

ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS BACHARÉIS EM TURISMO NO MERCADO DE TRABALHO: ESTUDO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA UNICENTRO

ANALYSIS OF THE PERFORMANCE BACHELORS OF TOURISM IN THE LABOR MARKET: A STUDY OF STUDENTS MAJORED IN TOURISM FROM UNICENTRO

ANÁLISIS DE LA ACTUACIÓN DE LOS GRADUADOS EN TURISMO EN EL MERCADO DE TRABAJO: UN ESTUDIO DE LOS EGRESOS DEL CURSO DE TURISMO UNICENTRO

Elieti Fatima de Goveia

Mestre em Ciências Sociais Aplicadas pelo Centro Universitário Diocesano do Sudoeste do PR –UNICS, Especialista em Administração Financeira e Controladoria, Professora de Economia no Curso de Turismo e Engenharia Ambiental no Campus Universitário de Irati- UNICENTRO. elietigoveia27@hotmail.com

Paula Grechinski Demczuk

Mestre em Gestão do Território pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, Graduada em Turismo pela Universidade Estadual do Centro Oeste. Professora do Departamento de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste, peul_t@hotmail.com

Vanessa de Oliveira Menezes

Doutoranda em Administração pela Universidade Positivo, Mestre em Administração de Empresas Turísticas pela Universidad de Extremadura, revalidado pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Especialista em Gestão de Pessoas pela Universidade Federal do Paraná, Graduada em Turismo pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Professora do Departamento de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste. vanessamenezes@hotmail.com

Diogo Lüders Fernandes

Mestre em Turismo pela UNIVALI-SC; Bacharel em Turismo pela UEPG-Pr. Professor do Curso de Turismo da UNICENTRO-Pr e doutorando em Geografia da UFPR. diggtur@yahoo.com.br

RESUMO

Este trabalho de pesquisa consiste na análise da atuação das sete turmas de egressos do Curso de Turismo da UNICENTRO – Campus Universitário de Irati. O objetivo geral foi verificar a atuação destes bachareis no mercado de trabalho. A metodologia empregada para o desenvolvimento da pesquisa se caracterizou por ser descritiva exploratória, baseada em um estudo de caso das sete turmas formadas no curso de turismo da UNICENTRO. Os resultados foram obtidos por meio da aplicação de questionário aos egressos do curso, totalizando cento e dezenove respondentes. Após a análise dos questionários, observou-se um crescimento anual quanto ao número de egressos atuando no mercado de trabalho em turismo, mais especificamente a partir da quarta turma.

Palavras-chave: Atuação profissional. Egressos em turismo. Mercado de trabalho. UNICENTRO.

ABSTRACT

This research consists in analyzing the performance of seven classes of students majored in Tourism from UNICENTRO – Irati Campus. The general goal was to verify the performance of these students in the labor market. The methodology used for the research development was characterized as descriptive and exploratory and it was based on a case of five majored groups in Tourism from UNICENTRO. The results were obtained through a questionnaire to the students, totalizing a hundred and nineteen respondents. After analyzing the questionnaires, it was observed an annual increase in the number of majored students working in the tourism market, more specifically from the fourth class.

Key words: Professional practice. Students majored in tourism. Labor market. UNICENTRO.

RESUMEN

Este estudio de investigación consiste en el análisis de la actuación de las siete clases de egresos del curso de Turismo de la UNICENTRO - Campus Universitario de Irati. El objetivo general fue el de comprobar la actuación de estos profesionales en el mercado laboral. La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación se caracterizó como descriptiva, exploratoria, basada en un estudio de caso de siete grupos formados en el curso de turismo UNICENTRO. Los resultados se obtuvieron a través de la aplicación de un cuestionario a los egresos del curso, por un total de ciento diecinueve encuestados. Después del análisis de los cuestionarios, se observó un crecimiento anual en el número de los egresos actuando en el mercado de trabajo en el sector turístico, y más concretamente a partir del cuarto grupo.

Palabras-clave: Actuación profesional. Egresos en Turismo. Mercado de trabajo. UNICENTRO.

INTRODUÇÃO

Os cursos de bacharelado no Brasil experimentaram um grande desenvolvimento a partir da década de 1990. Essa situação foi fomentada por uma necessidade latente no mercado por profissionais mais especializados; planos de incentivo governamentais destinados às Instituições de Ensino Superior; e discussões mundiais sobre educação, presentes em eventos, encontros, conferências por meio dos quais organismos como o Banco Mundial (BIRD) e a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) elaboraram princípios e diretrizes para a educação nos países em desenvolvimento. Essa realidade foi visualizada em todas as áreas do conhecimento, inclusive nas Ciências Sociais nas quais os Cursos de Turismo estão inseridos.

O aumento do número de cursos de turismo no Brasil está ligado ao desenvolvimento do mercado turístico nacional. Porém, pela falta de uma regulamentação da profissão do bacharel em turismo, são frequentes os questionamentos desses profissionais em relação ao mercado de trabalho. Pimenta (2006, p.40) enfatiza que para o egresso de turismo fazer parte do mercado de trabalho deve observar que a “A

concorrência é muito forte, os bacharéis em turismo que se formam antes, os oriundos de outras formações, mas que atuam na área e, ainda, aqueles que não possuem formação acadêmica, mas trabalham há tempo no setor”.

Assim, Trentin e Silva (2010, p.2) destacam que ”Dentre as carreiras universitárias, a de Turismólogo traz o apelo da novidade e a promessa de amplo campo de trabalho, em áreas diversificadas, capazes de atender a diferentes motivações”. Em geral, os cursos de bacharelado em turismo formam profissionais para atender o mercado, de acordo com as novas exigências dos consumidores. Para isto, os cursos de turismo são subsidiados pelas Diretrizes Curriculares dos Cursos de Turismo, com intuito de contemplar as necessidades de formação do novo profissional, num mundo globalizado que exige competências, habilidades e atitudes do profissional de turismo no sistema econômico.

Neste contexto, surge o seguinte problema de pesquisa: os egressos do Curso de Turismo da UNICENTRO estão atuando em sua área de formação? Para responder tal problema, definiu-se o seguinte objetivo: verificar a atuação dos bachareis em turismo da UNICENTRO no mercado de trabalho. Como universo pesquisado, tem-se como base sete turmas de formandos do *Campus* Universitário de Irati – UNICENTRO: 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012.

Sobre a atuação dos egressos no mercado de trabalho após sua formação acadêmica, Rueckert, Zechner e Dreher (2009, p.3), apontam que ”atualmente são comuns as queixas, a desmotivação e, não raro, a insatisfação dos egressos destes referidos cursos.” Neste sentido, esta pesquisa irá buscar informações através dos egressos do curso de turismo da UNICENTRO, quanto à questão do mercado de trabalho em sua área.

Acredita-se ser importante que o departamento de turismo da Universidade acompanhe a trajetória dos egressos no mercado de trabalho para perceber a sua evolução, além de conhecer as possibilidades que o mercado oferta aos bacharéis em turismo, possibilitando o repasse de informações a esses acadêmicos a partir do que seerá coletado com a pesquisa.

MERCADO TURÍSTICO

De acordo com Trigo (1998, p. 209), a Organização Mundial do Trabalho “estima a necessidade do mercado turístico internacional em cerca de 100 milhões de profissionais, o que implica exigências para atender à quantidade e à qualidade dessa mão-de-obra especializada”.

Para Goulart, Balderramas, Heubel (2003, p.5) as Diretrizes Curriculares do MEC são necessárias para formar profissionais diferenciados com visão holística para atuar nesse segmento. Matias (2005, p.188) coloca que “O comportamento do mercado de trabalho no país nos últimos anos, segundo o Ministério de Turismo do Trabalho e Emprego, vem apresentando crescimento em termos de geração de emprego nos diversos setores econômicos, entre eles o turismo.”

Percebe-se que hoje o número de ingressantes é maior que o de concluintes, e mesmo assim o mercado de trabalho não consegue absorver a mão-de-obra, ou seja, os egressos não obtêm suas colocações no mercado como desejariam, e quando conseguem a um salário muito aquém de sua qualificação (MATIAS, 2005).

Segundo Trentin e Silva (2010, p. 4),

O estímulo à expansão dos cursos de Turismo deve-se à Política Nacional de Turismo(1996-1999) – PNT que defendia a qualificação profissional da mão-de-obra envolvida com o turismo desde a operacionalização até o planejamento como forma de empregabilidade e melhoria da qualidade dos serviços prestados. A repercussão dessa política em relação aos cursos de turismo pode ser observada nas informações apresentadas por Ansräh e Rejowski citada pelas mesmas autoras (1994), revelando que em “1994 existiam 33 cursos superiores de turismo/hotelaria no Brasil”, em 1998 passaram para 157 e em 2000, o Ministério da Educação e Cultura – MEC registrou a existência de 284 cursos relacionados à área de Turismo (Administração Hoteleira, Hotelaria e Turismo). No primeiro semestre de 2005, segundo dados obtidos junto ao Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP, 2007), esses cursos totalizavam 565, com 73.458 alunos matriculados, nas diversas instituições que compõem o sistema de educação superior no país.

*ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS BACHARÉIS EM TURISMO NO MERCADO DE TRABALHO:
ESTUDO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA UNICENTRO*

Para Matias (2005, p.189) “O que tem ocorrido na prática é uma desarticulação entre formação e mercado, causando prejuízos a atividade turística”. Portanto Goulart, Balderramas e Heubel (2003, p.6), acrescentam que:

Podemos constatar que as empresas estão cada vez mais exigentes na contratação de funcionários, buscando profissionais pró-ativos e não reativos, elevando a qualidade na prestação de serviços da própria organização. Portanto, com essa demanda crescente, tanto educacional quanto operacional, surge a cultura do empreendedorismo, introduzindo novos paradigmas à educação nas diversas áreas, principalmente no Turismo.

O turismo é uma das atividades mais promissoras da atualidade, resultante de dois fatores: o crescimento das oportunidades de trabalho, já que entre dez empregos gerados, um beneficia ao turismo direto ou indireto; e a exigência da mão de obra qualificada, cada vez mais necessária para o profissional de turismo. Porém, as oportunidades para área turística estão surgindo, e para participar desse mercado é necessária melhoria na qualificação profissional, pois hoje o cliente está cada vez mais exigente e conhece o que quer e deseja no mercado; espera conhecimento do profissional, assim como as empresas privadas e públicas que além de conhecimento técnico esperam maior qualificação por parte desses profissionais que posteriormente estarão agregando valores à atividade turística (SOUZA, 2005)

Márcio (2005, p.4), acrescenta que:

O bacharel em turismo precisa de algumas habilidades fundamentais para se tornar um profissional qualificado e realizado individualmente e socialmente. Há desde o impacto vocacional até outros pontos como iniciativa, determinação, criatividade, persistência, autoconfiança, conhecimentos técnicos e o sentido de profissionalismo, que é mais do que encarar a profissão como uma simples ocupação destinada a garantir sua sobrevivência. Os futuros profissionais, durante a graduação, devem ter acesso a uma visão abrangente e completa do que a profissão e o mercado turístico representam. Para isso, o curso todo, orientado por um projeto pedagógico consistente, deve apontar para objetivos claros e claros e desafiadores.

Para Márcio (2005), o mercado de trabalho é amplo e por isso o bacharel em turismo pode atuar em diversas áreas do setor privado, como: agências de viagens, companhias aéreas, transporte geral, setor de congressos e eventos, exposições, feiras comerciais, industriais de caráter regional, nacional ou internacional, setores de recreação, lazer programados; marketing e vendas turística; centros de informações, documentação e pesquisas turísticas, em nível municipal, estadual ou federal, órgãos oficiais de turismo, instituições de caráter misto para fomento, planejamento, pesquisa e controle de atividades turísticas; guia receptivo, local, nacional ou internacional, desde que tenha o curso específico reconhecido pela Embratur.

O PROFISSIONAL DE TURISMO

Para Márcio (2005, p.1), “A formação superior em turismo passou a ser importante em vários países europeus, especialmente após a década de 1960”.

A Habilitação Única em Turismo é relativamente recente no Brasil, assim como outros cursos superiores como, por exemplo, os da área de comunicações e informática. O curso superior de turismo começou a existir na burocracia governamental pelo Parecer n.º 35/71 do Ministério de Educação, feito pelo relator conselheiro Roberto Siqueira Santos e aprovado em 28/01/1971, do Conselho Federal de Educação, que fixou o conteúdo mínimo e a duração do curso superior de turismo (MÁRCIO, 2005, p. 3).

Cabe expor que o primeiro curso implantado no Brasil foi o da Faculdade Anhembí Morumbi, hoje Universidade Anhembí, criada no ano de 1971 e reconhecida no ano de 1974, após a formação da primeira turma. Nos anos de 1970 e 1980 haviam 28 cursos de Turismo e Hotelaria. Já no ano de 1990, após o Governo Fernando Collor de Mello, observa-se que as atividades turísticas tiveram crescimento e importância na economia e conseqüentemente no aspecto social, como geradora de renda e emprego. Com isso, as Instituições de Ensino Superiores sentiram a necessidade por implantar cursos superiores voltados às atividades turísticas como: Turismo, Hotelaria e Turismo e Hotelaria, visando

atender à necessidades do mercado. A maior quantidade de cursos em educação profissional e maiores mercados emissores e receptores de turistas nacionais e internacionais estão localizados em São Paulo e Rio de Janeiro, o que proporciona uma demanda maior de profissionais formados para a atividade turística nesta região (MATIAS, 2005).

Neste enfoque, do número total de cursos oferecidos pelas Universidades do Brasil até o ano de 2003 (6.446 cursos), apenas 4,3% pertenciam à área de Turismo e afins. Cerca de 85% dessa oferta encontrava-se concentrado nas Regiões Sudeste (70,70%) e Sul (14,6%) (MATIAS, 2005).

Segundo Ansarah (2002, p. 44), para se trabalhar no setor é indispensável que o profissional esteja ciente que o sentido da sua profissão é a prestação de serviços, ou seja, para que ele atenda este objetivo deve atender às seguintes aptidões:

a) disposição para a profissão: é necessário ter inclinação e vocação para lidar com os sentimentos das pessoas, principalmente em virtude da heterogeneidade da demanda turística, no que se refere à nacionalidade, idioma, cultura, prazer, necessidades, diferenças sociais e idade; b) qualidades comportamentais: os serviços turísticos são comprados “em confiança” pelos clientes, pois estes somente poderão conferir a qualidade e a adequação dos serviços no momento de usufruí-los. Por isso, é bom zelar para que a credibilidade na empresa jamais seja abalada; c) conhecimentos técnicos: a diversidade dos serviços turísticos a serem prestados nas empresas envolvidas – tanto públicas como privadas – faz com que o bacharel em turismo tenha um conjunto de informações e conhecimentos específicos constantemente atualizados. Esse conjunto é que irá distinguir o profissional de turismo de qualquer outro.

Márcio (2005) enfatiza que somente fazer investimento para atender turistas não é suficiente. Juntamente a estes investimentos deve ocorrer uma formação adequada por parte do bacharel em turismo, possibilitando o atendimento profissional ao consumidor, que está cada vez mais exigente em um mercado que vem crescendo a cada ano.

O CURSO DE TURISMO DA UNICENTRO

O curso de Turismo da UNICENTRO foi criado no ano de 2002, por meio da Resolução nº 061/2002-GR/UNICENTRO (PARANÁ, 2002, p. 5), implantado no ano de 2003 no *Campus* Universitário de Irati, e reconhecido em 2006, por meio do Decreto nº 7.711, do Governo do Estado do Paraná.

De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso (UNICENTRO, 2002, p. 6-7), a sua criação foi justificada em virtude das características regionais próprias ao desenvolvimento do turismo ecológico, rural, religioso e cultural, e pela necessidade eminente de incentivos ao desenvolvimento sustentável dos municípios que integram a região Centro-Sul do Estado, área de abrangência da Universidade Estadual do Centro-Oeste.

Entendia-se, portanto, que a Instituição de Ensino Superior, dentro daquilo que lhe é estabelecido, tinha o objetivo de inaugurar e difundir o conhecimento na área, de modo a propiciar o desenvolvimento das habilidades necessárias ao exercício da profissão, considerando princípios fundamentais.

A matriz curricular do curso foi desenvolvida abordando aspectos teóricos, práticos e éticos, baseado nas diretrizes curriculares propostas pelo Ministério da Educação – MEC, por meio do Parecer nº 146/2002-CNE/CES, e em diversas correntes do pensamento relativo ao Turismo, proporcionando uma reflexão sobre contextos passado, presente e futuro e suas inter-relações geográficas, socioculturais e econômicas, além de questões de gerenciamento, planejamento e distribuição, visando à busca da qualidade nas atividades turísticas e melhoria da qualidade de vida da população local.

Em relação ao estudante de Turismo, especificamente, o comprometimento da Universidade relaciona-se ao oferecimento de um ensino que enfatize o repasse do conteúdo teórico, sem esquecer-se do prático para que se possa construir um conhecimento sólido e formar turismólogos capazes de “desempenhar atividades ligadas ao planejamento, administração, operacionalização, consultoria, promoção em *marketing* de empreendimentos, gestão pública entre outros afins ao Turismo” (UNICENTRO, 2002, p. 8).

ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS BACHARÉIS EM TURISMO NO MERCADO DE TRABALHO: ESTUDO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA UNICENTRO

E foi por meio desta oferta que, até o momento com sete turmas já formadas, de acordo com dados da Divisão de Apoio Acadêmico do *Campus* de Irati (2011), a UNICENTRO já formou 146 Turismólogos.

METODOLOGIA

Este trabalho caracteriza-se por ser uma análise de natureza descritiva exploratória, baseado em um estudo de caso dos egressos do curso de turismo da UNICENTRO, e a colocação dos mesmos no mercado de trabalho na área do turismo.

A primeira etapa da pesquisa se deu por meio da pesquisa bibliográfica, visando levantar referencial teórico e metodológico sobre o tema. Os conhecimentos adquiridos nesta etapa auxiliaram na elaboração do questionário e na concretização dos objetivos desta pesquisa.

Em um segundo momento foi realizada a pesquisa documental na Divisão de Apoio Acadêmico do *campus* Universitário de Irati, para levantamento dos egressos das sete turmas do Curso de Turismo da UNICENTRO.

Formulou-se um questionário com treze questões, sendo 10 fechadas e três abertas, objetivando: verificar quantos egressos estão atuando na área de formação; identificar os motivos para alguns por não atuarem no *trade* turístico; identificar quais áreas de atuação as atividades os egressos desenvolvem; apontar tipo de empresas que os egressos trabalham (pública ou privada); identificar a pretensão do egresso em seguir atuando no turístico; e averiguar se, depois de formados, os egressos procuraram especializar-se.

Após a formulação dos questionários, estes foram enviados eletronicamente aos egressos dos anos de 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012, totalizando 146 questionários enviados. A pesquisa teve início em julho de 2010 com as três primeiras turmas; e teve continuidade nos meses de junho e julho de 2011, para os formados em 2009, 2010, e para os formados em 2011 e 2012 foram aplicados os questionários no mês de junho e julho de 2013. Houve casos em que o contato via endereço eletrônico não foi satisfatório; nesses foi realizado contato via telefone. Ao fim da pesquisa, 119 egressos responderam ao questionário, atingindo um percentual de 81,5% do total de egressos.

Ao fim da coleta de dados, procedeu-se à sua análise quando as informações foram tabuladas e apresentadas em forma de quadros. Para a concretização da pesquisa foram analisadas todas as questões, conforme estabelecido no item dos Resultados e Discussões, com base na fundamentação teórica estudada e no cruzamento dos dados adquiridos por meio dos questionários.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para iniciar a discussão dos resultados, identifica-se o número de egressos por ano. O Curso de Turismo da UNICENTRO formou cento e quarenta e seis (146) egressos. Dentre estes, cento e dezoito (119) responderam o questionário, representando um total de 81,5% da mostra original. Todas as turmas de formados contribuíram de forma eficiente, ultrapassando mais de 50% de respondente de cada turma, conforme quadro abaixo.

Quadro 01: Respostas dos egressos por ano

Turma	Egressos	Respondentes	Porcentagem
2006	25	24	96%
2007	19	17	89,5%
2008	17	13	76,4%
2009	22	18	82%
2010	29	20	70%
2011	15	12	80%
2012	19	15	78,9%

Fonte: Autores, 2013.

A seguir, apresentam-se dados que identificam o número de egressos que estão atuando na área.

Quadro2 - Egressos que atuam na área de Turismo

EGRESSOS	TOTAL DE RESPONDENTES	ATUAÇÃO NO TURISMO	PERCENTUAL (%)
2006	24	06	25%
2007	17	06	35,3%
2008	13	07	53,8%
2009	18	10	55,5%
2010	20	08	40%
2011	12	06	50%
2012	15	09	60%

Fonte: Autores, 2013.

*ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS BACHARÉIS EM TURISMO NO MERCADO DE TRABALHO:
ESTUDO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA UNICENTRO*

No total de cento e dezenove respondentes, verificou-se que cinquenta e dois egressos atuam na área, perfazendo um percentual de 43,6%. De acordo com o quadro 2 é possível verificar que os egressos de 2006 são os que menos atuam na área, possivelmente em razão de esta ser a primeira turma formada em Turismo pela Unicentro. Ainda, dos 25 egressos desta turma, dezoito eram moradores de Irati, e ao término do curso permaneceram na cidade, que por ser um destino turístico ainda incipiente, apresenta poucas oportunidades de trabalho na área. Foram apontados por estes egressos alguns motivos que os levaram a permanecer em Irati: família, impossibilidade de colocação no mercado na área de Turismo na cidade e região por não existir na oferta de trabalho na área. Ressalta-se que no ano de 2006, o mercado ainda não havia percebido a função desses profissionais na cidade e região. Hoje, a realidade é outra: já é possível verificar egressos da turma de 2006 atuando na área, a exemplo, como Turismólogo na Prefeitura Municipal de Irati/Pr.

De modo geral, entende-se que o mercado de Turismo está crescendo e sendo relevante para estes novos profissionais, fato este que se configura nos dados do quadro 2.

Na terceira questão foi possível identificar os locais onde os egressos estão trabalhando, assim como as funções que estão exercendo.

Quadro 3: Identificação das cidades e funções dos egressos que atuam no mercado de trabalho em turismo

Egressos	Cidades	Funções
2006	04 - Irati/Pr 01 - Curitiba/Pr 01 - Portugal	Meio de Hospedagem (recepção); Agente de Viagem; Diretor do Departamento de Turismo (Turismólogo concursado); Professora do Ensino Técnico em Turismo.
2007	01 - Irati/Pr 01 - Curitiba/Pr 01 - Antonina/Pr 01 - São João do Triunfo/Pr 01 - Foz do Iguaçu/Pr 01 - Castrolanda/Pr	Proprietário de um entretenimento no meio rural, Docência: Ensino Superior; e Ensino Técnico em Turismo; Meio de Hospedagem (recepção); Proprietária de Pousada.
2008	01 - Francisco Beltrão/Pr 01 - Joinville/Pr 01 - Brasília/DF 02 - Curitiba/Pr 01 - Maringá/Pr 01 - Cuiabá/MT	Meios de hospedagem: Recepção; Setor de vendas; Gerente operacional; Eventos; Consultoria de Viagens Nacionais; Cooperativa
2009	04 - Irati/Pr 01 - Francisco Beltrão/Pr 01 - Carambeí/PR 01 - Pontal do Paraná/Pr 01 - Joinville/SC 01 - São Paulo/SP 02 - Fernandes Pinheiro/PR	Proprietário: bar entretenimento; Setor de eventos no departamento de Marketing da secretaria de Turismo do Município; Setor de Planejamento da Prefeitura Coordenadora de Turismo; Pesquisa e Planejamento em Turismo; Docência: Ensino Superior (Turismo); Setor de Eventos; Executivo de Contas.
2010	01 - Maringá/Pr 01 - Rio Claro/SP 01 - São Paulo/SP 01 - Irati/Pr 02 - Curitiba/Pr 01 - Dublin, Irlanda 01 - Fernandes Pinheiro/Pr	Agência de intercâmbio; Agente de viagem; Consultor Cooperativo; Organização de eventos (autônoma); Chefe do setor da Governança –Supervisora de empreendimento hoteleiro.
2011	01 - Teixeira Soares/Pr 01 - São Sebastião –SP 01 - Irati/Pr 01 - Curitiba/Pr 01 - Florianópolis/SC	Gerente em empresa de transporte; Meios de Hospedagem (recepção); Consultora de Turismo Cooperativo; Eventos; Gestão e compras –entretenimento; Mergulho e fotografia em empresa turística.
2012	02 - Irati/Pr 02 - Guarapuava/Pr 01 - Dois Vizinhos/Pr 02 - Curitiba/Pr 01 - Araras- SP 01 - Fernandes Pinheiro/Pr	Proprietária de empresa de eventos; Agência de viagens; Proprietário de empresa de consultoria; Transporte turístico; Meios de Hospedagem (recepção); Proprietária de agência de Intercâmbio

Fonte: Autores, 2013.

*ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS BACHARÉIS EM TURISMO NO MERCADO DE TRABALHO:
ESTUDO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA UNICENTRO*

De acordo com o quadro acima, foram identificadas vinte e quatro cidades nas quais os egressos estão atuando como Bacharéis em Turismo. Percebe-se que a cidade de Irati/Pr emprega um número de treze egressos; em seguida vem Curitiba com nove egressos em atuação. Uma egressa está na cidade de Albufeira, Algarve – Portugal, assim como um egresso encontra-se trabalhando na área de intercâmbio em Dublin e Irlanda. Oito egressos trabalham em outros estados do Brasil como: Santa Catarina, Distrito Federal, Mato Grosso e São Paulo. Importante destacar que os demais se encontram no estado do Paraná, o que significa que o mercado está empregando e valorizando estes profissionais no próprio estado.

De acordo com o quadro 3, verificou-se que os 52 egressos estão atuando em diferentes segmentos da área de turismo. Percebe-se que os egressos estão procurando atuar em diversas áreas no mercado, havendo maior ênfase para meios de hospedagem e planejamento, sendo o último relacionado ao poder público municipal.

Outra questão levantada nos questionários foram os motivos que levaram os egressos a atuarem no mercado de turismo. A partir das informações obtidas, afirma-se que dentre os motivos principais estão: aproveitar uma oportunidade de trabalho; identificação com a atividade; e continuidade de trabalho realizado durante estágio na graduação.

Em seguida foi questionado o motivo para a escolha profissional. De acordo com as respostas das sete turmas, o fator responsável pelo ingresso no mercado turístico varia entre afirmações como: aperfeiçoamento profissional, identificação com o curso, área próspera, maior oportunidade profissional, salário e, acima de tudo, a busca pela formação superior.

No quadro a seguir, apresenta-se a média salarial dos egressos que trabalham com turismo.

Quadro 4 - Identificação da média salarial das sete turmas de egressos

EGRESSOS	MÉDIA SALARIAL
2006	R\$ 1.300,00 – R\$ 4.000,00
2007	R\$ 1.300,00 - R\$ 4.200,00
2008	R\$ 1.700,00 – R\$ 4.500,00
2009	R\$ 1.300,00 – R\$ 4.600,00
2010	R\$ 1.300,00 – R\$ 2.500,00
2011	R\$ 1.300,00 - R\$ 2.000,00
2012	R\$ 800,00 - mais que 3.000,00

Fonte: Autores, 2013.

A média salarial dos egressos encontra-se entre R\$ 800,00 e R\$ 4.500,00. Estes dados foram identificados a partir das respostas dos egressos, e a média foi obtida do menor valor apresentado ao maior valor destacado. No entanto, de acordo com análise das respostas, verificou-se que a maior parte dos respondentes ganha até R\$ 1.500,00. No entanto, alguns formados estão muito bem sucedidos no mercado de trabalho ganhando salários de R\$ 4.000,00 ou mais, principalmente aqueles que empreenderam seus próprios negócios.

A seguir, no quadro 5, levanta-se a questão quanto à segurança ou insegurança para atuação no mercado de trabalho em turismo.

Quadro 5: Como você se sente para trabalhar no mercado turístico?

Egressos	Seguro	Inseguro	Não respondeu
2006	04	12	08
2007	07	02	08
2008	04	09	-
2009	13	04	01
2010	07	04	09
2011	05	07	-
2012	05	10	-

Fonte: Autores, 2013.

Neste quadro verificou-se a questão da segurança e insegurança do egresso quanto ao mercado de trabalho. Assim, de acordo com as respostas dos cento e dezenove egressos respondentes, 45 egressos (representando um percentual de 38%), têm segurança quanto ao mercado de trabalho na sua área. No que se refere à insegurança dos egressos no mercado de trabalho, 48 afirmaram que ainda sentem-se inseguros, representando um percentual de 40%. Neste item, 22% dos questionados deixaram de responder a questão.

Para concluir esta análise, foi questionado aos respondentes o fator responsável por ter ingressado no mercado de trabalho em turismo, conforme pode ser visto no Quadro 6. Vale ressaltar que algumas das respostas foram apresentadas na íntegra.

*ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS BACHARÉIS EM TURISMO NO MERCADO DE TRABALHO:
ESTUDO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA UNICENTRO*

Quadro 6 - Fatores para a escolha do ingresso no mercado de turismo

Contato com pessoas da área
Trabalho de Conclusão de curso –TCC
Família já ter empresa de eventos
Experiência na área através dos Estágios Obrigatórios realizados durante a Graduação;
Necessidade da Cidade de Irati ter uma nova Empresa de Eventos com Profissionais Formados em Turismo.
Salário e horário
Conhecimento na Área e Formação na Área
Ter atuado Profissionalmente no Estágio
O Curso de Turismo contribuiu para melhorar na questão do contato com o público. Buscar alternativas no empreendimento, formas de arrecadar dinheiro e trabalhar com clientes. Conhecimento.
O estágio realizado durante a Universidade e mérito na execução do mesmo e por gostar e querer seguir atuando na área
Dedicação no momento da graduação, participação em eventos.
Influência dos estágios realizados durante a faculdade.
Perfil Pessoal e necessidade do mercado em Guarapuava ter uma Empresa de Consultoria na atividade do turismo.
Ter experiência de trabalho no exterior e falar duas línguas estrangeiras.
Necessidades pessoais
Realização do Estágio e o TCC na Área.
Oportunidade na área
Ser dono do estabelecimento
Bom desempenho da entrevista de emprego
Foco, Força de Vontade, e incentivo de professores
Contatos realizados, aperfeiçoamento e variedade de sites de busca de empregos na área.
Ser graduada em Turismo e ter experiência internacional
Oportunidade que apareceu sem querer e o conhecimento obtido durante o curso, fez com que pudesse crescer dentro do meu trabalho
Os estágios realizados foram importantes para entender e como o mercado funciona. Isso aliado com todas as experiências e informações adquiridas fora e em sala de aula na faculdade, foram relevantes para ingressar na área.
Devido o horário comercial e salário com comissão. É a área que mais aprecio.
Oportunidade de mercado na cidade onde reside. Assim, devido a este fato foi aberto uma empresa para organizar viagens a grupos de trabalho, escolas, amigos, terceira idade, pois percebeu que na maioria das vezes as pessoas acabavam não concretizando o passeio por falta de tempo ou conhecimento de destinos.

Fonte: Autores, 2013.

Quanto aos fatores responsáveis pelos egressos se inserirem no mercado de trabalho em turismo foram apontados fatos importantes pelos formados. Percebeu-se que o estágio obrigatório realizado no último ano do curso foi decisivo para alguns adentrarem no mercado de trabalho. Importante acrescentar neste ponto Gouveia, Menezes, Demczuk (2012, p.1) que destacam:

Durante a vida acadêmica existe a oportunidade de desenvolver as competências profissionais e praticar a vivência e relação com o mercado de trabalho. O estágio supervisionado oportuniza o aprimoramento e a experiência, pois o acadêmico passa a vivenciar presencialmente os pormenores relativos à área e adquirir as habilidades e conhecimentos observados anteriormente em sala de aula.

Neste sentido, entende-se que o estágio é uma forma de o acadêmico vivenciar a realidade com a teoria ministrada em sala de aula, e oportuniza aos estagiários maior visão da realidade de mercado, principalmente na área de Turismo. Outra questão apontada no quadro foi a língua estrangeira que está sendo de extrema importância para o egresso fazer parte do mercado, além de oportunizar melhores ganhos em termos de salários. Quanto mais conhecimento e experiência os alunos tiverem, menor a dificuldade de arrumar um emprego eles terão.

No decorrer da pesquisa foram questionados também aos egressos que não estão atuando no mercado, e averiguado o que os impede de atuarem na área. Ao observar as colocações dos egressos de 2006, verificou-se que grande parte aponta a questão de baixos salários e da profissão não ser regulamentada, impedindo assim um piso salarial que poderia proteger os bacharéis em turismo.

Outro fator apontado é a concorrência de profissionais sem formação na área de turismo, que ocupam postos de trabalho do bacharel em turismo. Alguns egressos também afirmaram não ter uma boa oportunidade de trabalho na cidade ou região onde reside. No caso de Irati e região não há um mercado turístico emergente, portanto os egressos que permanecem na cidade passam a atuar em diferentes áreas. Quanto às colocações daqueles que não estão atuando na área nas demais turmas de egressos, observa-se que: não houve interesse em trabalhar na área; não desejam sair da cidade onde residem; pretendem abrir empreendimento na área futuramente; ou estão se dedicando a concursos públicos.

Também foi identificado que alguns egressos que não estão atuando na área, estão se especializando para tal: alguns inseridos em programas de *strictu sensu* (mestrado) ou *latu sensu*; outros estão se especializando, fazendo curso de algum idioma ou guardando dinheiro para abrir um negócio na área de turismo em Irati. Em outros casos, o egresso já trabalhava em alguma empresa antes de sua formação, e lá permanece até surgir uma oportunidade para ingresso na área de formação. Questões como falta de vagas e oportunidades para atuar na

área, foram consideradas por alguns como principais pontos que impossibilitam os egressos de turismo a desempenharem suas funções.

Observa-se certa ênfase com relação à falta de oportunidades em concursos públicos para bacharéis em turismo no estado do Paraná, sendo que a maioria não tem interesse em sair ou ficar muito longe de suas cidades de origem.

Na sequência da pesquisa, foi questionada a segurança ou insegurança dos egressos com relação ao mercado de trabalho. De acordo com as respostas percebe-se que os egressos de 2006 são os que mais sentem insegurança quanto a exercer sua profissão, seguidos dos egressos de 2007. Contudo, a partir de 2008, é possível perceber uma maior confiança com relação à profissão, possivelmente devido à confirmação da realização de dois megaeventos no Brasil em 2014 (Copa do Mundo) e 2016 (Olimpíada). É possível afirmar que esta segurança é decorrente também do incentivo ao aperfeiçoamento; contatos com bons profissionais; experiência adquirida na prática em estágios de qualidade; melhoria do conteúdo base em sala de aula; e realização de cursos complementares. Estes fatores podem ter garantido a experiência, confiança, inovação, crescimento e boa base conceitual para exercer a profissão de bacharel em turismo. Os egressos que sentem seguros, afirmam que isso se dá pelo crescimento do turismo ou de algum segmento específico que o interessa; e os quatro anos de estudos, com a realização de estágios e participação em projetos de extensão garantem o conhecimento necessário para atuar no mercado. O exemplo de bons profissionais, e falta de profissionais qualificados levou alguns egressos a buscarem especialização, observando as oportunidades do mercado.

A insegurança, na opinião dos pesquisados, dá-se pelos baixos salários; exigência do mercado quanto a mão de obra especializada; falta de experiência na área; risco em investir em turismo; falta de concurso públicos; e a necessidade de domínio de línguas estrangeiras. Ao fim dos questionamentos, buscou-se saber se os egressos partiram para outros cursos: uma nova graduação, mestrado, especialização, aperfeiçoamento e entre outros. Os egressos de 2006, 2009 e 2010 foram os que mais procuraram se aperfeiçoar. A partir do ano de 2007, verifica-se a entrada de egressos em programas de mestrado, num total de 8 ex-alunos, sendo que os egressos de 2006, em sua maioria, optaram por outros cursos de graduação. Importante salientar que o curso de Turismo da UNICENTRO na época destes, não contava com um corpo docente preparado. Atualmente o curso de turismo da UNICENTRO conta com

seis professores bachareis em turismo, cinco Mestres e uma Doutora, sendo que dos cinco Mestres, três estão em processo de doutoramento. Com a evolução do curso, evoluíram também as oportunidades para os acadêmicos, com novos locais para estágio, realização de pesquisas, participação em eventos e etc, situações que não eram frequentes no início da implantação do curso na Universidade. O curso tomou corpo e dimensão a partir da turma de 2008, com um maior número de professores qualificados para dar suporte aos acadêmicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa buscou-se acompanhar e verificar a atuação dos egressos do curso de turismo da UNICENTRO desde a primeira turma (formada em 2006), até o ano de 2012. O levantamento dos dados aqui expostos irá subsidiar os futuros egressos quanto à percepção sobre a atuação no mercado de trabalho, incentivando-os a perceber as oportunidades e necessidades no mercado de trabalho.

A partir das análises dos cento e dezenove questionários respondidos pelos egressos das sete turmas, identificaram-se cinquenta e dois bachareis em turismo atuando na área. Percebe-se um crescimento quanto ao número de egressos atuando no mercado de trabalho com o passar dos anos, mais especificamente a partir da quarta turma, o que demonstra que o mercado, os profissionais e o curso estão em contínuo crescimento.

Conclui-se que 43,8% dos egressos do período 2006-2012 atuam em atividades como: meios de hospedagem, planejamento turístico, eventos, agência de viagens, consultoria e planejamento turístico, empresas de transportes, órgãos públicos, docência, alimentos e bebidas (A&B), proprietários de empreendimento turístico, entre outros.

Percebe-se que os egressos estão iniciando suas carreiras em diversos segmentos, possivelmente acompanhando as tendências, crescimento e valorização da profissão. Grande parte dos egressos busca atuar no mercado de trabalho, sendo que aqueles que não estão trabalhando na área justificam-no por diversas razões que podem ser generalizadas como razões pessoais – e não por falta de oportunidades. Esta pesquisa não se encerra aqui, e o acompanhamento dos futuros bachareis em turismo é importante com o objetivo de perceber a importância do curso para a formação de profissionais, as suas

*ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS BACHARÉIS EM TURISMO NO MERCADO DE TRABALHO:
ESTUDO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA UNICENTRO*

funções, e um diagnóstico da situação dos bacharéis em turismo da UNICENTRO, como também incentivar outros pesquisadores a explorarem diferentes vertentes a respeito dos egressos em turismo e sua atuação no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

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

ANSARAH, M. G. e REJOWSKI, M. Cursos superiores de turismo e hotelaria no Brasil. **Turismo em Análise.** São Paulo: ECA/USP, v. 5, n. 1, p 116-128, maio de 1994.

GOULART, Débora Faria; BALDERRAMAS, Helerson de Almeida Maricê, T.C.; HEUBEL; XAVIER Domingues Paulo Roberto. Profissional empreendedor: um pré-requisito para o mercado turístico. **Revista Turismo: Visão e Ação.** vol 5, nº.3, set./dez. 2000. Disponível em < <http://www.publicacoesdeturismo.com.br/ref.php?id=1446>> Acesso em 12 de janeiro de 2012.

GOVEIA, Elieti Fátima de; Menezes Vanessa Oliveira de; Demczuk, Paula Grechinski. **Estágio Curricular Acadêmico: um estudo das oportunidades e aprendizado profissional dos formandos do Curso de Turismo da UNICENTRO entre os anos de 2009 a 2011.** Trabalho apresentado no VI Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 2012, Foz do Iguaçu – PR

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

PIMENTA, M. A. **Gestão de Pessoas em Turismo:** sustentabilidade, qualidade e comunicação. 2ª ed. Campinas: Alínea, 2006.

MÁRCIO, R. **O Ensino do Turismo e a Formação Profissional em Turismo.** Jun/05- Revista e Turismo – on-line.

RUECKERT, R. A. de O.; ZECHNER, T. C.; DREHER, M. T. **O Curso de Turismo e Lazer e os Desafios da Formação Superior:** uma leitura da percepção dos formandos. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO, 11, 2009, Curitiba. Anais... Curitiba: OBSTUR/UFPR: UNIVERSIDADE POSITIVO, 2009. 1 CD-ROM.

SOUZA, KELMA ALVES. O mercado de trabalho e o bacharel em Turismo. Disponível em <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=7113> Educação em Turismo e Hospitalidade: A Educação Profissional no CEFET-BA Acesso em 9 de outubro de 2013.
TRENTIN, Fabia; SILVA, Eryl Maria de Carvalho. Motivos para Escolha do Curso de Turismo. **Revista Turismo Visão e Ação**, vol. 12, nº 2, p. 204–215, mai-ago de 2010. Disponível em <www.univali.br/revistaturismo>. Acesso em 12 de janeiro de 2012.

TRIGO, L. G. **Análises regionais e Globais do Turismo Brasileiro.** São Paulo: Roca, 2005.

UNICENTRO. **Divisão de Apoio Acadêmico.** Irati, 2011.

UNICENTRO. Pró-Reitoria de Ensino. Protocolo nº 8.538/02, de 31-10-02: **Projeto pedagógico do Curso de Turismo.** Guarapuava, 2002.