

Perfil e atuação profissional dos egressos do curso de bacharelado em turismo da Universidade Federal de Minas Gerais

DOI: 10.2436/20.8070.01.198

Maria das Graças dos Santos

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil.

Discente do curso de Turismo da Universidade Federal de Minas Gerais

E-mail: mgsc2008@hotmail.com

Danielle Fernandes Costa Machado

Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.

Docente do curso de Turismo da Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil.

E-mail: daniellefernandes@geo.igc.ufmg.br

Mirna de Lima Medeiros

Doutora em Ciências pela Universidade de São Paulo, Brasil.

Docente do curso de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil.

E-mail: mirnadelimamedeiros@gmail.com

Resumo

O setor de turismo expandiu-se e, ao mesmo tempo, tornou-se mais competitivo, demandando profissionais qualificados. Para que isso se concretize é necessário um conjunto de ensino, pesquisa e extensão que seja pautado na análise crítica da realidade interna e externa à instituição. O presente estudo teve como objetivo verificar a inserção dos egressos do curso de bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Minas Gerais no mercado de trabalho. Esse tipo de análise pode ser útil para propor ou repensar projetos político-pedagógicos de cursos com base em dados recentes, bem como pode amparar o mercado, no que tange a formação de seus profissionais. Para o alcance do objetivo, optamos pela realização de uma pesquisa quantitativa disponibilizada *on line* utilizando a ferramenta *forms* do *Google*. Obtivemos uma amostra probabilística de 166 questionários válidos por meio dos quais apresenta-se um perfil básico, passando-se para a análise da percepção dos egressos sobre o curso de graduação e sua situação profissional após a colação de grau. De maneira geral, concluiu-se que os egressos amostrados apresentaram uma boa inserção profissional na área de formação, destacando-se empregos tanto em cargos operacionais quanto de chefia (supervisão e gerência). Apesar da remuneração profissional não ser muito alta (maioria dos entrevistados possuem renda pessoal variando entre três a seis salários

mínimos), de modo geral, os egressos mostraram-se satisfeitos ou muito satisfeitos com a atividade profissional exercida.

Palavras-Chave: Turismo. Egressos. Empregabilidade. Mercado de trabalho.

1 INTRODUÇÃO

O setor de turismo desenvolveu-se e expandiu-se e, conseqüentemente, tornou-se também mais competitivo, demandando pessoas capacitadas profissionalmente (MENEZES; CAVALCANTI, 2019, p.20). O turismólogo, profissional formado no curso superior em Turismo ou em Hotelaria, pode atuar em diversas áreas do setor. Segundo a Lei nº 12.591, de 18 de janeiro de 2012, que reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício, as atividades a serem exercidas pelo turismólogo compreendem um conjunto amplo de atividades, incluindo planejamento, organização, direção e gestão de instituições e estabelecimentos ligados ao turismo, entre outras atividades (BRASIL, 2012). Por outro lado, o cenário atual é marcado por mudanças constantes que podem demandar adaptações nessas atividades e ajustes nas propostas formativas.

Segundo a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - LDBN (BRASIL, 1996), a educação superior tem entre os seus princípios: "formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para inserção em setores profissionais e para participação no desenvolvimento da sociedade brasileira" (BRASIL, 1996, art. 43, inciso II). Então, para que esses ajustes entre Academia e Mercado sejam possíveis, o acompanhamento dos profissionais formados mostra-se premente. Ademais, entende-se que cabe também acompanhá-los e avaliá-los após sua formação para dar respostas à sociedade (LOUSADA; MARTINS, 2005).

Com relação aos indivíduos, "o diploma representa o corte do cordão umbilical entre a universidade e o egresso" (COELHO, 2008, p.110). Nesse sentido, na maioria das vezes, a formatura acaba representando uma ruptura na relação entre as instituições de ensino superior (IES) e os seus ex-alunos. Contudo, considerar o graduado como produto final e acabado seria abrir uma lacuna entre todos os saberes ministrados durante a graduação e sua efetivação na atuação destes profissionais em sua rotina de trabalho.

Com base nessa discussão, a presente pesquisa pretende lançar luz sobre o tema, buscando investigar o percurso profissional dos egressos do curso de Turismo da UFMG. A pergunta norteadora da pesquisa foi: Qual o perfil socioeconômico dos egressos do curso de Turismo da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e sua inserção e atuação no mercado de trabalho em Turismo?

Para delimitar o objeto de estudo, entende-se aqui o egresso como a pessoa que efetivamente concluiu os estudos, recebeu o diploma e está apto a ingressar no mercado de trabalho. Quanto aos objetivos específicos, enumeram-se seis: a) Identificar o perfil socioeconômico dos egressos do curso de turismo da UFMG; b) Investigar o percurso e a inserção profissional dos estudantes após a conclusão do curso de Turismo na UFMG; c) Verificar se a atuação profissional almejada foi alcançada pelos egressos; d) Reconhecer a percepção geral dos egressos em relação à formação teórica e prática oferecida pelo curso de Turismo da UFMG; e) Averiguar o grau de satisfação dos egressos com atividades laborais por eles exercidas; e, por fim, f) Comparar os dados obtidos sobre o perfil socioeconômico e o percurso profissional dos egressos do curso

de Turismo da UFMG com os dados da pesquisa nacional realizada com egressos de Turismo provenientes de diferentes instituições de ensino superior (IES) brasileiras.

A UFMG é considerada a mais antiga universidade do estado de Minas Gerais (Brasil). Foi criada em 7 de setembro de 1927 com o nome Universidade de Minas Gerais (UFMG), instituição privada e subsidiada pelo Estado. Em 1949, foi federalizada adotando o nome Universidade Federal de Minas Gerais. A partir de 1965, por determinação do Governo Federal, a instituição passou a ser pessoa jurídica de direito público, de ensino gratuito, mantida pela União, dotada de autonomia didático-científica, administrativa, disciplinar e de gestão financeira e patrimonial (UFMG, S/d). A escolha do curso de Turismo da UFMG como estudo de caso para essa pesquisa se deu em virtude da sua tradição e qualidade comprovada no ensino. A UFMG foi considerada a quinta melhor instituição de ensino superior na América Latina e a 601^a melhor do mundo, segundo o ranking do *Times Higher Education* (THE, 2020).

Especificamente, o curso de turismo da UFMG teve sua primeira turma em 2002, tendo passado por diferentes avaliações externas referentes à qualidade do ensino e ao rendimento dos alunos em relação aos conteúdos programáticos, suas habilidades e competências. Dentre essas avaliações, o Enade (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes) destaca-se como um dos principais instrumentos de avaliação nacional dos cursos de graduação do país. O Enade é realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), autarquia vinculada ao Ministério da Educação (MEC). O conceito Enade leva em consideração o desempenho dos alunos do curso na avaliação de conhecimento do Enade. O curso de Turismo da UFMG participou de cinco edições do Enade que foram realizadas nos anos de 2006, 2009, 2012, 2015 e 2018, obtendo o conceito máximo (nota 5) no Enade em quase todos os ciclos avaliativos, com exceção do ano de 2012 que obteve conceito 4. Ademais, os relatórios de avaliações do Enade revelam que a média das notas dos estudantes do curso de Turismo da UFMG nos componentes gerais e específicos são superiores à média nacional em todos os anos em que foram realizadas as avaliações. No último ciclo avaliativo, realizado em 2018, apenas 9 das 99 instituições com curso superior em Turismo obtiveram o conceito máximo no Enade, destacando-se o curso da UFMG.

Juntamente com a avaliação de desempenho dos estudantes em provas como o Enade, o acompanhamento profissional dos egressos constitui-se também como uma rica fonte de informações que, instrumentalizadas, podem fornecer subsídios para análises e revisões nos currículos e nas abordagens dos cursos superiores. O projeto político-pedagógico de um curso (qualquer que seja) terá que fazer opções, definir intencionalidades e perfis profissionais, decidir sobre os focos do currículo, analisar condições reais e objetivas de trabalho, otimizar recursos, entre outras questões, com vistas a alcançar os objetivos propostos. A sua concepção tem estreita relação com a avaliação (em suas dimensões qualitativas e quantitativas), entre processo e produto e entre instituído (lei, norma, regra) e instituinte (comunidade acadêmica) (VEIGA, 2004). Nesse sentido, perceber a realidade do egresso pode ser considerada uma das questões fundamentais.

O acompanhamento da trajetória profissional dos egressos dos cursos de graduação é também recomendado legalmente. Encontra-se essa indicação na LDBN (BRASIL, 1996). Na Lei 10.861, de 14/04/2004, que instituiu o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior, o acompanhamento de estudantes e egresso é ressaltado no documento. Nesse mesmo sentido, a Portaria 300 do Ministério da Educação, de 2006, reafirmou esta instrução ao aprovar o acompanhamento de egressos como um dos índices de avaliações das instituições de ensino.

Com vistas a contribuir nesse debate, o presente estudo contempla uma breve discussão com relação à empregabilidade e ao ensino superior em turismo. Em seguida, são detalhados os aspectos metodológicos e os seus resultados junto à descrição da instituição (UFMG). Por fim, são realizadas algumas considerações e listadas as referências utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Conforme mencionado por Pena (2005) existem ao menos quatro categorias de egressos no âmbito educacional e para cada uma delas é possível realizar avaliações:

- a) Egressos que concluíram todas as disciplinas do currículo de um curso e já colaram grau, sendo, portanto, portadores de diplomas oficializados pela Instituição, em que o acompanhamento dos egressos deve analisar sua situação política e social, bem como o seu desempenho profissional no mercado de trabalho.
- b) Egressos que se transferiram para outras escolas, a respeito dos quais, precisa avaliar os principais motivos que os levaram a cancelar oficialmente sua matrícula, e a se transferir para outros cursos por vontade própria ou ex-officio.
- c) Egressos que desistiram dos seus cursos, abandonando a Instituição, principalmente os excluídos por não-atendimento a normas e regimentos, contexto em que o acompanhamento deve procurar inferir as razões da desistência.
- d) Egressos que ultrapassaram os limites de tempo para a integralização de créditos, do seu curso e, por isso, considerando-se os aspectos legais, podem ser jubilados pela Instituição. Situação em que, por um lado, se devem realizar levantamentos sobre a questão do jubramento, e, por outro, buscar inferir as razões da retenção prolongada desses alunos e construir formas para corrigir as distorções detectadas. (PENA, 2000, p. 5).

Focaliza-se no presente estudo, o egresso que efetivamente concluiu os estudos, recebeu o diploma e está apto a ingressar no mercado de trabalho. Assim, a discussão que segue encontra-se dentro dessa delimitação. Aponta-se, contudo, oportunidades de outros estudos com as outras categorias de egressos já que, em 2017, foram oferecidas mais de 10 milhões de vagas de graduação no sistema educacional brasileiro e pouco mais de 1 milhão concluíram a graduação segundo o Censo Educação Superior (INEP, 2017). Nota-se uma grande distância entre os dois dados e entende-se que existe uma dificuldade em se finalizar a graduação, seja por motivos pessoais, estruturais ou econômicos que são passíveis de investigação.

O curso superior em Turismo, em particular, apresenta elevados índices de não absorção dos profissionais pelo mercado de trabalho; elevados índices de desistência, trancamento, reopção e obtenção de novo título; bem como sofre da falta de uma visão clara por parte dos ingressantes e egressos sobre a profissão e o perfil profissional que a mesma requer (PIMENTEL, 2013 apud PIMENTEL; CARVALHO; PAULA, 2016). Os indivíduos que conseguem finalizar a graduação são cheios de expectativas e sonhos quanto ao seu futuro profissional. Contudo, a sua inserção no mercado de trabalho é uma responsabilidade compartilhada com a instituição de ensino do qual ele é egresso.

A empregabilidade necessita e obriga uma responsabilidade partilhada pelo indivíduo, pelos poderes públicos, pelas organizações empregadoras, pelas estruturas educativas e pelos parceiros sociais. Responsabilidade partilhada que necessita e obriga, também, a uma outra geração de políticas educativas e de emprego impulsionadas por um outro papel do Estado. (BETTENCOURT, 2012, p. 33)

Segundo Frago, Valadas e Paulos (2019) alguns teóricos responsabilizam ao indivíduo por sua empregabilidade. Nessa concepção, as qualificações e competências individuais são centrais e podem garantir a inserção e manutenção do sujeito no mercado de trabalho. Esse pensamento permeia também muitos discursos de acadêmicos, professores e gestores. Encontrou-se, em análise de discurso dos professores de um Departamento de Turismo de uma IES mineira realizado por Pimentel, Carvalho e Paula (2016), ênfase na responsabilização dos próprios alunos pelo êxito ou não em termos de sua empregabilidade. Fato esse também encontrado no estudo de Frago, Valadas e Paulos (2019) no contexto europeu.

Contudo, essa vertente é contestável, já que “um indivíduo pode ter condições individuais para ser empregável, mas, ainda assim, o mercado não lhe apresentar oportunidades para ser bem-sucedido” (FRAGOSO; VALADAS; PAULOS, 2019, p.5). É nessa lógica que os autores ponderam que a empregabilidade deve ser compreendida em uma perspectiva ampla, sendo de responsabilidade partilhada entre indivíduos, empregadores, IES, políticas, governos, dinâmicas familiares e educação não-superior. A responsabilidade das instituições de ensino superior na promoção da empregabilidade estaria em articular-se com empregadores e fornecer arcabouço tanto teórico-crítico quanto técnico-instrumental a partir de um debate “sério, alargado e democrático” que defina em que níveis deve atuar para esse fim.

A Universidade é tacitamente encarregada pela adequação do ensino a um novo contexto que se estabelece no âmbito do turismo decorrentes das mudanças contínuas e das características de uma sociedade global (PIMENTEL; CARVALHO; PAULA, 2016). Cabe às Instituições de Ensino Superior (IES), segundo Lousada e Martins (2005), realizar uma análise sistemática do mercado de trabalho com vistas a gerar um fluxo contínuo de troca de informação que favoreça a formação profissional dos estudantes. Essa troca serviria não para uma submissão da IES às exigências do mercado, mas sim “para que ambos os lados cheguem a um padrão satisfatório de exigência e qualidade dos novos profissionais” (LOUSADA; MARTINS, 2005, p. 77). O acompanhamento da trajetória dos egressos no mercado de trabalho pode indicar a evolução e novas possibilidades que o mercado oferta aos bacharéis em turismo e essa informação, a sua vez, pode ser repassada aos acadêmicos motivando-os e auxiliando em sua busca por postos de trabalho (GOVEIA et al., 2014).

Apesar do profissional do turismo ter um amplo leque de opções de trabalho devido à macroestrutura que envolve o fenômeno do turismo, o mercado de trabalho, sistematicamente, nega oportunidades a este profissional de desenvolver seu empreendedorismo, iniciativa e a possibilidade de atuação responsável, a níveis mais elevados. Segundo Farias (2006), os estudantes de Turismo têm, muitas vezes, a base teórica, mas não tem a oportunidade de complementar na prática sua experiência, principalmente nas áreas de administração, gestão e planejamento, uma vez que a maior parte dos estágios está direcionada à área operacional, evidenciando-se uma carência na oferta em estágios que possam agregar valor à formação do estudante de turismo. Estudos um pouco mais recentes (GOVEIA et al., 2014; MEDAGLIA; SILVEIRA,

2010) ao mesmo tempo que apontam a existência de mais estágios e sua importância como meio de ingresso no mercado de trabalho, pontuam que os salários iniciais do setor tendem a ser baixos conjugados com horários de trabalho diferentes do “comercial” que podem desestimular a atuação na área. O tempo de serviço e complementação à formação com outros cursos e continuidade dos estudos podem impactar positivamente nos salários dos egressos (MEDAGLIA; SILVEIRA, 2010).

Assim, o trinômio egressos, Universidade e Mercado de trabalho se mostram intimamente ligados e forjam o que se espera de um cidadão com conhecimentos e competências exigidos e esperados pela sociedade.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Inicialmente, realizou-se pesquisa bibliográfica e documental com vistas a fundamentar o estudo e a construção do instrumento de coleta de dados. Em seguida, para analisar o perfil dos egressos do curso de Turismo da UFMG e sua inserção no mercado de trabalho, foi realizada uma pesquisa de cunho quantitativo com ex-alunos do curso. A coleta de dados foi realizada por meio de um formulário *online* desenvolvido a partir do *Google Forms*. O questionário ficou disponível para preenchimento dos egressos dos dias 22 de abril a 21 de maio de 2019.

O instrumento de coleta de dados e as escalas utilizadas no presente estudo foram adaptados dos Relatórios do Enade - Turismo 2012 e 2015, e também da pesquisa nacional com egressos de Turismo realizada pelo Grupo TEEM da Universidade Federal do Paraná. O questionário abordou os seguintes aspectos: 1) Perfil socioeconômico dos egressos; 2) nível de satisfação com o curso de turismo da UFMG, 3) qualificação profissional após a graduação; 4) situação profissional dos egressos e sua conexão com a UFMG após a graduação. O pré-teste do instrumento foi realizado com três egressos e passou pela avaliação de especialistas da área. O tempo estimado para preenchimento do questionário foi de aproximadamente 10 minutos.

Tomando-se por base o número de formandos fornecidos pelo Departamento de Registro e Controle Acadêmico (DRCA), considerou-se que a população deste estudo é formada por 500 egressos. Com o intuito de se obter uma amostra representativa da população, o cálculo amostral apontou a necessidade de o questionário ser respondido por 166 egressos. Esse número foi calculado com base em uma população de distribuição homogênea de 500 indivíduos, considerando-se uma margem de erro de 5% e nível de confiança de 95%. Foi enviado o *link* do questionário e uma pequena explicação sobre o objetivo da pesquisa para todos os contatos de egressos obtidos. No total, foram enviadas 144 mensagens pela ferramenta Messenger do *Facebook*, 92 e-mails diretos e 25 e-mails através da plataforma do currículo *Lattes*, além de postagens semanais no perfil pessoal e dos grupos da UFMG no *Facebook*. O tamanho total da amostra coletada para este estudo foi de 180 questionários respondidos, sendo 166 considerados válidos. Os resultados foram analisados a partir de estatísticas descritivas.

4 RESULTADOS

4.1 O Curso de Turismo da UFMG

A Universidade Federal de Minas Gerais tem por objetivos precípuos, segundo o seu Estatuto, “a geração, o desenvolvimento, a transmissão e a aplicação de conhecimentos por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, compreendidos de forma

indissociada entre si e integrados na educação do cidadão, na formação técnico-profissional, na difusão da cultura e na criação filosófica, artística e tecnológica” (UFMG, 1999, artigo 5º). Ainda segundo o documento, a Universidade inspira-se nos ideais de liberdade e de solidariedade humana e constitui-se como veículo de desenvolvimento regional, nacional e internacional.

O curso de Turismo da UFMG ofertou sua primeira turma em 2002. O curso tem duração de quatro anos e, em sua maior parte, é lecionado no Instituto de Geociências (IGC). São ofertadas 60 vagas por ano, 30 por semestre. De acordo com a página do IGC no site da UFMG, o curso tem como objetivo:

A formação de profissionais aptos a lidar, de maneira competente e ética, com o planejamento, organização e gestão de atividades e/ou empreendimento relacionados ao fenômeno “turismo”, cujos resultados positivos do ponto de vista econômico podem ser acompanhados de sérios impactos negativos do ponto de vista sociocultural. (UFMG;IGC, 2019)

O corpo docente do curso de turismo da UFMG conta com doutores, mestres e pesquisadores em várias áreas de conhecimento, o que é fator facilitador à multidisciplinaridade que o curso demanda.

De acordo com dados do relatório emitido pela Pró-reitoria de Graduação em 2018, no período entre 2007/1 a 2017/2, ingressaram 703 estudantes no curso de turismo da UFMG. No entanto, 257 destes discentes se desligaram do curso (abandono, reopção, entre outros motivos), representando uma taxa de evasão de 36,5%. Apesar do Turismo estar acima da média geral de evasão da instituição, que é de 22,5%, o curso não está incluído na lista dos cursos com maior taxa evasão acadêmica da instituição.

4.2 Perfil e Atuação Profissional dos Egressos do Curso de Turismo da UFMG

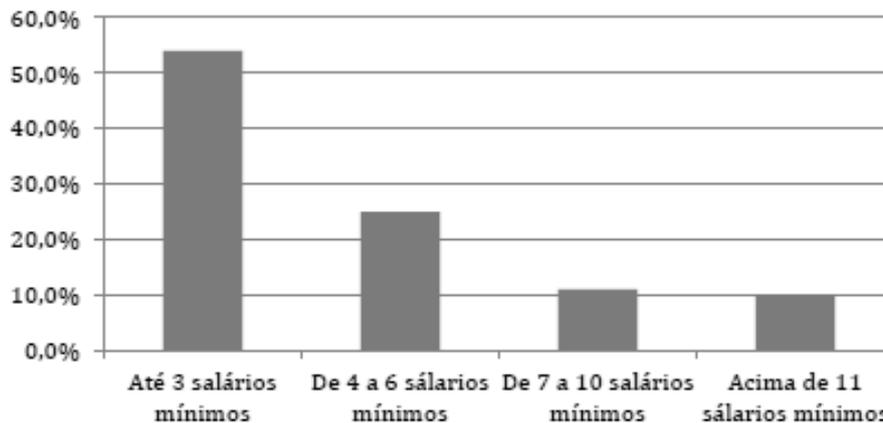
Com relação ao perfil dos egressos, nota-se que a amostra foi preponderantemente feminina (75,8%), com idade entre 26 e 36 anos (71%). Após a graduação, o local de residência da maioria dos egressos entrevistados (62%) permaneceu na cidade de Belo Horizonte (cidade sede do curso de Turismo da UFMG) ou na região metropolitana. 13% dos entrevistados disseram residir em outras cidades mineiras, 13% em outros estados e um percentual de 12% dos egressos residem no exterior.

A renda pessoal informada da maior parte da amostra foi de até 3 salários mínimos (54,1%); de 4 a 6 salários mínimos foi de 24,8%; de 7 a 10 salários mínimos (10,8%) e acima de 11 salários mínimos foi de 10,1%, conforme o gráfico 1 a seguir. O volume maior de salários preponderantemente na faixa inferior coincide com os resultados apontados por Goveia et al. (2014) e Medaglia e Silveira (2010) com relação aos salários iniciais de egressos do curso de Turismo.

Após a conclusão do curso (período de tempo de seis meses a um ano após a formatura), observou-se que quase metade (47%) dos entrevistados passou a exercer atividades na área de turismo, indicando que o mercado tem absorvido parte do contingente de profissionais recém-formados. Esse percentual é parecido ao de 43,5% de egressos da UNICENTRO que atuam na área (GOVEIA et al., 2014), mas pode ser considerado um resultado melhor já que na pesquisa realizada com os graduados de Irati-PR esse percentual não se refere apenas ao momento imediatamente após a

graduação. Já outra pesquisa realizada com egressos de cursos de Turismo (públicos e privados) de Curitiba-PR (MEDAGLIA; SILVEIRA, 2010) encontrou um resultado de 62% atuando na área de turismo logo após a conclusão do curso. Sendo que 43% continuou a trabalhar onde já trabalhava (na área) antes de graduar-se, sendo assim o mercado de estágios mostrou-se como possibilidade de abertura do mercado.

Gráfico 01 - Renda pessoal mensal



Fonte: Elaboração própria, 2019.

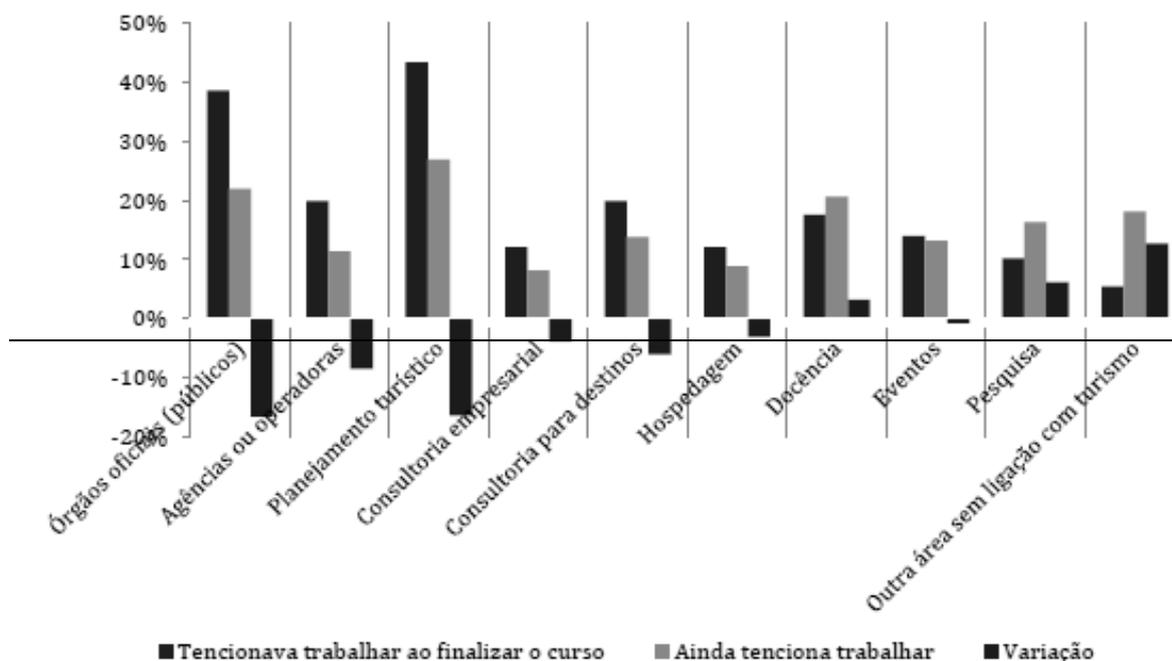
Com relação aos demais egressos, 22% continuou ou começou a trabalhar em outras áreas, 7% foi para o exterior e o índice de desemprego encontrado (14%) nos 6 primeiros meses após a graduação em turismo na UFMG foi também significativo, fato que merece uma análise mais profunda para detectar os motivos destes desempregos. Observa-se ainda que 10% dos entrevistados optaram por dar continuidade aos estudos, ao invés de buscar emprego imediatamente após a formatura (alguns desses puderam se manter com bolsas de mestrado, por exemplo).

A continuidade dos estudos denota um diferencial no mercado de trabalho que busca profissionais mais qualificados e com múltiplas habilidades. Conforme apontado por Medaglia e Silveira (2010), esse fato pode impactar na obtenção de melhores salários. Os egressos demonstraram ter consciência deste fato, pois a maioria optou pela continuidade dos estudos e pela busca de qualificação/especialização profissional após a graduação. Dos 136 respondentes, 98% afirmaram que continuaram os estudos após o bacharelado. Destacam-se os cursos de: pós-graduação *lato sensu* (24%), idiomas (19%) e outra graduação (18%).

No que tange a situação profissional dos egressos, verificou-se que a maioria dos respondentes (64%) exerce atividades diretamente ligadas ao turismo, enquanto 25% dos bacharéis em turismo está atuando em outras áreas sem ligação com o Turismo e 11% não está trabalhando. Agências, operadoras de viagem e meios de hospedagem empregam 24% dos respondentes. Os órgãos públicos e/ou oficiais são responsáveis pela empregabilidade de 11% dos entrevistados, enquanto outras áreas ligadas ao Turismo respondem a 29% do empregos.

Observou-se que as expectativas de inserção no mercado variam ao longo do tempo. Antes e depois de formados, encontrou-se uma sensível diferença entre os respondentes. No gráfico 02 adiante, pode-se comparar a diferença entre a intenção dos egressos em trabalhar em áreas específicas antes e depois de se formarem, sendo que as áreas com maior variação negativa foram planejamento turístico e órgãos oficiais.

Gráfico 02 - Variação nas intenções de atuar em áreas profissionais



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Apesar da inserção no mercado de trabalho em turismo, o fato de estar atuando no setor, não necessariamente significa que o egresso está na ocupação almejada. Contrapondo intenção e ocupação, pode-se perceber que quase metade dos entrevistados (43,4%) pretendia trabalhar em planejamento turístico ou com políticas públicas. Apesar disso, a taxa de egressos empregados nessas áreas é relativamente baixa (2,4% e 7,8% respectivamente). Esse fato pode causar descontentamento por parte dos egressos, assim como outros fatores.

Para avaliar a percepção dos egressos em relação ao curso, foram expostos os seguintes quesitos: opinião sobre a distribuição de disciplinas e adequação de conteúdo, qualidade dos estágios curriculares, satisfação quanto a formação prática e teórica e duração do curso. Com o uso do programa SPSS, foi possível apresentar os dados e seus cálculos de média, mediana e moda dos itens avaliados. A escala utilizada para avaliação do grau de satisfação dos egressos acerca de questões específicas do curso de Turismo da UFMG foi uma escala do tipo *Likert*, variando de 1 (totalmente insatisfeito) a 10 (totalmente satisfeito).

Sobre a percepção do curso (tabela 1), as piores avaliações foram: adequação dos conteúdos e programas para a formação profissional (média = 5,98 e mediana = 6) e formação prática (média = 5,98 e mediana = 6). Já os melhores itens avaliados foram: formação teórica (média = 7,77 e mediana = 8) e duração do curso (média = 8,22 e mediana = 8).

Destaca-se que a formação teórica foi um dos itens mais bem avaliados, sendo que 91,5% dos respondentes afirmaram estar satisfeitos ou completamente satisfeitos com a formação teórica fornecida pela instituição. A percepção altamente positiva deste item vai ao encontro do bom desempenho obtido pelos estudantes do curso de Turismo da UFMG nas avaliações dos componentes gerais e específicos do Enade.

Tabela 1 - Grau de satisfação dos egressos com o curso de Turismo da UFMG

	Equilíbrio na distribuição das disciplinas de formação geral e de formação específica	Adequação dos conteúdos e programas para a formação profissional	Qualidade dos estágios curriculares realizados para a formação profissional	Formação prática	Formação teórica	Duração do curso realizado
N Valid	166	165	166	165	166	166
Missing	14	15	14	15	14	14
Mean	6,55	5,95	6,39	5,98	7,77	8,22
Median	7,00	6,00	7,00	6,00	8,00	8,00
Mode	7	7*	7	7	8	10
Std. Deviation	1,690	2,009	2,358	2,340	1,684	1,720
Minimum	2	1	1	1	1	1
Maximum	10	10	10	10	10	10

Fonte: Elaboração própria, 2019.

No que concerne ao grau de satisfação com a atividade profissional exercida, os dados demonstram que 75,2% dos egressos estão satisfeitos e/ou completamente satisfeitos com sua vida profissional. Sabendo-se que somente 25% desta amostra afirmou trabalhar em áreas não ligadas ao turismo, pode-se considerar que os profissionais se encontram satisfeitos com sua vida profissional no mercado de trabalho em turismo. Ademais, 61,6% dos respondentes acreditam que “ser um egresso do curso de turismo da UFMG facilitou ou impulsionou sua inserção em alguma seleção ou efetivação de emprego”. Dessa forma, consideram que a reputação do curso auxiliou e/ou facilitou sua inserção no mercado de trabalho.

Por fim, a seção de fechamento do questionário refere-se à manutenção de vínculos entre os egressos e a instituição de ensino. Com relação a convites recebidos pelos egressos após a formatura para participar de eventos ou cursos na UFMG, 46 egressos afirmaram que receberam convites, a maioria para participar da Semana do Turismo; 59 afirmaram nunca ter recebido convite para participar de eventos e/ou palestras e 61 optaram por não responder esta questão. Com relação ao conhecimento do programa “Sempre UFMG” (uma das ferramentas da instituição para fomentar esta comunicação com os egressos de todos os cursos), 68,1% admitiram não ter conhecimento do programa. Diante dos resultados negativos com relação a manutenção de elos de comunicação com o curso e instituição, aponta-se a necessidade de uma maior exposição do programa “Sempre UFMG” e de criação de novos canais de comunicação e ações que visem fortalecer esse vínculo após formatura.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo objetivou analisar a inserção dos egressos do curso de bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Minas Gerais no mercado de trabalho em Turismo. Esse objetivo foi alcançado por meio de uma pesquisa de natureza quantitativa aplicada online aos egressos do curso.

Os dados da pesquisa revelaram que a maior parte dos egressos formados pela UFMG conseguiu inserção profissional na área de turismo, destacando-se empregos em cargos operacionais e de chefia (supervisão e gerência). Observou-se uma alta expectativa/ intenção dos egressos em trabalhar na área de planejamento e gestão pública antes da formatura, porém essas áreas não se despontam como sendo aquelas mais relevantes na contratação da mão-de-obra da amostra estudada. Salienta-se que essa expectativa inicial pode estar associada ao foco pedagógico do curso de Turismo da UFMG que se direciona à área do planejamento turístico territorial. Talvez, isso

explique o fato de que a formação prática e profissional foram os itens que obtiveram as piores avaliações, de acordo com os egressos amostrados.

Concluiu-se que os amostrados apresentaram boa inserção profissional na área de turismo. Apesar da remuneração profissional não ser alta (quase 80% dos profissionais amostrados possuem renda salarial pessoal variando entre 3 a 6 salários mínimos), 75,2% dos egressos mostraram-se satisfeitos ou muito satisfeitos com a atividade profissional exercida. De maneira geral, observou-se uma grande tendência desses profissionais em buscar qualificação profissional a partir da continuidade de estudos.

Ao longo do processo de pesquisa, diante das limitações encontradas, ficou clara a necessidade de desdobramentos e análise de algumas das constatações. Nesse sentido, a investigação aponta que 41% dos egressos não atuam na sua área de formação, mas o estudo não foi capaz de revelar os motivos pelos quais estes profissionais estão atuando fora da área do turismo. Assim, sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas para investigar quais são as principais barreiras de entrada e de inserção profissional no mercado de trabalho em turismo. Ademais, pondera-se também que a presente pesquisa se debruce na compreensão de uma realidade local, focada exclusivamente na análise do curso de turismo da UFMG. Por tal razão, sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas em outras instituições de ensino superior para se ter um panorama mais claro acerca da situação laboral destes profissionais no país. Reforça-se aqui a necessidade de que essas pesquisas sejam conduzidas por meio de amostragens probabilísticas, a exemplo do nosso estudo, com vistas a se alcançar a validade externa das inferências.

A presente pesquisa poderia ser continuada com intermédio da coordenação do curso que poderia também promover algum tipo de estímulo ou incentivo para conservar o vínculo e a troca de experiências. Esse processo também pode ser liderado pelos próprios discentes, por meio da empresa Junior existente no curso, associações ou grupos de alunos. Esta sugestão se baseia nas informações que foram coletadas, informalmente, durante o período de coleta dos dados, quando alguns dos egressos demonstraram interesse e solicitaram saber dos resultados da pesquisa. Muitos egressos admitiram sentir falta desta ponte de comunicação com a UFMG e, mais especificamente, com o curso de turismo.

Por fim, acredita-se que os dados da pesquisa possam ser úteis para se acompanhar a trajetória profissional, o perfil e a inserção dos bacharéis de turismo no mercado de trabalho na área do turismo e viagens. Ademais, o estudo pode auxiliar os educadores em decisões estratégicas e pedagógicas relativas a adaptações ou reformas na grade curricular do curso em consonância com as exigências e competências profissionais exigidas pelo mercado de trabalho do setor.

REFERÊNCIAS

BETTENCOURT, R. **A abordagem das políticas educativas para a empregabilidade**. 2012. Tese (Mestrado em Supervisão Pedagógica) – Universidade Aberta, Lisboa, 2012. Disponível em: <<https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/2526/1/RB%20dissertacao%20MSV%20vf%20250213.pdf>>. Acesso em: mar.2019.

BRASIL. Casa Civil. **Lei nº 12.591, de 18 de janeiro de 2012**. Reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício. Disponível em: <

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2012/lei/112591.htm > . Acesso em fev 2021.

BRASIL. Ministério de Educação e Cultura. **LDB - Lei nº 9394/96**, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da Educação Nacional. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm > Acesso em jan 2020.

COELHO, M. do S. C. **Nas Águas o Diploma: O Olhar dos Egressos sobre a Política de Interiorização da UFPA em Cametá-PA**. 330p. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Doutorado em Educação), 2008. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/10046/1/Maria%20do%20Socorro%20da%20Costa%20Coelho.pdf>>. Acesso em: 5 de maio de 2019.

EXAME NACIONAL DE DESEMPENHO DOS ESTUDANTES. **Conceito Enade 2012/2015**. Brasília: INEP – ENADE, 2019. Disponível em: <download.inep.gov.br/educacao_superior/enade/planilhas/.../conceito_enade_2012.xlsx>. Acesso em: abr. 2019

FARIAS, I. M. S. de. **Inovação, mudança e cultura** docente. Brasília: Liber Livro, 2006.

FRAGOSO, A.; VALADAS, S. T.; PAULOS, L. Ensino superior e empregabilidade: percepções de estudantes e graduados, empregadores e acadêmicos. **Educ. Soc.**, v.40, e0186612, 2019.

GOVEIA, E.; DEMCZUK, P. G.; MENEZES, V. de O.; FERNANDES, D. L. Análise da atuação dos bacharéis em turismo no mercado de trabalho: estudo dos egressos do curso de turismo da UNICENTRO. **Revista Organização Sistêmica**, v.5, n.3, p.249-268, 2014.

INEP - INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Inep divulga Indicadores de Qualidade da Educação Superior 2015**. Brasília: INEP, 2017. Disponível em: < http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/inep-divulga-indicadores-de-qualidade-da-educacao-superior-20-1/21206 >. Acesso em: abr. 2019

INEP - INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Censo da Educação Superior**. Brasília: INEP, 2017. Disponível em: < <http://inep.gov.br/censo-da-educacao-superior> >. Acesso em: 22 abr. 2019.

LOUSADA, A. C. Z.; MARTINS, G. A. Egressos como fonte de informação a gestão dos cursos de Ciências Contábeis. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 1, n. 37, p. 73-84, 2005.

MEDAGLIA, J.; SILVEIRA, C. E. Reflexões sobre a atuação profissional dos turismólogos e o planejamento do turismo: pesquisa com os egressos dos Cursos de Turismo de Curitiba, Paraná, Brasil. **Turismo & Sociedade**, v.3, n.2, p.123-146, 2010.

MENEZES, P. D. L.; CAVALCANTI, D. R. Ensino superior e formação profissional em hotelaria: estudo de caso do Curso de Bacharelado em Hotelaria da UFPB. **Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR**, v.10, n.2, p.19-35, 2020.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Comissão Nacional de Avaliação do Ensino Superior. **Avaliação externa das instituições de educação superior: diretrizes e instrumento**. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2006. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/documents/186968/484109/Avalia%C3%A7%C3%A3o+externa+de+institu%C3%A7%C3%B5es+de+educa%C3%A7%C3%A3o+superior+diretrizes+e+instrumento/b5353582-a9ab-4993-b50a-03d5184f5a18?version=1.2>>. Acesso em: 25 de abril de 2019

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. **Resolução nº 13, de 24/11/2006**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo e dá outras providências. Brasília: Conselho Nacional de Educação, 2006. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf>. Acesso em: maio 2019.

PENA, M.D.C. Acompanhamento de egressos: uma análise conceitual e sua aplicação no âmbito educacional brasileiro. **Educação & Tecnologia**, v.5, n.2, p. 25-30, 2000.

PIMENTEL, T. D.; CARVALHO, F. C. C. de C.; PAULA, S. C. Análise do discurso sobre o mercado de trabalho em Turismo e empregabilidade segundo a visão do Departamento de Turismo de uma Instituição de Ensino Superior do Brasil. **TURyDES**, v.19, n.21, 2016

PIMENTEL, T. D. **Formação Profissional e Mercado de Trabalho em Turismo: Relatório de Pesquisa**. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico/CNPq; Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal de Juiz de Fora/PROPEQ-UFJF, Minas Gerais (MG), Brasil, 2013.

THE – Times Higher Education. **World University Rankings 2020**. Disponível em: <[https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2020/world-ranking#!/page/0/length/25/sort by/rank/sort order/asc/cols/stats](https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2020/world-ranking#!/page/0/length/25/sort%20by/rank/sort%20order/asc/cols/stats)> Acesso em fev 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Avaliação do desempenho acadêmico dos estudantes de graduação: Turismo**. Belo Horizonte: Pró-Reitoria de Graduação, Setor de Estatística, abril de 2018. Disponível em: <https://www.ufmg.br/prograd/arquivos/docs/RelatGrad/2018/avalDesempenhoEstudantesGrad_Presencial/Turismo>. Acesso em: maio 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Resolução 04/99, de 4 de março de 1999**, aprova o novo estatuto da Universidade Federal de Minas Gerais. Disponível em: < <https://www2.ufmg.br/sods/Sods/Sobre-a-UFMG/Estatuto>>. Acesso em: fev 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Linha do Tempo**. Disponível em: < <https://ufmg.br/a-universidade/apresentacao/linha-do->

[tempo#:~:text=Mais%20antiga%20universidade%20de%20Minas,privada%20e%20subsdiada%20pelo%20Estado>.](#) Acesso em: maio 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Plano de Desenvolvimento Institucional da UFMG 2018-2023**. Belo Horizonte: PDI UFMG, dezembro de 2018. Disponível em: < <https://www.ufmg.br/pdi/2018-2023/documentos/> >. Acesso em: maio 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. Instituto de Geociências. **Turismo**. Belo Horizonte: IGC UFMG, 2019. Disponível em: <<http://www.igc.ufmg.br/>>. Acesso em: abr. 2019.

VEIGA, I. P. A. **Projeto político-pedagógico**: continuidade ou transgressão para acertar. In: VEIGA, I. P. A. (Ed.). Educação Básica e educação superior: projeto político. Campinas: Papirus, 2004. p. 13–45.

Profile and professional performance of graduates of the bachelor tourism course of Federal University of Minas Gerais

Abstract

The tourism sector expanded and, at the same time, became more competitive, demanding qualified professionals. For this to happen, it is needed a set of teaching, research and extension programs that is based on a critical analysis of the internal and external reality of the institution. The present study aimed to verify the insertion of the graduates of the Bachelor's degree in Tourism at the Federal University of Minas Gerais in the job market. This type of analysis can be useful to propose or rethink political-pedagogical projects for courses based on recent data, as well as to support the market, with regard to the training of its professionals. To achieve the objective, we opted for conducting a quantitative research made available online using Google's forms tool. We obtained a probabilistic sample of 166 valid questionnaires through which a basic profile is presented, moving on to analyze the perception of graduates about the undergraduate course and their professional situation after graduating. In general, it was concluded that the sampled graduates had a good professional insertion in the training area, highlighting jobs in both operational and leadership positions (supervision and management). Although the professional remuneration is not very high (most of the interviewees have personal income varying from three to six minimum wages), in general, the graduates were satisfied or very satisfied with their professional activity.

Keywords: *Tourism. Graduates. Employability. Labor Market.*

Artigo recebido em 17/12/2020. Artigo aceito em 15/04/2021.