é a forma de verificar como a teoria estudada e as variáveis propostas se comportam em situações concretas e no ambiente real aonde os fatos ocorrem. (MICHEL, 2005).

Na coleta de dados três “atributos” do processo educacional serão abordados: Graduados, professores e instituição, não focando alunos e professores como atributos, mas olhando do ponto de vista estrutural.

Teremos também a aplicação de questionários que serão entregues pessoalmente aos graduados em Turismo e também enviados via e-mail. Nossa amostra consiste em vinte faculdades em Belo Horizonte – MG.

### **3.3- Amostra**

No Brasil existem aproximadamente novecentas e cinquenta cursos de graduação presenciais entre Faculdades Federais, Estaduais, Municipais e particulares, segundo a INEP (Instituto Nacional de Estudos e pesquisas Educacionais).

No caso específico desta pesquisa que terá como foco Belo Horizonte, a amostra se reduz a 20 (vinte), as quais estão apresentadas no Quadro 1 abaixo:

**Quadro 1 – Instituições de Ensino com seus respectivos cursos em Belo Horizonte**

INSTITUIÇÃO	CURSO/HABILITAÇÃO
Faculdade Estácio de Sá	Agrupamento de áreas profissionais: Lazer e desenvolvimento Social e Turismo Hoteleiro)
Instituto Belo Horizonte de Ensino Superior – IBHES	Curso Superior em Eventos (Área Profissional: Turismo e Hotelarias)
Faculdade Estácio de Sá	Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia (Área Profissional: Turismo e Hospitalidade) – Unidade Prado
Centro Universitário de Belo Horizonte – Uni-BH	Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo
Centro Universitário Una – UNA	Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo
Instituto Belo Horizonte de Ensino Superior – IBHES	Curso Superior de Tecnologia em Turismo Receptivo
Universidade Fumec – FUMEC	Turismo
Faculdade de Minas Gerais – FAMINAS-BH	Turismo
Faculdade Metropolitana de Belo Horizonte – Metropolitana – BH	Turismo
Faculdade Del Rey – FDR	Turismo
Instituto Belo Horizonte de Ensino Superior – IBHES	Turismo
Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG	Turismo
Centro Universitário Newton Paiva	Turismo
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC	Turismo
Faculdade Estácio de Sá de Belo Horizonte	Turismo
Faculdade de Estudos Administrativos de Minas Gerais – FEAD-MG	Turismo e Hotelaria
Universidade Salgado de Oliveira – UNIVERSO	Turismo e Hotelaria
Centro Universitário Una – UNA	Turismo, Gestão em Hotelaria, Turismo e Lazer
Centro Universitário de Belo Horizonte – Uni-BH	Turismo
Instituto Minas Gerais de Ensino e Cultura – IMGEC	Turismo

Fonte – Construção da autora

Foram encaminhados 350 questionários por e-mail e aplicados e obteve-se um retorno de 47.

### **3.4 - Coleta de dados**

A coleta de dados abordou a satisfação dos graduados em Turismo, focada na estrutura do curso e da instituição, expectativa dos graduados antes, durante e depois do curso, experiência dos professores, atuação no mercado e aplicação da teoria na prática do ponto de vista do graduado. Serão três atributos abordados na coleta de dados quais sejam: graduados em turismo, professores e Instituição.

### **3.5 - Instrumento para coleta de dados**

Foi aplicado um questionário de doze perguntas relacionado aos atributos graduados, professores e instituição. O questionário foi aplicado aos graduados atuando ou não no mercado de trabalho, com perguntas abertas. O questionário foi entregue pessoalmente ao graduado e também encaminhado via e-mail a uma listas de e-mails de agências de viagens em Belo Horizonte, cedida por promotores de operadoras, que se prontificaram a ajudar na pesquisa.

### **3.6 - Tratamento dos dados**

Foi feita a tabulação e análise dos dados levando em consideração todas as informações do entrevistado. Principalmente os porquês e os como. Já que muitas questões fora questionados alem do sim e não, os porquês e os como.

Respostas qualitativas foram agrupadas em escala criada pela autora, para representar graficamente os resultados do questionário.

### **3.7 – Apresentação da Pesquisa**

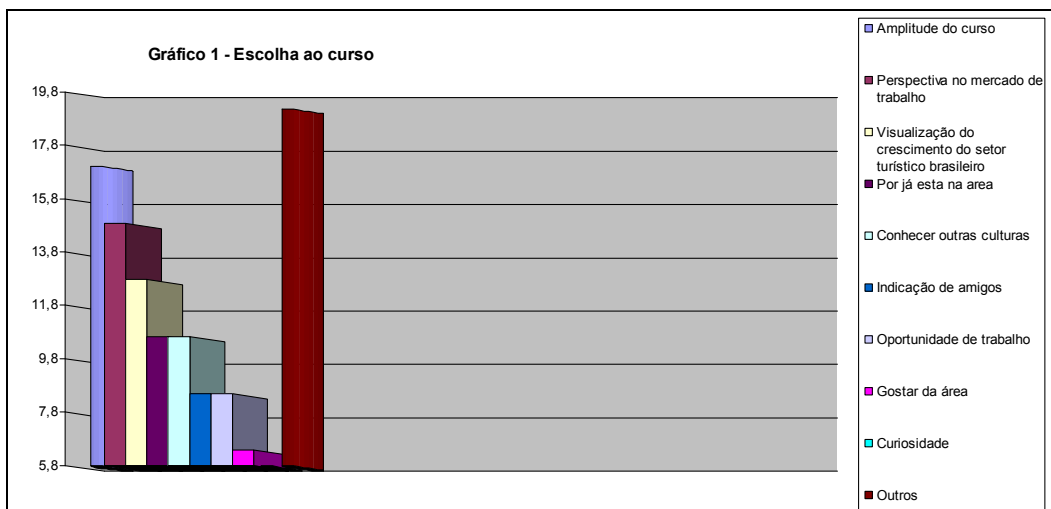
O foco da pesquisa foram as Instituições de Belo Horizonte, a amostra se reduz a 20 instituições. Foram encaminhados 350 questionários por e-mail e aplicados pessoalmente, obtendo um retorno de 47.

Apresentaremos o resultado da pesquisa no seguinte critério: primeiramente o atributo aluno, depois Instituição e por ultimo os professores.

#### **1º Atributo – Aluno**

Inicialmente solicitamos ao aluno que identificasse as razões que o levaram a escolher o curso de turismo. Varias razões foram apontadas pelos respondentes, como podemos ver no gráfico seguinte

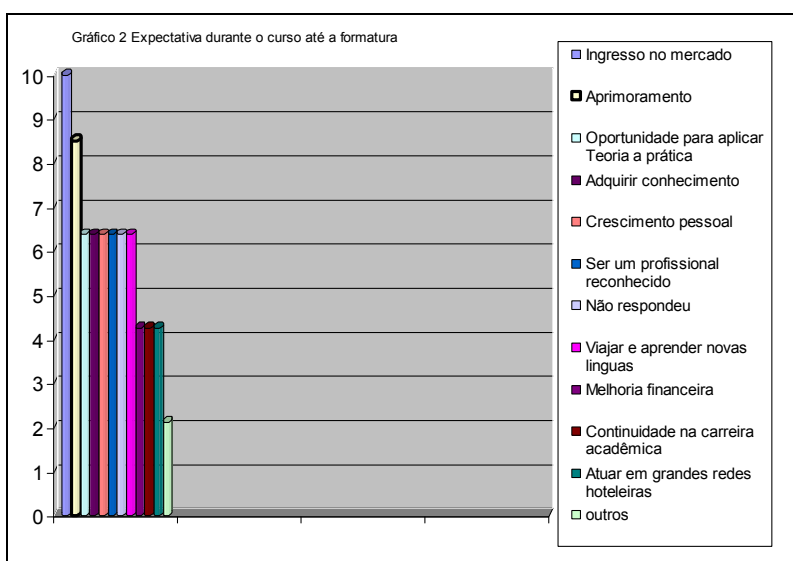
Gráfico 1 – Escolha ao curso



Como se pode constatar a maior parte dos alunos perspectiva escolheu o curso pela amplitude da grade curricular, pela no mercado de trabalho, visualização do crescimento do setor, para conhecer outras culturas, indicação de amigos, novas oportunidade por já estar trabalhando na área.

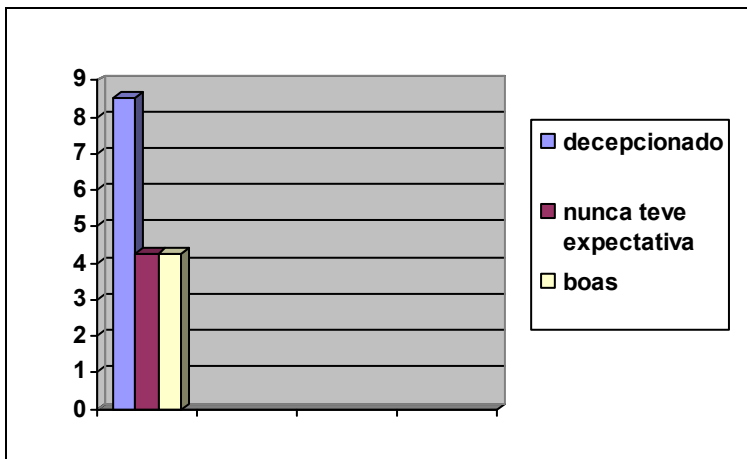
Como já mencionado anteriormente no Referencial Teórico, a divulgação que o Governo de Minas está fazendo dentro e fora do país, contribuiu muito para a formação de uma imagem positiva da área de turismo, criando novas expectativa no setor turístico e aumentando o número de faculdades que oferece o curso de Turismo.

Gráfico 2 – expectativa durante o curso até a formatura



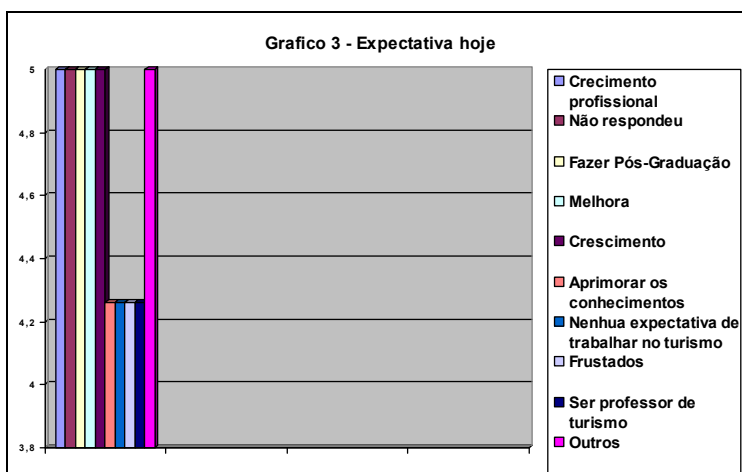
No gráfico 2 se refere a expectativa dos graduados durante o curso até sua conclusão. Percebe-se que a grande expectativa dos alunos em primeiro lugar, é o ingresso no mercado de trabalho; a seguir aparece a questão do aprimoramento seguido pela oportunidade de aplicação da teoria a prática, de adquirir conhecimentos, de ser um profissional reconhecido, e de viajar e aprender coisas novas. Percebemos também que um grupo respondeu que suas expectativas eram melhoria financeira, continuidade na carreira acadêmica e atuação em grandes redes de hotelarias.

Gráfico 2.1 – Expectativa durante o curso até a formatura



Este gráfico apresenta que a maior parte dos alunos estão decepcionados com o curso, outros grupos responderam que as expectativas são boas ou nunca as tiveram.

Gráfico 3 – Expectativas hoje

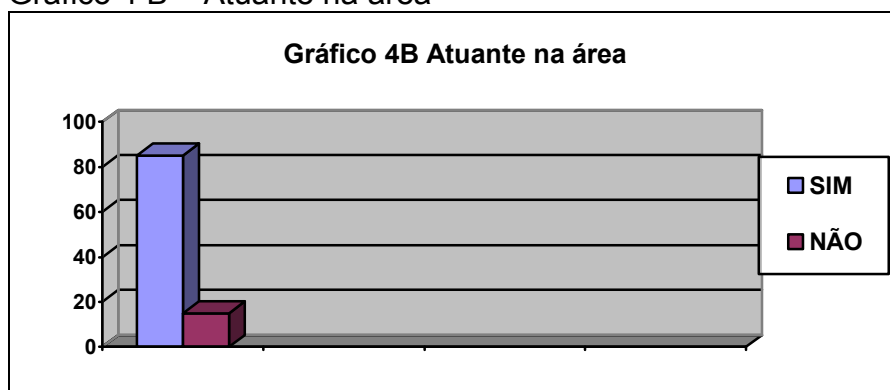


No gráfico 3 mostra que a expectativa hoje do graduado ainda é crescimento profissional e uma boa parte em busca da Pós-Graduação e aprimoramento dos conhecimentos. Ainda em destaque neste gráfico percebe-se que algumas pessoas não responderam e que a grande maioria estão frustrados e sem nenhuma expectativa para trabalhar no Turismo. A maior parte dos Graduados, onde está representado como outros no gráfico, não são atuantes da área. Comparando o gráfico 2.1 que representa as expectativas durante o curso com o gráfico 3 que representa a expectativa hoje depois de formado percebemos que as expectativas não foram alcançadas. Ainda existe número muito grande de graduados que mesmo depois de concluir o curso sua frustração continua.

Gráfico 4 A – Cargo que ocupa



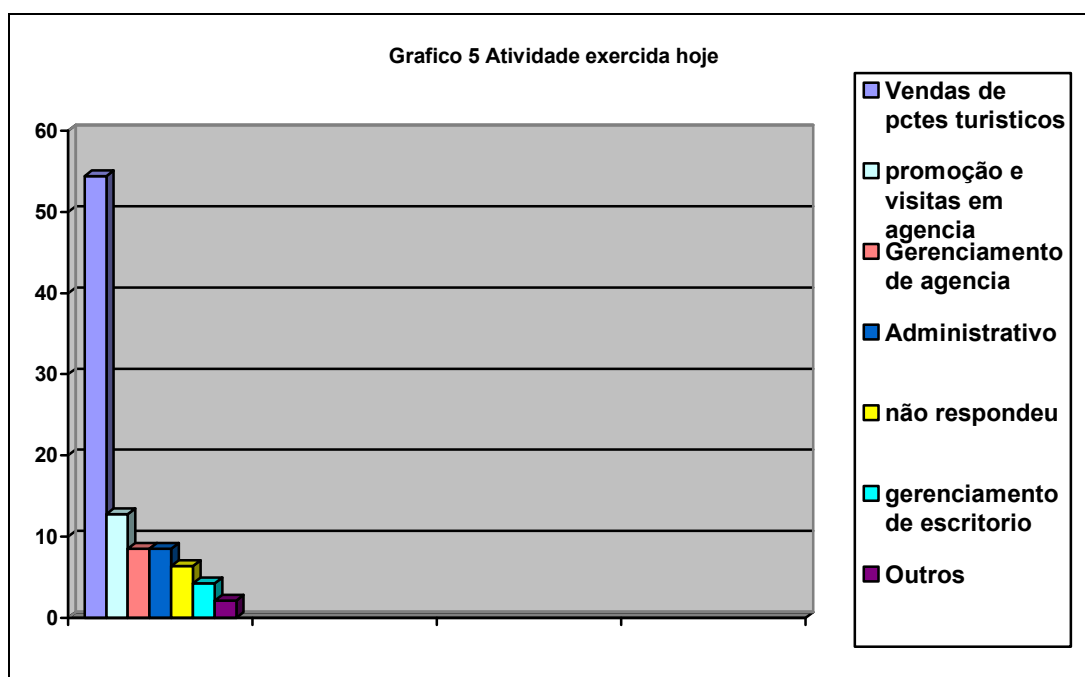
Gráfico 4 B – Atuante na área





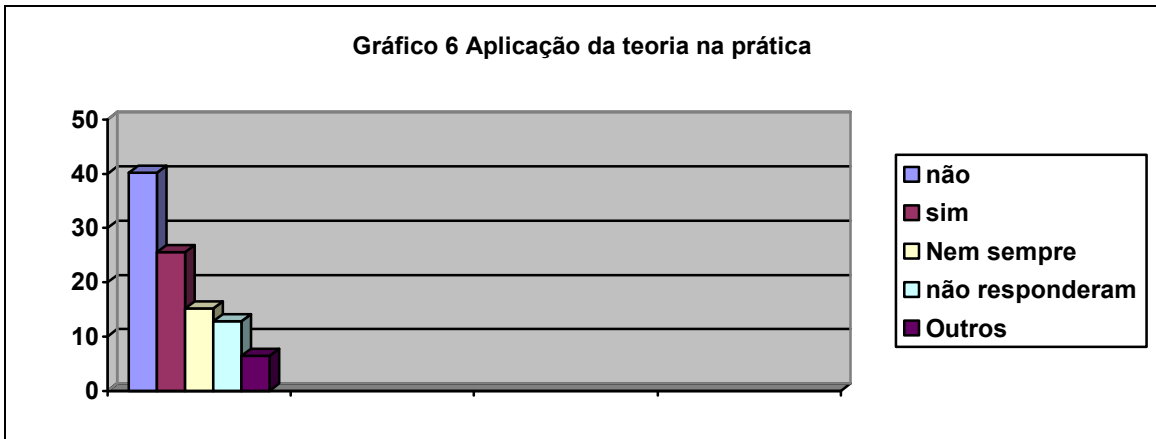
No gráfico 4A e 4B, mostra que a grande maioria dos entrevistados não atua no mercado de turismo. Apesar de uma boa quantidade de graduados atuarem em agências de viagem. Percebemos neste gráfico também que a atuação no mercado de turismo diversifica como gerente de agência, promotores de rede de hotéis, executivos de conta de companhias aéreas e também como proprietários de agências.

Gráfico 5 – Atividade exercida hoje



No gráfico 5, a maioria desempenha atividade de vendas de pacotes turísticos. Acredito que pelo fato de curso de turismo ter um leque muito grande de opções na grade curricular, podemos perceber que existem atuações diferenciadas como promoção e visita em agencias de viagens, gerenciamento, administrativos e de escritórios entre outros que são atuantes fora do mercado de turismo.

Gráfico 6 – Aplicação da teoria na prática



Verificando o gráfico 6 no que se refere à aplicação da teoria na prática grande maioria respondeu que não se aplicar a teoria a pratica e alguns graduados aplicam, mas não é sempre. O gráfico 5 representa a atuação e a atividade desenvolvida pelos graduados não está de acordo com o aprendido no curso, já que a grande parte atua em vendas de pacotes turísticos e como promotores de operadoras e companhias aéreas.

Gráfico 7A – Satisfação profissional

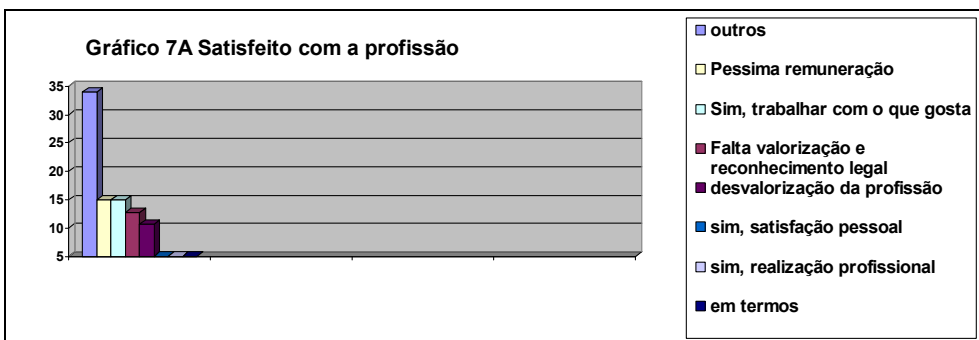
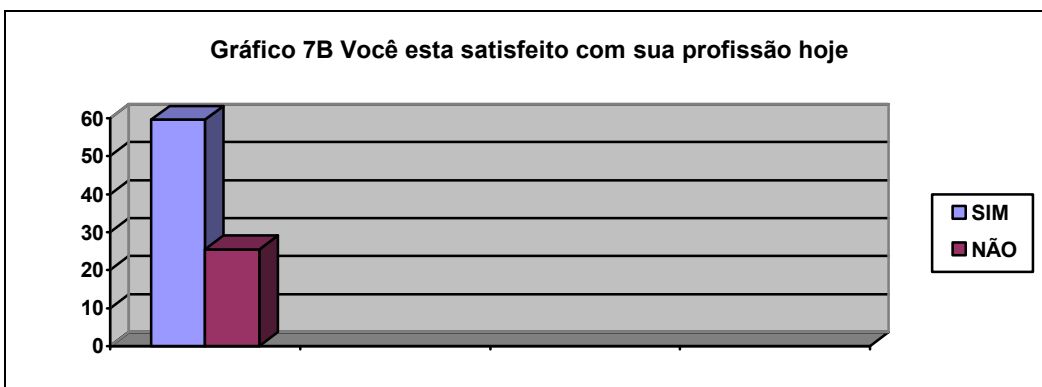
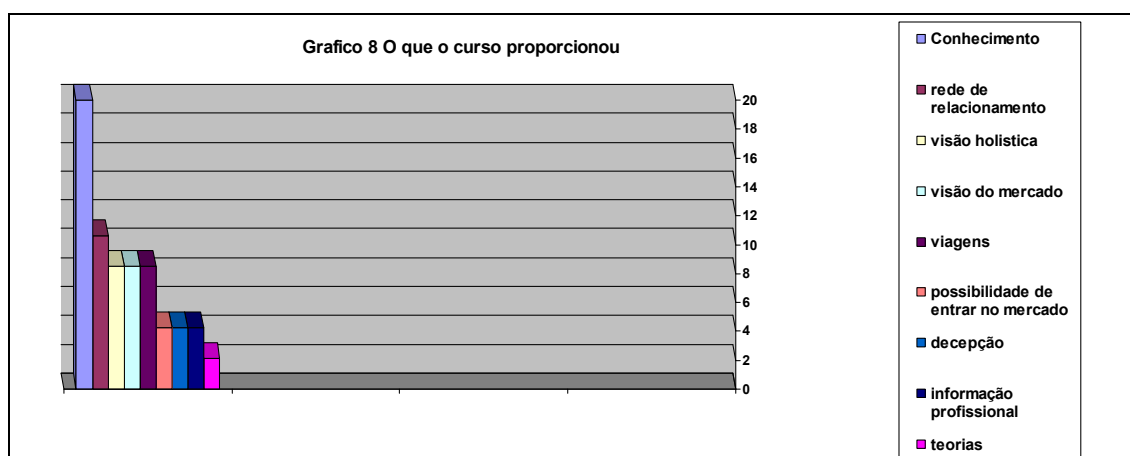


Gráfico 7B – Você está satisfeito com sua profissão hoje



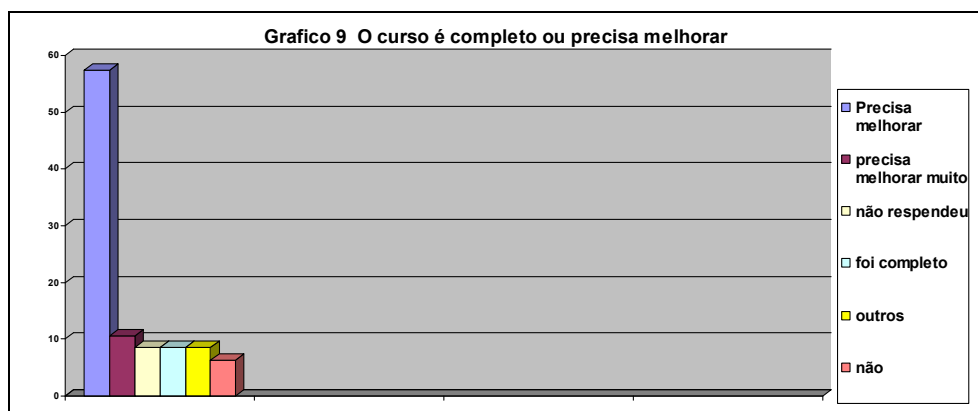
No que se refere a satisfação profissional hoje no gráfico 7A, a maioria respondeu que está satisfeito, mas nas análises das respostas positivas do gráfico 7B, foram informados varias observações pelo graduados: que estão sim satisfeitos, pois gostam do que fazem, mas a insatisfação maior é pela falta de reconhecimento profissional legal, pela baixa remuneração e desvalorização da profissão são os fatores negativos alegado pelos graduados.

## 2º Atributo – Curso - Faculdade



No gráfico 8 foi unânime que o curso proporcionou conhecimentos, claro que não poderia ser diferente pelo leque de opções de disciplinas oferecidas na grade curricular. Uma grande parte respondeu também que o curso proporcionou viagens, uma visão holística, visão do mercado e uma rede de relacionamento. Um pequena parte dos graduados também informaram que fora proporcionado possibilidades de entrar no mercado, informação profissional e decepções. Segundo a pesquisa o que o curso deixou a desejar foram às teorias, que os graduandos não conseguem aplicar na pratica do dia-a-dia.

Gráfico 9 – O curso é completo ou precisa melhorar



No gráfico 9 mais uma vez verificamos a insatisfação da grande maioria dos graduados no que se refere se o curso é completo ou precisa melhorar. Somente uma pequena parte disse que foi completo. O restante afirma que precisa melhorar e houve muitas críticas nas respostas escritas em relação a grade curricular da instituições, por serem amplas demais e não ter nenhum foco.

Gráfico 10A – Estruturas oferecidas pela Instituição

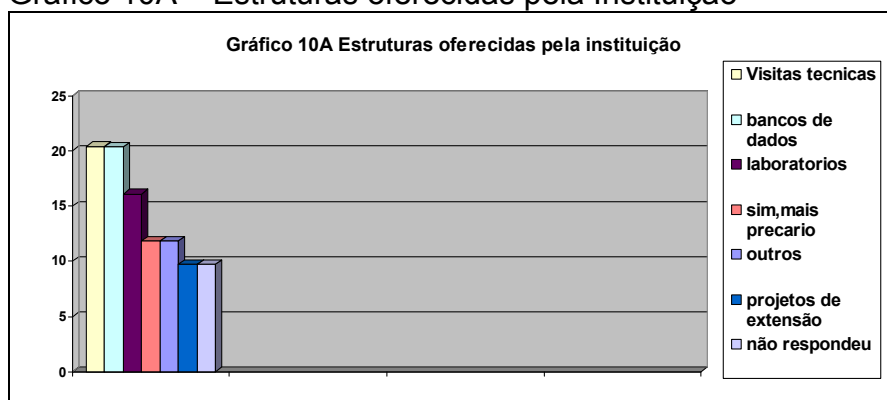
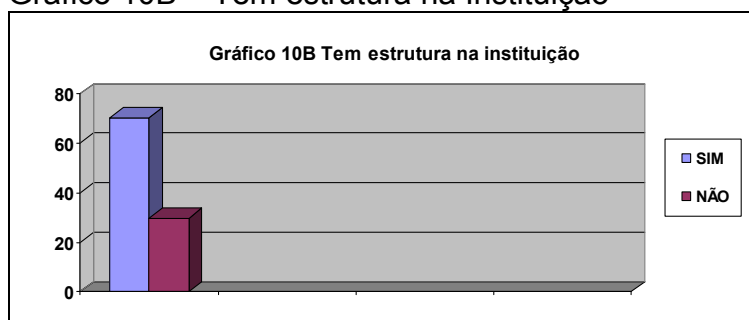


Gráfico 10B – Tem estrutura na Instituição



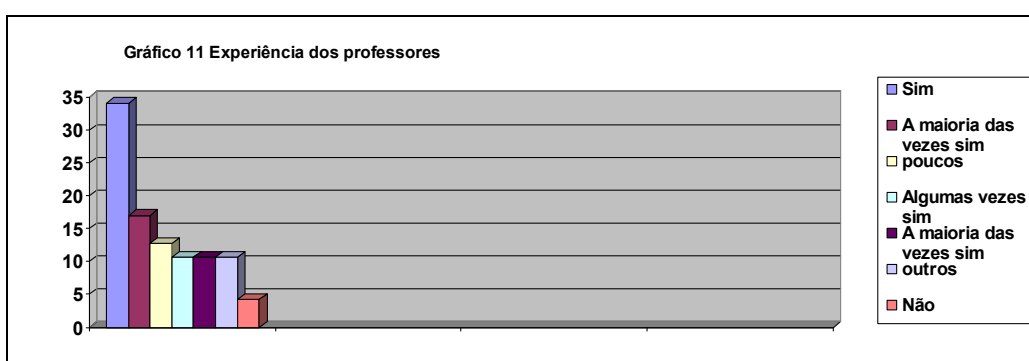
No que se refere à estrutura das instituições como mostra o gráfico 10B que a grande maioria dos graduados afirmou que há estrutura nas Instituições, mesmo

fazendo críticas nas respostas escritas, como: estrutura de Empresa Jr nunca fora usada ou tem laboratórios e bibliotecas desatualizados ou os espaços são pequenos demais e não comporta a quantidade de usuários.

Conforme o gráfico 10 A, as estruturas em comum das instituições pesquisadas são: visitas técnicas e banco de estágios.

### 3º Atributo – Professor

Gráfico 11 – Experiência dos professores



De acordo com o gráfico 11 que se refere à experiência do professor na área, a grande maioria disseram que sim os professores são experientes, mas não são atuantes no mercado de turismo. A minoria disse que não, pois deveria ter mais professore atuantes no mercado para passar mais experiência e informações mais atualizadas. Houve muitas críticas nas respostas escritas no se relaciona a experiência do professor, muitos dos graduados disseram que a experiência do professor é essencial para o enriquecimento das aulas, e para a atuação no mercado.

#### **4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho foi realizado com o objetivo de avaliar o nível de satisfação dos graduados em Turismo, verificando se os graduados estão conseguindo se inserir no mercado de trabalho, que dificuldades e desafios estão enfrentando e como avaliam a formação recebida em cursos de graduação para sua formação profissional.

Sabe-se que o turismo é uma atividade extremamente complexa, que demanda uma forte dedicação por parte dos novos profissionais que pretendem ingressar nesta área, conforme discutido no referencial teórico. Tanto os graduados como profissionais de outras áreas que estão buscando se inserir no mercado de trabalho em turismo deverão traçar metas para atingir a excelência profissional.

Hoje no Brasil existem aproximadamente novecentas e cinquenta Instituições que oferecem o curso de formação em turismo. No caso específico desta pesquisa que terá como foco Belo Horizonte, a amostra se reduz a vinte.

Para as coletas de dados utilizamos um questionário de doze perguntas abertas encaminhados via e-mail aos graduados do curso de turismo e também aplicado pessoalmente. A coleta de dados abordou principalmente três “atributos” professores, graduados e instituição. O questionário com doze perguntas abertas foi encaminhada a trezentos e cinquenta graduados, com um retorno de quarenta e sete.

Os principais problemas apontados pelos graduados com o curso de turismo foram a insatisfação dos graduados com o curso: grade curricular, não aplicação da teoria na prática, a falta de reconhecimento profissional e legal no mercado de trabalho e a baixa remuneração oferecida para quem não tem experiência no mercado. No que se refere a falta de reconhecimento legal esta vem desde a década de oitenta, quando não sabia exatamente a área de atuação do profissional de turismo. Análise da grade curricular mostrou que esse problema ainda ocorre, pelo leque de opções de disciplinas oferecido nos cursos de turismo.

O mercado para agenciamento e hotelaria, onde a maioria dos recém formados busca uma oportunidade, precisa de alguns conhecimentos específicos para atuação. É neste ponto que existe uma lacuna a ser preenchida, pois na pesquisa a grande maioria dos graduados informa que não consegue aplicar a teoria à prática. Outro fator extremamente preocupante é o fato de que ainda prevalece e são mais bem remunerados aqueles que têm experiência e tempo de mercado, não necessariamente é exigido curso superior para atuação.

Sugiro uma pesquisa mais detalhada junto as instituições e também com uma amostragem maior para verificar a necessidade do mercado e também a necessidade da pessoa que vai ingressar no curso de Turismo, para que se possa entender o que ela realmente pretende com o curso. É importante também a disponibilização materiais de informações da situação do mercado do curso informado a área de atuação, as disciplinas, para que não haja tanta insatisfação dos graduados em turismo como mostrado neste trabalho.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Noslin de Paula. O histórico da regulamentação do exercício profissional do Bacharel em Turismo. Disponível em [www.abbtur.org.br](http://www.abbtur.org.br). Acesso em: 20mai. 2006

ALMEIDA, Noslin de Paula. A polêmica sobre a regulamentação da profissão do Bacharel em Turismo. Disponível em [www.abbtur.org.br](http://www.abbtur.org.br). Acesso em: 20mai. 2006

ACERENZA, Miguel Angel. *Administração do turismo: conceituação e organização* / Miguel Angel Acerenza; tradução: Graciela Rabuske Hendges. Bauru, SP: EDUSC, 2002

BOOG, Gustavo G. *Manual de Treinamento e Desenvolvimento: Um guia de operações – Manual Oficial da ABTD*. Editora Makron Books. São Paulo.1999.

BENI, M. C. Como *Certificar o turismo sustentável?* turismo em análise, v.14,n.2, p.5 – São Paulo 2003.

CARVALHO, Lara Koury. *Bacharel em Turismo: O mercado para os Turismólogo*. Disponível em [www.abbtur.org.br](http://www.abbtur.org.br). Acesso em: 20mai. 2006.

CUNHA, Lílian. *A carreira que é um mico: O turismo gera empregos? Sim, mas só para camareira, garçom, faxineira... Quem é qualificado continua pensando.* Você S.A. Edição 79. janeiro.2005.

DUTRA, Joel Souza. *Administração de Carreira: Uma proposta para Repensar a Gestão de Pessoas*. Editora Atlas S.A .São Paulo.1996.

DA RÉ, C.B.Z. *Gestão de competência empreendedora: construção e desenvolvimento em cursos de turismo*, turismo em análise, São Paulo 2002

GOULART, D.F. *Profissional empreendedor: Um pré-requisito para o mercado turístico: turismo – visão e ação* . v. 5, nº 3, set/dez. 2003



PACHECO, Luzia, SCOFANO, Anna Cherubina, BECKERT, Mara, SOUZA, Valéria de. *Capacitação e Desenvolvimento de Pessoas*. Editora FGV. Rio de Janeiro. 2005.

Núcleo de estudos sobre trabalhos e educação. *Dicionário da educação profissional*. Belo Horizonte: Fidalgo e Machado, 2000.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. *Introdução à administração do turismo: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional: teoria e prática*. Editora Pioneira. 2ª edição. São Paulo, 1988.

KOTLER, Philip *Administração de Marketing* – 10ª edição. Editora Prentice Hall. São Paulo. 2000.

ANDRADE, Maria Margarida de. *Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação*. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MICHEL, Maria Helena *Metodologia da pesquisa científica: Métodos e Técnicas de Pesquisa* Belo Horizonte 2001/1º semestre.

## ANEXOS