

**ARTIGO****O BACHAREL EM TURISMO NA HOTELARIA DE VITÓRIA:  
ATUAÇÃO NOS HOTÉIS ADMINISTRADOS POR REDES**

Marília de O. Camilo<sup>1</sup>, Adriani S. Serpa<sup>2</sup>

**RESUMO**

Este artigo teve por objetivo analisar como é a atuação do bacharel em turismo nos hotéis administrados por redes no município de Vitória. Trata-se de uma pesquisa de caráter descritivo, utilizando em seu delineamento fontes bibliográficas, documentais e pesquisa de campo, por meio de aplicação de entrevistas a gestores do setor de recursos humanos e questionários distribuídos pessoalmente aos profissionais graduados ou em formação em turismo, atuantes no setor hoteleiro. O resultado é a constatação de que os bacharéis em turismo estão atuando, em maior percentagem, nos hotéis administrados por redes no município de Vitória como recepcionistas e agentes de reservas, considerados cargos operacionais.

**Palavras-Chave:** Bacharel em turismo, Meios de hospedagem, Hotelaria.

**ABSTRACT**

This article aims to analyze how the performance of the bachelor of tourism in hotels operated by networks in the municipality of Vitoria. This is a descriptive research using library resources in their design, documentary and field research through interviews with implementing sector managers and human resource professionals to personally distributed questionnaires or graduate training in tourism, active in the hospitality industry. The result is the realization that tourism graduates are working in greater proportion in hotels operated by networks in the municipality of Victoria as receptionists and booking agents, considered operational positions.

**Keywords:** Bachelor tourism, media hosting, Hospitality.

---

<sup>1</sup> Graduada do Curso de Turismo da Faculdade Estácio de Sá de Vitória.

<sup>2</sup> Especialista em Turismo e Professor do Curso de Turismo da Faculdade Estácio de Sá de Vitória.

## 1 INTRODUÇÃO

A atuação do bacharel em turismo emerge no contexto de uma nova profissão, cujos fundamentos foram estabelecidos pelo Governo Federal, quando instituiu o Curso Superior de turismo, no Brasil no ano de 1971. Esse ato de criação denotou uma opção da sociedade brasileira por desenvolver o turismo de forma planejada, estimulando a formação acadêmica de um profissional com visão holística, necessitando desenvolver suas habilidades que dizem respeito à capacidade, inteligência e competências que o tornarão apto à resolução de qualquer assunto do setor.

O turismo oferece um significativo campo de atuação para esses profissionais e a hotelaria, no município de Vitória, se destaca como um dos pilares da prestação de serviço proporcionando, aos bacharéis, oportunidade de ingressarem no mercado com perspectiva de crescimento profissional.

Conforme esse panorama, existem poucos dados sobre a atuação dos bacharéis nos hotéis administrados por redes no município de Vitória, o que dificulta a interação entre profissional e mercado, que é um aspecto relevante para os egressos no intuito de obterem melhores condições de contratação e elevação na empresa, por meio de qualidades, intencionalmente desenvolvidas.

O objetivo central deste trabalho é verificar a atuação dos bacharéis em turismo nos hotéis administrados por redes no município de Vitória, por conseguinte observar em que momento esse profissional opta pelo setor de hotelaria, analisando se o curso prepara-os para o mercado hoteleiro e se a formação é um diferencial para a contratação.

A pesquisa foi realizada a partir de uma amostra probabilística tendo como campo de estudo hotéis administrados por redes do município de Vitória (ES) que possuem grande representação no segmento (Rede Bristol, Rede Accor e Rede Atlântica). Os instrumentos para a coleta de dados da presente pesquisa foram entrevistas

dirigidas aos gestores do setor de recursos humanos dos hotéis administrados por redes e ainda questionários, com questões fechadas e semi-abertas, aplicados no período de julho a setembro de 2009 aos profissionais graduados ou em formação em turismo, atuantes no setor hoteleiro.

Esta pesquisa traz como contribuição um levantamento sobre os cargos e o perfil dos profissionais contratados na hotelaria no município de Vitória, como forma de apontar aos alunos, em formação, as áreas de atuação e o que o mercado hoteleiro busca nos profissionais.

## **2 FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

### **2.1 A FORMAÇÃO DO BACHAREL EM TURISMO**

Mesmo se tratando de uma atividade profissional que ainda está formando sua identidade, já que é considerada recente, principalmente no Brasil, o surgimento do turismo acabou por despertar igual interesse por seu estudo mais aprofundado, o que resultou na criação dos cursos superiores de turismo a partir de 1970 e na formação do Bacharel em Turismo, figura esta que tem como responsabilidade desenvolver a atividade de maneira sustentável e contribuir para a qualificação dos produtos e serviços turísticos disponíveis.

De acordo com Avena (2006), os cursos superiores de turismo devem ter como objetivo formar um profissional apto a atuar em um mercado altamente competitivo e em constante transformação, cujas opções possuem um impacto profundo na vida social, econômica e no meio ambiente das sociedades onde são desenvolvidas. Além disso, por suas próprias características, a atividade profissional exige uma formação ao mesmo tempo generalista, no sentido tanto de conhecimentos específicos como de uma ampla visão de mundo e conhecimentos de áreas afins e

particularizada – especialmente com conhecimentos profissionais de interesse e de liberdade de escolha das IES<sup>3</sup>.

De acordo com a Resolução nº 13, de 24 de Novembro de 2006, no Art. 5º, divulgado pelo Ministério da Educação, os cursos de graduação em Turismo deverão contemplar, em seu Projeto Pedagógico e em sua organização curricular, os seguintes campos interligados de formação<sup>4</sup>:

- I - Conteúdos Básicos: estudos relacionados com os aspectos sociológicos, antropológicos, históricos, filosóficos, geográficos, culturais e artísticos, que conformam as sociedades e suas diferentes culturas;
- II - Conteúdos Específicos: estudos relacionados com a Teoria Geral do Turismo, Teoria da Informação e da Comunicação, estabelecendo ainda as relações do turismo com a administração, o direito, a economia, a estatística e a contabilidade, além do domínio de, pelo menos, uma língua estrangeira;
- III - Conteúdos Teórico-Práticos: estudos localizados nos respectivos espaços de fluxo turístico, compreendendo visitas técnicas, inventário turístico, laboratórios de aprendizagem e de estágios.

A Resolução nº 2, de 18 de Junho de 2007, que dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial; reza que os cursos de bacharel em turismo tenham carga horária mínima de 2.400 horas, tendo limite mínimo de integralização de 3 (três) a 4 (quatro) anos de duração<sup>5</sup>.

Para a formação e capacitação desses profissionais, no período acadêmico, foram traçadas diretrizes curriculares nacionais do curso de graduação em Turismo pelo Ministério da Educação, parecer nº 0288/2003, aprovado em 06/11/2003. Entre diversos itens, está inserido um componente curricular indispensável, que é o estágio supervisionado, colaborando com os estudantes na vivência profissional.

O estágio, de acordo com Bissoli (2002, p.17):

[...] é um procedimento didático-pedagógico, cuja atividade é de competência da instituição de ensino, a quem cabe a decisão sobre

<sup>3</sup> Instituição de Ensino Superior.

<sup>4</sup> Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13\\_06.pdf](http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf). Acesso em 24 set.2009.

<sup>5</sup> Disponível em: [http://www.puccamp.br/rep/proavi/Res\\_2\\_2007.pdf](http://www.puccamp.br/rep/proavi/Res_2_2007.pdf). Acesso em 24 set.2009.

conteúdo teórico, e de pessoas jurídicas de direito público e privado, cujo papel limita-se à oferta de vagas de estágio, colaborando no processo educativo no que se refere ao aprendizado prático.

A obrigatoriedade do cumprimento do estágio supervisionado no curso de Turismo se faz necessária para a verificação do desempenho dos profissionais, assegurando-lhes reorientação teórico-prática para a melhoria de sua profissionalização e tornando-os bem preparados para as diversificadas situações profissionais ou de relacionamento que irão enfrentar no cotidiano.

Após a conclusão do curso e dos estágios nas organizações, os alunos devem ser capazes de: planejar e gerir; preparar e desenvolver equipes de trabalho; elaborar e implantar projetos; administrar informações econômicas, contábeis e financeiras de empresas de turismo ou hotelaria; desenvolver, implementar e gerenciar sistemas de informação da área de turismo ou hotelaria; definir e implementar estratégias de atuação na área (BISSOLI, 2002).

Portanto, o objetivo maior dos cursos de turismo, é conseguir proporcionar aos acadêmicos a educação aliada ao treinamento; possibilitar que o aluno detenha além das competências e habilidades inerentes ao curso, as atitudes relevantes que o possibilitem a atrelar um conjunto de princípios, capacidade reflexiva e de crítica, tornando-o para o mercado não apenas um mero reproduzidor de procedimentos.

## 2.2 TURISMO: O PROFISSIONAL NO MERCADO

Pesquisa realizada pelo Sebrae, Instituto de Hospitalidade e Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) mostra que 4,4 milhões de trabalhadores, correspondendo a 6,1% da população economicamente ativa, atuam em Turismo no Brasil (BISSOLI, 2002).

Para Barbosa e Zouain (2004), a atividade turística tem como principal característica a vivência humana, o experimentar o diferente, ou seja, por mais que um produto

ofereça facilidades e serviços, que o projeto tenha cuidado dos mais diversos detalhes e por mais caro que o investimento tenha sido, o que interessa ao turista ao usufruir um produto é a sensação proporcionada. Para que essa expectativa seja alcançada o grande fator de diferenciação são as pessoas e as relações de interação no atendimento ao cliente.

É essencial para as organizações definir o perfil do profissional adequado ao tipo de serviço a ser prestado, analisando suas características pessoais, competências e habilidades para que a qualidade seja alcançada, atendendo e superando os anseios dos clientes.

De acordo com as constantes mudanças geradas no mercado em razão da globalização, no setor turístico o conhecimento pode representar um diferencial competitivo. Por isso, segundo Kuazaqui (2000), o profissional deve ter um perfil generalista, deve conhecer profundamente sua área e também dominar outras áreas do conhecimento humano para complementar seu trabalho, pois seu conhecimento é fruto da aplicação prática da teoria e de seu aprendizado contínuo.

O verdadeiro profissional é aquele que possui qualificações obtidas por meio do esforço pessoal e das forças do meio em que vive. Desenvolve atividades a fim de trazer resultados pessoais à empresa, tendo por consequência sua perfeita interação na sociedade (KUAZAQUI, 2000, p.164).

Pela formação acadêmica generalista e multidisciplinar que é pertinente ao do bacharel em Turismo, é de grande relevância a influência das características pessoais no direcionamento a áreas de interesse específicas do setor e como é vasta a segmentação do mercado turístico, cabe aos envolvidos direcionarem suas carreiras conforme seus anseios e aptidões.

Os egressos do bacharelado em turismo poderão atuar nos possíveis campos da área de turismo, de acordo com Bissoli (2002): setor privado em meios de hospedagem, agências de viagens e de turismo, transportes, alimentos e bebidas, eventos, entretenimento, câmbio e crédito turístico; centros de informações,

documentação e pesquisa turística, em âmbito municipal, estadual ou federal; organismos oficiais de turismo, organizações de caráter misto (público ou privado) para fomento, planejamento, pesquisa e controle de atividades turísticas, organizações não governamentais voltadas à questão de meio ambiente e outras atividades pertinentes ao turismo; organizações de comunicação, marketing e informática voltadas ao setor turístico; organizações governamentais e não governamentais de patrimônio cultural, histórico e artístico; organizações governamentais e não governamentais de recreação e lazer programadas.

O profissional de turismo, para ter uma boa colocação no mercado, precisa ter vocação para lidar com os sentimentos das pessoas e percepção dos diferentes perfis, pois o turista irá utilizar as facilidades dos equipamentos, experimentar a cultura, vivenciar curiosidades e vai querer sentir-se bem. O sentir-se bem traduz em fazer com que o turista sinta-se respeitado, não explorado, bem vindo, feliz pela escolha que fez e com um sentimento que o fará considerar o retorno na próxima oportunidade. Os profissionais envolvidos, direta ou indiretamente, nesse contexto, terão grande responsabilidade por essa fidelização.

### 2.3 TURISMO E HOTELARIA

Segundo Andrade (1999) a origem da hotelaria que conhecemos hoje teve início na hospedaria da época dos Jogos Olímpicos, que consistia em um grande abrigo em forma de Choupana e denominava-se Ásylon ou Asilo. Era um recinto inviolável com o objetivo de proporcionar repouso, privacidade e proteção aos atletas convidados a participar das competições esportivas e cerimônias religiosas.

No decorrer da história até a atualidade, houve uma expansão constante e a hotelaria se transformou em um dos mais importantes setores da prestação de serviços, de grande relevância para a economia.

De acordo com Petrocchi (2007) existem numerosos dispositivos legais sobre os meios de hospedagem e a hotelaria no Brasil é regulamentada pela Deliberação Normativa nº. 429, de 23 de abril de 2002, da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), hoje intitulado Instituto Brasileiro de Turismo. O Regulamento Geral dos Meios de Hospedagem (RMH) veio modificar o RMH criado pela deliberação Normativa nº. 387, de 28 de janeiro de 1998 que dentre os dispositivos legais cumpriria destacar:

A deliberação Normativa considera como empresa hoteleira a pessoa jurídica que explore ou administre meio de hospedagem e que tenha em seus objetivos sociais o exercício de atividade hoteleira. Essa deliberação estabelece ainda que sejam oferecidos ao hóspede, no mínimo e cumulativamente, o seguinte:

I - alojamento, para uso temporário do hóspede, em Unidades habitacionais (UH), específicas a essa finalidade;

II – serviços mínimos necessários ao hóspede, consistentes em:

- a) Portaria/ recepção para atendimento e controle permanentes entrada e saída;
- b) Guarda de bagagens e objetos de uso pessoal dos hóspedes, em local apropriado;
- c) Conservação, manutenção, arrumação e limpeza das áreas, instalações e equipamentos.

A hotelaria nacional bem como o turismo em geral vivem atados aos grilhões dos atos administrativos editados pela Embratur sem o amparo de uma lei específica ao setor. Essa verdadeira colcha de retalhos denota a fragilidade do planejamento do setor turístico e, por conseguinte, hoteleiro no Brasil, onde a representatividade dos organismos do setor é reduzida e sua legitimação é oriunda de atos administrativos e não leis.

Mesmo diante das fragilidades do setor turístico, os profissionais, principalmente os bacharéis em turismo, encontrarão na hotelaria um excelente campo de atuação, pois é um setor que necessita de mão de obra das mais diversas especializações e, por isso, há necessidade de estabelecer alguma forma de organização, geralmente, composta por cargos e funções.

De acordo com Falconi (apud CASTELLI, 2000, p.65) “Cargo: é a posição que a pessoa ocupa dentro da estrutura hierárquica da empresa. Função: é o tipo de trabalho que a pessoa executa”.

A descrição de cargos e funções é um produto final, portanto, ela deve ser clara, concisa, não dando margem a erros ou duplas interpretações. Além disso, é um instrumento que será usado em vários documentos da empresa desde recrutamento de pessoal até análise do quadro de distribuição do trabalho, que é de grande relevância no setor hoteleiro, pela diversificada setorização.

Pelos dados históricos e econômicos, a hotelaria é uma importante aliada e considerada um dos pilares para o desenvolvimento do mercado turístico. Hoje, cifras astronômicas, antes associadas somente ao mercado financeiro, comunicações e petrolíferos, também são destinadas a grandes projetos hoteleiros, devido à regularidade do desenvolvimento dessa área durante os últimos anos, pois independente da segmentação do turismo a ser trabalhada em qualquer região, a hotelaria se faz necessária por ser um dos principais equipamentos turísticos.

### **3 A HOTELARIA EM VITÓRIA (ES)**

O Espírito Santo conta atualmente com pouco mais de 600 meios de hospedagem com quase 40.000 leitos (dados de 2009). O maior crescimento da hotelaria no Estado se apresenta nos hotéis destinados a atender o turista de negócios e a maioria desses empreendimentos, principalmente, os administrados por redes encontram-se na capital.

Segundo Márcia Rodrigues (2008, p. 34):

Há pouco mais de uma década, as grandes redes hoteleiras nacionais e internacionais começaram a perceber que a Grande Vitória era um mercado promissor a ser explorado. Servida apenas por redes locais ou empreendimentos independentes, a região já apresentava indícios do forte aquecimento econômico que se constata hoje e gerava um fluxo turístico capaz de, aliado a outros indicadores econômicos, tornar a capital capixaba e sua área de influência uma praça atraente aos olhos dos investidores.

Vitória, a capital do Estado do Espírito Santo, localiza-se na região Sudeste, a mais desenvolvida do Brasil. Sua localização é privilegiada, próxima dos grandes centros urbanos do país e está, em média, a uma hora de voo das maiores cidades brasileiras. A cidade é dotada de portos bem estruturados, rodovias que a interligam com os principais centros consumidores do país, um aeroporto que embora de dimensões reduzidas está em fase de expansão/internacionalização, além de estar interligada a uma eficiente malha ferroviária. O acesso à cidade se dá por vias aérea, marítima, rodoviária ou ferroviária.

Em função das perspectivas favoráveis com a recente descoberta de petróleo e gás natural ao longo da costa e dos projetos de ampliação de grandes empresas da cidade, empreendedores hoteleiros elegeram Vitória para estabelecer empreendimentos de grandes cadeias de equipamentos de hospedagem, tais como Bristol, Accor, Atlântica Hotels e Best Western.

De acordo com Andrade (1999) as redes de hospedagem conhecidas como cadeia de hotéis ou redes hoteleiras caracterizam-se pela formação de um sistema administrativo integrado que traz vantagens imediatas, como administração geral unificada e centralizadora de todas as operações de compra, venda e publicidade e, principalmente, criação e manutenção de imagem pública de serviços eficientes e de alto nível.

**Tabela 1** - Distribuição da oferta de Hotéis administrados por redes no município de Vitória

Rede	Quantidade de Hotéis
Accor	3
Atlântica Hotels	2
Best Western	1
Bristol	6
Total	12

**Fonte:** A autora (2009)

Esses dados representam os hotéis em operação no município de Vitória no período da pesquisa (julho a setembro/2009), sendo que novos empreendimentos estão em fase de construção, o que irá fomentar o mercado hoteleiro e gerar um número maior de leitos disponíveis.

#### **4 ANÁLISE DOS DADOS**

Atualmente, os 12 hotéis administrados por redes, no município de Vitória, empregam cerca de 628 profissionais, em seus diversos setores (dados de 2009). Como objeto de pesquisa, optou-se pelos profissionais formados ou em formação no curso superior de turismo. Considerando um universo de 43 profissionais bacharéis em turismo e futuros bacharéis empregados na hotelaria de rede em Vitória, foram aplicados questionários para uma amostra de 90,7%. Sendo assim, a pesquisa atingiu um total de 39 profissionais, sendo: 17 colaboradores da Rede Bristol, 12 da Rede Accor e 10 da Rede Atlântica.

Como complemento da coleta de dados, foram realizadas entrevistas com seis gestores de departamentos de recursos humanos desses hotéis, sendo que todos os empreendimentos da rede Bristol foram representados em apenas uma entrevista com o gestor do departamento central de recursos humanos. A pesquisa foi realizada no período de 14 de julho a 02 de setembro de 2009 utilizando-se de uma amostra probabilística de hotéis das referidas redes, porém selecionando de forma intencional os profissionais de acordo com o perfil exigido na coleta de dados (bacharéis e futuros bacharéis em Turismo empregados na hotelaria de rede).

Não houve critério quanto ao sexo, faixa etária, estado civil, faixa salarial ou Instituição de formação para a aplicação dos questionários, embora esses dados tenham sido coletados e dão base para o delineamento do perfil desses profissionais.

Os resultados apontaram que esses profissionais são, em sua maioria, do sexo feminino (74%), possuem entre 26 a 35 anos (64%), recebem de 02 a 05 salários mínimos (62%) e 67% com formação superior completa, cuja instituição de formação em 25% foi o Centro Universitário Vila Velha (UVV), 22% faculdade Estácio de Sá de Vitória, 9% faculdade Estácio de Sá de Vila Velha (FESVV), 8% Faculdade Novo Milênio e restante em menor percentagem (36%) distribuídos em Instituições de outros municípios e estados brasileiros.

Através do questionário aplicado, os dados apontam que 80% dos profissionais estudavam turismo e optaram pelo segmento de hotelaria e 20% já trabalhavam na área e resolveram fazer o curso de turismo. Pode-se constatar que a hotelaria é um setor muito atrativo para os discentes, portanto, analisando o número total de colaboradores dos hotéis pesquisados, observamos que a atuação dos bacharéis em turismo equivale a 6,85% do quadro de funcionários. Resultando em um alto índice de profissionais que durante o curso optam pelo segmento, mas ainda pouco representativo na totalidade.

Questionados se o aprendizado no curso preparou-os para o mercado, 59% acreditam que em parte, pois para o aperfeiçoamento de suas funções é necessário prática; já 28% avaliam que o aprendizado preparou-os, devido ao conhecimento teórico adquirido.

De acordo com entrevistas com os gestores responsáveis pela área de recursos humanos nos hotéis, 50% disseram que os bacharéis em turismo não estão preparados para o mercado hoteleiro; já 33% acreditam que eles estejam parcialmente preparados para ocupar cargos, pois a teoria foi satisfatoriamente adquirida e falta-lhes apenas prática.

Houve discordância entre opiniões, uma vez que os profissionais acham que o curso prepara-os parcialmente. Já os gestores acreditam que não preparam. Ambos não avaliaram positivamente a relação aprendizado no curso x mercado, ressaltando que

é necessária a adequação do profissional ao ambiente de trabalho e desenvolvimento da capacitação no dia a dia.

Um aspecto em comum, entre gestores e bacharéis em turismo é a afirmação de que o turismólogo possui vantagem competitiva em um processo seletivo. 75% dos profissionais disseram que a formação contribuiu para sua entrada no emprego e que se sentem valorizados pelos colegas e empresa, devido ao conhecimento teórico adquirido e à promoção em cargos dentro da organização. Como afirmou Renato Ojeda, Gerente Geral do hotel Bristol Century Plaza, “o turismólogo possui vantagem competitiva, devido ao conhecimento teórico da área”<sup>6</sup>.

Já a Auxiliar de Controladoria e RH do Comfort Hotel Vitória Praia, Cynthia Giovana diz “na função de recepcionista a prioridade no cargo é para estudantes de turismo”<sup>7</sup>.

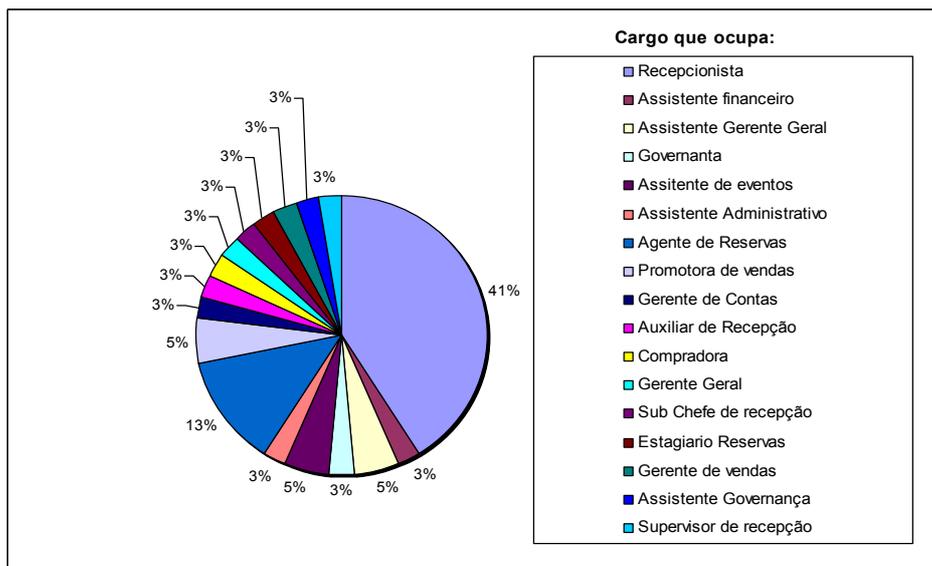
Segundo os entrevistados, o conhecimento da teoria do setor turístico, se torna um diferencial se for aliado ao perfil adequado para a vaga em questão. O conhecimento não é julgado isoladamente e para cada cargo há diferentes exigências. A falta de experiência foi citada como um fator negativo, mas que pode ser revertida, se o estudante se dispuser a realizar estágios na área e demonstrar interesse no aprendizado. Constatamos que dentre os profissionais contratados como estagiários, em 87% dos casos foram promovidos a cargos efetivos. Por esse motivo, o estágio supervisionado, item curricular obrigatório nos cursos superiores de turismo, poderá transformar-se em autêntica história de vida voltada para a profissão, desde que resulte na relação teórica/prática (BIANCHI, 2002).

Quanto aos cargos e funções, de acordo com as entrevistas, observa-se a preferência na contratação de bacharéis para cargos na recepção o que se confirma na pesquisa quantitativa:

---

<sup>6</sup> Entrevista concedida à Marília Camilo em 04 ago. 2009.

<sup>7</sup> Entrevista concedida à Marília Camilo em 10 ago. 2009.



**Gráfico 1** – Cargos ocupados pelos bacharéis em turismo nos hotéis administrados por redes do município de Vitória – ES.

Constata-se que os profissionais atuantes nos hotéis administrados por redes no município de Vitória, com ou em formação no curso superior de turismo, 41% são recepcionistas, 13% agente de reservas, 5% assistente de gerente geral, 5% assistente de eventos, 5% promotora de vendas, 3% assistente financeiro, 3% governanta, 3% assistente administrativo, 3% gerente de contas, 3% auxiliar de recepção, 3% compradora, 3% gerente geral, 3% subchefe de recepção, 3% estagiário de reservas, 3% gerente de vendas, 3% assistente de governança, 3% supervisor de recepção.

Muitos foram enfáticos ao afirmarem que para os cargos de recepção, a preferência é para estudantes ou bacharéis em turismo, porém é importante que seja bilíngue e goste de trabalhar em contato direto com o público. É na recepção que ocorrem os primeiros gestos de hospitalidade e cortesia, atitudes que devem estar presentes sempre, em todo ambiente do hotel, é ponto de referência e apoio ao hóspede, ela representa a “cara” da empresa hoteleira (PETROCCHI, 2007, p.100).

Os empregadores complementaram dizendo que na hotelaria a recepção também é o setor que garante maior aprendizado, pois está diretamente ligada a todos os outros da empresa e proporciona base para o entendimento do hotel como um todo.

Há certo descontentamento, por parte dos profissionais, em relação à contratação ou promoção dos turismólogos para cargos administrativos e gerenciais nos hotéis, afirmando que os cargos são preferencialmente ocupados por profissionais formados em outras áreas; havendo desconhecimento por grande parte dos gestores do conteúdo de formação do bacharel em turismo.

Essa situação reporta-nos às habilidades que após a conclusão do curso de turismo e a prática de estágios, os alunos poderão exercer, como: planejar e gerir; preparar e desenvolver equipes de trabalho; administrar informações econômicas, contábeis e financeiras de empresas de turismo e hotelaria; desenvolver, implementar e gerenciar sistemas de informação da área de turismo ou hotelaria (BISSOLI, 2002).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os cursos superiores de turismo estão em plena oferta e desenvolvimento desde 1970, formando profissionais para atuar em um mercado altamente competitivo, exigindo do bacharel em turismo responsabilidade nas ações, para que a atividade seja realizada de maneira sustentável, garantindo a qualidade dos serviços e produtos.

Como a principal característica do turismo é a vivência humana, o profissional com o perfil adequado ao tipo de serviço é essencial para que a qualidade seja alcançada e os anseios dos clientes atendidos. Devido à segmentação de mercado, é relevante que o profissional direcione sua carreira de acordo com as suas características pessoais, devido à heterogeneidade da demanda.

Pelos dados econômicos e históricos, a hotelaria é considerada um dos pilares para o desenvolvimento turístico. Grandes redes se estabeleceram no Brasil e fomentaram, ainda mais esse setor, que necessita de mão de obra de diversas especializações.

Com a ampliação de grandes empresas e perspectivas favoráveis com a descoberta de petróleo e gás, ao longo da costa, empreendedores elegeram Vitória, capital do Espírito Santo, para estabelecer empreendimentos de grandes cadeias de equipamentos de hospedagem como Accor, Bristol, Atlântica Hotels e Best Western. Com a ampliação, esse mercado tornou-se muito atrativo para a profissionalização dos bacharéis em turismo que se identificam com o setor.

A pesquisa visou analisar a atuação dos bacharéis em turismo nos hotéis administrados por redes no município de Vitória, bem como os fatores que os levaram a tal escolha. Os dados revelaram que esses profissionais possuem vantagem competitiva na contratação e consideram que o curso superior em turismo é um diferencial em razão do conhecimento teórico adquirido. Atuam como recepcionistas (41%), agentes de reservas (13%) e os 46% restantes, distribuídos em 15 cargos distintos.

Observa-se que a atuação dos bacharéis em turismo nos hotéis está significativamente representada em cargos operacionais. Esses profissionais em sua maioria atuam há mais de quatro anos no setor hoteleiro e na atual empresa, foram contratados como efetivos em 62% dos casos, mesmo afirmando que ainda eram discentes quando ingressaram no setor.

Na hotelaria, grande parte dos profissionais necessita passar por diferentes estágios até assumirem um cargo gerencial e isso demanda tempo, pois é necessário assimilar o funcionamento de todo o sistema hoteleiro. Os profissionais que hoje ocupam cargos operacionais, mas almejam alcançar níveis gerencias, precisam assimilar o rico conhecimento da área que adquirem no cotidiano e aliar à alguma especialização. O profissional deve ter perfil generalista, conhecer profundamente sua área, porém, dominar outras áreas do conhecimento para complementar seu trabalho. Esse pode ser o diferencial para que o turismólogo possa ocupar cargos que geralmente são cedidos a profissionais de outras áreas.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, V. J. **Turismo**: fundamentos e dimensões. 8. ed. São Paulo. SP: Ática, 1999.

AVENA, M. B. **Turismo, educação e acolhimento**: um novo olhar. São Paulo, SP: Roca, 2006.

BARBOSA, M. I. G; ZOUAIN, M. D. **Gestão em turismo e hotelaria**: experiências públicas e privadas. São Paulo, SP: Aleph, 2004.

BIANCHI, C. A. **Orientação para Estágio em Turismo**: trabalhos, projetos e monografias. São Paulo, SP: Thomson, 2002.

BISSOLI, A. M. A. M. **Estágio em turismo e hotelaria**. 3.ed. São Paulo, SP: Aleph, 2002

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. 7.ed. Caxias do Sul, RS: Educs, 2000.

KUAZAQUI, E. **Marketing turístico e de Hospitalidade**: fonte de empregabilidade e desenvolvimento para o Brasil. São Paulo: Makron Books, 2000.

PETROCCHI, M. **Hotelaria**: planejamento e gestão: 2ª ed. São Paulo, SP, 2007.

RODRIGUES, Márcia. Sobre Hotelaria: desenvolvimento econômico do Espírito Santo atrai grandes redes. **ES Brasil**, Espírito santo, n.37, ano 3, agosto de 2008.