

DESENVOLVIMENTO CURRICULAR EM GESTÃO TURÍSTICA - COM ENFOQUE DE MERCADO - UM CASE NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Vera Lúcia Broki Brasil *

Prof. Orientador – Francisco Julio Batle Lorente - España**

Profa. Orientadora – Marlene Schimer – Brasil ***

RESUMO

Este estudo tem como principal objetivo analisar as ocorrências no segmento Turístico, tanto em nível acadêmico, como empresarial. Preliminarmente, apóia-se numa amostra piloto, realizada com 134 (cento e trinta e quatro) profissionais da área e acadêmicos do Curso Superior de Turismo, tendo como suporte metodológico o método DELPHI. Aborda a formação e educação em Turismo, suas repercussões e tendências, com vistas a conhecer os programas curriculares oferecidos pelas instituições de ensino superior do Estado do Rio Grande do sul e se estes atendem às necessidades e expectativas demandadas pelo mercado. Trata-se, na verdade, de uma investigação de tese doutoral, em andamento, cujo ancoradouro teórico está centrado em pesquisadores dessa área como Breiter & Clements, O'Halloran, Lewis, Aguilló Pérez, Bowen, Anderson, Formica, Clark, Hsu & Gregory, Koh, Pavesic, Cooper, Godói Trigo, Ruschmann, Rejowski, entre outros. Os resultados deste estudo poderão contribuir para a melhoria das matrizes curriculares dos cursos superiores em Turismo e com os segmentos mais representativos a ele pertinentes, além de fomentar o interesse para o desenvolvimento de novas pesquisas a respeito.

Palavras-chaves: Turismo, currículo, formação, mercado.

ABSTRACT

This paper has as main objective analyzing the occurrences in the Tourist segment in academic level as in business level. Preliminarily the study is supported in a pilot sample, carried out with 134 (a hundred and thirty-four) professionals from the area and educators of the Tourism Superior Course, having as methodological the DELPHI approach. It approaches the formation and education in Tourism, its repercussions and tendencies, aiming to get to know the curricular programs offered by the institutions of superior education of the Rio Grande do Sul State and if these meet the needs and expectations required by the market. In fact, is a question of a doctoral inquiry of theory, in course, whose theoretical anchorage is centered in researchers of this area as Breiter & Clements, O'Halloran, Lewis, Aguilló Pérez, Bowen, Anderson, Formica, Clark, Hsu & Gregory, Koh, Pavesic, Cooper, Godói Trigo, Ruschmann, Rejowski, among others. The results of this study would be able to contribute for the improvement of the curricular matrices of the superior courses in Tourism and with its most representative pertinent segment, besides stimulate the interest for the development of new research concerning this subject.

Key Words: *Tourism, resumé, formation, market.*

* **Vera Lúcia Broki Brasil**, Administradora, Consultora, Professora, Doutoranda do Curso de Economia e Empresa da Universitat de Les Illes Balears - España. Fone/fax: 0xx-51-32230582 e Celular: 9806-6743. E-mail: broki.voy@terra.com.br

****Profesor Orientador – Doutor Francisco Julio Batle Lorente- España**, Departament de Economía i Empresa – Universitat de Les Illes Balears - España. E-mail: juliobatle@uib.es

*** **Professora Orientadora- Doutora Marlene Schimer – Brasil**

INTRODUÇÃO

Ao elegermos o tema da investigação, Desenvolvimento Curricular em Gestão Turística com Enfoque de Mercado - um *Case* no Estado do Rio Grande do Sul, pensamos realizar um estudo que contribuísse para uma melhor qualificação da área de Turismo, identificando as demandas do mercado turístico e as reais necessidades dos acadêmicos de Turismo, futuros profissionais dessa área que atenderão o mercado.

Considerando as necessidades demandadas nesta área que requer, cada vez mais, agilidade, inovação, rapidez e conhecimento, é imperioso existir mais informações a respeito deste contexto, uma vez que a alta competitividade e a busca permanente de sobrevivência empresarial também se fazem presentes no segmento turístico.

Neste artigo, portanto, pretendemos apresentar parte do desenvolvimento de nossa pesquisa doutoral em *Economia y Empresa*, da Universitat de les Illes Balears, Espanã, focalizando o Turismo, cujos resultados parciais já refletem algumas tendências em termos de formação e de mercado turístico.

O Turismo e as necessidades formativas

O Turismo tem se identificado por muitas mudanças no cenário competitivo da globalização da economia, porque existe um mercado caracterizado por elevadas necessidades de desenvolvimento e de formação nessa área.

A última década contribuiu para um novo alento ao ensino e à pesquisa de Turismo, o que justifica o grande número de instituições de ensino que surgiram neste período.

No Brasil, o governo e as comunidades se movimentam em direção a um novo rumo, em busca de um norte desconhecido ainda e, muitas vezes, sem planejamento. O governo respalda as comunidades (setor turístico), estimulando-as com a criação de um Ministério do Turismo. Assim, cria novas expectativas de gerar mais empregos, alavancar o desenvolvimento econômico e gerar riquezas em função das atividades nos diversos segmentos do Turismo.

Ruschamann (1999, p. 164) afirma que:

.....o planejamento da evolução do turismo, pela determinação da capacidade de carga nas localidades, apresenta-se como a forma preventiva ideal para um desenvolvimento que conserve a natureza, ofereça conforto e satisfação ao turista e não agrida originalidade das comunidades receptoras.

Na área do ensino e da pesquisa, o desafio é identificar as reais necessidades demandadas pelo mercado para atendê-los de forma coerente, com qualidade, relevância e ética.

No Estado do Rio Grande do Sul, representado por forte economia, com muitos produtos turísticos a oferecer à conjuntura do mercado, não poderia estar desigual a essa instigante movimentação, já vivenciada por europeus, americanos e outros países.

Cooper (2001) aponta que, em vários países, a infra-estrutura de formação e educação em turismo vem aos poucos se estabelecendo, enquanto que, em outros, o sistema já se apresenta estável.

O autor admite que os problemas e as agendas de turismo são diferentes em cada país, acreditando, no entanto, que princípios gerais da educação em Turismo são universais.

Para Formica (1996, p. 317), “o desenvolvimento e educação em turismo na Europa, até recentemente, era considerada uma questão de investimento do capital. Como resultante, por mais de um século, a estrutura educacional européia no turismo, hospitalidade e áreas afins valorizavam os aspectos operacionais da indústria turística”. Este autor afirma que o currículo baseava-se no “treinamento” orientado para as habilidades e os estudantes recebiam uma educação limitada.

O risco de limitação educacional também ocorre em nossa realidade. Muitas vezes ouvindo os nossos acadêmicos afirmarem que o aprendizado adquirido pouco contribuía para suas competências e habilidades profissionais, preocupamo-nos, como docente, em investigar essas instigantes observações. Objetivando levar a efeito este estudo deparamo-nos com as seguintes variáveis: formação dos professores, programas curriculares, necessidades do mercado, legislação governamental, acadêmicos, clientes, qualidade do ensino, tudo isso demandando mudanças na formação em turismo e requerendo inovação nos seus programas curriculares.

Diante de tanta complexidade, ainda há incidência fiscalizatória do governo que recomenda requisitos legais, indicando melhorias nem sempre compatíveis à realidade empresarial, local e conjuntural, em função das variantes regionais.

Por outro lado, os dirigentes das instituições de ensino convivem com uma tripla preocupação: a formação do corpo docente, os programas curriculares e a plena satisfação que requerem seus clientes: os acadêmicos e os utilitários (mercado) dos serviços turísticos.

Breiter e Clementes (1999), em pesquisa realizada, afirmam que a indústria do turismo enfrenta desafios críticos com a chegada do século 21. As mudanças das expectativas dos proprietários, investidores, clientes e empregados implicam que os gerentes da área turística devem ser flexíveis, criativos e sensíveis às variadas necessidades do mercado.

Lüdke e André (1986) apontam que não é possível explorar todos os ângulos de um fenômeno em estudo num tempo razoavelmente limitado. Por isso a seleção de aspectos mais relevantes e a determinação do recorte são necessários para atingir os propósitos do estudo, cujo desenvolvimento só será possível se existir uma clara formulação do problema de pesquisa que, conforme Triviños (2001), confere os exatos limites do estudo. Na perspectiva ao desenvolvimento desta investigação, elaboramos o problema de pesquisa conforme segue:

O Problema de Pesquisa

“Os programas de educação e formação em turismo atendem as expectativas e demandas do mercado turístico?”

Ancorada neste problema de pesquisa, elaboramos os objetivos abaixo que nortearam nossa investigação.

Objetivos da Pesquisa

- a) Conhecer os currículos dos Cursos de Turismo oferecidos pelas Instituições de Ensino Superior no Estado do Rio Grande do Sul;
- b) Comparar esses currículos em termos de programas oferecidos;
- c) Verificar se os alunos dos cursos de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul estão satisfeitos com os programas oferecidos pelas instituições de ensino superior;
- d) Verificar junto aos dirigentes das Instituições de ensino superior se os programas de formação em turismo, recomendados pelo governo, são pertinentes às expectativas das próprias instituições e se estão de acordo com as demandas de mercado;
- e) Conhecer a formação e o perfil dos docentes quanto à experiência profissional na área de turismo;
- f) Conhecer o mercado turístico gaúcho, através dos diversos segmentos;
- g) Comparar as necessidades do mercado turístico com os modelos americano e europeu, quanto às variáveis de: planejamento, organização, liderança, recursos humanos, entre outras.

Metodologia da Investigação

Utilizamos, nesta investigação a Metodologia Delphi, cujo processo distingue-se por quatro circulações ou fases, a saber:

a) primeira circulação

Visa a estabelecer um painel de especialistas para analisar a informação disponível sobre a área e elaborar as questões definitivas dos questionários. Estes são enviados a todos os especialistas escolhidos para que emitam suas opiniões.

b) segunda circulação

Na segunda circulação, os especialistas recebem o questionário com os resultados parciais, onde se inclui as respostas e percentuais correspondentes para que se discuta o que foi pesquisado e se possa valorizar e/ou reavaliar sua opinião e conhecer o que opinam os demais painelistas. O especialista poderá reconsiderar sua resposta ou mantê-la, explicando suas razões para isso.

c) terceira circulação

Os especialistas recebem o terceiro questionário com o devido tratamento estatístico e apresentam-se os resultados ao PAINEL e a todos os participantes para análise e elaboração das conclusões do estudo. Devem, ainda, dar uma explicação do motivo pelo qual acreditam que sua previsão é correta, e a do resto do painel não. Estes argumentos realimentarão o próximo painel, na seguinte circulação.

Quando o moderador recebe as respostas, realiza-se uma nova análise do estudo estatístico e, além disso, organiza-se os argumentos dados pelos especialistas, cujas previsões saem das

margens interquartiles. O questionário de quarta circulação vai conter a análise estatística e o resumo dos argumentos.

d) quarta circulação

Teoricamente, com essas quatro circulações a técnica Delphi estaria concluída, ficando tão somente a elaboração de um informe no qual se indicariam as datas calculadas a partir da análise das respostas dos especialistas e dos comentários realizados por eles. Entretanto, se não houver um consenso, existindo posturas muito distantes, o moderador deverá confrontar os distintos argumentos para averiguar se houve algum erro contido no processo.

A metodologia Delphi procura extrair e maximizar as vantagens que apresentam os métodos baseados em grupos de especialistas e minimizar seus inconvenientes. Para isto se aproveita a sinergia do debate no grupo e se eliminam as interações sociais indesejáveis que existem dentro de todo grupo pesquisado.

Desta forma, se espera obter um consenso, o mais confiável possível, do grupo de especialistas (sujeitos da investigação).

Ruschmann (1999) resume este processo dizendo que:

...o melhor modelo a aplicar deve recair sobre aquele que tem as melhores condições de levar o pesquisador às tendências do fenômeno em estudo, com a maior confiabilidade e precisão possíveis. Citando Smith (1989, pp. 97-99), afirma que existem dois critérios importantes que não podem ser omitidos: 'a precisão e a exatidão', destacando que: todos os modelos propostos são capazes de produzir tendências de 'boa qualidade' se forem desenvolvidos e aplicados adequadamente e se o problema pôde ser estudado dentro de uma dessas metodologias (p. 174).

Contudo, a autora adverte que:

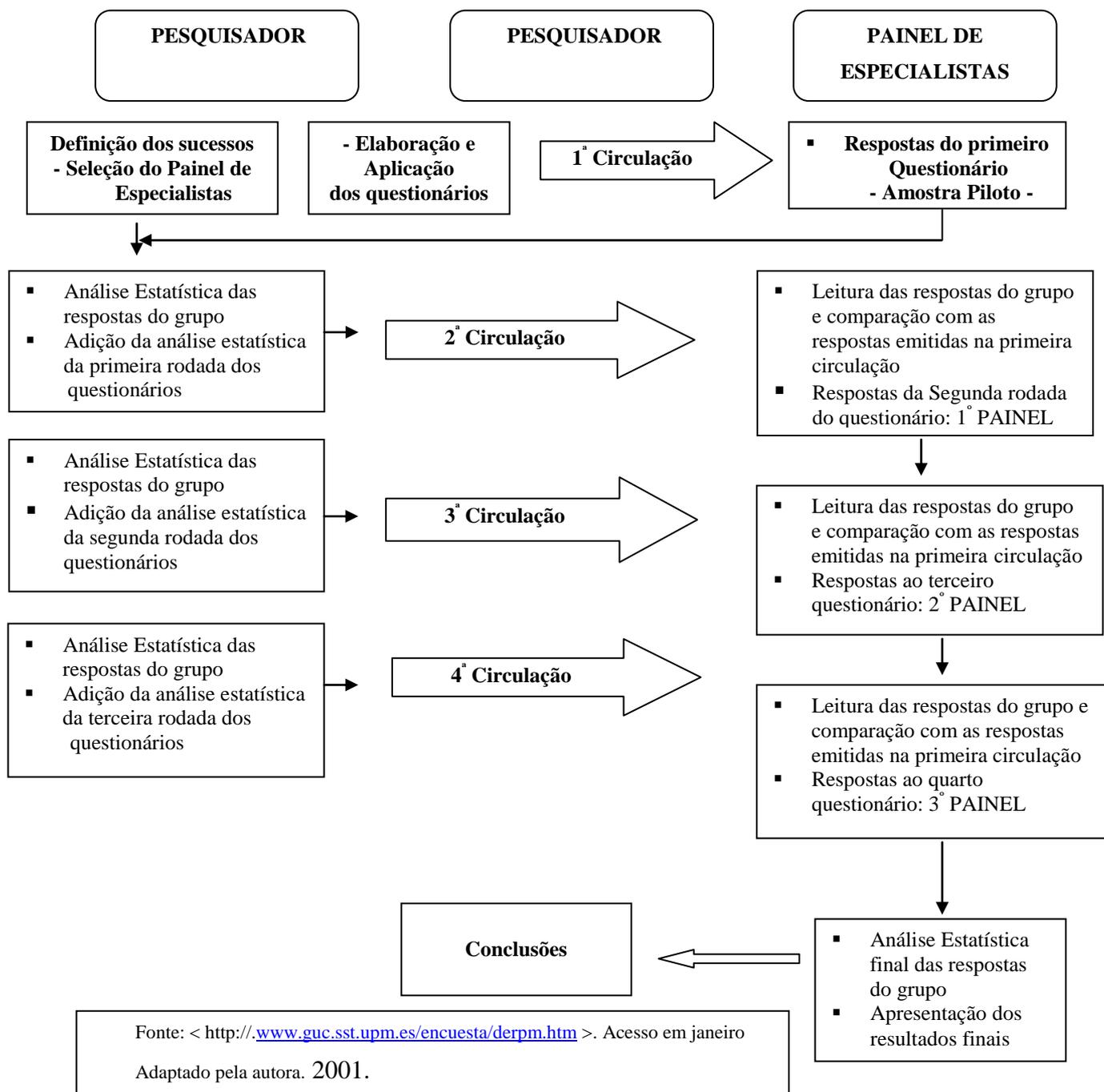
...Poderá ocorrer fatos imprevisíveis, naturais, sociais, econômicos e políticos que alterem o curso de um fenômeno, de modo que a qualidade e a confiabilidade das tendências sempre dependerá da conjuntura local, regional, nacional ou internacional. Cita como exemplo: a falta de previsão da crise energética e os tumultos que ela gerou em todas as economias do mundo e nos fluxos turísticos, as oscilações cambiais, os problemas do terrorismo, etc.

Apoiada nesses pressupostos e na perspectiva da aplicação da metodologia DELPHI, buscamos estudar o desenvolvimento curricular do Turismo no Estado do Rio Grande do Sul, sua abrangência, importância e complexidade junto aos sujeitos investigados e conseqüente comparação entre os diversos programas curriculares das instituições pesquisadas, assim como e as necessidades demandadas pelo mercado.

É importante frisar que neste artigo apresentamos como devem decorrer as quatro circulações da metodologia DELPHI. Entretanto, devemos considerar que os dados parciais aqui inseridos são resultantes da primeira rodada apenas (amostra piloto).

A figura 1 visualiza a representação do processo DELPHI, evidenciando como ocorrem as quatro circulações desta técnica metodológica.

Figura 1: Representação do processo DELPHI

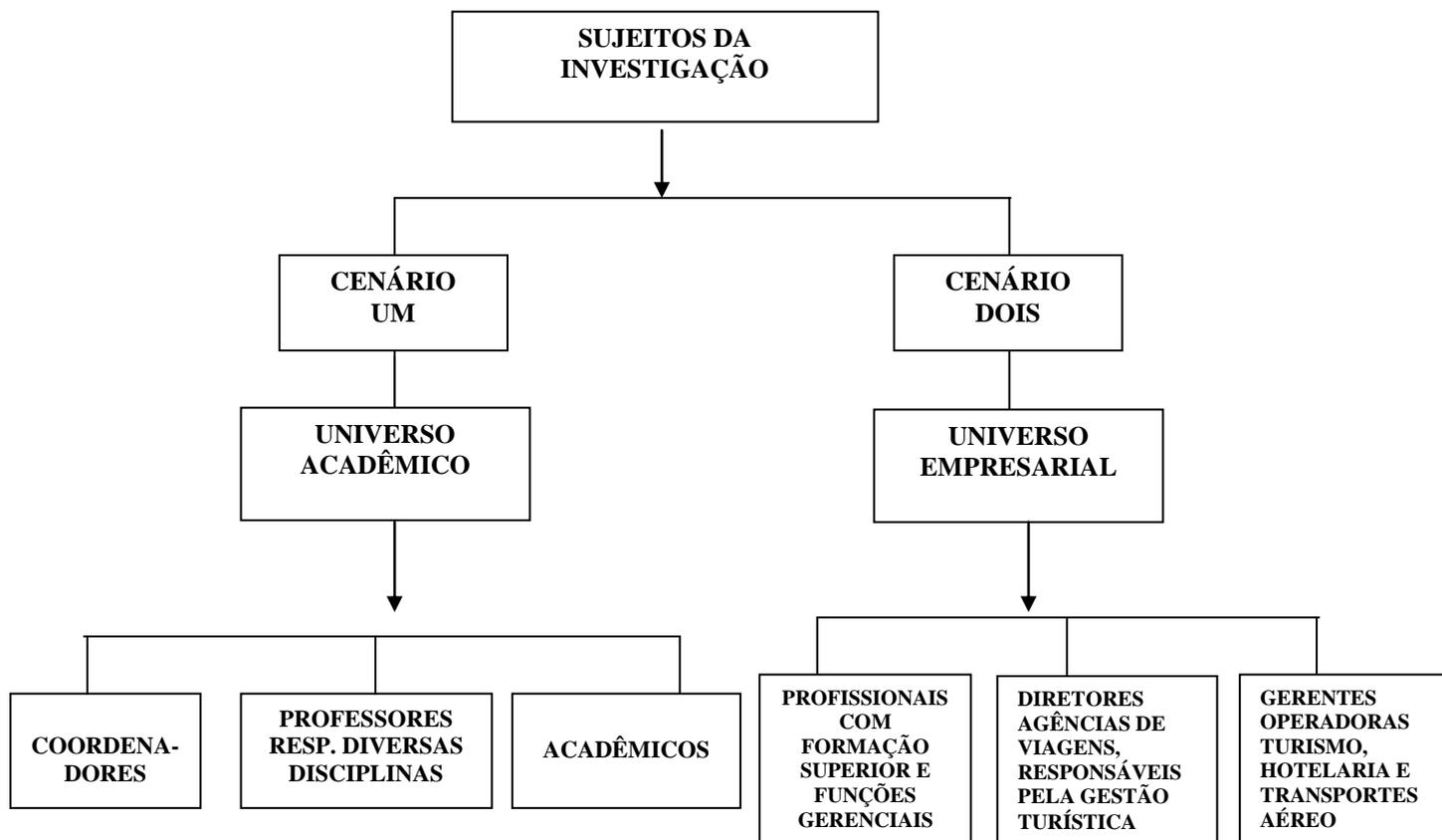


Procedimentos realizados

Previamente, definimos os sujeitos da investigação, conforme evidencia a figura 02.

Figura 2 - Representação do Universo Investigado

A figura 2 representa a população-alvo da investigação que contempla dois cenários apresentados a seguir:



Fonte: Elaboração da autora.

Cenários de Representação dos Sujeitos da Investigação

Cenário UM – Universo Acadêmico

O cenário UM, para este estudo, contempla a população-alvo do universo acadêmico do turismo, conforme discriminado a seguir:

- coordenadores de Instituições de Ensino Superior em Turismo;
- professores responsáveis pelas diversas disciplinas do Curso Superior de Turismo;
- acadêmicos de Curso Superior de Turismo a partir do 6º semestre de graduação.

O instrumento de pesquisa utilizado para levantar dados junto a esse cenário foi elaborado, a partir das hipóteses, tendo esse questionário 57 questões, dentre as quais selecionamos apenas 6 (seis) para efeito de análise e apresentação no presente artigo. As questões selecionadas para esta análise foram as de números 1, 3, 5, 15, 34 e 55.

Para responder ao questionário os Sujeitos da Investigação - SI* deveriam obedecer à convenção que segue: CT - Concordo Totalmente, CP - Concordo Parcialmente, I - Indiferente, DP - Discordo Parcialmente e DT - Discordo Totalmente.

* Para este estudo, determinamos a sigla SI, aqui identificados, como Sujeitos da Investigação.

Cenário DOIS – Universo Empresarial

O cenário dois, neste estudo, diz respeito à população-alvo do segmento empresarial, assim discriminada:

- profissionais com formação no Curso Superior de Turismo e/ou que desempenham suas funções gerenciais na área de turismo;
- gerentes responsáveis pela gestão do turismo de: operadoras e agências de Turismo, hotelaria, transportes aéreos e serviço público.

Para o levantamento de dados do cenário 2, foi utilizado um questionário contendo 19 questões fechadas, cujo principal objetivo foi avaliar as competências, habilidades e perfil necessários aos profissionais de turismo para atuar no mercado turístico.

Considerando que se trata de uma pesquisa em andamento e que os dados, até então coletados, são insuficientes, deixamos de apresentar, neste artigo, a correspondente análise.

Características da População-Alvo do Processo de Investigação (Cenários 1 e 2)

Para esta investigação, elegemos uma amostra de sujeitos que reuniu as seguintes características:

- estar diretamente envolvido com o desenvolvimento do processo de gestão turística;
- estar diretamente envolvido com a educação e formação em turismo;
- estar disposto a participar do estudo.

Consideramos, também, ser relevante contar com representantes das áreas de formação, educação, práticas e políticas formativas e educativas em turismo.

ANÁLISE DO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

Para a análise da 1ª rodada (1ª ronda) dos questionários, participaram 134 sujeitos-investigados (119 do Cenário 1 e 15 do Cenário 2), oriundos de 04 instituições de ensino superior, com graduação em Turismo no Estado do Rio Grande do Sul. Na comparação das respostas por tipo de respondente, foi utilizado o teste não-paramétrico de Kruskal-Wallis. Este teste pode ser utilizado para comparação de variáveis com nível ordinal de mensuração, para comparar a concordância média.

Para a concordância por questões, utilizamos um índice de concordância no intervalo entre 1 e 5, sendo: a) 1 – para concordância máxima e 5 - para discordância máxima, conforme tabela 1.

Tabela 1 – Índices de Concordância por questões (em ordem decrescente) do Cenário 1 investigado

Ordem	Questões	n	Média	Desvio - padrão	Ordem	Questões	n	Média	Desvio - padrão
1	Questão 55	119	3,92	1,17	30	Questão 23	119	2,88	1,31
2	Questão 32	115	3,77	1,02	31	Questão 17	118	2,87	1,24
3	Questão 31	114	3,67	1,16	32	Questão 15	119	2,81	1,52
4	Questão 47	119	3,64	1,07	33	Questão 19	117	2,80	1,15
5	Questão 51	117	3,52	1,09	34	Questão 4	119	2,74	1,38
6	Questão 9	116	3,48	1,30	35	Questão 39	115	2,74	1,45
7	Questão 28	115	3,43	1,23	36	Questão 49	115	2,68	1,02
8	Questão 26	119	3,42	1,28	37	Questão 52	116	2,64	1,15
9	Questão 54	115	3,37	1,12	38	Questão 40	116	2,62	1,44
10	Questão 16	119	3,37	1,42	39	Questão 46	114	2,61	1,50
11	Questão 5	118	3,36	1,41	40	Questão 42	114	2,58	1,51
12	Questão 33	116	3,35	1,23	41	Questão 20	116	2,51	1,32
13	Questão 29	115	3,35	1,42	42	Questão 57	50	2,50	1,28
14	Questão 27	119	3,34	1,30	43	Questão 8	118	2,48	1,49
15	Questão 38	113	3,21	1,08	44	Questão 48	118	2,44	1,42
16	Questão 45	116	3,19	1,43	45	Questão 18	119	2,42	1,25
17	Questão 37	114	3,16	1,23	46	Questão 10	118	2,41	1,28
18	Questão 6	118	3,15	1,19	47	Questão 44	116	2,37	1,34
19	Questão 11	117	3,15	1,31	48	Questão 43	115	2,36	1,35
20	Questão 25	118	3,11	1,45	49	Questão 22	117	2,27	1,35
21	Questão 35	116	3,10	1,32	50	Questão 7	118	2,25	1,25
22	Questão 34	113	3,10	1,36	51	Questão 30	116	2,16	1,29
23	Questão 36	115	3,10	1,40	52	Questão 13	117	1,81	0,93
24	Questão 50	115	3,09	1,14	53	Questão 21	119	1,81	1,13
25	Questão 24	119	3,06	1,42	54	Questão 2	118	1,79	0,97
26	Questão 53	116	3,05	1,11	55	Questão 12	118	1,51	0,76
27	Questão 56	118	2,98	1,56	56	Questão 1	119	1,37	0,66
28	Questão 41	114	2,96	1,35	57	Questão 14	119	1,30	0,79
29	Questão 3	118	2,92	1,38					

1 – Concordância máxima

5 – Discordância máxima

RESULTADOS PARCIAIS

A pesquisa evidenciou os seguintes dados parciais:

1. Quanto aos dados de identificação dos Sujeitos Investigados

a) dos 134 sujeitos investigados, 79,9 % são acadêmicos do curso superior de Turismo, 11,2% são representantes do mercado Turístico, 6% são coordenadores e 3% são professores do curso superior de Turismo, conforme demonstra a tabela 2.

Tabela 2 – Sujeitos da Investigação

Distribuição da amostra por tipo de respondente

Tipo respondente	Frequência	%
Mercado	15	11,2
Acadêmicos	107	79,9
Coordenadores	8	6,0
Professores	4	3,0
Total	134	100,0

- b) verificamos, pela análise, que 94% dos entrevistados estão na faixa etária de menos de 25 anos de idade, sendo predominantemente acadêmicos.
- c) quanto à formação, a pesquisa indicou que 2,2% dos entrevistados possuem doutorado, 6,7% mestrado, 4,5% possuem especialização, 3,7% curso superior completo, 82,1% curso superior incompleto e 0,7% ensino médio;
- d) quanto ao tempo de experiência profissional, a pesquisa indica que existem profissionais em preparação para o mercado de trabalho, com menos de 5 anos, correspondendo a um percentual de 61,2% . Dentre os coordenadores de curso 62,5% possuem entre 11 e 20 anos de experiência profissional;
- e) no que se refere a horas de atividades de pesquisa (semanal) do universo pesquisado, 73,3% não exerce nenhuma atividade de pesquisa; coordenadores e professores totalizando um percentual de 25%, utilizam de 6 a 20 horas de pesquisa semanal, enquanto que os acadêmicos, num total de 29%, dispõem menos de 5 horas para pesquisa;
- f) sobre a posição hierárquica na empresa: 82,8% dos entrevistados foram acadêmicos e 17,2% distribuídos entre professores assistentes, adjuntos e titulares;
- g) quanto a artigos publicados: a pesquisa indicou que 75% dos professores possuem entre 2 e 5 artigos publicados, 1 professor tem mais de 7 artigos publicados. Entre os acadêmicos, 9,3% possuem apenas 1 artigo publicado;
- h) com referência à remuneração: os pesquisados indicaram que 50% recebem até R\$ 2.000,00 e 2,2% entre R\$ 6.001,00 e R\$ 10.000,00;

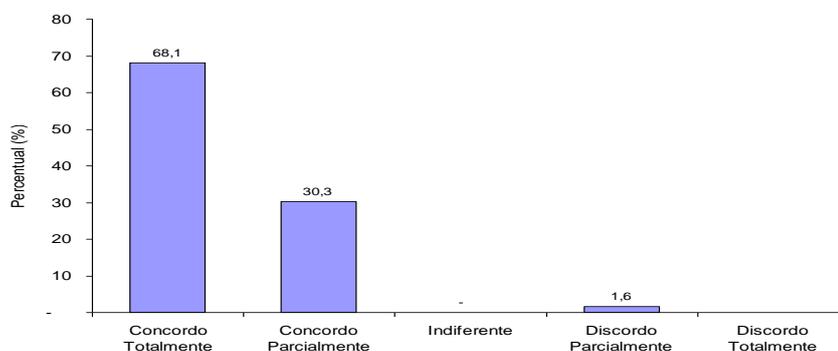
2. Quanto aos resultados da pesquisa, referentes ao Cenário 1

- a) Questão 1 – O segmento sócio-econômico da área de Turismo está em ampla expansão.

Os respondentes afirmaram:

- 61,8% concordam totalmente;
- 35,3% concordam parcialmente;
- 1,7% discordam parcialmente, conforme gráfico nº 1.

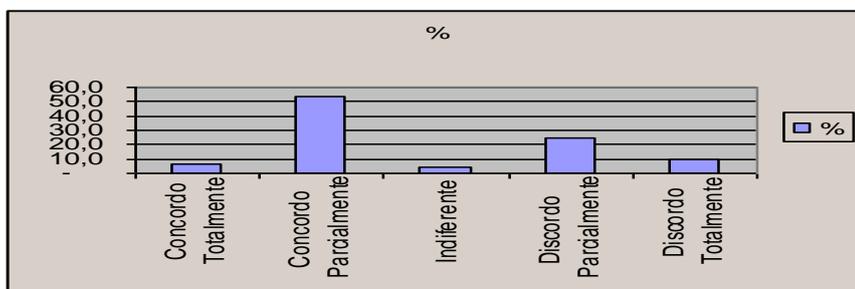
Gráfico nº 1 – Expansão do Turismo (Segmento Sócio-Econômico)



- b) Questão 3 – Programas oficiais curriculares de formação e educação em turismo estão adequados às necessidades de mercado. A pesquisa indicou que:
 - 6,7% concordam totalmente;

- 53,8% concordam parcialmente;
- 4,2% são indiferentes;
- 24,4% discordam parcialmente; e
- 10,1% discordam totalmente.

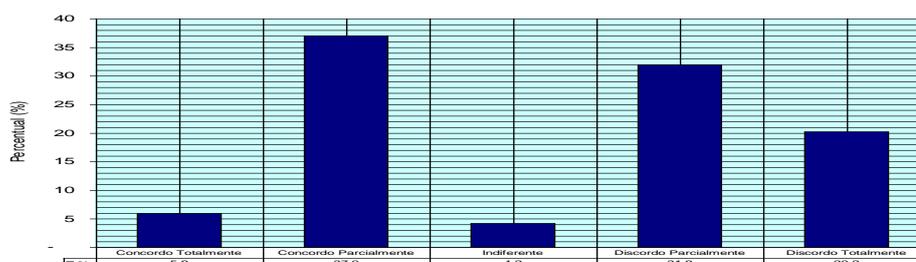
**Gráfico nº 2 – Programas oficiais curriculares
(formação e educação em turismo)**



c) Questão 5 - Os acadêmicos dos cursos superiores de turismo estão satisfeitos com os programas oferecidos pelas instituições de ensino superior de turismo. Os respondentes externaram suas opiniões, conforme os seguintes dados evidenciados na pesquisa:

- 5,9% concordam totalmente;
- 37% concordam parcialmente;
- 4,2% indiferentes;
- 31,9 discordam parcialmente; e
- 20,2 discordam totalmente.

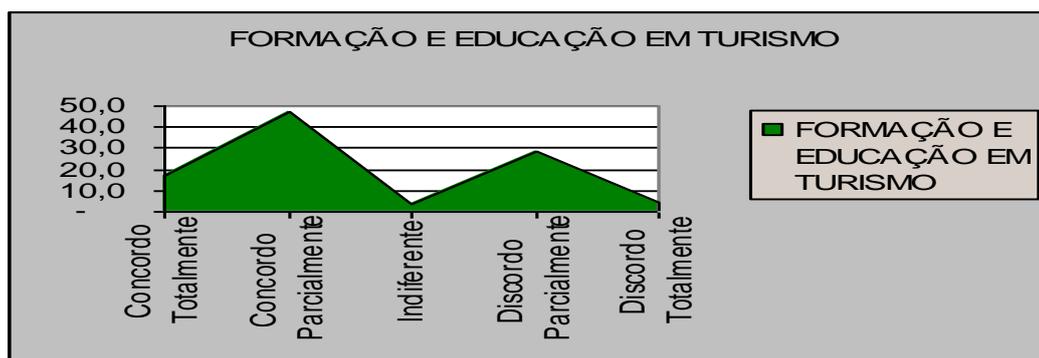
Gráfico nº 3 - Satisfação dos Acadêmicos com os Programas Curriculares



d) Questão 15 - A formação e educação em Turismo atendem às expectativas dos acadêmicos que se preparam para atuar no mercado de trabalho. A pesquisa demonstra que 63,9% concordam e 36,2% discordam nas proporções que seguem:

- 16,8% concordam totalmente;
- 47,1% concordam parcialmente;
- 3,4% são indiferentes;
- 28,6% discordam parcialmente e
- 4,2% discordam totalmente, conforme gráfico número 4.

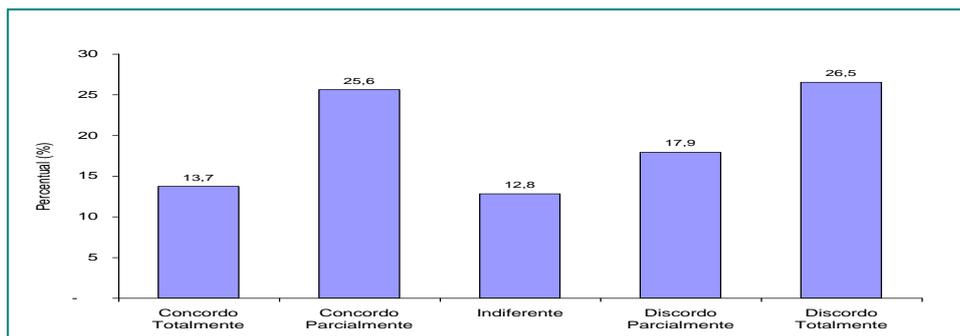
Gráfico nº4 - Formação e Educação em Turismo



f) Questão 34 - Os programas curriculares de Turismo estão adaptados às necessidades dos acadêmicos. Os respondentes afirmaram que:

- 13,7% concordam totalmente;
- 25,6% concordam parcialmente;
- 12,8% são indiferentes;
- 17,9% discordam parcialmente; e
- 26,5% discordam totalmente, conforme gráfico nº5 a seguir:

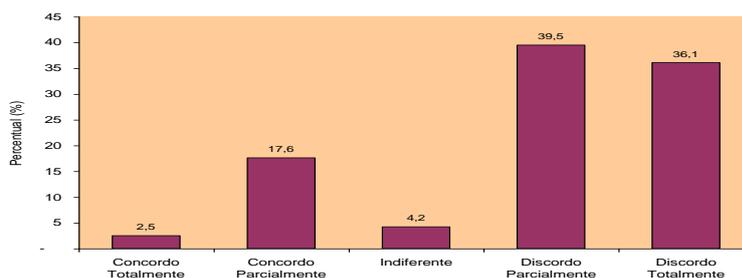
**Gráfico nº 5 - Programas Curriculares de Turismo
(adaptados às necessidades dos acadêmicos)**



g) Questão 55 - As vias de cooperação do turismo são satisfatórias para os alunos e empresas no mercado de trabalho. Os respondentes afirmaram:

- 2,5% concordam totalmente;
- 17,6% concordam parcialmente;
- 4,2% são indiferentes;
- 39,5 discordam parcialmente;
- 36,1% discordam totalmente, gráfico nº 6.

Gráfico nº 6 – Vias de Cooperação do Turismo com a Área Empresarial



Objetivando uma melhor visualização do contexto de análise das questões selecionadas, aplicamos o teste de Kruskal Wallis, visando a identificar os respectivos níveis de significância por variável testada. De um modo geral, as diferenças significativas ocorreram com valores significativamente mais elevados para coordenadores e valores mais baixos para os acadêmicos, conforme se observa na tabela 3.

Tabela 3 - Teste de Kruskal Wallis das 6 questões apresentadas

Questões	Nível de concordância médio			Teste de K-W	
	Acadêmicos	Coordenadores	Professores	Valor de p	
Questão 1	1,29	2,50	1,25	0,008	**
Questão 3	2,93	3,29	2,00	0,324	ns
Questão 5	3,42	3,38	1,75	0,076	ns
Questão 15	2,73	3,88	2,75	0,127	ns
Questão 34	3,09	3,00	3,50	0,821	ns
Questão 55	3,91	4,38	3,50	0,412	ns

* Diferença significativa por tipo de respondente ao nível de 5% .

** Diferença significativa por tipo de respondente ao nível de 1% .

NS Diferença não-significativa.

De um modo geral, as diferenças significativas ocorreram com valores significativamente mais elevados para coordenadores e valores mais baixos para os acadêmicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora os resultados parciais tenham evidenciado que os programas curriculares do curso superior de Turismo estão atendendo as necessidades de mercado, verificou-se que existe uma forte tendência para buscar melhorias e que, efetivamente, temos muito que acrescentar. O otimismo e expectativas de quem está no mercado, provavelmente, deve-se ao fato de as comunidades estarem voltadas para o crescimento desse segmento de mercado, que poderá vir a alavancar o processo de desenvolvimento econômico, visto que, atualmente, há um grande número de desempregados e a estagnação da economia, no âmbito nacional, acarreta muitas expectativas para os respondentes desta pesquisa, que acreditam no processo de expansão do segmento socio-econômico do Turismo, demonstrado pelo resultado da questão 1, cujo índice de concordância total e parcial foi de 97,1%.

Na análise deste estudo , tivemos a preocupação com alguns aspectos, como por exemplo: qual a contribuição relevante que poderá trazer a pesquisa? Que valor poderá agregar para a comunidade acadêmica e o mercado turístico? Quais os desafios que nós, educadores, teremos que enfrentar em busca de uma melhoria constante para o desenvolvimento da produção científica nessa área? Estes instigantes questionamentos nos orientam para a continuidade da análise dos resultados que, mesmo sendo parciais, nos desafiam a uma reflexão. Reflexão esta

que estimula a continuidade de novos estudos no campo científico, especificamente no segmento do Turismo, de forma a contribuir para uma geração inserida no contexto da inovação. Nesta perspectiva, poderá convergir para o desenvolvimento do Turismo, não só como imagem do ócio e lazer, mas como ciência e arte estimulando novos estudos que agreguem valores na produção desse conhecimento científico.

Ancoramo-nos, ainda, nas afirmações de Rejowski(2001, p.47), com cuja obra “Ensino em Turismo no Brasil: reflexões sobre a realidade do ensino de graduação...” afirma que::

A formação, a capacitação e o aprimoramento de recursos humanos no Turismo merecem todo um cuidado e uma atenção especial, tanto das entidades formadas, quanto do próprio trade turístico, pois ao se considerar o Turismo em toda a sua complexidade e abrangência, com os seus variados componentes, haverá, certamente, necessidades e carências diferenciadas por nível, tipo e objetivo. Daí a oferta de cursos e programas de ensino, os mais diversos possíveis, os quais dependem da integração e proporção dos aspectos teóricos e práticos da atividade e se caracterizam pela diversidade dos elementos que interagem em diversos níveis: o setor público; as empresas privadas; as instituições; os profissionais da área e o consumidor-turista...

Neste íterim, concluímos dizendo que este artigo, embora esteja apresentando resultados parciais, já contempla tendências que estimulam o desenvolvimento desta área, tanto em nível de serviços quanto de produção acadêmica, podendo, também, fomentar o interesse para novas pesquisas com esta temática..

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BREITER, Deborah and CLEMENTS, Christine J. *Hospitality Management Curricula for the 21st Century. Hospitality & Tourism Educator*, Vol. 8, number 1, 1996.

COOPER, Chris. *Educando Educadores em Turismo: manual de educação em turismo e hospitalidade*. (traduzido por Rosemary Neves de Sales Dias/et. all),São Paulo: Rocca, 2001.

FORMICA, Sandro. *European Hospitality and Tourism Education: differences with the American mod and future trends*. Department of Hospitality & Tourism Management, Virgínia Polytecnic Institute and State University, Blacksburg, USA, 1996.

FURASTÉ, Pedro Augusto. *Normas Técnicas para o Trabalho Científico, que todo mundo pode saber, inclusive você: Explicitações das Normas da ABNT*. 11. ed. Porto Alegre: s. n., 2000.

GOELDNER, Charles R. J. R. BRENT Ritchie e Robert W. MCINTOSH: (trad. Roberto Cataldo Costa) *Turismo Princípios, Práticas e Filosofias*. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. ISBN 85-7307-937-1.

GORDON, Theodore Jay. *The Delphi Method, Futures Rescarch Methodology.AC/UNU Millennium Project,United Nations University, August, 1993.*

HARRIS, Peter J. *A Development Strategy for the Hospitality Operations Management Curriculum*. International Journal of contemporary Hospitality Management Vol. 7 n. 5, p. 29-32, MCB University Press, 1995.

LEMOS, Leandro de. *Turismo: Que negócio é esse?: uma análise da economia do turismo*. São Paulo: Papirus, 1999.

LEWIS, Robert C. Hospitality Management education: Were Today Gone Tomorrow? Paper in *The Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education*, 1993.

LÜDKE, Menga e André. Marli E. D. *A Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

O'HALLORAN, R. M. *Tourism managers Profile: Implications for Tourism Education: Chrie Conference proceedings Interface* (july-24-27, 1991, p. 181-190), Houston, Texas, 1991.

O M T - Organización Mundial del Turismo. *Educando Educadores en Turismo*. Capítulos 7, 8 e 13. Madri-España, 1999.

PAVESIC, David V. *Determinants of Quality in Hospitality Undergraduate Programs*. Topic Paper, vol. 8, number 2/3, 1996.

PÉREZ, Eugeni Aguiló. *Consideraciones en Torno a los Trabajos y Investigaciones sobre Calidad en la Formación turística*. Cuadernos de Turismo n. 4, Escola de Turisme i Hotelaria. Universitat de Les Illes balears, España, 1999.

REJOWSKI, Mirian. *Turismo e pesquisa científica: Pensamento internacional x situação brasileira*. 3. ed. São Paulo: Papirus, 1999.

_____. Org. Margarita Barreto. *TURISMO: Interfaces, desafios e incertezas*. Caxias do Sul: EDUCS - Editora da Universidade de Caxias do Sul, 2001.

RUSCHMANN, Doris. *Turismo no Brasil Análise e Tendências*. São Paulo: Manole, 2002.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. *Turismo Básico*. São Paulo: SENAC-SP, 2002.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva.. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

SPSS Inc. *SPSS Professional Statistics 6.1* - Chicago, 1994.

INTERNET: Disponível em: < <http://www.guc.sst.upm.es/encuesta/derpm.htm> >. Acesso em janeiro2002.