

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO
Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas
Bacharelado em Turismo

**CONSULTORIA TURÍSTICA: EMPREGABILIDADE PARA OS
BACHARÉIS EM TURISMO**

JONAS PREVIERO FONTANEZI

Orientador
Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas

BAURU
2007

JONAS PREVIERO FONTANEZI

**CONSULTORIA TURÍSTICA: empregabilidade para os bacharéis
em Turismo**

Orientador

Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas

Monografia apresentada para
obtenção do grau de bacharel
em Turismo



BANCA EXAMINADORA

Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas
Orientador

Profa. Ms. Valéria de Almeida Oliveira
Examinadora

Prof. Fábio José de Souza
Examinador

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus por colocar em meu caminho pessoas tão maravilhosas, que por sua vez muito contribuíram para que eu alcançasse mais um degrau desta escada chamada vida.

Agradeço ao meu orientador e amigo Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas, por suas horas de pura dedicação e amizade.

Agradeço ao amigo e Prof. Paulo Roberto Xavier pelos ensinamentos que jamais serão esquecidos.

Também agradeço aos Professores Paulo Renato Frederico de Paula, Fábio José de Souza e Valéria Almeida de Oliveira pela força e carinho nas horas mais difíceis.

À Camila Liotti, minha namorada pelo amor e compreensão.

Aos Professores Mauricio Werner e Fábio Miguel de Souza que mesmo de longe muito contribuíram para a conclusão deste trabalho.

A todos os amigos deste curso que de uma forma ou de outra colaboraram nesta jornada.

E enfim agradeço aos meus pais, aqueles que tanto amo, pois sem sua força, sua dedicação e seu carinho, estas linhas jamais estariam escritas.

SUMÁRIO

RESUMO	6
1 INTRODUÇÃO	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 Consultoria empresarial.....	12
2.2 O mercado mundial de viagens.....	14
2.3 A importância do Turismo para uma localidade	16
2.4 A formação do consultor turístico	17
2.5 A necessidade do planejamento turístico	20
2.6 As premissas do consultor turístico.....	22
2.7 O consultor turístico e a imagem de uma localidade.....	24
2.7.1 A publicidade e o Turismo	25
2.7.2 Imagem e administração da qualidade.....	26
2.8 Pós-Consultoria.....	27
3 OBJETIVOS	29
3.1 Objetivo geral	29
3.2 Objetivos específicos	29
4 METODOLOGIA	31
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES	34
5.1 Opinião dos Consultores Turísticos quanto a empregabilidade dos Bacharéis em Turismo	34
5.2 Opinião dos Gestores Municipais quanto a empregabilidade do Bacharel em Turismo.....	39
5.3 Competências e habilidades do Bacharel em Turismo que compõem o perfil do Consultor Turístico	44
5.3.1 Oportunidades de concursos públicos para Bacharéis em Turismo em 2007	49
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERÊNCIAS	56
ANEXOS	60

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Formação necessária para o consultor turístico	34
Quadro 2 – Áreas do conhecimento da consultoria turística	35
Quadro 3 – Importância do consultor no Planejamento Turístico.....	37
Quadro 4 – Mercado de trabalho para os Bacharéis em Turismo.....	37
Quadro 5 – Relação Gestores e Consultores.....	38
Quadro 6 – Formas de atualização do consultor turístico	39
Quadro 7 – Gestão do Turismo no município.....	40
Quadro 8 – Existência de Bacharel em Turismo no desenvolvimento dos Projetos Turísticos locais e/ou regionais	41
Quadro 9 – Categoria de contratação de Bacharéis em Turismo.....	42
Quadro 10 – Colaboração do Bacharel em Turismo no PDT e Plano Diretor	43
Quadro 11 – Importância do Bacharel em Turismo no PDT e Plano Diretor.....	44
Quadro 12 – Correlação entre as fases do planejamento turístico e as habilidades e competências do Bacharel em Turismo	46
Quadro 13 – Oportunidades de concursos públicos para Bacharéis em Turismo.....	50

RESUMO

O Turismo atualmente é um dos maiores setores da economia mundial, é o primeiro ou segundo maior negócio em todos os países. O Consultor Turístico, com sua formação interdisciplinar e seu conhecimento sobre este mercado, torna-se indispensável para o planejamento turístico de uma empresa ou município, quebrando o paradigma do amadorismo profissional acadêmico. Por meio do Consultor Turístico, uma localidade poderá aproveitar melhor todos os benefícios trazidos por um Turismo responsável e sustentável. Os Consultores apresentam uma formação ampla, com conhecimento aprofundado em todos os seguimentos do Turismo e começam a ganhar espaço no mercado de trabalho no Turismo nacional.

PALAVRAS CHAVES: Turismo, Consultor Turístico, Planejamento Turístico, Formação Interdisciplinar

***"Quem és tu servo infiel que
questiona a qualidade do solo, se
a sua missão é semear".***

(Matheus 5-23)

Introdução

1 INTRODUÇÃO

O turismo mundial após um curto período de recesso, voltou a crescer com uma taxa média de 4% anuais, onde se efetuaram mais de 1 bilhão de viagens internacionais no ano de 2010. O Brasil vêem acompanhando este crescimento e a cada ano novos destinos são lançados para o mercado internacional, todavia muitos destes destinos têm seu ciclo vital turístico curto, por conta de não estarem devidamente preparados para atender a demanda, suas exigências e oscilações de mercado.

Para que o turismo seja devidamente implantado é necessário que a localidade tenha um planejamento com foco na sustentabilidade, que somente pode ser alcançada com o auxílio de um consultor turístico, que com sua formação multidisciplinar, seu espírito empreendedor e seu conhecimento acadêmico fazem a diferença na gestão do destino. Porém, não se forma um consultor turístico tão facilmente. O questionamento proposto neste trabalho: como o bacharel em turismo pode se tornar um bom consultor turístico, valorizando assim seu conhecimento, demonstrando visão empreendedora, buscando sustentabilidade e se tornando realmente importante para o turismo brasileiro?

Atualmente o turismo mundial vem crescendo de modo espantoso, tomado como o mercado do futuro, o turismo começa a despontar como uma grande fonte de empregos, geração de renda e desenvolvimento, das localidades ou empresas que atuam neste ramo.

E para que todos os benefícios que o turismo traz seja aproveitado em sua forma mais completa, é necessário o trabalho de profissionais que saibam lidar com o desenvolvimento, organização e gerenciamento do turismo, neste papel enquadra-se de modo perfeito o consultor da área turística.

O presente trabalho vem ressaltar a grande importância do consultor turístico para o desenvolvimento do turismo de uma localidade, salientando suas características e comprovando que sua presença é indispensável para que o turismo seja desenvolvido e aproveitado em sua plenitude.

Este trabalho enfatiza que o consultor turístico tem em sua formação a qualidade necessária para transformar o turismo brasileiro, facilitando o planejamento das cidades, colaborando com os planos de marketing, desenvolvendo projetos, métodos e técnicas para aumentar o ciclo de vida de um núcleo turístico e prevenindo problemas ambientais, jurídicos e sócio-culturais que o turismo pode acarretar. A principal intenção deste trabalho é demonstrar que o consultor turístico é o profissional mais preparado para lidar com a gestão do turismo como um todo.

Fundamentação Teórica

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Consultoria empresarial

Todas as vezes que uma empresa privada ou uma instituição pública se depara com um problema cuja resolução pelos meios convencionais são insatisfatórios, torna-se necessário à adoção de uma política de urgência para a resolução de tal problema. Deste modo à consultoria empresarial se torna uma opção para suprir as necessidades de tais empresas, Oliveira (1996, p. 21), define consultoria empresarial como um processo interativo, onde um agente de mudanças externo a empresa assume a responsabilidade de auxiliar os executivos e profissionais da organização em suas transformações e decisões, porém sem ter o controle direto da situação.

Kubr (1980, p. 3), coloca que a consultoria é o serviço prestado por uma pessoa ou um grupo de pessoas qualificadas para a identificação e investigação de problemas e que sugerem propostas, procedimentos e métodos, de forma a recomendarem a ação adequada. O autor também coloca consultoria como um serviço independente e caracterizado pela imparcialidade do consultor, que não deve possuir nenhuma autoridade direta nas tomadas de decisões, papel o qual cabe a seus executivos. Segundo Kubr (p. 4) consultoria seria um aconselhamento profissional.

Neste panorama, o consultor assume o papel de colaborador da empresa e sua função é direcionar métodos, técnicas e processos que determinem uma base sustentável para as tomadas de decisões corretas. Através de seu conhecimento específico, o consultor consegue transformar suas idéias e procedimentos em ações para auxiliar as mudanças necessárias a fim de atingir os objetivos propostos.

Segundo Block (1991, p. 2), o consultor é uma pessoa que apresenta influência sobre um indivíduo ou organização, mas, que não tem direito para produzir mudanças diretamente. Sua função primordial é influenciar os executivos a nível institucional, propondo caminhos para a tomada das decisões corretas.

Ainda segundo Block (1991, p. 5), para que um consultor possa desenvolver seu trabalho é necessária uma gama de habilidades para efetivar uma boa consultoria, tais habilidades são classificadas como:

- a. Habilidades técnicas: Base do conhecimento; saber do que está sendo tratado; ser especialista no assunto.
- b. Habilidades interpessoais: Habilidade de transformar idéias em palavras; saber discordar, apoiar, de modo que tais ações colaborem com a organização.
- c. Habilidades de consultoria: Estar preparado para as mais diversas áreas de atuação como: contratação, análises, diagnóstico de problemas, feedback e tomada de decisões.

O Instituto Brasileiro de Consultoria (2000) apresenta que:

1. Consultoria visa à investigação, identificação, estudo de solução atinente à estrutura ao funcionamento e administração de empresas e entidades estatais ou privadas.
2. Compreende a indicação de métodos e soluções a serem adotadas e a condições para sua implementação nas organizações assessoradas.
3. Deve ser exercida por profissionais com formação adequada, dedicados a prestação desses serviços especializados por terceiros.

O consultor empresarial não conhece barreiras e limites para seu trabalho, em todas as áreas a consultoria é uma realidade e uma tendência mundial. No caso específico do Turismo, a consultoria empresarial recebe o nome de Consultoria Turística, e começa a despontar como uma influência positiva para o Turismo. Após alguns anos de recessão o mercado mundial de viagens volta a crescer, com rotas e tendências modificadas. Cabe ao consultor turístico estar atento a informações como esta, e utilizá-las como referencial para seus projetos.

A atividade turística requer um profissional que seja hábil para trabalhar com uma grande quantidade de informações e que esteja atento às mudanças externas do mercado de viagens, para assim guiar suas atividades.

2.2 O mercado mundial de viagens

Através dos anos diversas variáveis transformaram o turismo mundial, mudando o quadro de países receptores das viagens internacionais. Conforme coloca Werner e Boiteux (2004, p. 15), quatro grandes acontecimentos alteraram as rotas turísticas do mundo em menos de meio século. O primeiro e maior grande marco a ser destacado foram os atentados de 11 de setembro de 2001 aos Estados Unidos, onde o mundo percebeu a fragilidade e a insegurança no maior ícone do turismo, os aeroportos e seus vôos.

A partir deste momento os procedimentos para vôos internacionais sofreram drásticas transformações, tal acontecimento reduziu vôos mais longos como os internacionais e aumentou as partidas do turismo doméstico. Outra vital modificação ocorrida foi à implantação do euro em mais de 18 países da Europa. A geografia monetária teve uma grande novidade, onde um turista pode visitar diversos países utilizando uma única moeda.

O terceiro grande marco a ser destacado é a guerra do Iraque, que acarretou diversos problemas aos países envolvidos. Países como França, México e Espanha boicotaram viagens à Inglaterra e Eua, assim, como outros países fizeram o mesmo. O quarto e último grande marco são as catástrofes sofridas na Ásia. Primeiro, a pneumonia asiática trouxe terror a visitantes de países como a China e Hong Kong, logo após, o desastre das tsunamis trouxeram medo aos países paradisíacos da baixa Ásia, tais acontecimentos trouxeram um prejuízo de 70% para as cadeias hoteleiras.

No ano de 2003 o turismo mundial retoma seu crescimento, porém com suas rotas totalmente transformadas, assim como constata a revista Veja (2001, p. 62). Países como EUA, Inglaterra, Grécia e França unidos aos países da Ásia perderam cerca de 20% das chegadas internacionais, e países como a Austrália e México tornaram-se como destinos alternativos, mas, na América do Sul é onde o Turismo realmente tende a crescer. Os vôos domésticos tiveram grande crescimento e as companhias aéreas européias passaram a escalar cada vez

mais vôos diretos para a América do Sul, acompanhando o crescimento da demanda.

O Brasil por sua vez, é observado como uma das grandes destinações turísticas da América, tomado como um destino pacífico, sem problemas naturais e aliado a crescente tendência pelo gosto do turismo ecológico, passa a ter grande chance de se tornar um dos grandes destinos do turismo internacional. Outro grande fator positivo para o Turismo brasileiro, é à escolha do Cristo Redentor como uma das Sete Maravilhas do Mundo Contemporâneo, escolha que poderá aumentar os números de entradas de turistas estrangeiros no país.

Porém, problemas como a pouca infra-estrutura básica, pouco profissionalismo, descaso com portos e aeroportos, turismo sexual e inconsciência de políticos atrasam tal crescimento. Diversos acontecimentos podem causar a diminuição do crescimento do turismo. Em 2003, a falta de energia elétrica obrigava hotéis a diminuir seus gastos com energia elétrica, em muitos casos diminuindo até mesmo, o conforto de seus clientes para alcançarem os limites impostos.

Em 2006, ataques do crime organizado nos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro, diminuiu o número de visitas às cidades que ficavam praticamente paradas a noite. O acidente com o vôo 3054 da TAM e o recente caos que se tornou o transporte aéreo do país atrapalham o Turismo, conforme foi apurado pelo Jornal do Comércio (JC, 2007). A taxa de ocupação da hotelaria brasileira caiu cerca de 17% nos estados do sul e sudeste e quase 50% nos hotéis do nordeste.

Cabe então ao consultor turístico, colaborar para a resolução destes problemas, interligados com entidades públicas e privadas, este profissional tem a capacidade de transformar a capacidade turística de uma empresa, região ou país.

2.3 A importância do Turismo para uma localidade

A importância do Turismo no cenário internacional tem aumentado ao longo das décadas, segundo a OMT o Turismo é o maior ou o segundo maior negócio em mais da metade dos 178 países das Nações Unidas. Para os países do Caribe o Turismo significa mais de 70% dos empregos e da renda gerada.

Segundo Trigueiro (1999, p. 6), o Turismo é um fator vital para o desenvolvimento de uma localidade, a atividade turística promove além de distribuição de renda e geração de empregos, uma maior integração sociocultural entre os povos e um estreitamento com o meio ambiente. Hoje, o Turismo é considerado o setor que mais emprega pessoas no mundo, seja de modo direto ou indireto.

Temos em nosso país diversas cidades que sobrevivem em sua maior parte com a renda provinda do turismo. Campos do Jordão, Gramado e Natal são exemplos de municípios que passaram a ter o turismo como maior fonte de recursos para o desenvolvimento.

Beni (1997, p. 39) destaca que o Turismo é um eficiente meio para promover as localidades receptoras nos âmbitos culturais, sociais e naturais. Abrindo novas perspectivas sociais com o desenvolvimento econômico da região e desenvolvendo outros campos. Todavia, o autor também coloca que o Turismo pode provocar alguns prejuízos, como degradação dos recursos naturais, dependência de capital estrangeiro e perda da autenticidade da cultura local. Em muitos casos os danos causados podem se tornar irreparáveis.

Uma das principais funções que um consultor da área turística deve ter é saber maximizar os resultados positivos e reduzir ou, se possível evitar tais problemas. Com ações planejadas e organizadas o consultor consegue que os riscos sejam minimizados, contudo, o consultor deve ter uma boa formação, para que não ocorram erros.

2.4 A formação do consultor turístico

Com o auxílio de um consultor turístico uma empresa ou localidade é capaz de desenvolver um plano piloto para desfrutar dos inúmeros benefícios trazidos pelo turismo, quando este implantado e utilizado corretamente. Segundo Ruschmann e Solha (2004, p. 4), o turismo planejado é uma oportunidade para que uma região se desenvolva, pois a atividade turística organizada gera empregos e receitas, e por consequência, melhoram a qualidade de vida da comunidade. As autoras também colocam que para este planejamento ser efetivo, o destino turístico deve apresentar profissionais competentes e preparados para enfrentar qualquer tipo de situação e que sejam aptos a trabalhar com o turismo.

O consultor turístico deve ser um profissional com qualidades mercadológicas e pessoais, deve ser um especialista conhecendo todas as áreas e abrangências do turismo, levando em conta a tendência mundial do mercado de viagens e as variáveis da demanda. Acima de tudo o consultor turístico deve ter espírito empreendedor e comprometimento com o desenvolvimento de um turismo sustentável. Sua formação acadêmica deve compreender áreas de Eventos, Hotelaria, Administração, Empreendedorismo, Planejamento Turístico, Princípios de teoria de Turismo, Agenciamento, Educação Ambiental, Ética Profissional, Legislação aplicada ao Turismo e Marketing. Assim como pressupõe o código de ética do bacharel em turismo:

O trabalho do bacharel em turismo deve ser orientado pelas premissas e princípios inerentes ao modelo de turismo sustentável. Sua atuação, nos mais diversos campos profissionais, deve considerar, necessariamente, o aproveitamento racional dos recursos naturais e culturais nos processos de planejamento, produção e consumo dos produtos turísticos, tanto no contexto do turismo convencional quanto nos outros seguimentos específicos do turismo (ABBTUR, 2007).

Como um fator complementar e não menos importante, o consultor da área turística deve estar sempre informado sobre as oscilações do mercado e as difusões entre oferta e procura, e estar sempre ciente no que oferece a

concorrência, através de análises e pesquisas, as quais o consultor turístico deve utilizar para a transformação da localidade, empresa ou atrativo. Para tanto, é necessário que este profissional esteja devidamente preparado, caso contrário os resultados podem ser catastróficos.

Todavia, estas características são irrelevantes se não forem aliadas ao espírito empreendedor. Xavier (2006, p. 2) destaca que empreendedorismo significa acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, por em prática, idéias próprias, com características de personalidade e comportamento. Tal empreendedorismo aliado com o planejamento proposto e executado será o diferencial da empresa, localidade ou atrativo, tornando-se um fator decisório na hora da escolha do turista e um ponto inicial para a execução do marketing da organização.

Chiavetto (2004, p. 10), coloca que empreendedor é uma pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto social assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

O consultor turístico também é um executivo que deve ter uma idéia clara de quem ele é e qual a sua posição, usando sua percepção para identificar os problemas do seu setor e o modo de resolvê-los. Hatakeyama (1995, p. 4), destaca que um executivo de nível institucional deve tomar conhecimento da situação geral da organização, localizando o problema e tomando a iniciativa de acordo com suas convicções. A auto-avaliação deve ser feita periodicamente, não perdendo assim o foco do planejamento.

Um dos principais pontos a ser destacado, é a necessidade deste bacharel em turismo estar plenamente preparado para o trabalho, pois envolverá áreas estritamente cuidadosas como leis ambientais, código de defesa do consumidor, regulamento de empresas e seus vínculos empregatícios. Neste ponto os conhecimentos sobre a constituição e suas leis devem ser destacados por sua grande importância. Outra exigência feita ao futuro consultor é o conhecimento sobre o marketing, ferramenta que deve ser utilizada a partir dos princípios éticos e reais da organização, e deve ser abundante para a conquista e manutenção de seu cliente.

Como regra geral, o consultor turístico precisa ser capaz de examinar criticamente o seu próprio conhecimento e habilidades ao levar em consideração novos compromissos profissionais. Devem ser objetivos em suas análises, julgamentos e conclusões, manter uma base de relacionamento na confidencialidade não deixando extravasar qualquer informação sobre seus clientes, nem fazer uso dessa informação para obter benefício ou vantagem, pois, os clientes devem estar convencidos de que podem confiar no consultor.

Trabalhos feitos por consultores podem afetar os interesses de pessoas que pertencem a localidades ou empresas, muitas vezes os danos podem ser irreversíveis caso não haja um planejamento adequado. Enfocam-se então as implicações de natureza econômica, ambiental e social. Souza, sócio proprietário da empresa Índice Consultoria Turística declara que:

A questão sócio-cultural é muito levada em conta, uma vez que o perfil de uma população é bem variável conforme sua cultura. E as características culturais de uma localidade também devem ser exaltadas e preservadas (SOUZA, 2007).

É importante ressaltar a importância de se preservar as características ambientais e culturais de cada região. Em muitos casos transformações culturais ou ambientais podem ser irreversíveis. O planejador turístico deve estar capacitado para lidar com esses tipos de problemas.

O papel de um consultor turístico está intimamente ligado ao trabalho com outras pessoas, onde deverá colaborar nas tomadas de decisões perfeitas para cada caso. Então o consultor deverá ter um perfil de liderança para que suas colocações possam ser respeitadas, segundo Hunter (2004, p. 25), liderança é a habilidade de influenciar pessoas para trabalharem entusiasmadamente, visando atingir aos objetivos identificados como sendo para o bem comum.

Uma das principais ferramentas que devem ser utilizadas em uma consultoria são os princípios básicos de marketing, que serão indispensáveis na conquista e manutenção do cliente. Estar atento às necessidades que o cliente procura e se possível, trazer aos clientes momentos inesquecíveis, são algumas das formas mais utilizadas para a fidelização de clientes.

Norteadado pelo turismo sustentável o consultor da área turística, terá como sua principal função planejar a organização voltada para o Turismo, acompanhando sua implementação, seu desenvolvimento e sua atuação perante a área estabelecida, sendo sua presença assim indispensável.

2.5 A necessidade do planejamento turístico

O planejamento turístico é uma ferramenta de gestão de destinos, focada na utilização dos recursos naturais e culturais disponíveis para serem usados na organização do Turismo.

Através dos tempos o turismo vem se desenvolvendo com maior amplitude e velocidade, e os problemas acarretados por sua implantação vieram acompanhando essa evolução. Com uma demanda cada vez mais crescente, problemas sócio-culturais, ambientais e jurídicos passam a serem correlatos no dia-dia do profissional que trabalha com o planejamento do turístico.

Para que tais fenômenos possam ser evitados Boullón (2002, p. 57), coloca que, para o sistema turístico possa funcionar, é preciso que aos atrativos e ao empreendimento turístico acrescente-se a infra-estrutura. Que deve estar de acordo com as necessidades do local e com a quantidade de visitantes que irá receber. Sem o planejamento turístico, a organização estará à mercê de problemas que são facilmente encontrados e que poderiam ser previstos e evitados.

Somente com um consultor turístico a localidade poderá contar com o planejamento por completo, Molina (2001, p. 118), demonstra que o turismo tem aceitado a viabilidade do planejamento, mediante suas transformações políticas, sociais e econômicas. Temos então um cenário que coloca a importância de se planejar o turismo, aproveitando ao máximo suas virtudes e benefícios, prevenindo seus problemas e colaborando com as transformações que ocorrerão.

Através de ações planejadas temos como certo um turismo sustentável e com longa vitalidade, tais ações devem ser subentendidas como programas, planos e projetos para o desenvolvimento do turismo na determinada localidade.

Para tanto, todas as ações devem ser direcionadas pelo planejamento turístico que deve ser seguido ao extremo para se obter os resultados esperados. É preciso então, ter o conceito de planejamento turístico concebido por toda a sua grandeza, Werner e Boiteux (2004, p. 91), colocam que planejar um destino turístico significa estruturá-lo para que a atividade possa gerar empregos, renda, consumo e conseqüentemente aumentar a qualidade de vida do município.

O planejamento turístico deve ser bem feito de modo que todos os organismos saiam satisfeitos, tanto visitantes, como moradores, empresários, governantes entre outros.

A Organização Mundial do turismo, criou um código de ética dirigido a todas as partes envolvidas com o Turismo, a fim de explicar a importância do planejamento turístico para uma localidade, e os direitos que cabem a cada parte:

Artigo 2: O Turismo instrumento de desenvolvimento individual e coletivo.

Artigo 3: O Turismo, fator de desenvolvimento sustentável.

Artigo 5: O turismo, atividade benéfica para os países e para as comunidades de destino (WTO, 2004).

Tomamos o Turismo como um fator insubstituível de auto-educação, tolerância mútua e de aprendizagem das diferenças entre povos e culturas. As atividades turísticas devem respeitar a igualdade entre homens e mulheres. Assim como é dever de todos os agentes envolvidos no desenvolvimento turístico salvaguardar o ambiente e os recursos naturais. Deve-se equacionar a distribuição no tempo e nos espaços do fluxo de turistas.

Enfoca-se a parte econômica, onde as populações e comunidades locais devem ser conduzidas a participar dos benefícios econômicos, sociais e culturais. As políticas turísticas devem ser conduzidas de tal forma que contribuam para a melhoria do nível de vida das populações e regiões visitadas.

Os três artigos citados trabalham um mesmo tema o desenvolvimento do turismo responsável, que traga benefícios a seus receptores, retorno financeiro a seus investidores e proporcione divertimento a seus consumidores respeitando o meio onde o Turismo é apreciado.

Espera-se que o planejamento turístico elabore políticas municipais, estaduais e nacionais, coordene e oriente projetos de treinamento ou aperfeiçoamento de pessoal, coordene e oriente trabalhos de seleção e classificação de locais e áreas vocacionadas para o Turismo, elabore e coordene trabalhos técnicos, estudos, pesquisas e projetos em diferentes áreas do Turismo e analise e elabore planos para o desenvolvimento do Turismo de uma forma consciente, baseando-se em fatores sociais, culturais e econômicos presentes em cada região.

Planejar o Turismo passa a ser indispensável para uma localidade que pretende ser um pólo turístico verdadeiro e se beneficiar com ele.

2.6 As premissas do consultor turístico

Espera-se que o consultor do ramo turístico colabore com a transformação do Turismo de uma localidade, elaborando um planejamento sistêmico e contínuo. Petrochi (1998, p. 72) coloca que a finalidade do planejamento turístico é definir as decisões que articulam as políticas de uma organização, orientando os empresários e executivos nas tomadas de decisão para o desenvolvimento do Turismo.

O consultor turístico deve galgar a posição que seu cliente pretende ter no mercado, as metas que deverão ser alcançadas, as estratégias e programas, ações e os prazos para cada implementação e resultados.

Através da consultoria e do planejamento, o crescimento turístico ganha convergência e coerência. Com sua experiência o consultor deve colaborar com o desenvolvimento de todo o planejamento turístico, convertendo recursos naturais em recursos turísticos e ordenando o território. Outra premissa do consultor é a sua atuação nas áreas de equipamentos, promoções e marketing.

Como o Turismo é dinâmico e atua diretamente com a natureza ou com construções humanas a preservação do ambiente físico, natural e urbano é um dos pontos primordiais da atuação da consultoria. A degradação dos atrativos em muitos casos pode gerar a diminuição de fluxo turístico ou mesmo a morte da

destinação, caso os danos não possam ser reparados. O controle do fluxo de turistas deve ser estudado pelo consultor de modo que o atrativo gere renda e o ambiente continue inalterado.

O mercado turístico deve ser permanentemente monitorado, acompanhando suas modificações e inovações, conseguindo assim manter uma visão atualizada. O planejamento deve ser contínuo, com o consultor controlando os resultados e se preciso modificando as metas e diretrizes do programa.

Petrochi (1998, p. 73), consultor turístico da Petrochi Consultores LTDA, enfoca em seu trabalho dois objetivos básicos:

1. Buscar a elevação da qualidade turística, em sua forma mais abrangente, coordenando ações, recursos e instrumentos técnicos, estimulando as áreas receptoras.

2. Estudar a ocupação do território turístico visando o Turismo sustentável.

A profissionalização das pessoas envolvidas com o Turismo é um fator de preocupação, onde é necessário muitas vezes implementar orientações voltadas para a hospitalidade. Em muitos casos cursos e campanhas devem ser utilizadas a fim de transformar as comunidades autóctones em divulgadores do local ou mesmo para transformá-las em empreendedoras do setor turístico.

A mesma preocupação deve se estender na manutenção das características culturais das mesmas comunidades. O Turismo, muitas vezes, pode alterar tradições, culturas e modos de vida de uma sociedade, uma vez que turistas de vários lugares visitam a localidade.

A ética é uma das principais características exigidas de um consultor turístico, uma vez, que o trabalho estará envolvendo recursos naturais, humanos e o capital de terceiros.

Toda consultoria turística deve estar voltada para o desenvolvimento da localidade e proporcionar satisfação ao visitante:

- A) Em sua maior parte a consultoria turística pretende implantar ou desenvolver o turismo, já que a realidade brasileira reflete um quadro de carências no potencial turístico.

B) O planejamento tem em vista o cliente, o mercado, pois se deseja vender o destino turístico.

C) A proposta da consultoria turística é tornar os núcleos turísticos mais belos, com maiores cuidados nos perímetros urbanos, com pessoas hospitaleiras e capacitadas para atuar no turismo, com o meio ambiente protegido, e que os núcleos turísticos estejam dotados de uma eficiente estrutura de comercialização de seus produtos.

2.7 O consultor turístico e a imagem de uma localidade

A imagem talvez seja um dos temas de maior relevância quando se trata do Turismo. Com isso, quando falamos na venda de uma destinação, logo estamos falando na relação sobre o que aquele destino representa. Barboza (2001, p. 32) enfoca com certa frequência, a criação de uma fantasia, de um sonho, quando tratamos de destinações turísticas, segundo o autor a indústria turística sempre associa o ato de viajar com pessoas felizes e famílias contentes.

A comercialização da imagem das localidades também deve sofrer a intervenção do consultor turístico, já que não se deve vender algo que é irreal. Sendo assim a quantidade e a qualidade dos produtos turísticos deve ser condizente com a imagem passada pela publicidade. A grande preocupação do planejamento é manter o equilíbrio entre aquilo que é vendido e aquilo que é apresentado.

Prezar pela legitimidade do produto representa uma longa jornada vital no ciclo de vida turístico da localidade. Um produto que apresenta uma proposta, mas tem uma realidade completamente diferente, proporciona um sentimento de insatisfação no cliente. Este por sua vez corresponderá não voltando mais àquele local e denegrindo a imagem da localidade a terceiros. O resultado será a diminuição do fluxo turístico e conseqüentemente a morte da destinação, caso não haja uma mudança de planejamento.

A imagem da destinação deve ser compatível com o nível dos equipamentos que ela possui, bem como os níveis de satisfação que os clientes

apresentam, pois quando tratamos diretamente com os sonhos das pessoas um pequeno deslize já serve para destruí-lo.

O consultor turístico deve zelar por uma imagem verdadeira da localidade, salientando todos seus pontos positivos e os expondo para o mercado consumidor. Todavia, a verdadeira imagem que o turista recolherá da localidade estará em sua estadia, tornando-se indispensável que a receptividade do local esteja pronto para recebê-lo.

2.7.1 A publicidade e o Turismo

Quando tratamos da imagem de uma localidade, colocamos em pauta a publicidade que será feita sobre ela. Barboza (2001, p. 15), coloca que no Turismo a publicidade exerce um papel extraordinário por meio do uso de imagens com a finalidade de atrair o consumidor.

Como a publicidade encontra-se ligada às ciências humanas, sobretudo à psicologia, a construção da publicidade do Turismo deve ser feita através das expectativas e comportamentos do consumidor. Como não é possível diferenciar os desejos de cada indivíduo, a publicidade acaba considerando todos os consumidores idênticos.

Todavia, Ansarah (2000, p. 10) menciona que para promover o Turismo de forma efetiva e com qualidade é absolutamente necessário conhecer, além do número de turistas o perfil real da demanda, bem como suas necessidades e desejos.

A publicidade será feita para consumidores em massa, deixando de lado a heterogeneidade de cada consumidor. No Turismo a principal função da publicidade é desempenhar o papel de vender a imagem de que se é possível viajar sem empecilhos e com liberdade.

Bigal (1999, p. 24) coloca que a resposta esperada pela publicidade é a compra, alavancar as vendas. No caso do Turismo, a publicidade deve chegar ao mercado consumidor, ou seja, o turista. Nessas condições as campanhas publicitárias devem ser redigidas para os locais com maior índice de demanda.

Tais informações só podem ser obtidas através de pesquisas realizadas com os visitantes.

Para definir a estratégia e as campanhas publicitárias, são necessárias umas séries de estudos e análises para definir onde a campanha será aplicada, quais veículos de comunicação serão utilizados e principalmente a qual segmento as viagens serão destinadas. Essas definições devem ser estudadas pelo consultor turístico, juntamente com os empresários do setor turístico e os gestores públicos e tão logo defini-las.

O planejamento turístico também deverá focar a distribuição, a promoção e a venda do produto ou destinação. Cabe então ao consultor, conhecer noções de publicidade e estar devidamente preparado e informado sobre a demanda e os concorrentes.

2.7.2 Imagem e administração da qualidade

É imprescindível que uma localidade preze por sua imagem. Administrar a qualidade de seus produtos e serviços prestados significa manter uma imagem de boa qualidade. Maximiano (1997, p. 48) ilustra que qualidade é o conjunto de características de uma organização ou produto, que definem sua capacidade de atender as necessidades de alguém.

No Turismo a qualidade não só implicará na manutenção de uma boa imagem, mas também será fator determinante para o sucesso de uma empresa ou destinação. Ter qualidade representa a satisfação e uma possível fidelização do cliente.

O planejamento deverá definir as características do atrativo ou localidade e supervisionar periodicamente os resultados que são alcançados. Como métodos, é comum a aplicação de questionários e formulários de controle de qualidade, os quais devem fornecer as informações necessárias para futuras mudanças.

A base fundamental para a que a qualidade dos serviços e produtos sejam mantidos é a satisfação do cliente. O cliente satisfeito se torna a maior imagem que uma localidade pode apresentar em suas campanhas publicitárias.

2.8 Pós-Consultoria

Mesmo após o término do planejamento turístico, o consultor não deve abandonar os projetos até então desenvolvidos. O monitoramento sistemático dos projetos através de pesquisas e estudos, mantém a qualidade do produto e aperfeiçoa suas virtudes. A pós-consultoria deve acompanhar o crescimento do produto para que este, nunca fique ultrapassado.

Em específico as destinações devem manter o programa de consultoria para avaliar seu desempenho e os resultados que foram alcançados. Segundo Barretto (1999, p. 44), existem três tipos de critérios para avaliação: eficiência (se a qualidade dos resultados está de acordo com os investimentos), eficácia (comprovar se as alternativas de ação escolhidas foram as melhores) e efetividade (a verificação de que os objetivos da ação, uma vez alcançados, realmente modificaram o estado das coisas).

A pós-consultoria não deve considerar apenas os resultados, mas também os objetivos, o nível técnico do planejamento, a execução e os fatores que influenciaram as ações. Tais análises colaboram para que a localidade continue seu crescimento, sem diminuir a demanda ou a qualidade dos serviços prestados.

Objetivos

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

Delinear as competências e habilidades do bacharel em turismo que compõe o perfil do consultor turístico, ressaltando assim sua grande importância para o planejamento e organização do turismo como um todo.

3.2 Objetivos específicos

- Descrever o perfil necessário do consultor turístico.
- Ressaltar a necessidade do turismo brasileiro por profissional que esteja apto para lidar com o planejamento do turismo.
- Destacar a importância do conhecimento multidisciplinar para que o consultor tenha uma visão atual do turismo mundial e do mercado em geral.
- Especificar quais qualificações o bacharel em turismo deve ter para seguir carreira como consultor turístico.

Metodologia

4 METODOLOGIA

Para analisar a formação de um Consultor Turístico, qual a sua formação e qual a importância do seu trabalho no cenário turístico brasileiro, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, documental e qualitativa baseada em Dencker (2001).

O método científico é um processo de regras ou critérios que servem de referência no processo de busca da explicação ou da elaboração de previsões em relação a questões e problemas específicos (DENCKER, 2001 p. 23).

Por pesquisa bibliográfica entende-se “pesquisa desenvolvida a partir de material já elaborado, como livros e artigos científicos, possibilitando o levantamento de dados históricos”. Para exemplificar a quantidade de oportunidades de concursos públicos destinados aos Bacharéis foi realizada uma pesquisa documental, que atualmente pode ser descrita como “um material pessoal, público ou privado, que ainda não recebeu tratamento analítico”. Com o intuito de descrever o perfil e a opinião dos consultores e gestores turísticos quanto a empregabilidade do Bacharel em Turismo foi utilizado o questionário como instrumento de coleta de dados constando sete perguntas abertas aplicadas a três Consultores Turísticos do país (Anexo 1). Estes questionários foram enviados formatados em formulário eletrônico do MS Word 2000 e enviados por correio eletrônico após contato preliminar por meio de acesso ao website de empresas de consultoria turística.

Com a finalidade de reconhecer qual a importância do Consultor Turístico nos âmbitos municipais e qual sua relação com os gestores municipais, também foi realizada uma pesquisa qualitativa, com sete entidades de Turismo de sete municípios contínuos da rodovia SP 304 (Anexo 2).

Também foi realizado um levantamento de dados sobre oportunidades de empregos formais na área de Turismo, do período de seis de fevereiro a seis de novembro, em formulário próprio (Anexo 3) com a finalidade de demonstrar as oscilações do mercado de trabalho para os Bacharéis em Turismo.

Com os levantamentos dos dados adquiridos o tratamento dos dados de forma analítico-sintético foi possível descrever o perfil da formação ideal para um

Bacharel em Turismo se tornar um Consultor Turístico e a possível empregabilidade deste perfil no mercado de trabalho.

No entanto a pesquisa delimita-se qualitativamente no tocante a opiniões de especialistas em consultoria e não se propõe a uma projeção probabilística da empregabilidade pelo mercado turístico atual e futuro.

Resultados e Discussões

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 Opinião dos Consultores Turísticos quanto a empregabilidade dos Bacharéis em Turismo

Como já fora destacado, o consultor turístico deve ser um profissional com qualidades mercadológicas e técnicas, deve ser um especialista conhecendo todas as áreas e abrangências da atividade turística. Existe uma concordância quanto à formação necessária para se tornar um Consultor Turístico. Em todas as repostas observa-se que é imprescindível o Consultor Turístico ter formação superior em Turismo. Uma pós-graduação também é essencial (Quadro 1). Segundo Alves (2002, p. 17), o curso de Bacharelado em Turismo deverá formar profissionais capazes de atuar no mercado de trabalho com constantes transformações e de diversas realidades, deverá ter visão de mercado, conhecimentos específicos e de grande impacto na vida socioeconômica e no meio ambiente. A formação do Bacharel é a combinação prática com conhecimentos necessários que cumprirão as exigências da profissão.

Pergunta	Na sua opinião, qual a formação necessária para se tornar um consultor turístico?
Consultor 1	“Ser Bacharel em Turismo com alguma pós-graduação na área empresarial como Consultoria ou Administração.”
Consultor 2	“Ter o título Bacharel em Turismo é o essencial, mas com o tempo torna-se necessária uma especialização”.
Consultor 3	“Bacharel em Turismo, pós-graduado e se possível possuir um mestrado ou correspondente.”

Quadro 1 – Formação necessária para o consultor turístico

Boullón (2002, p. 57), coloca que para que o sistema turístico possa funcionar, é preciso que tanto aos atrativos como ao empreendimento turístico acrescente-se a infra-estrutura. Que deve estar de acordo com as necessidades do local e com a quantidade de visitantes que irá receber. Para que isso ocorra todos os setores ligados ao turismo devem estar planejados.

Para Shigunov (2002, p. 42), o perfil desejado do profissional do Turismo é aquele que possua uma formação generalizada e particularizada ao mesmo tempo, ou seja, um profissional com conhecimentos técnicos necessários ao exercício de suas funções, apto para atuar em um mercado competitivo e em constante transformação.

O MEC (2006, p. 2), coloca que se faz necessário que o Bacharel em Turismo tenha conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética. Para assim conseguir um melhor resultado em seus trabalhos.

Para Ruschmann (2002, p. 11), o profissional do Turismo deve ter inclinação, propensão e vocação para lidar com os sentimentos das pessoas, pois sua heterogeneidade é muito grande, quando o assunto é Turismo. A diversidade da prestação de serviços Turísticos, tanto nas áreas públicas quanto nas particulares fazem com que os Bacharéis em Turismo necessitem e mantenham um conjunto de informações e conhecimentos específicos constantemente atualizados. Sendo este, um conjunto que irá distinguir um profissional de Turismo de qualquer outro.

No quadro 2, todas as respostas apontam a seguinte indicação com relação às áreas: administrativas, jurídicas, cultural, econômica, social e políticas públicas devem ser compreendidas em uma Consultoria Turística.

Pergunta	Quais áreas do conhecimento uma consultoria turística pode abranger?
Consultor 1	“Administrativa, Jurídica, Ambiental, Cultural, Econômica, Social e Políticas Públicas”.
Consultor 2	“Administrativa, Jurídica, Ambiental, Cultural, Econômica, Social e Políticas Públicas”.
Consultor 3	“Administrativa, Jurídica, Ambiental, Cultural, Econômica, Social, Políticas Públicas, RH e P&D”.

Quadro 2 – Áreas do conhecimento da consultoria turística

Petrochi (1998, p. 72), coloca que a finalidade do planejamento turístico é definir as decisões que articulam as políticas de uma organização, orientando os

empresários e executivos nas tomadas de decisão para o desenvolvimento do Turismo. É de comum acordo que: “o Consultor Turístico tem grande importância para o Planejamento Turístico”. Segundo o Consultor 1, transformar a realidade de um município no âmbito turístico, é a grande responsabilidade dos consultores. O Consultor 2, enfoca que é necessário que o Consultor seja um líder, pois estará à frente de muitos grupos.

O Consultor 3, coloca que este profissional do Turismo tem uma formação múltipla e tem a capacidade de análise e resolução de problemas, tornando-o um profissional ímpar. Assim como Hatakeyama (1995, p. 4), destaca que um executivo de nível institucional deve tomar conhecimento da situação geral da organização, localizando o problema e tomando a iniciativa de acordo com suas convicções (Quadro 3).

O Artigo IV, alínea V da Resolução Nº 13, de 24 de novembro de 2006 do MEC, coloca que o Bacharel em Turismo deve: ter o domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e a operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos. Pois isso interferirá diretamente no planejamento e nas técnicas do planejamento. Pois tais conhecimentos são necessários desde o inventário turístico até as o nível de avaliações.

No quadro 4, segundo os Consultores entrevistados, o mercado de trabalho na área de Consultoria Turística ainda é muito pouco explorado, portanto ainda há muito espaço para o crescimento. Contudo todos ressaltam que é necessário estar muito bem preparado para se tornar um Consultor.

Segundo a proposta de diretrizes curriculares (MEC, 2002) o sucesso do Bacharel em Turismo dependerá da solidez da formação técnica e teórica mediante a ampla formação cultural adquirida no curso de graduação. Através dele o Bacharel deverá possuir determinação habilidade para trabalho em equipe e facilidade de adaptação a contextos novos, além de criatividade, espírito inovador, poder de liderança, decisão, capacidade crítica, atualização tecnológica e domínios de idiomas.

Pergunta	O planejamento turístico é essencial para uma localidade que deseja se tornar um destino turístico! Qual a importância do consultor turístico neste contexto?
Consultor 1	“O Consultor Turístico é o ícone da transformação de um município comum em um destino turístico. Temos várias cidades no país onde podemos ver o verdadeiro espírito do Consultor, onde o planejamento das ações é feito por Consultores turísticos. Praia Grande no litoral paulista é uma delas”.
Consultor 2	“É importante que este profissional esteja preparado, pois estará trabalhando com recursos naturais, sociais, econômicos e culturais, áreas onde erros não são permitidos. O consultor também deve estar preparado para liderar grupos”.
Consultor 3	“O Consultor Turístico é o propulsor do crescimento do Turismo, desenvolvendo e realizando projetos turísticos das mais distintas áreas. É o profissional do futuro, pois tem uma formação múltipla, por isso deve ser contratado. Sua capacidade de prever e analisar problemas e resolvê-los, o torna um profissional ímpar. Municípios que realmente trabalham ou dependem do Turismo incorporam com facilidade os Bacharéis”.

Quadro 3 – Importância do consultor no Planejamento Turístico

Pergunta	Na sua opinião, como está o mercado de trabalho para os Bacharéis em Turismo que futuramente pretendem atuar como consultores?
Consultor 1	“Existem poucas empresas especializadas em Consultoria Turística pelo país, mas muito bem preparadas. Com isso, a oportunidade de crescimento está a mercê dos profissionais que estão por ingressar neste ramo profissional”.
Consultor 2	“É um mercado em pleno crescimento, com chances para todos os profissionais que estejam realmente preparados”.
Consultor 3	“É um mercado promissor, onde poucos ainda se aventuram. É uma seção onde precisa-se de muito conhecimento acadêmico e experiência em diversas áreas do Turismo. O Bacharel em Turismo que realmente pretende trabalhar como consultor deve estar preparado acima de tudo academicamente, pois sua inteligência será cobrada diariamente”.

Quadro 4 – Mercado de trabalho para os Bacharéis em Turismo

Segundo os Consultores de Turismo entrevistados, as relações entre gestores e consultores precisam ser melhoradas. O Consultor 1, enfoca que os gestores começam a enxergar a importância dos profissionais do Turismo agora. O Consultor 2, coloca que os Consultores são contratados apenas para projetos

específicos, enquanto o Consultor 3, atenta que a contratação de Consultores é uma prática apenas dos municípios que apresentam alguma identidade com o Turismo (Quadro 5).

Pergunta	Como é a relação dos Gestores municipais com os consultores Turísticos?
Consultor 1	“Os Consultores Turísticos são os olhos dos governantes para o Turismo. É imprescindível que as empresas de Consultoria auxiliem os governantes no desenvolvimento do Turismo seja em qualquer âmbito. Os gestores e secretários de Turismo começam a encher este ponto de vista agora”.
Consultor 2	“Geralmente os Consultores de Turismo são contratados para um projeto específico, mas está se tornando comum que governos estaduais e prefeituras contratem Bacharéis em Turismo para exercerem esse cargo”.
Consultor 3	“A maioria dos municípios brasileiros ainda não conta com a interação dos profissionais de Turismo, apenas grandes centros urbanos ou localidades com alguma identidade turística contam com esse tipo de profissional. Uma realidade que precisa ser transformada. O Rio de Janeiro é o estado que mais contrata profissionais do Turismo no país e mesmo assim ainda consideramos um número muito baixo”.

Quadro 5 – Relação Gestores e Consultores

Segundo o Consultor 1, para que um Bacharel em Turismo consiga sempre estar atualizado, faz-se necessário manter contato com os fornecedores de viagens e ficar atento com as transformações sazonais e os modismos. No entanto, o Consultor 2, ressalta a importância das mudanças econômicas e o desenvolvimento tecnológico. O Consultor 3, coloca que o Turismo é totalmente variável e que os relacionamentos acadêmicos são os métodos mais eficazes para se manter atualizado (Quadro 6).

Pergunta	Na sua opinião, como um consultor turístico pode ficar sempre atualizado com as constantes modificações no cenário turístico mundial e suas tendências?
Consultor 1	“Acima de tudo o Consultor Turístico deve estar atento às transformações sazonais, modismos e acontecimentos variados. O mercado turístico é muito sensível e mesmo uma simples variação no câmbio pode causar grande impacto. Para sempre estar atualizado é importante manter contato direto com os fornecedores de viagens e captar o maior número de informações sobre todos os assuntos possíveis”.
Consultor 2	“Ficando atento às mudanças econômicas, aos acontecimentos naturais e ao desenvolvimento de novas tecnologias. O mundo turístico está sempre mudando”.
Consultor 3	“É preciso saber que o Turismo é instigante e totalmente variável, destinos nascem e desaparecem todos os anos e as empresas interligadas a eles também. O Net Work é muito utilizado para se manter atualizado, estar ligado a uma instituição acadêmica também é importante, pois além de reciclar seus conhecimentos antigos, novidades chegam através dos alunos. O Consultor Turístico deve estar ligado a todos os meios de mídia possível, assim como workshops, feiras e saeminários interligados ao Turismo”.

Quadro 6 – Formas de atualização do consultor turístico

5.2 Opinião dos Gestores Municipais quanto a empregabilidade do Bacharel em Turismo

Para o desenvolvimento correto do Turismo, a aplicação dos projetos turísticos deve contar com um profissional que esteja preparado para este trabalho.

De acordo com o quadro 7, todos os entrevistados exercem em seu cargo uma função de grande influência em seus respectivos municípios e que procuram colaborar com o desenvolvimento do Turismo da melhor maneira possível.

Na maioria dos municípios existe a presença de um ou mais Bacharéis em Turismo colaborando em algum projeto. Apenas o entrevistado Município 7, coloca que não existe o auxílio de um Bacharel em sua cidade, mas que estes, estão presentes em todas as reuniões regionais do Turismo (Quadro 8). Segundo Ruschmann e Solha (2004, p. 4), o turismo planejado é uma oportunidade para que uma região se desenvolva, pois a atividade turística organizada gera

empregos e receitas e por conseqüência melhoram a qualidade de vida da comunidade. As autoras também colocam que para este planejamento ser efetivo, o destino turístico deve apresentar profissionais competentes e preparados para enfrentar qualquer tipo de situação e que sejam aptos a trabalhar com o turismo.

Pergunta	Qual é a sua relação com o Turismo no município?
Município 1	“Coordenador da pasta do Turismo”.
Município 2	“Procurar desenvolver o turismo em Bocaina”.
Município 3	“Faço parte da secretaria de Meio Ambiente, Esportes, Recreação, Cultura e Turismo, dirigindo exclusivamente o departamento de Turismo”.
Município 4	“Presidente do Comtur de Dois Córregos”
Município 5	“Sou secretária de Turismo e Cultura de Jaú à 6 anos, trabalho em inumeros projetos”.
Município 6	“Presidente do Comtur de Mineiros do Tietê e secretária do Conselho Regional de Turismo, Vice-presidente do Comtur de Dois Córregos”.
Município 7	“Trabalhar para o desenvolvimento do turismo”.

Quadro 7 – Gestão do Turismo no município

Na maioria dos municípios consultados, é possível evidenciar (quadro 9) que os Bacharéis em Turismo são contratados como estagiários. Todavia, o Município 6 contrata Bacharéis apenas com contratos temporários. Destaca-se também, que o Município 3 apresenta Bacharéis em Turismo contratados nas três colocações deste trabalho.

Lickorish e Jenkins (2000, p. 241), colocam que são quatro as principais funções que os gestores públicos do Turismo devem seguir:

1. Decidir a taxa apropriada de crescimento desejado para o setor do Turismo: o estímulo ao Turismo de massa ou a preferência por um crescimento mais lento e seletivo.
2. Determinar as funções dos setores públicos e privados no desenvolvimento.
3. O grau de prioridade a ser dado ao Turismo em planos de desenvolvimento nacional e regional.
4. Devem decidir se irão tratar o Turismo da mesma forma que o outro setor de crescimento, ou se a natureza da indústria requer planejamentos especiais quanto à administração e crédito.

Pergunta	Em seu município existe auxílio de algum Bacharel em Turismo no desenvolvimento dos Projetos Turísticos locais e/ou regionais?
Município 1	“Sim, Os Bacharéis de Turismo são captados através de um processo seletivo e participam de todos os projetos feitos pela prefeitura”.
Município 2	“Sim, Os Bacharéis estão sempre presentes no ComTur e nas reuniões regionais”
Município 3	“Sim, Os Bacharéis de Turismo trabalham diretamente com a prefeitura municipal, servindo de apoio as diversas atividades de ecoturismo na cidade. Como a cidade é um roteiro turístico nacional os Bacharéis em Turismo tem muito valor, estão presentes desde o centro de informações turísticas aos cargos de assessoria a secretaria de Turismo”.
Município 4	“Sim, Existe dois Bacharéis em Turismo que trabalham diretamente com a secretaria”.
Município 5	“Eles trabalham no desenvolvimento do Turismo na cidade através de seus estágios, onde existem chances de ganhar muita experiência. Um projeto muito útil elaborado pelos Bacharéis foi adotado pela prefeitura a pouco tempo, as reuniões constantes entre comerciantes, prefeitura e interessados do setor. O Comtur da cidade ganhou muita força. Atualmente eles colaboram no destino Jaú”.
Município 6	“Os Bacharéis de nossa cidade trabalham na capacitação de professores do primário em Educação Ambiental e também no desenvolvimento no Programa de Microbacias do ribeirão São João”.
Município 7	“Infelizmente não contamos com Bacharéis em Turismo em nossa cidade, mas eles estão presentes nas reuniões regionais”.

Quadro 8 – Existência de Bacharel em Turismo no desenvolvimento dos Projetos Turísticos locais e/ou regionais

Concordando plenamente com estas afirmações temos o Artigo IV, alínea III da Resolução N° 13 de 24 de novembro de 2006, onde o Bacharel em Turismo deve ter a positiva contribuição na elaboração nos planos municipais e estaduais de Turismo, pois, é necessária a formulação de programas a níveis menores para que o Turismo possa chegar a todas as camadas. Quando determinamos propostas para municípios e estados, especificamos ainda mais os objetivos propostos com o planejamento.

Já no quadro 10, os entrevistados ressaltam a importância dos Bacharéis em Turismo nos projetos de seus municípios. O Município 1 afirma que os

Bacharéis contribuem muito na elaboração dos eventos da cidade. O Município 3 coloca que os Bacharéis tem participação imprescindível em seus projetos, pois os com maiores resultados são provindos deles. O entrevistado do Município 4 afirma que os Bacharéis podem atuar desde o auxílio a empresas privadas ao controle ambiental. Todos os municípios colocam que a presença de um Bacharel em Turismo sempre trará novas idéias.

Pergunta	Em qual categoria os Bacharéis em Turismo são contratados?
Município 1	“Estagiários e Contrato Temporário”.
Município 2	“Estagiário”.
Município 3	“Estagiário, Contrato temporário e cargo fixo”.
Município 4	“Estagiário”.
Município 5	“Estagiário”.
Município 6	“Contrato Temporário”.
Município 7	“Estagiário e Contrato temporário”.

Quadro 9 – Categoria de contratação de Bacharéis em Turismo

Pergunta	Em quais partes dos Projetos de Desenvolvimento Turístico e/ou Plano Diretor o Bacharel em Turismo mais pode colaborar? Por quê?
Município 1	“Os bacharéis em Turismo colaboram muito na elaboração dos eventos e da organização das feiras anuais, além disso participam também das reuniões do Comtur e das reuniões regionais”.
Município 2	“Com idéias novas”.
Município 3	“Como já foi dito, os Bacharéis estão presentes em todas as áreas do Turismo de Brotas, sua participação é imprescindível, pois os melhores projetos realizados até hoje foram idealizados por bacharéis em Turismo. O projeto com maior repercussão é o controle de turistas na foz do rio Jacaré Pepira”.
Município 4	“Os Bacharéis podem colaborar e muito em nossa região, pois é uma região que começa a despontar para o Turismo somente agora. Uma das partes em que eles mais colaboram é na parte ambiental”.
Município 5	“Na área de planejamento dos projetos. Pois sua formação lhes permite isso. Os Bacharéis em Turismo contribuem não somente com a prefeitura, mas também com as empresas do setor de Hotelaria”.
Município 6	“O que queremos dos Bacharéis são idéias novas que transformem o Turismo em nossa região, seja desenvolvendo um plano diretor ou um projeto para o desenvolvimento de uma cachoeira”.
Município 7	“Enxergamos que os Bacharéis podem contribuir muito para o desenvolvimento do Turismo em nossa região, temos Brotas como um bom exemplo”.

Quadro 10 – Colaboração do Bacharel em Turismo no PDT e Plano Diretor

Segundo Beni (2004, p. 144), o Turismo assume um papel de destaque, pois o Turismo integra expectativas econômicas e territoriais, pois em numerosas regiões, o Turismo bem planejado concilia desenvolvimento econômico com a melhoria da qualidade de vida da população e com a preservação do patrimônio natural, cultural e do meio ambiente.

Molina (2001, p. 118), demonstra que o turismo tem aceitado a viabilidade do planejamento, mediante suas transformações políticas, sociais e econômicas. Temos então um cenário que coloca a importância de se planejar o turismo. Os municípios destacam em sua maioria que os Bacharéis em Turismo colaboram com o conhecimento acadêmico que possuem, pois a maioria das cidades não conta com esse profissional em sua gama de funcionários de primeiro escalão. Portanto, os Bacharéis em Turismo trazem aos gestores o conhecimento necessário para o desenvolvimento dos projetos (Quadro 11).

Segundo decreto nº 5.406 (Ministério do Turismo, 2004), todo o planejamento turístico ou projeto de ação que envolva alguma finalidade turística deverá conter a assinatura de um Bacharel em Turismo. Todavia, tal decreto muitas vezes não vigora, pois muitos projetos turísticos são realizados sem a participação de um Bacharel. Em muitos casos os Bacharéis apenas assinam os projetos para que esses possam ser executados, deixando a responsabilidade dos projetos para pessoas que não estão preparadas para efetuar um planejamento turístico.

O Bacharel em Turismo tem a formação necessária para planejar um destino turístico, pois através deles é possível se obter a utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais.

Somente o Bacharel pode realizar a formulação de alternativas de intervenção, focalizando a resolução da problemática.

Pergunta	Qual a importância do Bacharel em Turismo nos Projetos Turísticos do município e/ou no Plano Diretor?
Município 1	“Em Barra Bonita temos uma parceria entre a prefeitura e a faculdade local, onde a prefeitura fornece os estágios e os estudantes de Turismo entram com o conhecimento acadêmico. É importante a participação deles pois eles são uma base fundamental para a organização dos projetos”.
Município 2	“Os estudantes de turismo trazem conhecimentos que muitas vezes não temos. É importante surgir, cada vez mais, um número maior de Bacharéis competentes e interessados em Projetos Turísticos”.
Município 3	“Eles tem um conhecimento muito abrangente. Para uma cidade como Brotas, a capital nacional dos esportes radicais eles se tornam indispensáveis, tanto para o poder executivo como para as empresas privadas. Como são especializados em Turismo eles podem nos fornecer dados sobre o que é mais necessário em termos de satisfação dos turistas e de uso correto do meio ambiente. Há 27 anos estamos na luta por um Turismo a cada dia melhor aqui em Brotas e os formandos em Turismo contribuem muito para isso”.
Município 4	“O Bacharel de Turismo ajuda a desenvolver os projetos de desenvolvimento sustentável e a informar aos representantes da prefeitura a importância do Turismo para o município”.
Município 5	“Trazer o conhecimento que adquiriram durante seus estudos e transferir para os projetos, para que esses sejam de qualidade. O principal auxílio é realmente no plano diretor do Turismo, pois com eles saberemos quais pontos devem ser atendidos com maior urgência”.
Município 6	“O Bacharel deve aproveitar os ímpetus normais de uma juventude e procurar externas as suas idéias àqueles que têm a necessária experiência para formatar projetos na medida certa. Não adianta forçar a natureza. Cada um no seu papel. O importante é um trabalho em conjunto. Sempre dará melhores resultados”.
Município 7	“Planejar as ações que deverão ser seguidas, contribuir com idéias e orientar as prefeituras nas ações necessárias para angariar recursos para o desenvolvimento do turismo”.

Quadro 11 – Importância do Bacharel em Turismo no PDT e Plano Diretor

5.3 Competências e habilidades do Bacharel em Turismo que compõem o perfil do Consultor Turístico

O Bacharel em Turismo dispõe em sua formação várias disciplinas, que o tornam apto a trabalhar em todas as áreas do Turismo. Por sua vez, o planejamento turístico é subdividido em várias etapas, as quais são necessárias uma gama de habilidades para executá-las com perfeição. O Art. 4º das Diretrizes

(MEC, 2006) enfatiza que “o curso de graduação em Turismo deve possibilitar a formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades”. Por sua vez, Barreto (1999, p. 28) no quadro de Planejamento apresenta as fases do planejamento turístico. Fazendo uma aproximação destes temos a seguinte relação (Quadro 12):

Competências e Habilidades do Bacharel em Turismo	Fases do planejamento
I – Compreensão das políticas nacionais e regionais sobre Turismo;	Diagnóstico
II – Utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;	Alternativas de intervenção
III – Positiva contribuição na elaboração nos planos municipais e estaduais de Turismo;	Formulação de propostas
IV – Domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;	Controle
V – Domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e a operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;	Definição dos objetivos e metas
VI – Adequada aplicação da legislação pertinente;	Implementação
VII – Planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;	Execução
VIII – Intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados;	Implementação
IX – Classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;	Avaliação
X – Domínio de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;	Diagnóstico
XI – Domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;	Avaliação e Feed Back
XII – Comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento;	Avaliação e Feed Back
XIII – Utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais;	Avaliação e Feed Back
XIV – Domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade não conhecida;	Controle
XV – Habilidade no manejo com informática e com outros recursos tecnológicos;	Controle
XVI – Integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;	Execução
XVII – Compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;	Estudo
XVIII – Profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;	Controle
XIX – Conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.	Implementação

Quadro 12 – Correlação entre as fases do planejamento turístico e as habilidades e competências do Bacharel em Turismo

O planejamento turístico requer a compreensão das políticas sobre Turismo a nível nacional ou regional para possibilitar futuros diagnósticos de possíveis problemas, através das políticas é possível fazer um estudo introdutório delimitando e escolhendo quais áreas serão agregadas (Quadro 12, linha I).

No quadro 12, linha II, a relação está intimamente ligada fase de criação de criação do planejamento turístico, onde é necessária a formulação de alternativas de intervenção, focalizando a resolução da problemática. Nesta fase é necessário à elaboração de planos, programas e projetos com a definição dos prazos.

É necessária a formulação de programas e propostas a níveis menores (Quadro 12, linha III), para que o Turismo possa chegar a todas as camadas, quando determinamos propostas para municípios e estados, especificamos ainda mais os objetivos propostos com o planejamento.

O levantamento dos dados sobre tal localidade é indispensável, pois o planejamento turístico deve abranger todas as áreas possíveis, o inventário turístico é a base para a definição das metas e objetivos e na formulação, é o primeiro diagnóstico do planejamento, controlando assim sua qualidade (Quadro 12, linha IV).

As técnicas de planejamento são necessárias desde seu início, na fase inventário turístico até as avaliações de controle. Os estudos de viabilidade credenciam o investimento na área turística da localidade, tornando o planejamento turístico indispensável, assim as metas podem ser definidas com qualidade (Quadro 12, linha V).

No quadro 12, linha VI a implementação entre o planejamento e a legislação, está na aplicação da legislação local. Que influirá diretamente no planejamento e nas normas e leis que deverão ser respeitadas, tanto nos projetos e seus objetivos, como a execução dos próprios.

Aplicar os projetos propostos é a fase de intervenção do planejamento (Quadro 12, linha VII), onde os planos e programas passam a serem gerenciados

através de manuais e relatórios temporais conforme a progressão das atividades, neste panorama o planejamento sai do papel e passa a ser executado.

No quadro 12, linha VIII, coloca que a implementação do planejamento turístico abre novos caminhos, a localidade passa então a fazer parte do mercado turístico, muitas vezes como um novo destino ou como um destino que renasceu.

O planejamento turístico deve avaliar e classificar os prestadores de serviços turísticos (Quadro 12, linha IX), esta fase pode encaixar-se como uma parte do inventário turístico, levantando qual o número de prestadores e quais suas condições e qualificações, propondo, se preciso, mudanças e adequações.

A avaliação dos dados humanos e geográficos do local é determinante para o planejamento turístico, que é feito diagnosticado e embasado nas características de cada sociedade (Quadro 12, linha X), muitas vezes os projetos são voltados principalmente para que não haja grandes transformações nas características culturais da população.

O planejamento também deve contar com uma fase de feed back, que avaliará o destino conforme sua qualidade, assim como demonstra o quadro 12, linha XI. Relatórios avaliativos são comuns para medir o nível de satisfação do consumidor, quais as necessidades dos turistas e quais precisam ser atendidas com mais urgência. Deste modo à localidade assim se adaptará conforme o perfil do turista, está fase será determinante para o foco do marketing e da publicidade. Do mesmo modo que, a comunicação entre os diversos setores envolvidos com o turismo influencia no progresso do planejamento, cada segmento deverá estar atingindo seus objetivos e correspondendo com a qualidade dos serviços propostos (Quadro 12, linha XII), este ponto determinará o sucesso do planejamento. No entanto é necessário que o planejador saiba comunicar-se com os diversos setores da sociedade, para conseguir identificar quais são suas necessidades.

Através da utilização dos recursos turísticos é possível constatar qual o nível de satisfação à destinação está oferecendo avaliando assim a sua qualidade (Quadro 12, linha XIII). Se a procura pelo atrativo for grande o resultado será a

geração renda e impostos, que se traduzem em benefícios para a população e empresas locais.

No quadro 12 linha XIV, o controle da qualidade se relacionará com o conhecimento de outros idiomas é necessário para atuação junto ao mercado consumidor, em muitas vezes grande parte do mercado é estrangeiro ou apresenta uma cultura diferente, sendo necessário à adequação dos prestadores de serviços e planejadores a esse segmento do mercado. Assim como é essencial para acompanhar a evolução tecnológica dos concorrentes (Quadro 12, linha XV), a tecnologia torna-se cada vez mais necessária quando tratamos do tempo e da qualidade de atendimento ao consumidor.

Todos os segmentos devem atuar em conjunto perante o planejamento turístico, uma vez que o sucesso e os objetivos só poderão ser alcançados se todos os participantes estiverem com suas necessidades satisfeitas. As iniciativas destes setores colaboram com eficiência na execução do planejamento turístico(Quadro 12, linha XVI).

Ganhar espaço em um mundo que cada vez mais se tem informação e pessoas diferentes é um desafio. Principalmente para o turismo, que trabalha com números de pessoas em massa, é preciso encontrar locais adequados para que o entretenimento e o Turismo se desenvolvam junto com um mundo que está em constante mudança, o quadro 12, linha XVII coloca que somente através do estudo de mercado isso será possível.

Os eventos turísticos são usados como métodos de divulgação, onde em muitas vezes podemos fazer articulações estratégicas para desenvolvimento do Turismo através destes eventos, controlando assim a imagem da localidade (Quadro 12, linha XVIII).

É indispensável que o planejamento tenha características pessoais, com traços culturais daquela região (Quadro 12, linha XIX), e que através dele estas características sejam repassadas a seus consumidores. A avaliação da localidade trará a tona os valores que realmente formarão o planejamento turístico daquele local.

5.3.1 Oportunidades de concursos públicos para Bacharéis em Turismo em 2007

Notadamente as maiorias dos municípios brasileiros ainda não contam com o trabalho de Bacharéis de Turismo, e em muitos casos os munícipes não enxergam a verdadeira necessidade de um Consultor Turístico em seus projetos. Tal realidade vem sendo mudada aos poucos. A pesquisa documental apresentada a seguir demonstra uma série de oportunidades de empregos em diversos setores. Sejam eles, públicos ou privados, encontram-se nos editais dos concursos públicos, oportunidades tais como Técnicos, Agentes, Consultores, Analistas, Estagiários, Coordenadores, Bacharéis, Assistentes e Gestores de Turismo (Quadro 13).

Data	Empresa ou Entidade/local	Cargo Oferecido
05/11	Prefeitura Municipal de Brotas (SP)	Técnico em Turismo
04/11	Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro	Técnico em Turismo
01/11	SESC (PE)	Analista de Central de Atendimento de Turismo
31/10	Prefeitura Municipal de Angra dos Reis (RJ)	Bacharel em Turismo
25/10	Prefeitura Municipal de Rio Largo AL	Técnico em Turismo
24/10	Went'n Wild Vinhedo SP	Estágio em Turismo
23/10	Fundação MUDES	Bacharel em Turismo
22/10	Prefeitura Municipal de Barbacema PA	Gestor em Turismo
17/10	FUNDAP SP	Estágio em Turismo
15/10	Prefeitura Municipal de Estância PE	Técnico em Turismo
28/09	Prefeitura Municipal de Grajaú MA	Bacharel em Turismo
27/09	Prefeitura Municipal de Mauá SP	Estágio em Turismo
24/09	Prefeitura municipal de Tatuí SP	Agente de Turismo
14/09	Prefeitura Municipal de Biguaçu SC	Técnico em Turismo e Turismólogo
12/09	Prefeitura Municipal de Atibaia SP	Técnico em Turismo
09/09	Prefeitura Municipal de Cortês PE	Bacharel em Turismo
06/09	Prefeitura Municipal de São Sebastião SP	Bacharel em Turismo
27/08	Prefeitura Municipal de Itirapina SP	Técnico em Turismo
16/08	Prefeitura Municipal de Santana AP	Bacharel em Turismo
15/08	Prefeitura Municipal de São Paulo	Analista de Turismo
30/07	Prefeitura Municipal de Altair SP	Coordenador de Turismo
29/07	Prefeitura Municipal de Bertioga SP	Bacharel em Turismo
05/07	Royal Caribbean	Estágio em Turismo
03/07	Petrobrás	Bacharel em Turismo
04/06	Prefeitura Municipal de Érico Cardozo BA	Agente de Turismo
21/05	Ouro Preto MG	Técnico em Turismo e Turismólogo
05/05	SENAC SP	Turismólogo
29/03	Prefeitura Municipal de Campos do Jordão SP	Assistente de Turismo e Consultor de Turismo
19/03	Prefeitura Municipal de Mauá SP	Estágio em Turismo
08/02	Prefeitura Municipal de Praia Grande SP	Consultor de Turismo

Quadro 13 – Oportunidades de concursos públicos para Bacharéis em Turismo

No quadro 13 evidencia-se que existem oportunidades para o Bacharel, espera-se que anualmente esta oferta cresça haja vista na quantidade de investimentos do setor. Todavia, toda mudança é lenta e tende a ganhar força com o tempo. Outro ponto a ser ressaltado é o número de municípios que começam a contratar os Bacharéis em Turismo. São cidades de todos os tamanhos e de muitos estados, o que nos leva a crer que está será uma tendência nacional com os incentivos governamentais.

Muitas vezes, os cargos que destinados a profissionais do Turismo são distribuídos a outras pessoas sem formação na área recebendo a denominação de assessoria ou cargos comissionados. Para que um município obtenha um cargo com a nomenclatura de Coordenador, Consultor ou agente de Turismo, é necessário que o executivo crie o cargo no município. Este por sua vez passará ao legislativo que deliberará a criação deste cargo.

Para tanto, é necessário que cada gestor público tenha boa vontade e realmente conheça a importância que o Turismo pode ter para cada localidade, caso contrário, o Turismo da cidade ficará a mercê de pessoas que não demonstram nenhum tipo de interesse pela atividade.

Considerações Finais

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Bacharel em Turismo deve ter um perfil empreendedor, espírito de inovação, trabalho em equipe e muita criatividade. Deve ser um especialista naquilo que faz, saber trabalhar proativamente e conseguir transformar idéias em ações. Estar atento a todo tipo de informação repassado pelos diversos tipos de mídias, sendo este o perfil indicado para se tornar um Consultor Turístico competente.

O Turismo brasileiro passa por uma fase de consolidação, porém muito muitos municípios com um potencial turístico ainda não são aproveitados. O planejamento turístico pode ser considerado como a grande solução para esta realidade, pois este desenvolverá um Turismo muito próximo de sua perfeição, aproveitando cidades que não acreditam ter um potencial turístico. Para tanto, destacamos que o único profissional que pode atuar como planejador é o Consultor Turístico. Este profissional da área do Turismo tem uma formação especial para trabalhar como planejador.

O Consultor Turístico deve ter um conhecimento multidisciplinar, pois estará trabalhando a todo instante com as áreas administrativas, ambientais, econômicas, jurídicas, públicas, culturais e sociais. O Consultor também deve estar atento às oscilações do mercado turístico, para que seus projetos fiquem não descontextualizados. Ter experiência no Turismo, conhecer e saber trabalhar um grande número de informações. Para que um profissional se torne um bom Consultor Turístico, é necessário buscar a titulação de pós-graduado, e se possível formação em nível empresarial, pois assim o Bacharel terá uma visão específica da relação entre gestores públicos e o trade turístico.

Ser um profissional capacitado e atualizado, integrar conhecimentos específicos e características pessoais é um diferencial para poder atuar como Consultor. A verdadeira consultoria ultrapassa os limites de um planejamento turístico comum, criando um verdadeiro vínculo entre a localidade e o turista, criando assim, um trabalho ímpar. O Bacharel já possui competências técnicas, para tanto é preciso, que ele saiba liderar grupos e conseguir aproveitar todo de

recursos possíveis, transformando-os em ações que modificarão o Turismo para melhor.

O Consultor Turístico deve ser um profissional formado especialmente em Turismo e sempre continuar a buscar novos conhecimentos, pois ele é o grande transformador do Turismo brasileiro. Através dele o planejamento turístico será efetivado de modo correto e o país poderá contar realmente com um Turismo profissional.

Referências

REFERÊNCIAS

ABBTUR. **Código de ética do bacharel em turismo**. São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.abbtur.com.br/doc~/codigo_de_etica.html>. Acesso em: 12 de mai. 2007.

ALVES, J. C. **Análise quantitativa de preferência dos alunos do curso de Turismo da Universidade do sagrado Coração para a docência**. Bauru, 2002. 56 p.

ANSARAH, M. G. R. **Turismo: segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 2000. 208 p.

BARBOSA, Y. M. **O despertar do Turismo: um olhar crítico sobre os não-lugares**. São Paulo: Aleph, 2001. 101 p.

BARRETO, M. **Planejamento e organização em Turismo**. 4 Ed. São Paulo: Papirus, 1999. 108 p.

BENI, M. C. **Análise estrutural do Turismo**. 10 Ed. São Paulo: Senac, 1997. 515 p.

BENI, M. **Globalização do Turismo: Megatendências do setor e a realidade brasileira**. 2 Ed. São Paulo: Aleph, 2004. 208 p.

BIGAL, S. **O que é criação publicitária**. São Paulo: Nobel, 1999. 103 p.

BLOCK, P. **Consultoria: o desafio da liberdade**: São Paulo: Makron, 1991. 266 p.

BOITEUX, B. C. WERNER, M. **Planejamento e organização do Turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004. 114 p.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: Edusc, 2002. 275 p.

CHIAVETTO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004. 203 p.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em Turismo**: São Paulo: Futura, 200. 286 p.

HATAKEYAMA, Y. **A revolução dos gerentes**. Belo horizonte: Littera Maciel, 1995. 210 p.

HUNTER, C. J. **O monge e o executivo**. 9 ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2004. 139 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE CONSULTORIA. **Consultoria Empresarial**. São Paulo: IBC, 2000.

KUBR, M. **Consultoria**: um guia para a profissão. Rio de Janeiro: Interamericana, 1980. 332 p.

JORNAL DO COMÉRCIO. **Caos aéreo em SP provoca queda na ocupação de hotéis**. Pernambuco, 2007. Disponível em: http://jc.uol.com.br/2007/07/28/not_145621.php. Acesso em 29 de ago. de 2007

LICKORISH, L. JENKINS, P. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Campus, 2000. 342 p.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração de projetos**: transformando idéias em resultados. São Paulo: Atlas, 1997. 196 p.

MEC. **Modelo de enquadramento das propostas e diretrizes curriculares**. Brasília: MEC, 2000.

MEC. **Resolução nº 13, de 24 de novembro de 2006**. Brasília: MEC, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Decreto 5.406, de 30 de março de 2004**. Brasília: MTUR, 2004.

MOLINA, S. RODRIGUES, S. **Planejamento integral do turismo**. Bauru: Edusc, 2001. 165 p.

OLIVEIRA, D. R. R. **Manual de consultoria empresarial**. São Paulo: Atlas, 1996. 149 p.

PETROCHI, M. **Turismo**: Planejamento e Gestão. São Paulo: Futura, 1998. 381 p.

RAMOS, M. A nova ordem no turismo. **Revista Veja**, São Paulo, ano 34, nº 43, p. 62-63, out. 2001.

RUSCHMANN, D. **Turismo no Brasil**: Análise e Tendências. Barueri: Manole, 2002. 165 p.

RUSCHMANN, D. SOLHA, K. T. (org). **Turismo**: uma visão empresarial. Barueri: Manole, 2004. 203 p.

SOUZA, F. M. **Planejando o turismo**. Florianópolis: UNIVALI, 2007. 61 p.

SHIGUNOV, A. **Currículo e formação profissional nos cursos de Turismo**. Campinas: Papyrus, 2002. 206 p.

TRIGUEIRO, C. M. **Marketing & Turismo**: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998. 202 p.

XAXIER, P. R. **O profissional empreendedor**. Bauru: USC, 2006. 46 p.

WTO. **Code ethics tourism**. Paris, 2004. Disponível em http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm. Acessado em: 12 de ago. de 2007

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ACERENZA, M. A. **Administração do turismo**. 2 ed. Bauru: Edusc, 2003. 269 p.

ALCÂRA, E. O capital segundo Jack. **Revista Veja**. São Paulo. Ano 34, nº 36, p. 110-119, set. 2001.

CLARKE, Greg. **Marketing de serviços e resultados**: teoria e prática para ações e campanhas bem sucedidas. São Paulo: Futura, 2001. 235 p.

COOPER, C. Et. Al. **Turismo**: princípios e práticas. 2 ed. São Paulo: Artmed, 2001. 559 p.

GOULART, D. F. **Profissional empreendedor**: um pré-requisito para o mercado turístico: Bauru, 2002. 91 p.

MELGAR, E. **Fundamentos de planejamento e marketing em turismo**. São Paulo: Contexto, 2001 117 p.

ZELTNER, H. **Gerenciamento de mídia**. São Paulo: Nobel, 1995.109 p.

Anexos

ANEXOS

Anexo A – Entrevista voltada para os Consultores de Turismo	60
Anexo B – Entrevista voltadas para os Gestores de Turismo	62
Anexo C – Formulário da pesquisa documental	64

Anexo A – Entrevista voltada para os Consultores de Turismo

Meu nome é **Jonas Previero Fontanezi**, estou concluindo o curso de Turismo na Universidade do Sagrado Coração, e o meu trabalho de conclusão de curso é uma monografia sobre "**Consultoria Turística**", para tanto necessito de sua colaboração no sentido de responder com sinceridade esta pesquisa de finalidades meramente acadêmicas. Para tanto, pedimos a sua colaboração no preenchimento deste formulário.

Por sua atenção, muito obrigado!

Jonas Previero Fontanezi

Orientador: Prof. Ms. Helerson de A. Balderramas

ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CONSULTORES TURÍSTICOS

1 Identificação

Local: **U.F.:**

Idade: anos

Escolaridade:

- Superior complete Superior incompleto
 Pós-graduação completa Pós-graduação incompleta
 Outra, qual?

Formação:

Tempo de experiência na área: anos

Cargo/Função:

2 Na sua opinião, qual a formação necessária para se tornar um consultor turístico?

7 Quais áreas do conhecimento uma consultoria turística pode abranger?

- Administrativa Jurídica Ambiental Cultural
 Econômica Social Políticas públicas
 Outras, quais?

4 O planejamento turístico é essencial para uma localidade que deseja se tornar um destino turístico! Qual a importância do consultor turístico neste contexto?

5 Na sua opinião, como está o mercado de trabalho para os Bacharéis em Turismo que futuramente pretendem atuar como consultores?

6 Como é a relação dos Gestores municipais com os consultores Turísticos?

7 Na sua opinião, como um consultor turístico pode ficar sempre atualizado com as constantes modificações no cenário turístico mundial e suas tendências?

Anexo B – Entrevista voltadas para os Gestores de Turismo

Meu nome é **Jonas Previero Fontanezi**, estou concluindo o curso de Turismo na Universidade do Sagrado Coração, e o meu trabalho de conclusão de curso é uma monografia sobre "**Consultoria Turística**", para tanto necessito de sua colaboração no sentido de responder com sinceridade esta pesquisa de finalidades meramente acadêmicas. Para tanto, pedimos a sua colaboração no preenchimento deste formulário.

Por sua atenção, muito obrigado!

Jonas Previero Fontanezi

Orientador: Prof. Ms. Helerson de A. Balderramas

ROTEIRO DE ENTREVISTA COM GESTORES MUNICIPAIS

1 Identificação

Local: **U.F.:**

Idade: anos

Escolaridade:

- Superior complete Superior incompleto
 Pós-graduação completa Pós-graduação incompleta
 Outra, qual?

Formação:

Tempo de experiência na área: anos

Cargo/Função:

2 Qual é a sua relação com o Turismo no município?

3 Em seu município existe auxílio de algum Bacharel em Turismo no desenvolvimento dos Projetos Turísticos locais e/ou regionais?

- Não Sim, quais?

4 Em qual categoria os Bacharéis em Turismo são contratados?

- Estagiário Contratado temporário Cargo Fixo

5 Em quais partes dos Projetos de Desenvolvimento Turístico e/ou Plano Diretor o Bacharel em Turismo mais pode colaborar? Por quê?

6 Qual a importância do Bacharel em Turismo nos Projetos Turísticos do município e/ou no Plano Diretor?

