



*Edital Chamada FUNDECT/CNPq/UEMS N° 07/2012 – PIBIC-AAF- UEMS*

## **O TURISMÓLOGO NA PROMOÇÃO DE EVENTOS E DE LAZER EM CAMPO GRANDE-MS**

Aluno: Rogerio Mendes Guilherme

Orientadora: Profa. Dra. Ednéia Albino Nunes Cerchiari

Grupo de Pesquisa: Núcleo de Pesquisa em Saúde

Maio/2012  
Campo Grande - MS

## 1. RESUMO

---

A cidade de Campo Grande, capital do estado de Mato Grosso do Sul, apresenta configuração geográfica, cultural e ambiental referencial para diversas localidades nacionais. Dentro da perspectiva paisagística e urbanística dois setores são apontados como diferenciados no contexto local e desencadeadores da promoção do turismo: o lazer e os eventos. Os dois setores são apontados como propulsores em desenvolvimento, porém, o que se percebe também é a falta da qualificação da mão de obra que requer especialização para atuar com qualidade e profissionalismo. Diante desse contexto, o presente projeto tem por objetivo analisar o perfil dos recursos humanos existentes e as formas encontradas de inserção do Turismólogo no mercado atual na promoção de eventos e de lazer em Campo Grande-MS. Para alcance do objetivo principal será realizada a caracterizar o perfil socioeconômico, estilo de vida, condições de saúde e de trabalho do profissional do mercado de lazer e eventos da capital; identificar quais alternativas de lazer e eventos a partir de experiências com diversos públicos envolvidos na cidade em diversas faixas etárias (crianças, jovens, adultos e melhor idade); e conseqüentemente apresentar projeções de mercado de trabalho para os alunos de Turismo no segmento de eventos e atividades de lazer no município de Campo Grande. A metodologia utilizada será baseada no levantamento estatístico descritivo, com a finalidade de analisar o perfil dos recursos humanos existentes e as formas encontradas de inserção do Turismólogo no mercado atual na promoção de eventos e de lazer em Campo Grande-MS. A população para esta pesquisa constituir-se-á de trabalhadores do setor turísticos, especificamente, do setor de eventos e de lazer de Campo Grande MS. A caracterização da amostra e a avaliação de alguns aspectos sociodemográficos, estilo de vida, condições de saúde e de trabalho do profissional do mercado de lazer e eventos em Campo Grande serão obtidas através do Questionário de Dados Sócios Demográficos (QDSD), já elaborados pelos pesquisadores – aluno e orientador. Acredita-se que com o resultado da pesquisa possibilitará um mapeamento da realidade do profissional de turismo, apresentando as dificuldades e oportunidades para projetar ações de inclusão social e profissional do Turismólogo, reforçando suas habilidades e competências no desenvolvimento turístico local.

## 2. INTRODUÇÃO E REVISÃO DA LITERATURA

---

Como exemplo das diversas áreas de formação, a graduação em turismo é fruto da flexibilização que regulamentam o ensino superior do país ocorrida nas últimas quatro décadas (LEAL; PADILHA, 2008).

A explosão do curso de turismo acompanhou a tendência de muitos outros cursos como administração, comércio exterior e direito por exigir pouca estrutura física de laboratório, por isso foram alvos do aumento acelerado de oferta por instituições de ensino superior no Brasil (UEMS - PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE TURISMO DA UEMS, 2011).

Os cursos de turismo no Brasil datam do início da década de 1970, impulsionados pelos acontecimentos sociopolíticos que se delineavam a partir da década anterior. O primeiro deles é o crescimento do turismo impulsionado pelo “milagre brasileiro econômico” que levou à necessidade de qualificação de mão-de-obra para o fomento do setor. Aliado a este fator, a abertura da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) em 1966, um marco na história da gestão pública brasileira que pretendia reverter à imagem negativa da ditadura brasileira no Exterior (EMBRATUR, 2012).

A tendência de inserção dos cursos superiores em turismo está diretamente associada à representação do setor na economia mundial. Para tanto, Lara (2010) mencionou que o crescimento do Brasil esta ligada a importância que o turismo tem na sociedade atual não somente no sentido econômico mais principalmente no sentido social.

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 1997) aponta duas fases que revelam o desenvolvimento da educação em turismo como um esforço acadêmico. A primeira fase refere-se à criação dos cursos vocacionais voltados ao comércio turístico, a segunda pela criação dos cursos de turismo e a terceira sobre seu desenvolvimento junto às áreas correlatas.

O início dos anos de 1900 indica a introdução de treinamentos para *chefs* e garçons, e na década de 1950 para agentes de viagens. A segunda fase é marcada pela criação dos cursos de turismo como uma forma de enriquecimento dos estudos de administração, fornecendo orientação vocacional. A terceira fase mostra o desenvolvimento do estudo do turismo dentro de disciplinas clássicas de geografia, sociologia, psicologia e linguística que forneciam especializações opcionais nessa temática (OMT, 1997).

Ainda segundo a OMT, no início dos anos de 1960 o estudo do turismo emergiu como um ramo autônomo em relação ao da hotelaria, em departamentos distintos como geografia, recreação, esportes, negócios e, inclusive, hotelaria, o

que resultou em uma oferta acadêmica variada, mas com falta de consistência em termos de qualidade e coordenação de programas ofertados. Porém, ressalta que nos países desenvolvidos os cursos de turismo não se estabilizaram antes dos anos de 1970 e 1980, devido à falta de estrutura acadêmica e institucional adequadas, e ao seu desenvolvimento não planejado.

Relacionando ao campo da Hospitalidade, Cooper; Sheperd; Westakle (2001) apontam que somente após a II Guerra Mundial, apareceram os cursos de gerenciamento em hospitalidade com o crescimento do turismo internacional, apesar da L' École Hotellerie de Lausanne (Suíça) datar de 1883.

De forma oposta aos cursos de Turismo, os de Hotelaria, por estarem relacionados ao gerenciamento, não sofreram com a falta de planejamento e apresentaram propósitos mais específicos. Como exemplo disso, em meados da década de 1950 a Grã-Bretanha já apresentava mais de cem instituições técnicas que ofereciam treinamento em hotelaria. No final da década de 1950 e no início da seguinte, surgiram movimentos em prol da padronização da prestação de serviços de hotelaria e das qualificações de recursos humanos por parte dos órgãos profissionais (COOPER, C.; SHEPERD, R.; WESTLAKE, J, 2001).

O movimento ligado ao desenvolvimento indicou duas correntes para a educação na área. A primeira apresentava baixos níveis pedagógicos com maior foco em treinamento, privilegiando professores com maior experiência no setor turístico e formando alunos com habilidades, em sua maioria práticas. Esse formato de curso representava uma provisão de mão de obra para os países que estavam se estruturando no desenvolvimento do turismo, e em geral supria as necessidades do setor. A segunda corrente estava voltada a uma melhoria no nível educacional e proporcionava ao aluno maior capacidade analítica e de avaliação (COOPER; SHEPERD; WESTAKLE, 2001).

O Bacharel em Turismo necessita 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 desafiadores.

O mercado de trabalho é bastante variado. O Bacharel em Turismo pode se inserir em um conjunto bastante diversificado de atividades, entre eles (UEMS - PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE TURISMO DA UEMS, 2011).

1 – setor privado em hotelaria e similares, agências de viagens e de turismo, companhias aéreas e demais setores de transporte, setor de congressos e eventos, exposições e feiras comerciais e industriais de caráter regional, nacional ou internacional;

2 – setores de recreação e lazer programados;

3 – marketing e venda turística;

4 – centros de informações, documentação e pesquisas turísticas, em nível municipal, estadual ou federal;

5 – órgãos oficiais de turismo, instituições de caráter misto para fomento, planejamento, pesquisa e controle de atividades turísticas.

Não importa onde o profissional vai trabalhar, ele sempre encontrará novas realidades em um mercado que se transforma rapidamente. As mudanças se referem especialmente às novas tecnologias e à importância crescente do setor terciário na economia. Todas as grandes redes de transportes terrestres, marítimos, ou aéreos, hotéis, operadoras turísticas e agências de viagens estão informatizadas. Conhecimentos de informática, aliados à necessidade de familiarização com línguas estrangeiras (especialmente o inglês, no caso do Brasil), são requisitos básicos para quem vai se aventurar no mercado e deseja ter sucesso (GO, 2001).

Diante do contexto apresentado historicamente e mercadologicamente, o campo profissional do Bacharel em Turismo deve estar atento à realidade dos locais de atuação seja na gestão pública quanto no setor privado. Dessa forma, relacionado às habilidades e competências associadas à profissão e a realidade de Campo Grande-MS, tem-se duas vertentes de análise: uma associada ao

setor de lazer e a outra no planejamento e organização de eventos, sobretudo, no que tange a gestão de recursos humanos voltados às duas áreas de análise.

Sabe-se que em Campo Grande os dois setores são apontados como propulsores em desenvolvimento ao turismo local, porém, o que se percebe também é a falta da qualificação da mão de obra que requer especialização para atuar com qualidade e profissionalismo. Para tanto o presente projeto de pesquisa tem como objetivo analisar o perfil dos recursos humanos existentes e as formas encontradas de inserção do Turismólogo no mercado atual na promoção de eventos e de lazer em Campo Grande-MS.

Campo Grande possui uma gama de serviços de apoio ao turismo, aos eventos e negócios realizados regularmente, necessários para atender ao visitante em trânsito para o destino final e seu retorno. Entre estes serviços os que mais mostram crescimento referem-se ao setor hoteleiro, de agências e transportes, ao setor de entretenimento e lazer.

Segundo informações obtidas pelo Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal de Campo Grande – SEDESC (2010), a capital conta com: 44 Agências de Viagens e Turismo; 62 empresas de alimentos e bebidas; 66 atrativos urbanos; 03 Casas de Câmbio; 71 agências bancárias; 09 companhias aéreas; 04 consulados; 75 hotéis e pousadas; 41 locadoras de veículos; 88 propriedades rurais com atividades de lazer e entretenimento; 01 Aeroporto Internacional; 01 rodoviária inaugurada no dia 07 de outubro de 2009; 07 Postos de Informações Turísticas; 01 Centro de Convenções; além de grande número de empreendimentos no setor de serviços de apoio ao turismo.

Sabe-se também que a cidade é consolidada como município voltado ao segmento de eventos principalmente na área de negócios. Tem a preocupação e necessidade de atender esse público específico com mão de obra qualificada. Além disso, pelo fato de ser capital do estado de MS, onde está instalado todo o poder público e suas discussões para desenvolvimento do turismo e outras áreas, a vertente de Políticas Públicas e Empreendedorismo vêm ao encontro das solicitações que o estado precisa, com a preocupação de atender uma demanda necessitada de conhecimento e qualificação nas diversas áreas do turismo e com a “nova” vocação do município e do estado.

Dessa forma, a realização dessa pesquisa é primordial no sentido em base de dados verídicos apontar quantos profissionais qualificados na área de turismo, sobretudo na área de lazer e eventos estão inseridos no mercado de trabalho em Campo Grande, a fim de se ter uma posição clara de como esta sendo desenvolvido o turismo na capital sul-matogrossense.

### **3. OBJETIVOS**

---

#### **3.1. Objetivo Geral**

A analisar o perfil dos recursos humanos existentes e as formas encontradas de inserção do Turismólogo no mercado atual na promoção de eventos e de lazer em Campo Grande-MS.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

- Caracterizar o perfil socioeconômico, estilo de vida, condições de saúde e de trabalho do profissional do mercado de lazer e eventos em Campo Grande.
- Identificar quais alternativas de lazer e eventos a partir de experiências com diversos públicos envolvidos na cidade de Campo Grande em diversas faixas etárias (crianças, jovens, adultos e melhor idade);
- Apresentar projeções de mercado de trabalho para os alunos de Turismo no segmento de eventos e atividades de lazer no município de Campo Grande.

### **4. METODOLOGIA**

---

Será utilizado um levantamento estatístico descritivo, com a finalidade de analisar o perfil dos recursos humanos existentes e as formas encontradas de inserção do Turismólogo no mercado atual na promoção de eventos e de lazer em Campo Grande-MS.

A população para esta pesquisa constituir-se-á de trabalhadores do setor

turísticos, especificamente, do setor de eventos e de lazer de Campo Grande MS.

A caracterização da amostra e a avaliação de alguns aspectos sócio-demográficos, estilo de vida, condições de saúde e de trabalho do profissional do mercado de lazer e eventos em Campo Grande serão obtidas através do Questionário de Dados Sócio Demográficos (QDSD), já elaborados pelos pesquisadores – aluno e orientador.

### Princípios Éticos

Por se tratar de pesquisa com seres humanos a mesma deverá ser submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS).

### 5. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

Etapas	2012					2013						
	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J
Revisão bibliográfica	X	X										
Coleta de dados			X	X								
Revisão da Literatura e Tabulação dos dados					X	X						
Revisão da Literatura, Análise/tratamento dos dados brutos e Elaboração do Relatório Parcial.							X	X	X			
Apresentação dos resultados à Comunidade Acadêmica e à Usina.										X	X	X
Apresentação do relatório final à PROPP												X

## 6. RESULTADOS ESPERADOS

---

Embora Campo Grande esteja distante geograficamente dos grandes centros urbanos, a cidade ocupa posição estratégica por sua infraestrutura urbana, por sua hegemonia econômica, política, cultural e social. Considerada como o principal portão de entrada para os principais destinos turísticos do estado: Pantanal Sul e Serra da Bodoquena. Campo Grande também se expressa pelo seu próprio traçado urbanístico, notabilizado pela amplitude de suas avenidas e ruas, parques, jardins, que somados aos seus valores culturais e históricos, transformam-se em oferta turística de grande expressão, motivo pelo qual seu *trade turístico* se amplia e se diversifica cada vez mais.

Sabe-se que o mercado de trabalho atual da capital vem sendo ocupado por profissionais das mais diversas áreas de conhecimento o que dificulta de forma indireta as necessidades requeridas pelo setor específico de turismo. Como já apresentado, o segmento de lazer e eventos são elementares para composição do turismo local, porém não foram identificadas políticas públicas e privadas de inclusão do Turismólogo de forma eficaz, capaz de desencadear e estimular que os egressos do Curso atuem em sua área de formação acadêmica. O que se percebe em Campo Grande é que muitos Turismólogos estão atuando em áreas totalmente diferentes de suas habilidades e competências específicas pela falta de incentivo público e privado, principalmente no que tange aos planos de cargos e salários propostos.

Portanto, a cidade Campo Grande se apresenta como um local promissor para o profissional habilitado em planejar e gerenciar com responsabilidade os empreendimentos turísticos, além de gerir a organização e estrutura turística objetivo do curso de Turismo em Empreendedorismo da Unidade de Campo Grande MS desde que haja incentivos diretos de inclusão social e profissional dos Bacharéis em Turismo. Dessa forma, o presente projeto de pesquisa terá como meta levantar a situação do mercado de trabalho nos segmentos de lazer e eventos de forma a mapear a realidade local bem como apresentar proposições para um novo dimensionamento profissional na área de turismo.

## 7. PROJETO DE PESQUISA APROVADO PELA PROPP/UEMS

---

PROJETO DE PESQUISA - SEM Solicitações de Recursos Financeiros à UEMS - coordenado pelo Professor Dr. Djanires Lageano de Jesus. A Professora Ednéia Albino Nunes Cerchiari, participa como docente **colaboradora** disponibilizando 10 horas semanais de atividade ao Projeto - intitulado “ANÁLISE E AVALIAÇÃO DO TURISMO DE EVENTOS E DE LAZER EM CAMPO GRANDE-MS: DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO E CULTURAL LOCAL”, após ser submetido para análise de um consultor, foi APROVADO para execução segundo as normas do Programa de Pesquisa da UEMS e encontra-se cadastrado na Divisão de Pesquisa/ PROPP sob o Cadastro de nº 06.1359 12/DP, cujo PERÍODO DE EXECUÇÃO previsto tem o início em abril de 2012 e finalização em abril de 2014.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

COOPER, C.; SHEPERD, R.; WESTLAKE, J. *Educando os educadores em Turismo: manual de educação em Turismo e Hospitalidade*. São Paulo: Rocca, 2001.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. *Dados e fatos*. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html>. Acesso em 01 de maio de 2012, às 11h34min.

GO, F. *A globalização e os problemas educacionais do turismo emergente*. In: THEOBALD, W. F. (Org.). *Turismo global*. Trad. Ana M. Capovilla, Maria C, Guimarães e João R. B. Penteado. São Paulo: SENAC, 2001.

LARA, L F. *O ensino da administração nos cursos de turismo no Brasil e a formação do turismólogo*. Balneário Camboriú- SC: Turismo: Visão e Ação. v.12, n.3, p. 277 – 298, set-dez-2010.

LEAL, S.; PADILHA, M. A. *O Brasil e a América Latina*. In AIREY, D; TRIBE, J. *Educação Internacional em Turismo*. Senac: São Paulo, 2008.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - OMT. *Introducción a TEDQUAL: uma metodologia para la calidad en educación y formación turísticas*. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1997.

UEMS. *Projeto Pedagógico do Curso de Turismo de Campo Grande da UEMS*. UEMS: Campo Grande, 2011.