
Documentos Especiales

INSERCIÓN PROFESIONAL DE LOS LICENCIADOS EN TURISMO El caso de la Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil) entre 2005 y 2007

Tatiana Roberta de Souza^{*}
Christianne Luce Gomes^{**}
Universidad Federal de
Minas Gerais - Brasil

Resumen: Este estudio tuvo como objetivo general analizar la inserción profesional de los egresados de la carrera de Turismo de la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG), en Brasil, entre los años 2005 y 2007. Las estrategias metodológicas utilizadas fueron la investigación bibliográfica y la aplicación de entrevistas. La muestra del estudio estuvo formada por 40 egresados, lo que representa aproximadamente el 52% del universo de investigación. Los resultados muestran que el 48% de los egresados de la muestra están insertados profesionalmente en el campo del turismo, principalmente en el segmento de agencias (30%). Luego de analizar los resultados, se sugiere que las carreras de turismo desarrollen estudios para conocer la inserción profesional de sus egresados, e investiguen la percepción de los estudiantes respecto de la importancia de la institución educativa en la formación profesional.

PALABRAS CLAVE: turismo, formación profesional, egresados, inserción profesional.

Abstract: The Employability of Graduates of the Undergraduate Course in Tourism at the Federal University of de Minas Gerais (UFMG/Brazil) Formed in the Years 2005-2007. This study has as main objective to verify and analyze the employability of graduates of the undergraduate course in Tourism at the Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), in Brazil, formed in the years 2005 to 2007. The methodological strategies used were literature review and questionnaires. The study sample consisted of 40 graduates, representing approximately 52% of the survey. The results showed that 48% of graduates surveyed are inserted professionally in the field of tourism, mainly in the segment of agencies (30%). As a result of the survey, we suggest that the graduate courses in tourism, in general,

^{*} Licenciada en Turismo y Maestranda en Ocio por la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG), Brasil. Becaria del Coordinación de Perfeccionamiento de Personal de Nivel Superior (CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nivel Superior - Brasil). Miembro del Grupo de Investigación OTIUM - Ocio, Brasil & América Latina. E-mail: tatianasouz@yahoo.com.br.

^{**} Doctora en Educación por la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG). Docente de la Maestría en Ocio del la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG) y de los cursos de grado en Educación Física y Turismo de la misma universidad. Investigadora del Programa de Investigación Minero /PPM por la Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais. Coordinadora pedagógica del Centro de Estudios de Ocio y Recreación (CELAR) y líder del grupo de investigación "OTIUM - Ocio, Brasil & América Latina". E mail: chrislucegomes@gmail.com.

would to develop studies in order to verify the employability of its graduates and to investigate the students' perception about the importance of the institution in its professional formation.

KEY WORDS: *tourism, professional training, graduates, employability.*

INTRODUCCIÓN

Junto con la creación de las primeras carreras de turismo en Brasil en la década de 1970, surgió el debate acerca de la formación y de la actuación de los profesionales del área turística. La calificación del Licenciado en Turismo es un tema que aparece frecuentemente en los eventos brasileños de esta área, mostrando la importancia de profundizar en el conocimiento sobre la cuestión.

La formación e inserción profesional en el ámbito turístico se encuentra llena de problemas que necesitan ser discutidos y madurados. Sobre este aspecto, hasta el momento se han realizado pocas investigaciones para conocer la inserción profesional de los egresados de las carreras de turismo.

De acuerdo con Gambardella, Ferreira y Frutoso (2000) los estudios sobre egresados permiten reunir un conjunto de información acerca de la formación en los diversos niveles de enseñanza, tales como exigencias mercadológicas para la inserción profesional en el área de actuación, tendencias del mercado y problemas frente a la inserción profesional, entre otros. Al reunir esta información, estos estudios pueden subsidiar la revisión o reformulación de la estructura curricular y la carga horaria de un curso; por ejemplo, permitiendo que aquellos que aún están cursando la graduación tengan mejores condiciones para responder a los modelos de calidad actuales o futuros.

Both (1999) asegura que los estudios que realizan un seguimiento de los egresados pueden incluirse en el contexto de la evaluación institucional como un componente que ayudará a apuntalar la realidad cualitativa de una institución de enseñanza universitaria. Así, este tipo de estudios representan una de las formas para evaluar productos o resultados, o sea que confieren significado a la evaluación de las carreras en cuanto a respetabilidad, desempeño, calidad y prestigio. De acuerdo con el autor la evaluación de la Universidad por parte de los ex-alumnos es fundamental para percibir la real contribución de la institución de enseñanza para el estudiante en el desempeño de sus funciones y actividades cotidianas.

Considerando la importancia de los estudios sobre egresados, se observó que, a pesar de todo, hasta el momento no se había realizado ninguna investigación para saber cómo se insertan profesionalmente los egresados de la carrera de turismo de la Universidad Federal de Minas Gerais.

Dicha carrera inició sus actividades en marzo de 2002, posee una duración mínima de cuatro años y responde a la modalidad de licenciatura con 60 vacantes anuales, distribuidas en dos

semestres. Se dicta en el Instituto de Geociencias (IGC) de dicha universidad, en el *campus* Pampulha. Su principal objetivo, conforme la información del sitio Web del IGC - UFMG (s/f a) es *la preparación de profesionales aptos para enfrentar, de manera competente y ética, la planificación, organización y gestión de las actividades o emprendimientos relacionados con el fenómeno turístico*. Mientras se realizó la investigación, la primera graduación fue en el segundo semestre del año 2005. En 2009 cerca de 160 alumnos habían concluido la carrera de turismo en la UFMG.

De acuerdo con Mariz (2008), el proyecto inicial de la carrera de turismo enfatizaba la gestión de emprendimientos turísticos y la planificación integrada del turismo. La autora citada relata que el énfasis en la gestión no duró mucho tiempo y argumenta que esto se debió a la falta de profesores para dictar las materias pertinentes. Así, la carrera se perfiló hacia la planificación integrada del turismo, enfocando la dimensión espacial-territorial de la planificación turística, que realza el papel central del paisaje en la evaluación del potencial turístico y del mantenimiento de los espacios turísticos.

El curso académico de esta carrera está marcado por diferentes momentos. En los primeros cuatro semestres se adquieren conocimientos básicos e instrumentales de análisis multidisciplinarios. En los semestres siguientes se realizan ejercicios interdisciplinarios para la profesionalización de los alumnos. En los últimos semestres, se realizan las prácticas obligatorias de investigación. La carrera de turismo se basa en los principios de flexibilización curricular adoptados por la UFMG, que permiten elegir las materias optativas como parte de la carga didáctica total que se debe cursar. Parte de esta carga se puede cumplir a través de actividades complementarias realizadas mediante el acompañamiento docente, como iniciación a la investigación, docencia y extensión; participación en eventos; actividades académicas a distancia; debates temáticos; prácticas profesionales complementarias; aprendizaje complementario en otras instituciones y prácticas individuales programadas.

En lo que respecta a la actuación profesional, de acuerdo con la UFMG (s/f b) el Licenciado en Turismo formado en esta universidad podrá actuar en el área empresarial y en el ámbito público en actividades tales como consultoría; asesoría en planificación y gestión territorial de los espacios turísticos; creación de planes de desarrollo turístico a escala municipal, estatal y nacional; creación y comercialización de productos turísticos; diseño de mapas y guías turísticas; definición de políticas públicas turísticas; creación de programas de fomento al turismo e intervención en la regionalización turística.

Ante estas consideraciones iniciales, el presente estudio pretende verificar y analizar la inserción profesional de los egresados entre los años 2005 y 2007 de la carrera de turismo de la Universidad Federal de Minas Gerais. Los objetivos específicos son comprobar si los egresados de la muestra se insertaron profesionalmente en el campo del turismo; conocer los segmentos de actuación en los que se desarrollan y analizar sus condiciones de trabajo.

METODOLOGÍA

Debido al escaso conocimiento existente acerca de los egresados de las carreras de turismo, principalmente en lo que respecta al Estado de Minas Gerais, se realizó una investigación exploratoria para conocer cómo fueron absorbidos por el mercado de trabajo, sus campos de actuación, las condiciones de trabajo, y la realización de posgrados, entre otras cuestiones.

Las estrategias metodológicas utilizadas fueron la investigación bibliográfica y la entrevista. El objetivo de la primera fue profundizar los conocimientos acerca del tema abordado, y se incluyeron libros, artículos científicos y disertaciones relacionadas con el turismo, la formación y actuación profesional en turismo, y los estudios sobre egresados.

En lo que respecta al instrumento de recolección de datos, Gil (1995:87) afirma que para elaborar una entrevista (...) *es necesario formular los objetivos específicos, que indiquen exactamente los datos que se pretende obtener*. En este caso, se buscó que la entrevista comprobara si los egresados de la carrera de turismo de la UFMG (de 2005 a 2007), están insertados en el mercado de trabajo y en qué condiciones. En los casos en los cuales no hubo inserción, se intentó comprender los factores que llevaron a que esto suceda.

La entrevista se diseñó con 21 preguntas abiertas y cerradas; y fue calificada y validada por tres profesionales del área de turismo, ajenos a la investigación. Los temas incluidos fueron: inserción en el mercado de trabajo en el área de turismo; condiciones de trabajo (horas trabajadas, nivel de salario, forma de contratación, cargo ocupado, actividades desarrolladas); actuación profesional durante la graduación; dificultad de inserción profesional en el área; satisfacción en relación a la actividad desempeñada; y realización de cursos de capacitación y perfeccionamiento después de la graduación.

El universo de estudio estuvo formado por 77 egresados entre 2005 y 2007 de la carrera de turismo de la UFMG. La lista con los nombres fue obtenida en la secretaría de la institución que los colegia y la comunidad académica proveyó la dirección electrónica de 70 egresados (90% del total). A través de un e-mail se informó al grupo sobre la realización del estudio y se solicitó su colaboración. La participación fue voluntaria, sin remuneración económica u otro tipo de beneficios. A los participantes se les garantizó el anonimato.

De los 50 egresados que respondieron el e-mail, 49 aceptó colaborar con el estudio. De esos 49 participantes, 40 respondieron la entrevista dentro del plazo establecido. Así, la muestra final estuvo constituida por 40 egresados, lo que representa el 57,14% de los 70 contactados inicialmente; y el 52% del universo de estudio, índice significativo considerando los propósitos de estudio.

Los datos recolectados por medio de la entrevista fueron organizados y analizados cualitativa y cuantitativamente, conforme con lo que propone Minayo (2004). Para la autora, el análisis cualitativo tiene como objetivo una menor generalización, una mayor profundización y una comprensión más abarcadora de un grupo social, organización, institución, política o representación. Así, el análisis tuvo en cuenta la necesidad de articular la teoría que fundamenta este estudio con los datos recolectados.

A continuación se exponen las consideraciones acerca de la formación profesional en turismo en Brasil, se presentan algunos estudios realizados con egresados, y finalmente, se muestran los resultados de la presente investigación y las consideraciones finales.

DEBATIENDO LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN TURISMO EN BRASIL

En los últimos años se produjo un creciente interés por el desarrollo del turismo, que ha llevado a reflexionar sobre la actuación profesional en Brasil y otros países del mundo. Se observa una gran preocupación por la acelerada expansión de las carreras de turismo que se dio en Brasil a partir de la década de 1990, así como por el crecimiento del mercado de trabajo en el área. En 2009 existían aproximadamente 700 cursos destinados a la formación de licenciados y técnicos en turismo y hotelería en Brasil, certificados por el Ministerio de Educación (MEC); la mayoría de los cuales fueron creados en la década de 1990 y vinculados al IES de la red privada.

La rápida expansión en el campo de la formación académica en turismo ha resultado preocupante; y se deben superar muchos problemas y desafíos relacionados con la misma. Teixeira (2002) dice que aún hoy, 40 años después de la creación de las primeras carreras de turismo en Brasil, muchas de ellas no poseen la estructura necesaria para su funcionamiento y tampoco un cuerpo docente calificado. Siempre existieron grandes dificultades para encontrar profesores capacitados; y aún hoy hay pocos cursos de posgrado específicos (Trigo, 1998).

En lo que respecta al campo de actuación del profesional en turismo, Rejowski (2002) considera que se ha vuelto muy amplio. De acuerdo con la autora, cuando se crearon los primeros cursos del área el mercado de trabajo para los turismólogos se restringía al trinomio agencia de viajes – hotelería – transporte; pero en la actualidad existe una gran diversificación de posibilidades.

Para mostrar la diversidad de establecimientos, sectores, acciones y atribuciones que el profesional en turismo posee en la actualidad, Ansarah (2002:42) propone la siguiente clasificación:

- a) Hospedaje: empresas relacionadas con el alojamiento en general, con diversas categorías (hotelería, moteles, campings, posadas, albergues, etc.); casinos; shoppings centers y hospitales;
- b) Transporte: aéreos, terrestres, ferroviarios, acuáticos, etc;
- c) Agencias de viaje, operadoras y representaciones (GSA y consolidadores);

- d) Alimentación: restaurantes, fast food, cruceros, parques temáticos, eventos, etc.;
- e) Recreación: animación y entretenimiento en clubes, parques temáticos, eventos, empresas recreativas, agencias, cruceros, hoteles y colonias de vacaciones;
- f) Eventos: empresas organizadas para actuar en mini y mega eventos, en ferias, congresos, exposiciones de carácter regional, nacional, internacional o similar;
- g) Hospitalidad: actividades de carácter hospitalario;
- h) Organismos oficiales: planificación y programas establecidos por una política de turismo, fomento, investigación y control de actividades turísticas;
- i) Consultoría: investigación y planificación turística;
- j) Marketing y ventas turísticas;
- k) Docencia: carreras de grado, posgrado, especialización, extensión, actualización y cursos libres;
- l) Publicaciones: empresas o instituciones de enseñanza con editoriales específicas, producción de textos para diarios y revistas especializados;
- m) Especialización en mercados segmentados: turismo ecológico, social, infanto-juvenil, para tercera edad, discapacitados, de negocios, segmentos étnicos o culturales, etc.;
- n) Investigación: centros de información y documentación;
- o) Otros rubros del conocimiento: están surgiendo áreas nuevas con dimensiones más amplias, como bancos de datos para el turismo, traducción e interpretación dirigida al sector, instituciones culturales, informática aplicada al turismo, entre otras.

A pesar de esta multiplicidad de opciones, actualmente existe una gran preocupación sobre las oportunidades de inserción laboral de los egresados de turismo, ya que es un área que se vuelve cada vez más exigente y cambiante. Es preciso considerar que esta variedad de posibilidades de actuación presentada por Ansarah (2002) puede o no ser incorporada en el proceso formativo. Habría que preguntarse si una carrera de turismo debe proporcionar experiencia en todas esas posibilidades.

Con esta diversidad de funciones es más difícil orientar a los futuros profesionales en un mundo donde las transformaciones ocurren con tanta rapidez. Serían necesarios varios años de estudios para concluir la carrera, ya que el profesional precisaría tener diferentes formaciones para insertarse en los diversos segmentos.

[...] ingresar en el mercado de trabajo, directamente al área en la cual el alumno se formó, no siempre es posible, en virtud de la falta de experiencia respecto de los problemas u oportunidades del propio mercado de trabajo. Ansarah (1995:55)

De acuerdo con Trigo (1998), existe una gran competencia entre los profesionales formados en turismo y otros con diferentes formaciones, tanto en las empresas privadas como en los organismos públicos.

Por lo tanto, los graduados en turismo se enfrentan con muchas barreras al intentar insertarse en el mercado profesional. Esto hace que se sientan desmotivados y que busquen nuevas áreas de actuación. La Organización Mundial del Turismo (1995 citado en Barretto, Tamanini, Silva, 2004) afirma que a nivel mundial los planes de estudio son inadecuados para las exigencias del sector y que ésto genera cierto desánimo entre los estudiantes, ya que consideran que no están preparados para ocupar un puesto de trabajo para el cual teóricamente fueron formados.

Fonseca (2005) afirma que uno de los principales factores de descontento entre los graduados en turismo es la distancia existente entre la teoría y la práctica en la educación universitaria brasileña. La práctica es indispensable para el desarrollo de los contenidos teóricos, durante el proceso formativo. El profesional en turismo debe saber aplicar los conocimientos adquiridos frente a las diversas realidades que le toca enfrentar y debe tener la capacidad crítica y reflexiva necesarias. Por eso es fundamental ofrecer a los estudiantes experiencias prácticas, contacto con la realidad, y principalmente, contacto con el mercado de trabajo.

Es interesante reflexionar sobre que las IES consideran la preocupación por la inserción profesional de los graduados al tiempo que existe cierto *determinismo mercadológico* que, según Frigotto (2000), subordina la calificación humana a las leyes del mercado y su adaptabilidad a los organismos que los representan. Esa subordinación puede minimizar la importancia del ámbito social de la formación que, de acuerdo con Deluiz (2001), no se guía por las necesidades y demandas estrictas del mercado, siguiendo la perspectiva capitalista. La misma tiene en cuenta la dinámica del mundo del trabajo, el contexto macroeconómico y político, las transformaciones técnicas y organizacionales, los impactos socio-ambientales, los saberes del trabajo, y las relaciones colectivas y de solidaridad.

Es preciso considerar que la relación entre el mercado y las instituciones de enseñanza se debe dar de forma articulada, para que la teoría pueda complementarse con la práctica. Así, el profesional del área necesita tener una formación que le posibilite ampliar sus conocimientos teórico-prácticos en diferentes ámbitos: social, político, pedagógico, ambiental y ético, entre otros. La formación debe contribuir a que el profesional busque la distribución equitativa de los beneficios provenientes del turismo, de forma de intervenir la realidad social y contribuir con el ejercicio de la ciudadanía.

En síntesis, los desafíos que se presentan para la formación profesional en turismo son innumerables. Hay que reconocer que la educación en turismo se desarrolló de forma considerable en Brasil y que la realización de estudios sobre la inserción laboral de los egresados de carreras de turismo puede colaborar para que las propuestas del área aumenten su calidad.

ESTUDIOS REALIZADOS SOBRE LOS EGRESADOS DEL ÁREA DE TURISMO

Con el objetivo de conocer las investigaciones ya publicadas sobre egresados, se realizó en octubre de 2008 un relevamiento de los estudios incluidos en el banco de datos del sistema de bibliotecas de la UFMG (s/f c). La búsqueda, a través del término egresados, arrojó la existencia de 35 trabajos. La mayor parte de éstos pertenece a las áreas de educación, medicina, fisioterapia, enfermería y ciencias de la información. En este banco de datos no se identificó ningún estudio sobre egresados de las carreras de turismo.

Para complementar la investigación también se hizo una consulta de búsqueda con enfoque académico en el sitio. Entre los estudios encontrados está el realizado por Freitas *et. al.* (2004), cuyo objetivo fue evaluar la satisfacción de los egresados de la carrera de turismo y hotelería de la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), en Santa Catarina, y su inserción en el mercado de trabajo. Se trabajó con los egresados entre los años 2001 y 2002. La población correspondiente fue de 160 profesionales y la muestra estuvo compuesta por 73. Para recolectar los datos se utilizó una entrevista cerrada con preguntas referentes a la formación, la situación profesional al inicio y al final de la carrera, y la evaluación del aprendizaje obtenido durante el proceso educativo. Los resultados demostraron que la mayoría de los entrevistados (79,5%) ejerce actividades en el área de turismo y hotelería, y el 20,5% no está insertado en el mercado de trabajo en su área de formación.

Respecto de la actuación específica de los entrevistados que estaban insertados laboralmente en su área, los datos mostraron que el 31% trabaja en el sector hotelero; el 16% en áreas derivadas de la hotelería; el 14% en agencias de viaje; el 12% en consultoría; otro 12% en docencia; un 9% en sector público; y el restante 6% en eventos y el sector de alimentos y bebidas.

Otro estudio encontrado se refiere a los egresados de la primer y segunda promoción de la carrera de turismo de la FAESO, en São Paulo. El trabajo pertenece a Rosini y Ferreyros (2006), quienes consideran que el mercado de trabajo es muy competitivo y selectivo y exige profesionales capacitados. El estudio se planteó como objetivo investigar si dichos egresados pertenecían al mercado de trabajo; para lo cual se realizó una investigación cuantitativa. A través de los datos estadísticos relevados, se observó que la mayoría de los egresados en turismo no estaba trabajando en el área; y entre quienes lo hacían se constató que, a pesar de la baja remuneración salarial, estaban satisfechos con el reconocimiento profesional. En lo que se refiere a los representantes del mercado local que fueron entrevistados, demostraron desconocer la importancia del turismólogo. Aquí, se plantea obligatoriamente la duda sobre si estas dificultades se repiten con los egresados de turismo de la UFMG; lo cual se debatirá más adelante.

Los estudios sobre egresados mencionados anteriormente indican que la estrategia metodológica más utilizada en los estudios emprendidos fue la aplicación de entrevistas, enviadas a través de

correo electrónico o postal. Este instrumento, como ya se mencionó, también fue utilizado en este artículo.

Para Rosini y Ferreyros (2006) el uso de la entrevista para la recolección de datos enfrenta algunas dificultades, como el problema de la localización de los egresados, el bajo índice de devolución del instrumento y la falta de interés del ex-alumno en contribuir con una investigación de esa naturaleza. De cierta forma, esas dificultades también fueron enfrentadas en la presente investigación, aunque no la comprometieron.

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Como se mencionó, 49 de los 70 egresados identificados aceptaron participar de este estudio y 40 (52% del universo) de ellos respondieron la entrevista en tiempo. En el primer ítem de la entrevista se pretendió verificar si los egresados estaban o no insertados profesionalmente en su área. El análisis de los datos permitió concluir que el 52% de los egresados formados por la carrera de turismo de la UFMG *no* está insertado actualmente en el mercado de trabajo del sector turístico.

Este hecho puede indicar que existen dificultades del profesional en turismo para ingresar al mercado de trabajo directamente, como se discutirá más adelante. Vale destacar que este dato contrasta con los resultados alcanzados por Freitas *et. al.* (2004) en el estudio que desarrolló en la carrera de turismo y hotelería de la UNIVALI, considerando los egresados entre 2001 y 2002. Los autores concluyen que la mayor parte de éstos estaba insertada profesionalmente en el área del turismo al momento en que se realizó la investigación.

Para facilitar el entendimiento de las cuestiones aquí discutidas, los resultados obtenidos serán sistematizados en dos tópicos distintos. El primero, enfocado en los egresados que están insertados profesionalmente en el turismo, analizará los datos referentes a la actuación de estos profesionales en el área. Luego se presentará el análisis de las respuestas dadas por aquellos que no están insertados laboralmente en el área, destacando los motivos que los llevaron a dicha situación.

Profesionales Insertados en el área de turismo

El 19 de los 40 egresados en turismo de la UFMG (48% del total de participantes) estaban insertados laboralmente en su área de formación. Como un primer análisis, es prioritario entender en qué segmento, entre los posibles del área turística, trabajan los egresados.

A través de las respuestas a las entrevistas fue posible percibir que buena parte de los egresados trabaja en agencias de viaje y operadoras (30%). Mientras que el 20% de los entrevistados trabaja en el sector público y el 15% trabaja en centros de investigación. Se observó que el 20% de las respuestas correspondió a la categoría otros (consultoría, carreras académicas y asociaciones del

municipio). Uno de los egresados trabaja en recreación, uno lo hace en eventos, y otro en el área docente. Ninguno de los egresados entrevistados trabaja en el segmento de hospedaje, transporte y alimentación. Este aspecto se contradice con los resultados alcanzados por Freitas *et. al.* (2004), quienes concluyen en que la mayor parte de los egresados se insertó en el segmento de la hotelería.

Se debe considerar que la carrera de turismo y hotelería de la UNIVALI busca formar profesionales que actúen en la gestión y planificación del turismo y de los medios de hospedaje; y dura cinco años (Freitas *et. al.*, 2004). La UFMG, por su parte, tiene como eje para la formación de profesionales la planificación integrada del turismo. Entre otros aspectos, este enfoque podría beneficiar la inserción de sus egresados en el sector público, en el área de investigación o en el de consultoría. Por otra parte, la UNIVALI está situada en el municipio del Balneário Camboriú, litoral del Estado de Santa Catarina, que representa uno de los principales destinos turísticos de Brasil; y posee un parque hotelero de aproximadamente 100 hoteles de distintas categorías, y cerca de 25 mil camas. Estos factores sin lugar a dudas beneficiaron la inserción profesional de los egresados de la UNIVALI en el sector hotelero.

Una observación interesante es el hecho que el 20% de los egresados de la UFMG entrevistados estaba trabajando en el sector público, pero en la carrera de turismo no existe ninguna materia específica sobre ese tema. Considerando los datos, éste es un segmento donde una parte significativa de los egresados logró insertarse; por lo tanto, es importante que la carrera les ofrezca materias y actividades académicas que aborden los asuntos relacionados con las políticas públicas de turismo en los ámbitos federal, estatal y municipal.

En relación al lugar de trabajo, a través de los comentarios realizados por los entrevistados, se observó que buena parte de los egresados se insertó en el mercado de trabajo turístico en Belo Horizonte, ciudad donde se dicta la carrera estudiada.

En lo que respecta a la carga horaria de trabajo, más de la mitad de los egresados enfrenta una jornada que supera las 40 horas semanales. Este dato confirma la información difundida por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), que revela que más del 70% de la población brasileña activa trabaja más de 40 horas por semana, y para el 39% la jornada es de por lo menos 45 horas (Veiga, 2000 citado en Gomes, 2005). En relación a la remuneración, se vio que aproximadamente 1/3 de los profesionales recibe entre 2,1 y 3 salarios mínimos. El valor del salario mínimo oficial en Brasil al momento de la recolección de datos era de R\$ 415,00 (US\$ 247,76 referencia octubre de 2010).

El mismo puede ser considerado bajo para un profesional de nivel superior, ya que estos sueldos se equiparan a los de los técnicos en turismo o a los de los contratados como funcionarios públicos de nivel medio en el Estado de Minas Gerais. Una remuneración baja puede generar, por un lado, un

estado de desmotivación; y por otro lado, puede indicar una falta de valoración y reconocimiento por parte del mercado de trabajo.

Este resultado coincide con la investigación de Rosini y Ferreyros (2006), quienes comprobaron que la mayoría de los egresados en turismo no está trabajando en el área; y los que sí lo hacen reciben una baja remuneración.

En relación al cargo ocupado, se notó que los egresados de la carrera de turismo de la UFMG están ejerciendo ocupaciones bastante variadas en el mercado de trabajo. El cargo más frecuente fue el de coordinador de proyectos (3 de los egresados), y luego se pueden mencionar el de agente de viajes (2); consultor (2); técnico (2); e investigador (2).

Los entrevistados han conseguido una inserción profesional interesante, a pesar de no obtener una remuneración adecuada. Sólo 5 egresados ocuparon cargos considerados operativos (agente, emisor, operador y *Hostess*). Se destaca que es necesario preparar y calificar a los futuros profesionales para que ocupen tales cargos en el mercado de trabajo turístico; y se puede asegurar que dominar los aspectos técnicos y operativos es importante para la formación del profesional en turismo.

Las actividades desarrolladas por los egresados en su campo de actuación también son bastante diversificadas. Las principales respuestas apuntadas fueron: venta de pasajes y paquetes nacionales e internacionales (3); planificación de eventos (2); desarrollo de investigaciones (2); creación y gestión técnica de proyectos (2), entre otras.

La investigación realizada sobre los egresados permitió verificar la multiplicidad de actividades que involucra la actividad turística, un aspecto que no es tenido en cuenta por los académicos en el proceso educativo. Este estudio parece confirmar la idea de Rejowski (2002) acerca de la existencia en la actualidad de una gran diversidad de posibilidades de actuación para el profesional turístico en relación al momento de creación de las primeras carreras del área, donde las mismas se restringía a actividades ligadas a las agencias de viaje, la hotelería y al transporte.

En cuanto a la relación de trabajo, los resultados revelaron que el 47% de los profesionales que trabajan en el área poseen relaciones de empleo formales con el mercado profesional. Este índice es bajo y precisa ser ampliado, pues lamentablemente, refleja las condiciones actuales de la realidad brasileña. En las últimas décadas, se produjo una reducción del empleo estable y aumentó notablemente el número de trabajadores en puestos de trabajo temporario, especialmente en el sector de prestación de servicios. Estos trabajos temporarios no ofrecen a los trabajadores las garantías que las leyes establecen (Werneck, Stoppa & Isayama, 2001).

De los 19 entrevistados insertados en el ámbito turístico, 11 dijeron que las instituciones donde trabajan les permitirán desarrollar su carrera a largo plazo y crecer profesionalmente. Algunos de los principales motivos apuntados fueron: estar insertados en una empresa de gran porte, la posibilidad de que surjan nuevos proyectos, y el acceso a la carrera relacionada con la función pública. Esto es importante porque sin posibilidades de crecimiento el profesional se desmotiva y puede abandonar su área de formación básica, migrando hacia otras.

Los egresados que no visualizaron posibilidades de crecimiento profesional en su actividad, mencionaron que se debía a que la empresa era de pequeño porte y de gestión familiar, una característica habitual de las agencias de viaje brasileñas. Otro motivo mencionado, en este caso por los consultores, fue la carencia de una relación formal de empleo, que hace pensar en un futuro vulnerable.

También se indagó sobre el grado de satisfacción de los egresados con las actividades desempeñadas. Se percibió que la mayoría está satisfecha con su inserción laboral, a pesar de la remuneración relativamente baja. Al sumar los resultados de las categorías *satisfecho* y *muy satisfecho* el índice marca que el 84% de los egresados percibe como positiva la actividad desarrollada.

Una de las principales justificaciones dadas por aquellos que dijeron estar satisfechos, fue el hecho de estar realizando actividades que les agradan y con las cuales se identifican. Esto parece compensar la baja remuneración recibida. Un punto importante a ser destacado es que algunos entrevistados dijeron estar satisfechos debido a que tenían posibilidades de crecer profesionalmente, lo que demuestra la importancia de tener un plan futuro para la carrera.

El 16% de los egresados señaló que está *poco satisfecho* o *insatisfecho* con el ejercicio de la profesión. Las principales causas mencionadas fueron la baja remuneración, el trabajo fuera del área de preferencia y la inestabilidad del trabajo.

A los egresados también se les pidió que evaluaran el grado de dificultad encontrado para insertarse profesionalmente en el área de turismo, tema que fue propuesto por Ansarah (1995), Trigo (1998) y la OMT (1995 citado por Barretto, Tamanini, Silva, 2004). La mayor parte de los participantes (63%) consideró como *un poco difícil* la inserción. Para quienes consideraron *muy difícil* la inserción profesional las causas alegadas fueron la falta de valoración del profesional de turismo y de reglamentación de la profesión, la competencia con profesionales de otras áreas, la falta de buenas oportunidades, los salarios muy bajos, la necesidad de tener un contacto para ocupar un cargo, y la falta de preparación para actuar en el mercado de trabajo.

En este aspecto, también se confirmaron las afirmaciones de Trigo (1998) respecto a la competencia con profesionales de otras áreas, apuntadas como uno de los problemas para la

inserción laboral de los profesionales graduados en turismo. Considerando el contexto de Minas Gerais, se puede decir que los licenciados en turismo formados en la UFMG compiten con los licenciados en turismo formados en otras instituciones del Estado y con los técnicos en turismo.

Los que mencionaron que la inserción laboral fue *fácil* apuntaron como principales motivos la experiencia de las prácticas realizadas durante la carrera, el contacto con personas conocidas, y el hecho que el área de investigación académica aún está poco explorada. Aldrigui y Almeida (2009) afirman que las prácticas tienen un papel clave en la formación profesional de todas las áreas, siendo innegable su contribución en la formación del licenciado en turismo. Por este motivo es importante que las carreras en turismo amplíen las oportunidades para diversificar esa experiencia, enriqueciendo y colaborando con la inserción profesional de los graduados.

Conforme con los datos presentados acerca de los egresados que están trabajando en el área de turismo, se puede decir que este grupo está relativamente bien insertado, desarrollando actividades variadas y elaboradas. La mayoría está satisfecha con las actividades desempeñadas, posee relaciones de empleo formales y un plan futuro para el desarrollo de su carrera con posibilidades de crecimiento profesional no obstante que la remuneración obtenida está por debajo del monto deseado por un profesional de nivel superior.

Profesionales no insertados en el área de turismo

Este grupo, el de los que no lograron insertarse laboralmente en el área de turismo, está formado por 21 egresados del total de 40 participantes de la muestra. Las causas que ellos mencionaron para justificar su falta de inserción son: la decisión de cambiar a otra área (9); la falta de oportunidades en el segmento de interés (8); la baja remuneración (3); la aprobación en concurso público (3); la falta de valoración del profesional en el mercado de trabajo (1); y no haber sido admitido en ninguna empresa (1). Es posible observar que una parte considerable de los egresados que no se insertaron profesionalmente en el área de turismo decidió cambiar a otro campo del conocimiento (una nueva carrera o un posgrado), principalmente en las áreas de administración, relaciones públicas y derecho.

La falta de carreras de posgrado en turismo y, el hecho que los pocos que existen son privados, fue mencionada por los entrevistados como una situación que los obliga a optar por hacer un posgrado de otra área. Otras causas citadas para no ejercer actividades relacionadas al turismo fueron la falta de oportunidades en el segmento de interés y la baja remuneración recibida por los profesionales del área.

En la pregunta 3 se planteó a los 21 egresados si habían actuado en el área de turismo durante su formación académica, sin considerar la experiencia de las prácticas supervisadas a las que obliga la carrera. Un total de 13 respondieron afirmativamente y los 8 restantes dijeron no haber actuado profesionalmente debido, principalmente, a la falta de oportunidades. Este hecho debe ser analizado

por la carrera estudiada, la cual necesita ampliar las oportunidades de interacción entre sus alumnos y el mercado de trabajo.

A los egresados que respondieron positivamente la pregunta 3 se les pidió que especifiquen en cuál segmento habían actuado mientras cursaban la carrera. Las respuestas más citadas fueron: sector público (4), investigación (centros de información y documentación) (4), recreación (3), agencias (2) y eventos (2).

Se puede decir, por lo tanto, que este grupo de profesionales que no está insertado en el área de turismo tuvo la oportunidad de estar en contacto con diferentes campos de actuación profesional durante la graduación. Esa experiencia, evidentemente, no fue suficiente para que permanecieran en el área y los principales motivos alegados fueron: (a) cambios del área de trabajo, (b) falta de oportunidades en el segmento de interés, (c) baja remuneración del área y (d) aprobación en concurso público. Dos razones (b y c) están relacionadas con dificultades referidas a la organización profesional del turismo como área de formación y actuación profesional. Las otras dos (a y d) se refieren a situaciones que pueden responder a las más diversas causas. Es interesante observar que ningún egresado responsabilizó, directa o indirectamente, a la institución formadora.

Finalizando, se puede decir que esta investigación permitió comprender algunas cuestiones importantes sobre la inserción de los egresados del curso estudiado, indicando importantes desafíos a ser superados por el área. Se destaca la importancia de realizar estudios sobre egresados, en el sentido de conocer más profundamente el tema abordado en este artículo.

CONSIDERACIONES FINALES

Después de analizar los resultados de la investigación se puede destacar la importancia que las instituciones de enseñanza superior no sean indiferentes a la situación de sus egresados en el campo de la inserción profesional. Se sugiere, por lo tanto, que las carreras de turismo desarrollen estudios con la intención de conocer la inserción laboral de sus egresados e investigar la percepción de los alumnos respecto de la importancia de la institución de enseñanza en su formación profesional. Además, se destaca la importancia de profundizar las reflexiones acerca de la formación y la actuación del profesional en el área.

Las experiencias prácticas, que ubican lo académico en contacto con el mercado de trabajo, fueron muy valoradas por los egresados participantes de la investigación. Así, es fundamental que las carreras de turismo busquen ampliar y diversificar esas vivencias, en el intento de enriquecer su formación y facilitar una futura inserción profesional de los egresados. En este sentido, es importante establecer un mayor número de convenios con las empresas y organismos diversificados para que los alumnos posean una mayor experiencia en el área, ampliando así las posibilidades de cooperar

con el sector privado, con el público y con la sociedad organizada que también desarrolla interesantes trabajos en el área de turismo.

Además de lo expuesto se sugiere verificar la posibilidad de incluir en la currícula de las carreras de graduación, materias y actividades académicas que amplíen las posibilidades para que los alumnos tengan más conocimientos sobre políticas públicas, buscando así ampliar su inserción en el sector.

A los estudiantes de turismo se les recomienda que procuren conocer e interactuar con las múltiples posibilidades prácticas que caracterizan al turismo, en el ámbito de la educación y de la actuación profesional. Una buena inserción en el mercado de trabajo depende de la pro-actividad durante la formación. De allí la importancia que puede llegar a tener ampliar las actividades extra-curriculares para contribuir a darle mayor calidad y consistencia a la formación.

Finalmente, se destaca la importancia de realizar nuevos estudios acerca de la inserción profesional de los Licenciados en Turismo, su formación y actuación; debido que pueden surgir nuevos interrogantes a partir de los datos mostrados aquí.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldrigui, M.; Almeida, M. Vilela de** (2009) "O estágio como componente da formação no ensino superior em um curso em fase de consolidação – uma análise preliminar do curso de lazer e turismo da EACH/USP". In: Anais do VI Seminário da ANPTUR / Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. Aleph, São Paulo
- Ansarah, M. Gomes dos Reis** (1995) "Educação e formação do bacharel em Turismo". Turismo em Análise 6(1): 44-64
- Ansarah, M. Gomes dos Reis** (2002) "Formação e capacitação profissional em Turismo e Hotelaria: Reflexos e cadastros das instituições educacionais no Brasil". Aleph, São Paulo
- Barretto, M.; Tamanini, E.; Silva, I. Peixer da** (2004) "Discutindo o Ensino Universitário de Turismo". Papirus, Campinas
- Both, I. J.** (1999) "Avaliar a universidade é preciso: agente de modernização administrativa e da educação". In: Souza, E. C. B. Machado (org). Avaliação Institucional. Universidade de Brasília, Brasília
- Deluiz, N.** (2001) "O modelo das competências profissionais no mundo do trabalho e na educação: implicações para o currículo" – Boletim Técnico do SENAC 27(3): 15 - 25
- Fonseca, M. M. da** (2005) "Políticas para o ensino superior em Turismo: um estudo sobre um curso de graduação em Belo Horizonte". Dissertação (Mestrado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte

- Freitas, C. Magalhães; Félix, G. Cachoeira; Krebs, M.; Colssi, N.; Floriani, V. Mengarda** (2004) "A Inserção no mercado de trabalho dos egressos do curso de turismo e hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí". In: Anais do IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul. Florianópolis
- Frigotto, G.** (2000) "Educação e a crise do capitalismo real". Cortez, São Paulo
- Gambardella, A. M. Dianezi; Ferreira, C. Franchi; Frutoso, M. F. Petroli** (2000) "Situação profissional de egressos de um curso de nutrição". Ver. Nutr., Campinas, 13(1): 37-40
- Gil, A. C.** (1995) "Como elaborar projetos de pesquisa". Atlas, São Paulo
- Gomes, Ch. L.** (2005) "Lazer e trabalho". SESI/DN, Brasília
- Mariz, N. Martins** (2008) "A Empresa Júnior e sua relevância para a formação do aluno do curso de graduação em turismo: Estudo de caso da Território – Empresa Júnior de Turismo – UFMG". Monografia (Graduação em Turismo) Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte
- Minayo, M. C. de Souza** (2004) "O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde". Hucitec, São Paulo
- Rejowski, M. (org.)** (2002) "Turismo no percurso do tempo". Aleph, São Paulo
- Rosini, F.; Ferreyros, A. R. Saona** (2006) "Situação profissional dos egressos da primeira e segunda turma do curso de turismo da faculdade Estácio de Sá de Ourinhos – SP". Horus Jr. – Revista de Humanidades e Ciências Sociais Aplicadas 1(1): 1-16
- Teixeira, Rivanda M.** (2002) "Ensino superior em turismo e hotelaria: Análise comparativa dos cursos de graduação no Brasil e no Reino Unido". In: Shigunov Neto, A; Maciel, Lizete S. B. (orgs.). Currículo e Formação Profissional nos Cursos de Turismo. Papirus, Campinas
- Trigo, L. Gonzaga Godoi** (1998) "A sociedade pós-industrial e o profissional de turismo". Papirus, Campinas
- Universidade Federal de Minas Gerais** (s/f a) "Curso de graduação em turismo". Disponible en: <<http://www.igc.ufmg.br/cursos/turismo.htm>>. Visitado el 10 de marzo de 2010
- Universidade Federal de Minas Gerais** (s/f b) "Mostra das profissões da UFMG". Disponible en: <<http://www.ufmg.br/mostradasprofissoes/cursos/turismo.htm>>. Visitado el 15 de outubro de 2008
- Universidade Federal de Minas Gerais** (s/f c) "Sistema de bibliotecas da UFMG". Disponible en: <<http://www.bu.ufmg.br>>. Visitado el 10 de marzo de 2010
- Werneck, Ch. L. Gomes; Stoppa, E. A.; Isayama, H. Ferreira** (2001) "Lazer e mercado". Papirus, Campinas.

Recibido el 15 de marzo de 2010

Correcciones recibidas el 29 de mayo de 2010

Aprobado el 08 de junio de 2010

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués