



Qualificação Profissional em Turismo como Fator de Competitividade do Setor

Teresa Cristina Viveiros Catramby (teresa.catramby@ucp.br) e Stella Regina Reis da Costa (stellare@ig.com.br)**

Resumo

Pretendemos, através deste trabalho, apresentar a atual situação do Turismo, no âmbito nacional, no que se refere à formação profissional. Sendo a capacitação um dos fatores chave da competitividade do setor, a qualidade da capacitação deve ser prioridade para entidades públicas e privadas ligadas diretamente a este setor. Apresentaremos as particularidades do produto turístico e as competências exigidas, na formação profissional, para que as necessidades do consumidor turista sejam atendidas. Faremos uma análise das necessidades do mercado e o panorama atual da oferta de cursos no Brasil. Posteriormente apresentaremos o quadro atual da certificação para entidades de ensino, profissionais e empresas que é um determinante fator de qualidade na prestação de serviços. Propostas de certificação do turismo representam um importante papel ao estimular maior responsabilidade e competitividade para o setor.



Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social



Introdução

O Turismo, face as suas benesses econômicas, transformou-se nos últimos anos em uma das atividades que mais crescem no mundo. Segundo dados da OMT (2003) - Organização Mundial do Turismo - este obteve um crescimento de 2,7% em 2002, apesar dos problemas relativos aos atentados e a SARS, mais conhecida no Brasil como Pneumonia Asiática.

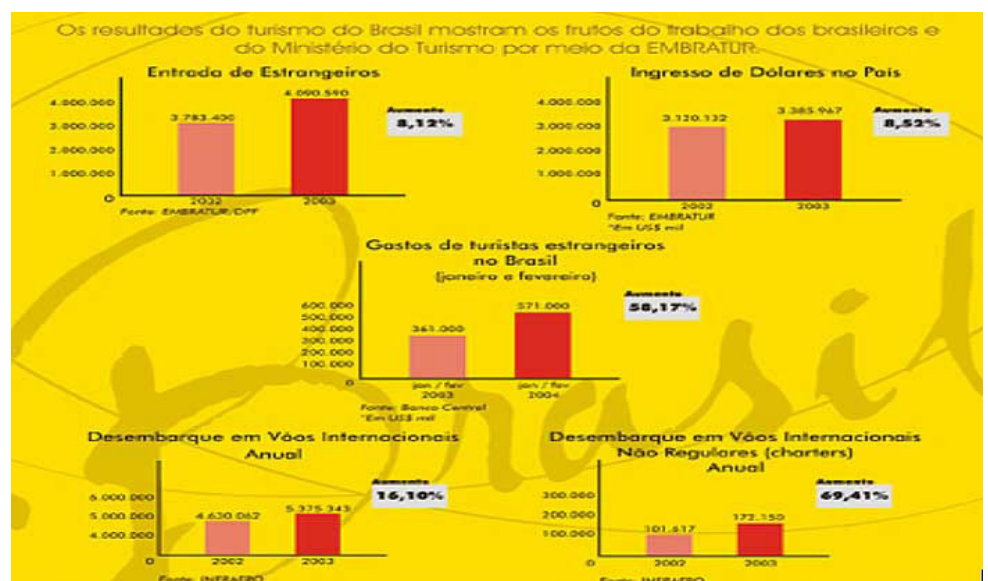
No Brasil este quadro apresenta-se de uma forma mais otimista. Houve um aumento de, pelo menos, 8,12% no número de turistas estrangeiros que visitaram o Brasil em 2003 em relação ao ano anterior, segundo dados preliminares da diretoria de Estudos e Pesquisas da EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo). Eles apontam o ingresso de 4.090.590 turistas no ano passado, contra 3.783.400 de 2002. Os turistas estrangeiros foram responsáveis, ainda, pela receita cambial de aproximadamente U\$ 3,4 bilhões, uma variação de 8,52% com relação ao ano anterior. Superamos as expectativas da OMT para este período, como podemos observar no quadro a seguir:

empregos e geração de renda, criou o Ministério do Turismo que pela primeira vez apresenta-se de forma independente, demonstrando assim, a importância do Turismo no cenário econômico nacional.

Em 2003 o Ministério do Turismo, através do Ministro Sr. Walfrido Silvino dos Mares Guia Neto, instituiu o Plano Nacional de Turismo com seus respectivos programas, diretrizes e metas para vigorar durante o período de 2003 a 2007.

Na apresentação do Plano o Ministro ressalta que:

Devemos diversificar nossos mercados assim como os produtos e destinos que oferecemos. O governo federal, os governos estaduais e municipais, instituições e associações de classe, universidades, empresários, trabalhadores, organizações não governamentais e todos os demais que compõem o setor devem realizar um esforço para incrementar a qualidade e a competitividade do turismo brasileiro, neste momento em que muitos outros países estão competindo para conquistar mercados turísticos. (PNT, 2003 p.8)



O governo Lula, entendendo ser este um setor que requer menor montante de investimentos e apresentam melhores resultados em termos de criação de

Para tanto foram elaborados sete Macro Programas, onde o Macro Programa 5 se refere, especificamente, a normatização da atividade e a qualificação profissional entendendo que "poderá, por meio de

1 Docente da Universidade Católica de Petrópolis, Universidade Estácio de Sá e Faetec -Fundação de Apoio ao Ensino Técnico - RJ, Bacharel em Turismo, Mestranda em Sistemas de Gestão - UFF - LATEC - Universidade Federal Fluminense (teresa.catramby@ucp.br)

2 Doutora em Engenharia Química pela COPPE/UFRJ. Professora titular da UFRRJ. Coordenadora Geral do Programa Qualidade Rio do Governo do Estado do Rio de Janeiro. (stellare@ig.com.br)



programas de qualificação profissional, elevar a qualidade da oferta turística nacional, fator essencial para inserir o país competitivamente no mercado internacional". (PNT, 2003 p.9)

Da mesma forma afirma Ansarah (2002 p.16) que "Para o desenvolvimento do turismo, no sentido de se caracterizar como uma oferta de qualidade, faz-se necessária uma formação profissional também de qualidade".

O produto Turístico

Tomaremos por base uma definição de Moesh para entendermos a complexidade do que chamamos de produto turístico.

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/ subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico. (MOESH, 2002:9)

O que seriam estes inter-relacionamentos entre produção e serviços? Com relação à produção podemos dizer que existe a necessidade da **presença do consumidor no local da produção**. Ao contrário de outros produtos o elemento que se desloca é o consumidor e não o produto.

Este produto é um bem de consumo **abstrato, imaterial e intangível**. Os consumidores não podem vê-lo, experimentá-lo ou testá-lo antes da compra. Existe uma **impossibilidade de estocagem do produto**. A capacidade de assentos de um avião, das salas de convenção, de leitos de hotel que não forem vendidos para aquele dia, jamais poderão ser recuperados.

Sobre os serviços podemos acrescentar que há uma **coincidência espacial e temporal da venda e da prestação de serviços turísticos com seu consumo**. Como os serviços são consumidos no momento de sua utilização, após o consumo "nada resta além da conta no bolso e as lembranças sejam elas boas, más ou indiferentes". É neste instante que acontecem os "momentos de verdade" que, segundo Fayos (1997, p. 11), é uma das variáveis da competitividade turística.

Estes serviços turísticos são **prestados de forma irregular**. Alterações na quantidade de serviços que devem ser prestados geralmente reflete-se na qualidade. As oscilações dificilmente serão eliminadas, e a homogeneidade é praticamente impossível.

A **complementariedade dos componentes** do produto turístico que os relaciona e os torna interdependentes situa-se no fato de que o turista necessita de um conjunto de serviços de vários empreendedores. Estas empresas fazem parte do que chamamos de trade turístico e destacamos dentre elas as agências, hotéis, atrativos, restaurantes, etc.

A atividade turística acontece em certas regiões, onde existe uma **concentração das atividades turísticas no espaço e no tempo**, durante temporadas relativamente curtas do ano o que podemos chamar de sazonalidade.

A demanda pelo produto é instável e faz com que se torne difícil prever com exatidão a procura por serviços turísticos. Moda, status, situação política e econômica do núcleo receptor, situação política e econômica do consumidor, aspectos legais etc., são fatores característicos desta demanda. Outro fator que pode ser relacionado é a sua heterogeneidade, pois fatores sociais, culturais econômicos políticos e legais fazem com que a demanda por um determinado produto seja **heterogênea**



gerando expectativas diferenciadas em relação ao mesmo produto.

O produto turístico é **estático**. É impossível mudar a localização ou a quantidade de uma atração turística. É preciso considerar os elevados custos de implantação, a capacidade de carga e as dificuldades de adaptação às oscilações da demanda.

Os produtos turísticos, apesar de possuírem atrações diferenciadas e muitas vezes únicas, enfrentam **acentuada concorrência** entre si. O desenvolvimento dos meios de transporte e de comunicação ampliam as possibilidades de escolha do consumidor. A reciclagem e revitalização dos serviços turísticos tornam-se uma necessidade.

O produto turístico é **rígido** na medida que a oferta não pode se expandir em um curto espaço de tempo, é preciso prazo e novos investimentos para que se amplie a oferta. Porém apresenta uma grande capacidade de gerar outras atividades econômicas, ou seja, **alto efeito de "linkage"**.

Outra característica do produto turístico é a sua **diversidade**. Quanto mais diversificada for uma localidade em termos de atrativos, maior a possibilidade de atrair turistas e fazer com que estes permaneçam por mais tempo gerando assim mais renda e empregos na localidade.

Face ao contato a posteriori do cliente com o produto, torna-se essencial o apelo que a localidade exerce sobre o turista. E diante das preocupações com a qualidade do produto, há necessidade de uma relação de confiança muito forte entre consumidor e produto. Como decorrência das duas características descritas, gera-se uma expectativa no consumidor que deve ser satisfeita e, se possível, ultrapassada.

Não adianta possuir um lugar ideal, se antes de o turista chegar ali ele tiver passado

por uma série de experiências desagradáveis. O círculo virtuoso do turismo promove a geração de oportunidades e trabalho, que significará a melhoria da renda e da qualidade de vida das pessoas e da qualidade dos serviços oferecidos por elas.

É neste contexto que a capacitação profissional faz-se extremamente necessária e, o perfil deste deve atender as ansiedades deste mercado em expansão.

Formação profissional em Turismo

A oferta de cursos na área de Turismo é bastante diversificada que, segundo o Mec (1999 p.172), apresenta a seguinte diferenciação:

a) Ensino superior: de acordo com a LDB - Lei de Diretrizes e Bases - são os cursos de graduação (formação de profissionais: Bacharelado e Tecnólogo), pós-graduação *Strictu Sensu* (Mestrado e Doutorado), *Lato Sensu* (especialização e aperfeiçoamento), extensão e seqüenciais;

b) Ensino livre: cursos e programas não regulares. Não requerem credenciamento oficial e são dirigidos às necessidades de formação, treinamento e aperfeiçoamento para o mercado, seguem as demandas e necessidades de mercado regional, apresentando planejamento diversificado e tipologia não padronizada;

c) Cursos técnicos: são os cursos profissionalizantes cuja oferta se encontra em escolas técnicas do antigo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, hoje Faculdade SENAC de Turismo e Hotelaria, entre outros, e são equivalentes ao ensino médio e pós-médio completo. Procuram a formação técnico-profissional, como os cursos de guia de turismo (classe excursão nacional, classe excursão internacional), sendo a profissão reconhecida, com direito a carteirinha da EMBRATUR;



d) Cursos seqüenciais: cursos oferecidos em instituições de ensino superior credenciados pela Secretaria de Ensino Superior do Ministério da Educação e que possuem cursos de graduação reconhecidos na área. Podem ser de duas maneiras: primeiramente de formação específica oferecem diplomas e devem ser reconhecidos; e os de complementação de estudos oferecem apenas certificado e não são considerados cursos de graduação.

Como podemos verificar os cursos atendem aos vários níveis de demanda como: gestão (bacharelado e tecnólogo), supervisão (seqüenciais) e operacional (técnicos e ensino livre). Porém a sua oferta não tem atendido ao mercado conforme pesquisa realizada pelo IH - Instituto de Hospitalidade, em 2001.

Foram pesquisadas 2.042 empresas em 15 estados, dentre elas: Hotéis e Pousadas - 1010; Restaurantes - 652; Agências de Viagem - 347; Outros - 33. Tendo como característica quanto ao porte: 34% sendo Micro; 48% Pequenas; 13% Médias e Grandes; 5% não informaram. Estes dados confirmam as pesquisas realizadas pelo SEBRAE que apontam serem de micro e pequeno porte a grande maioria das empresas brasileiras e de acordo com a pesquisa do IH 82% estão dentro deste aspecto.

Fazendo agora uma análise interna da empresa por grupos ocupacionais a pesquisa mostra que: 71% fazem parte do operacional; 8% administrativo; 7% gerentes/supervisores; 5% Manutenção; 4% Técnico/especialistas; 3% estagiários e 2% outros. A maior parte do contingente de uma empresa na área de turismo encontra-se no nível operacional onde a remuneração está em torno de 1 a 3 salários mínimos de acordo com pesquisa realizada pela EMBRATUR (1998).

Com relação à oferta de cursos, houve um crescimento demonstrado a seguir, e estes dados são confirmados pela ABDETH -

Associação Brasileira dos Dirigentes das Escolas de Turismo e Hotelaria, citados por Teixeira (2001), que em dez anos o número de cursos de turismo cresceu 900%.

Esta oferta está distribuída, segundo a pesquisa, conforme segue:

Área profissional	Oferta de cursos em %
Turismo	44
Hotelaria	18
Alimentos e bebidas	10
Viagens	8
Turismo/Hotelaria	6
Eventos	4
Outros	10

Fonte: Instituto de Hospitalidade, 2001.

Em análise realizada através da pesquisa a oferta de cursos não condiz com a real necessidade do mercado onde: 40,4% são cursos de Graduação; 28,4% Técnico profissionalizante; 21,2% Curso livre; 5,9% Especialização; 2,2% Seqüências; 0,7% Mestrado. Como visto anteriormente existe uma necessidade maior para a área operacional não sendo este o perfil profissional de formação superior e sim de cursos técnico profissionalizantes.

Como mostra a seguir o perfil de profissionais que coloca no mercado: 64% Empreendedores; 53% Gerentes/supervisores; 30% Técnicos/especialistas; 24% Operacional; 6% outros. Estes dados só confirmam a colocação anterior. E outra questão foi avaliada na pesquisa, se os currículos são adequados ao mercado, e o resultado foi o seguinte: 51,8% parcialmente adequados; 38,7% totalmente adequados; 8,6% não responderam; 1,2% não sabem.

Investigou-se a intenção de readequar currículos tendo como resultado: 77,8% Sim; 12,3% não sabe/ não



responderam; 9,9% não. Como visto os cursos têm a intenção de re-adequarem seus currículos de acordo com as exigências do mercado.

Segundo a OMT (1995) o sistema de educação em turismo deve garantir a sua competitividade através de princípios que consistem em: cruzamento das necessidades do mercado e a ofertas de cursos; treinamento just in time; definição de parâmetros de qualidade; e design do currículo e os conteúdos programáticos.

Além destes fatores devemos atentar para o fato de que existe uma diferença entre educação e treinamento conforme apresenta a OMT (COOPER, 2001):

a) a educação pode ser definida como um processo que dá ao indivíduo um conjunto de princípios, não aplicações detalhadas. Ela deve fornecer ao estudante um conjunto de ferramentas para interpretação, avaliação e análise de um novo conhecimento ao desenvolver suas capacidades críticas. A educação para o turismo olha além de um setor individual e tenta oferecer mais uma perspectiva geral do que uma abordagem específica de um setor. O conceito-chave é a provisão de transferência de habilidades básicas, tais como a habilidade analítica, a habilidade de comunicação escrita e verbal e a liderança, que deveriam ser desenvolvidas pela educação e aplicadas pelo indivíduo, em diferentes contextos;

b) o treinamento, por outro lado, é uma atividade muito mais específica que se concentra na aplicação detalhada em nível mais baixo, freqüentemente habilidades práticas. O treinamento, em geral, é específico de um setor e procura equipar o trainee com habilidades definidas e claras, como emissão de bilhetes, serviços ou habilidades de contato com o cliente.

O que tem acontecido, em diferentes níveis educacionais, é uma falta do foco

específico de cada nível, fazendo com que exista uma dificuldade em interpretar as suas diferenças. Percebemos que no nível superior não tem se dado a devida importância para pesquisa científica, construção de conhecimento e este passa a ser um mero "técnico de nível superior", mas esta é uma questão para ser estudada em uma outra oportunidade.

Em análise realizada através da pesquisa a oferta de cursos não condiz com a real necessidade do mercado onde: 40,4% são cursos de Graduação; 28,4% Técnico profissionalizante; 21,2% Curso livre; 5,9% Especialização; 2,2% Seqüências; 0,7% Mestrado. Como visto anteriormente existe uma necessidade maior para a área operacional não sendo este o perfil profissional de formação superior e sim de cursos técnico profissionalizantes.

Como mostra a seguir o perfil de profissionais que coloca no mercado: 64% Empreendedores; 53% Gerentes/supervisores; 30% Técnicos/especialistas; 24% Operacional; 6% outros. Estes dados só confirmam a colocação anterior. E outra questão foi avaliada na pesquisa, se os currículos são adequados ao mercado, e o resultado foi o seguinte: 51,8% parcialmente adequados; 38,7% totalmente adequados; 8,6% não responderam; 1,2% não sabem.

Investigou-se a intenção de re-adequar currículos tendo como resultado: 77,8% Sim; 12,3% não sabe/ não responderam; 9,9% não. Como visto os cursos têm a intenção de re-adequarem seus currículos de acordo com as exigências do mercado.

Segundo a OMT (1995) o sistema de educação em turismo deve garantir a sua competitividade através de princípios que consistem em: cruzamento das necessidades do mercado e a ofertas de cursos; treinamento just in time; definição de parâmetros de qualidade; e design do



currículo e os conteúdos programáticos.

Além destes fatores devemos atentar para o fato de que existe uma diferença entre educação e treinamento conforme apresenta a OMT (COOPER, 2001):

a) a educação pode ser definida como um processo que dá ao indivíduo um conjunto de princípios, não aplicações detalhadas. Ela deve fornecer ao estudante um conjunto de ferramentas para interpretação, avaliação e análise de um novo conhecimento ao desenvolver suas capacidades críticas. A educação para o turismo olha além de um setor individual e tenta oferecer mais uma perspectiva geral do que uma abordagem específica de um setor. O conceito-chave é a provisão de transferência de habilidades básicas, tais como a habilidade analítica, a habilidade de comunicação escrita e verbal e a liderança, que deveriam ser desenvolvidas pela educação e aplicadas pelo indivíduo, em diferentes contextos;

b) o treinamento, por outro lado, é uma atividade muito mais específica que se concentra na aplicação detalhada em nível mais baixo, freqüentemente habilidades práticas. O treinamento, em geral, é específico de um setor e procura equipar o trainee com habilidades definidas e claras, como emissão de bilhetes, serviços ou habilidades de contato com o cliente.

O que tem acontecido, em diferentes níveis educacionais, é uma falta do foco específico de cada nível, fazendo com que exista uma dificuldade em interpretar as suas diferenças. Percebemos que no nível superior não tem se dado a devida importância para pesquisa científica, construção de conhecimento e este passa a ser um mero "técnico de nível superior", mas esta é uma questão para ser estudada em uma outra oportunidade.

Certificação para qualidade

A OMT, com o propósito de estabelecer padrões de qualidade para educação e treinamento em Turismo, criou o TEDQUAL (Tourism Educacional Quality) uma metodologia que utiliza a técnica Delphi para identificar, junto ao mercado, as reais necessidades e competências buscadas por estes nos profissionais. Já foram certificadas 44 instituições no mundo, cinco na América Latina.

O turismo no Brasil começa a adotar as certificações de profissionais e de empresas, coordenadas pelo Instituto de Hospitalidade, como forma de aprimorar a qualificação do setor e incrementar a competitividade. A certificação é baseada em normas - muitas delas já admitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) - acordadas e aprovadas por entidades da área depois de um longo processo de discussão e também de avaliação. São 52 normas de funções relacionadas ao Turismo onde 31 delas fazem parte da ABNT.

Este certificado consiste em uma avaliação de profissionais bastante diferente da realizada pela educação formal onde o que é avaliado são as competências, independente da maneira como elas foram adquiridas. Este conceito de competência adotado é reconhecido pelo Ministério da Educação e pela Organização Internacional do Trabalho.

Com relação às empresas estas farão parte do Programa de Certificação de Turismo Sustentável e este pretende atender a requisitos ambientais, econômicos e sócio-culturais. O Programa está em fase de aprovação pelo Conselho Diretor do Turismo Sustentável e será oferecido inicialmente para 400 empresas com verbas do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e da Agência de Promoção de Exportação (Apex).



Conclusão

Conforme apresentamos este é um setor com grandes possibilidades de competir com mercados internacionais, porém devemos tomar como estratégia a qualificação profissional. A qualidade dos serviços prestados está diretamente ligada a qualificação da mão-de-obra. No setor de serviços é evidente a necessidade de qualificar os recursos humanos que lidam diretamente com o público.

Como apontam os indicadores de crescimento do setor este se mostra em franca expansão e em um país como o nosso, onde a matéria prima essencial, atrativos naturais e culturais, é de enorme abundância não é difícil alcançarmos estas metas.

A proposta do Instituto de Hospitalidade em certificar as funções do setor é pertinente, porém se as instituições que qualificam a mão-de-obra não adequarem os seus currículos este trabalho será em vão. O país continuará com a triste realidade de termos postos de trabalho no setor, porém, sem a oferta de profissionais habilitados para preenchê-los.

Referências Bibliográficas

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil. São Paulo, Aleph, 2002.

COOPER, Chris. Educando os educadores em turismo: manual de educação em turismo e hospitalidade / Chris Cooper, Rebecca Shepherd, John Westlake; [traduzido por Rosemary Neves de Sales Dias, Cíntia Kaori Yokota, Laura Martins Arnstein]. São Paulo: Roca, 2001.

DENCKER, Ada de F. M. Pesquisa e interdisciplinaridade no ensino superior - uma experiência no curso de turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

EMBRATUR. Mão de Obra Empregada em Setores da Atividade Turística - 1994-1998. Disponível em www.embratur.gov.br. Acessado em 16/08/2001.

-----, Indicadores do Turismo. Disponível em www.embratur.gov.br. Acessado em 28/03/2004.

-----, Plano Nacional de Turismo. Disponível em www.embratur.gov.br. Acessado em 28/03/2004.

INSTITUTO DE HOSPITALIDADE. Pesquisa de Oferta e Demanda. Disponível em www.institutodehospitalidade.org.br. Acessado em 12/09/2003.

LEI DE DIRETRIZES E BASES. Lei nº 9.394. Brasília, 20 de dezembro de 1996.

MATIAS, Marlene. Turismo formação e profissionalização. São Paulo: Manole, 2002.

MEZOMO, João C.. Qualidade nas instituições de ensino: apoiando a qualidade total. São Paulo: Cedas, 1993.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Brasília: Mec, 1999.

MOESH, Marutschka M.. A produção do saber turístico. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2002.

MOTA, Keila Cristina N.. A certificação é a solução? A política de qualificação profissional dentro do pano nacional de turismo. Disponível em www Acesso em: 4 fev. 2004.

OMT. An introduction to TEDQUAL - methodology for quality in tourism education and training. Madri: Organização Mundial do Turismo, 1997.

RODRIGUES, Jarlene. A situação do Ensino Superior em Turismo no Brasil. In: Mercado Turístico - Áreas de Atuação. São Paulo: Roca, 2003.

RUSHMANN, Doris V. de Menne. Turismo no Brasil - análise e tendências. São Paulo:



Manole, 2002.

SHIGUNOV NETO, Alexandre e MACIEL, Lizete S. B.(orgs.). Currículo e formação profissional nos cursos de turismo. Campinas: Papirus, 2002.

TEIXEIRA, Rivanda Meira. Ensino superior em turismo e hotelaria no Brasil: Um estudo exploratório. In: Turismo em Análise. São Paulo; ECA/USP, v.12, n.2, novembro 2001. p. 7-30.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A importância da educação para o turismo.

In: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar (org.). Turismo; Teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

----- (org.). Turismo. Como aprender, como ensinar, vol1. 2ª Ed. São Paulo, Editora SENAC, 2001.

WTO. Global troubles took toll on tourism in 2003. Disponível em www.world-tourism.org. Acessado em 28/03/2004.

WTO. An Introduction to TEDQUAL. Madri, 1997.