

A Atuação Profissional do Bacharel em Turismo Formado pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Lilian da Silva Paiva¹

Luciana Correia Diettrich²

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - Aquidauna

Resumo: A presente pesquisa teve por objetivo identificar a atuação dos egressos do Curso de Turismo, formados entre os anos de 2009 e 2010, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus de Aquidauana, no mercado de trabalho do turismo. A fim de contemplar o objetivo proposto, foi realizada uma pesquisa de campo, descritiva, de abordagem quantitativa, e para fins de coleta de dados foi utilizado um questionário semi-estruturado. Uma abordagem teórica preliminar procurou contextualizar o tema a fim de subsidiar a reflexão sobre os resultados obtidos. Os resultados identificaram que a maioria dos egressos não se encontrava trabalhando no mercado turístico, mas, para aqueles que estavam inseridos, os conhecimentos obtidos através das disciplinas e atividades proporcionadas pelo curso foram consideradas importantes.

Palavras-chave: Bacharel em turismo; atuação profissional; mercado de trabalho.

Introdução

A discussão realizada nesta pesquisa não representa, atualmente, uma preocupação inédita e/ou isolada; é uma abordagem da qual emergem cada vez mais pesquisas científicas no sentido de identificar a relação entre os cursos de graduação em Turismo e o mercado de trabalho. Neste sentido, este estudo propõe apresentar alguns dados representativos desta realidade na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus de Aquidauana (UFMS/CPAQ), a fim de contribuir para a formação de um panorama nacional.

O curso de Bacharelado em Turismo do Campus de Aquidauana foi criado em 1999, tendo sua primeira turma de ingressantes no ano de 2000, sendo reconhecido quatro anos após, pela avaliação MEC/INEP³ n. 4743 em 24/06/2004 e publicação da Portaria n. 3.535, de 29 de outubro de 2004. O referido curso tem duração de três anos e, no

¹ Mestre em Geografia. Professora Assistente do curso de Turismo da UFMS. Bacharel em Turismo e Especialista em Turismo e Meio Ambiente. *E-mail:* lilian@cpaq.ufms.br

² Mestre em Desenvolvimento Local. Professora Assistente do curso de Turismo da UFMS. Bacharel em Turismo e Especialista em Turismo, Hotelaria e Eventos. *E-mail:* luciana.diettrich@brturbo.com.br

³ Ministério da Educação/Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira.

intuito de aprimorar-se, está atualmente em sua terceira grade curricular, oferecendo, desde 2007, 30 vagas anualmente (até 2006 oferecia 50 vagas).

Até o ano de 2011, 514 estudantes ingressaram no curso de Turismo da UFMS/CPAQ e, destes, até 2010, 289 se tornaram bacharéis em Turismo, enquanto 95 alunos desistiram do curso, 9 solicitaram exclusão, 9 foram transferidos para outras instituições de ensino superior e 8 acadêmicos jubilaram. (SECRETARIA ACADÊMICA DO CPAQ/UFMS, 2011).

Desde o início de 2009 o mencionado curso conta com cinco professores concursados em regime de Dedicção Exclusiva sendo que destes, quatro são bacharéis em Turismo com titulação de mestre e um geógrafo com título de doutor. Sua estrutura curricular de 2006 atende as Diretrizes Específicas estabelecidas pelas DCNs (Diretrizes Curriculares Nacionais) dos cursos de graduação, dividindo suas 2570 horas de aula em conteúdos Básicos, Específicos e Teórico-Práticos. Vale destacar que a disciplina de Estágio Supervisionado possuía, nesta matriz, uma carga horária de 300 horas aula. O destaque se dá pelo fato desta disciplina permitir o aprendizado por meio de atividades práticas, mas, sobretudo, por proporcionar a comunicação simultânea do aluno com a academia e com o mercado de trabalho, permitindo-lhe ainda uma visão interdisciplinar.

No que diz respeito às atividades práticas, antes de tudo, quer-se deixar claro aqui que se entende que estas atividades não são de responsabilidade somente da disciplina de Estágio, mas são possíveis e importantes de serem realizadas em quaisquer outros momentos de aprendizado nos cursos de Turismo. Segundo Ansarah (2002), os estudos teóricos e práticos são necessários para a completa formação do egresso em turismo e, portanto, neste sentido, pode-se afirmar que o equilíbrio entre teoria e prática torna-se a proposta ideal. As atividades práticas devem ser habitualmente desenvolvidas pelos educadores, proporcionando o contato com a realidade social e mercadológica na qual o curso está inserido, podendo ser desenvolvidas, inclusive, em sala de aula, através de estudo de casos, estágios e elaboração de projetos de pesquisa.

No que se refere à pesquisa e a extensão, atividades que complementam a tríade do ensino superior, no curso de Turismo da UFMS de Aquidauana, os professores têm elaborado, proposto e incentivado projetos nas suas diversas áreas.

Desta forma, o curso de Turismo da UFMS/CPAQ vem, há mais de doze anos, trabalhando com vistas a proporcionar a seus discentes, uma formação que lhes permita

atender às necessidades da atividade turística. No entanto, o desafio é constante, pois a atividade e o mercado de trabalho são dinâmicos, complexos e competitivos.

Em pleno Século XXI são crescentes as exigências por profissionais que agreguem valor às empresas e Instituições em que estão inseridos. Acompanhar estas tendências é um processo difícil. Trata-se de um grande desafio para a maioria das pessoas, e principalmente, para as Instituições educacionais, responsáveis em grande parte pela formação destes indivíduos. Cada vez mais o mercado de trabalho impõe o estabelecimento de profissionais competentes, que reúnam condições satisfatórias no que se referem aos conhecimentos acumulados, habilidades inatas ou desenvolvidas e atitudes positivas e favoráveis ao desenvolvimento organizacional e pessoal, como condição de empregabilidade e sucesso no mundo dos negócios. (ANTUNES et al., 2005, p.4)

A importância da formação e a formação de excelência do profissional do Turismo são reconhecidas por Bañuls, Rodrigues e Jiménez, que acreditam que o capital humano turístico cumpre o papel-chave como elemento competitivo básico e diferenciador no contexto internacional. Os autores ainda definem capital humano turístico como a quantidade de conhecimentos técnicos e qualificações que possuem os trabalhadores do setor, procedente dos investimentos com a educação formal e com a formação para o trabalho (BAÑULS, RODRIGUEZ; JIMÉNEZ, 2007).

Contudo, o perfil do profissional do Turismo para atuar no mercado de trabalho deve contemplar ainda o comprometimento com a empresa em que escolheu atuar e, conseqüentemente, com os turistas. Em se tratando de compromisso, este quesito deve ser inerente aos demais elementos que formam o contexto turístico, e a participação destes é imprescindível para corroborar o (re)conhecimento dos profissionais e incentivo dos mesmos. Neste sentido, Paixão (apud DREHER, RUECKERT e HAYDE, 2010, p.5) afirma:

Todos os atores (governos, empresas, empregados, representantes laborais) devem se comprometer porque têm um papel a cumprir. Descobrir e conhecer suas próprias aptidões (capacidade para fazer), atitudes (predisposição a fazer), habilidades (saber fazer) e competências (saber se fazer atuar alcançando objetivos determinados) faz a diferença na hora de destacar o profissional em setores que exigem alto grau de empregabilidade, como por exemplo, na hotelaria dos grandes centros urbanos da América Latina, em particular do Brasil.

Em se tratando de mercado de trabalho em turismo no Brasil, sua evolução está relacionada ao aumento da demanda nacional e internacional de turistas (ANSARAH, 2002).

De acordo com os dados do Ministério do Turismo, 2,7 milhões de trabalhadores formais atuam em segmentos do turismo. A maior parte destes trabalhadores (987,2 mil) atua em bares e restaurantes, em segundo lugar está o transporte rodoviário, que responde por 479,5 mil postos de trabalho e 273,9 mil na hotelaria, com salário médio de R\$ 1,1 mil. O setor paga os melhores vencimentos aos trabalhadores do ramo de aluguel de aeronaves, R\$ 5,7 mil em média. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2011).

Em Mato Grosso do Sul, o turismo é a quinta atividade econômica do Estado, depois da agropecuária, pecuária, extração mineral e indústria alimentícia (FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL, 2011). O Estado recebeu no ano de 2009, 58.395 turistas estrangeiros e, em 2010, a demanda atingiu o número de 68.140 turistas. (ESTADO MS – AGORA REDE, 2011.). Os principais destinos turísticos são a cidade de Bonito e a região do Pantanal, na qual Aquidauana está inserida.

Aquidauana localiza-se a 120 km da capital sul-mato-grossense, Campo Grande e, embora possua características singulares (fauna e flora do Pantanal Sul) e localização privilegiada (proximidade da capital e parte do Pantanal), não é considerada um destino eminentemente turístico. A cidade possui infraestrutura turística muito incipiente e seus atrativos de destaque estão localizados no espaço rural do município onde são estruturados e ofertados através de pousadas.

Desta forma, esta pesquisa visa identificar a atuação dos egressos do curso de Turismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus de Aquidauana, formados entre os anos de 2009 e 2010, no mercado de trabalho de turismo.

Metodologia

O presente estudo caracteriza-se como descritivo e de abordagem quantitativa. Para Dencker, a pesquisa descritiva "[...] procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis. Utiliza de técnicas padronizadas de coleta de dados, como o questionário e a observação sistemática." (DENCKER, 1998, p. 124). No que diz respeito à pesquisa quantitativa, esta objetiva "[...] prestar qualquer tipo de medição." (MEZZAROBA e MONTEIRO, 2006, p.109).

A população investigada nesta pesquisa constitui-se de acadêmicos do curso de Turismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), do Campus de Aquidauana, (CPAQ), os quais concluíram o curso nos anos de 2009 e 2010.

No que se refere à coleta de dados, esta se deu através do levantamento do público investigado, por meio de informações concedidas pela secretaria acadêmica da UFMS/CPAQ que disponibilizou a relação e o número tanto de ingressantes quanto de egressos do curso de Turismo da UFMS/CPAQ.

Um questionário semi estruturado foi elaborado com o intuito de identificar o perfil do bacharel em Turismo formado na UFMS/CPAQ, a área de atuação no mercado de trabalho em turismo, bem como as interferências do curso de Turismo para a inserção neste mercado.

Para a localização do público investigado, utilizou-se da tecnologia das redes sociais (Orkut e Facebook), do Meio de Comunicação Eletrônico (MSN e e-mail) e de ferramenta de pesquisa (Google). Buscou-se ainda obter informações com acadêmicos do curso. Para a realização da coleta de dados, foi aplicado o questionário de acordo com a disponibilidade dos egressos que responderam pessoalmente ou via email. Neste processo, não foi possível localizar todos os egressos, bem como obter todos os questionários aplicados respondidos.

Apresentação e análise dos resultados

A coleta de dados da presente pesquisa foi realizada entre os meses de agosto e novembro de 2011. Os dados compreendidos neste estudo foram analisados de forma descritiva.

O primeiro bloco da pesquisa buscou identificar o perfil sócio demográfico dos investigados, e envolveu as questões de gênero, idade e renda. Assim sendo, pôde-se identificar que a maior parte da população investigada é composta pelo gênero feminino (85%), seguido do gênero masculino (15%). Em relação à faixa etária, a idade entre 20 a 25 anos corresponde a 90% do total, seguidos de 26 e 31 anos (10%) de idade.

Em relação à renda familiar dos entrevistados, identificou-se que: 40% possuem renda maior que R\$ 2.180,00; 30% possuem renda familiar mensal entre R\$ 545,00 a

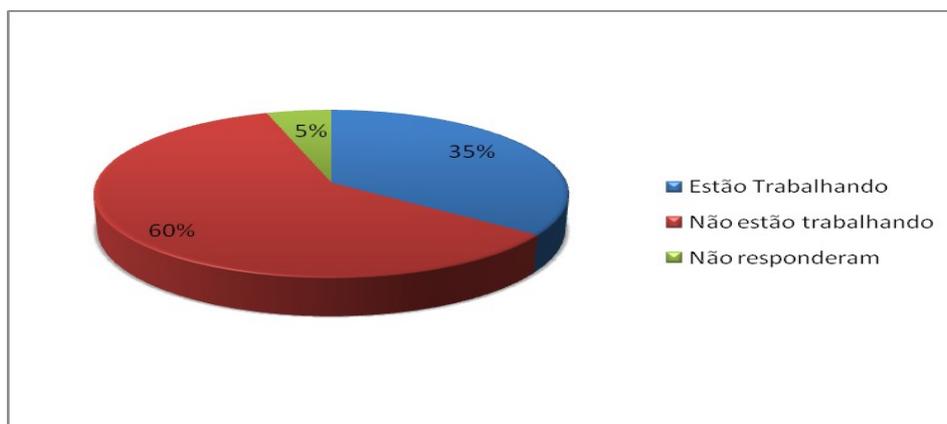
1.090,00; 25% possuem renda mensal entre R\$ 1.635,00 a R\$ 2.180,00 e 5% possuem renda inferior a R\$ 545,00.

No presente estudo, entre outros, buscou-se investigar se o curso de Turismo havia sido a primeira opção dos investigados ao ingressarem no curso, no momento do vestibular. Desta forma verificou-se que a maioria (80%) teve o curso de Turismo como primeira opção, porém, os demais (20%) não intencionavam cursar o bacharelado em Turismo. Estes dados podem levar a uma reflexão preliminar de que, talvez este fator possa contribuir para o fato de alguns não estarem incluídos no mercado turístico: se não é o curso pretendido, não será, conseqüentemente, a área de atuação pretendida.

Em se tratando da atuação dos sujeitos entrevistados no mercado de trabalho, a presente pesquisa identificou que a maioria (60%) não se encontrava trabalhando, enquanto apenas 35% encontravam-se inseridos no mercado de trabalho (gráfico 1).

Os dados obtidos neste estudo vão de encontro com o que descreve Matias (2005) ao relatar a dificuldade de serem, os profissionais de turismo, absorvidos pelo mercado de trabalho. Para a autora, embora o número de ingressantes nos cursos de bacharelado em Turismo seja maior que o de concluintes, como é o caso do curso de Aquidauana, o mercado ainda não é capaz de absorver todos estes profissionais e, portanto, quando estes obtêm suas colocações no mercado, o salário é muito aquém do desejável. (MATIAS, 2005).

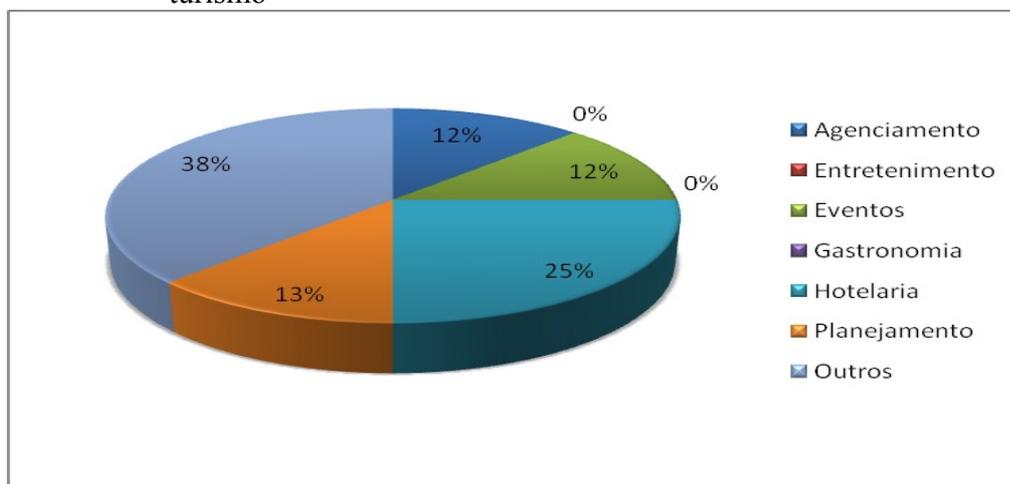
Gráfico 01: A atuação dos sujeitos entrevistados no mercado de trabalho



Fonte: Dados da pesquisa, 2011

Conhecer as áreas do turismo onde trabalham atualmente os sujeitos investigados foi o objetivo dos dados apresentados no gráfico 2. Dessa forma, dos que afirmaram estar trabalhando, o resultado apresentado nos permite observar que: 12% estão atuando em agenciamento, 12% na área de eventos, 25% na área de hotelaria, enquanto 13% estão inseridos na área de planejamento. Ressalte-se que algumas atividades e/ou áreas do turismo não foram contempladas pelos respondentes, como: gastronomia, transportes, recreação e lazer. Ressalte-se ainda que uma grande parcela, 38% dos pesquisados, afirmou estar atuando no mercado turístico, porém não informou a área de atuação.

Gráfico 02: Atuação dos sujeitos entrevistados no mercado de trabalho em turismo



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Alguns dos egressos que afirmaram atuar no mercado de trabalho de turismo optaram em apresentar os cargos e as atividades que desempenham representadas no quadro a seguir (quadro 01). Pôde-se notar que algumas atividades desempenhadas estão diretamente relacionadas à formação/profissão acadêmica, enquanto outras não representam relação com o profissional e a área.

Por não ter tido este estudo a intenção de identificar os motivos pelos quais os profissionais da área realizam tarefas que, à primeira vista, não deveriam ser de responsabilidade dos mesmos, as informações, portanto, não revelam se o que ocorre é por falta de capacidade dos bacharéis para assumirem apenas atividades diretamente relacionadas à área, pela falta de oportunidades do mercado local ou ainda pela

responsabilidade e por acreditarem que o profissional pode e/ou deve fazer de tudo para atender bem o turista.

Quadro 01: Cargos e atividades desempenhadas por alguns entrevistados no mercado turístico

CARGOS	ATIVIDADES DESEMPENHADAS
Administrativo	Controle de estoque, vendas e licitações.
Gerencia	Gerente de fazenda, desenvolve atividades tanto no turismo quanto na pecuária.
Recepcionista	Reserva de passeios, atendimento ao público, venda no bar e lojinha, faxina e tabulação de dados dos questionários voltados para o visitante.
Gerente de Vendas	Área comercial/vendas e eventos.
Chefe de Captação	Suporte nos eventos e na área administrativa.
Agente de viagens	Pacotes de viagens, passeios, venda de bilhetes, entre outros.

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Em relação aos entrevistados que afirmaram não terem trabalhado na área do turismo ainda, questionou-se sobre a pretensão e em quais áreas gostariam de atuar; neste caso, foram identificadas as seguintes informações: 10% afirmaram que não pretendem trabalhar na área de turismo, porém, não justificaram suas respostas, enquanto 90% afirmaram que pretendem trabalhar e descreveram as áreas apresentadas no quadro abaixo (quadro 2):

Quadro 2: Áreas/segmentos do turismo pretendidas pelos sujeitos investigados, ordenadas por postos em ordem decrescente

<ul style="list-style-type: none">• Secretaria de Turismo• Planejamento• Hotelaria• Turismo Rural• Turismo de Aventuras• Eventos• Agenciamento
--

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Nota-se uma diversificação de pretensões em relação aos campos de atuação no turismo pelos entrevistados, porém, algumas áreas não foram mencionadas, como: gastronomia, transportes e recreação e lazer.

Acredita-se caber aqui uma observação em relação às respostas apresentadas pelo gráfico 2 (Atuação dos sujeitos investigados no mercado de trabalho em turismo) e pelo quadro 2 (Áreas/segmentos do turismo pretendidas pelos sujeitos investigados) onde as respostas estão de acordo com a realidade do mercado local, já apresentada neste trabalho, principalmente de Aquidauana e, com as quais muitos já tiveram, de alguma forma, contato e, portanto, maior conhecimento vislumbrando, conseqüentemente, uma oportunidade àqueles que ainda não conseguiram ingressar na área do turismo.

Percebe-se, de acordo com tabela abaixo (tabela 1), que a maioria (80%) dos egressos encontrava-se residindo no Estado de Mato Grosso do Sul (Aquidauana, Anastácio, Bodoquena, Bonito, Campo Grande, Jardim e Miranda), sendo que a maior concentração foi identificada em Campo Grande (30%), capital do Estado, seguida de Aquidauana (25%). Além destes locais, uma pequena parcela residia no Estado de Mato Grosso e outra na África e nos Estados Unidos, dando indicativos aparentes de que não buscaram oportunidades de trabalho em outros municípios e/ou outras regiões do país.

Tabela 1 – Local de residência dos sujeitos entrevistados

Município	%
Aquidauana –MS	25
Anastácio – MS	5
Bodoquena – MS	5
Bonito – MS	5
Campo Grande – MS	30
Cuiabá – MT	5
Guiné Bissau – (África)	5
Jardim – MS	5
Rondonópolis – MT	5
Miranda – MS	5
Estados Unidos	5
Total:	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Aos que ingressaram no mercado de trabalho, a pesquisa ainda buscou identificar os fatores que interferiram nesta inserção e, desta forma, foram descritas diversas razões, conforme apresentadas no quadro 3. Dentre as declarações, observa-se que algumas

estão claramente relacionadas à formação acadêmica, quais sejam: estágio obrigatório, currículo, graduação e projeto de turismo. Ressalte-se no entanto que, com exceção do estágio obrigatório, as demais atividades são apenas ofertadas pelo curso, ficando a cargo do aluno a opção de fazê-las ou não.

Quadro 3: Fatores que auxiliaram os entrevistados a ingressarem no mercado de trabalho turístico, ordenados por postos em ordem decrescente

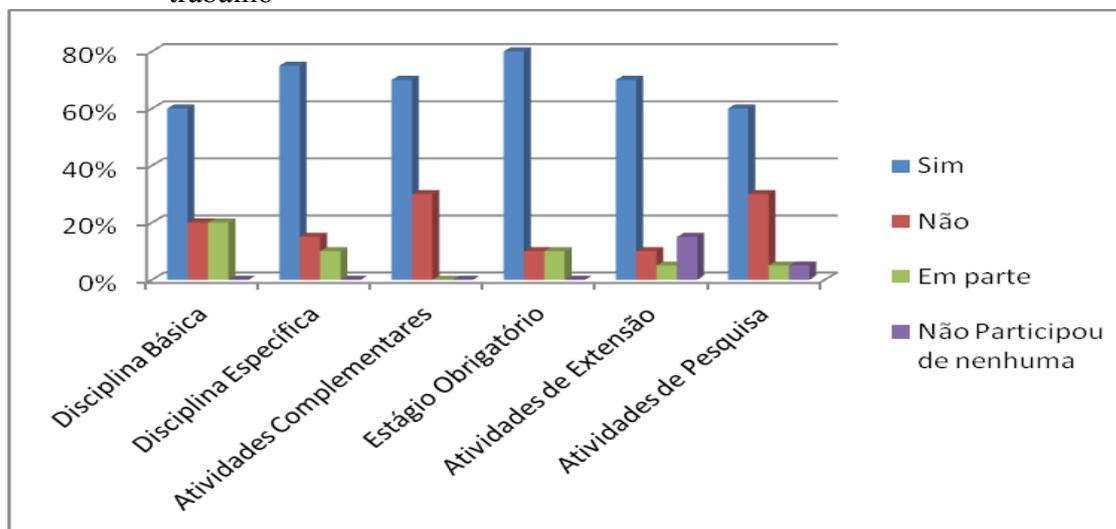
- Estágio curricular supervisionado;
- Cadastro no CIAT (Centro Integrado de Atendimento ao Trabalhador – Agência Pública de Empregos);
- Currículo;
- Indicação e referências;
- Fluência na Língua Inglesa;
- Graduação;
- Envolvimento em projeto turístico (na região de Biombo-Quinhamel em Guiné-Bissau aprovado pela união europeia)

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Em convergência com a revisão de literatura realizada neste estudo, para os sujeitos entrevistados o conhecimento adquirido através das atividades realizadas e/ou propostas durante a graduação foi, para a maioria, significativo e positivo para se inserirem no mercado de trabalho, com destaque para o estágio obrigatório e para as disciplinas específicas (gráfico 3). Nesta perspectiva Antunes et al (2005, p.8), afirmam:

[...] entende-se que o Bacharel em Turismo deve ser preparado para a realidade do segmento, com atitudes e procedimentos que atentem para as atividades globais, como o conhecimento do mercado, pautados pela qualidade e responsabilidade na prestação de seus serviços [...] Portanto é papel indiscutível do Ensino Superior em Turismo possibilitar ao acadêmico, além dos fatores acima mencionados, uma visão empreendedora da atividade [...]

Gráfico 03: A contribuição do conhecimento adquirido para a atuação no mercado de trabalho



Fonte: Dados da pesquisa, 2011

Finalmente, 70% dos entrevistados que se encontravam atuando no mercado de trabalho turístico declararam que o curso de Turismo realizado contribuiu para se inserirem no mercado de trabalho.

Considerações Finais

O principal objetivo deste estudo foi identificar a atuação dos egressos do curso de Turismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, do Campus de Aquidauana, no mercado turístico de trabalho, formados entre os anos de 2009 e 2010.

Desta forma, foi adotada uma metodologia descritiva com abordagem quantitativa, operacionalizada por meio de uma pesquisa de campo.

De acordo com os resultados apontados nesta pesquisa pode-se considerar que a maior parte dos entrevistados é composta pelo gênero feminino, com idade entre 20 e 25 anos e a renda familiar da maioria dos sujeitos investigados é maior que R\$ 2.180,00.

Em se tratando da atuação dos entrevistados identificou-se que a maioria não trabalhava no mercado turístico, mas que intencionava vir a trabalhar na área como profissional turismólogo.

Por outro lado, uma parcela significativa dos acadêmicos continuava residindo em Aquidauana, mesmo sendo ela uma cidade com potencial de mercado turístico ainda muito restrito.

Outro resultado revelado é que a experiência acadêmica, neste caso, adquirida através do curso de Turismo da UFMS/CPAQ proporcionada através de disciplinas e atividades foi considerada relevante para a inserção daqueles egressos que se encontravam atuando no mercado turístico.

Referências

ANSARAH, M. G. R. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2002.

ANTUNES, A. C.; RIBEIRO, K. C. C.; GOMES, M. F. I.; VALE, M. L. A. do. Educação e Formação Profissional em Turismo. **Aboré**. 1ª Edição. 2005. Disponível em: <http://www.revistas.uea.edu.br/old/aboré/artigos/artigos_1/artigo_karlaeleonia.pdf>. Acesso em: 10 mar 2012.

BAÑULS, A. L.; RODRÍGUEZ, A. B. R.; JIMÉNEZ, M. S. El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. **Cuadernos de Turismo**, nº 19, 2007, p. 47 - 69. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=39801903>>. Acesso em: 01 jun. 2012

DENKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo, SP. Futura, 1998.

DREHER, M. T.; RUECKERT, R. A. O; HAYDE, C. V. **Empregabilidade no Turismo: análise do mercado de alojamentos e alimentação no município de Blumenau, SC**. In: VII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR), São Paulo, 2010. Universidade Anhembi Morumbi, 2010.

Estado MS – Agora Rede. MS recebeu mais de 68 mil turistas no ano passado, volume 16,6% maior. **Agora Campo Grande**. Campo Grande, 30 ago. 2011. Disponível em: <http://www.agoracampogrande.com.br/ver_not.php?id=56783>. Acesso em: 29 out.2011.

Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul. 2011. Disponível em: <<http://www.turismo.ms.gov.br/index.php?inside=1&tp=3&comp=4626&show=2058>> Acesso em: 29 out. 2011.

MATIAS, M. **Turismo:** formação e profissionalização. Barueri: Manole, 2005.

MEZZAROBA, O.; MONTEIRO, C. S. **Manual de metodologia da pesquisa no direito.** 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Ministério do Turismo. 2011. Disponível em:
<<http://www.turismo.gov.br/dadosefatos/>> Acesso em: 26 out. 2011.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MATO GROSSO DO SUL. Secretaria Acadêmica.
Listas. Aquidauana, 2011.