

Habilidades e competências necessárias para atuar no mercado de Turismo, no campo da Tecnologia em Curitiba/PR

Survey of skills and competencies required for the Tourism and Technology job market in Curitiba, PR.

Andrea Souza¹
Juliana Medaglia²

RESUMO: O desenvolvimento tecnológico trouxe grandes mudanças para a sociedade. Seu impacto transformou em diversas maneiras o modo de vida social, inclusive no âmbito profissional. No mercado do turismo, surge a necessidade de profissionais com competências e habilidades cada vez mais especializadas. Assim, o objetivo do presente artigo é identificar as habilidades e competências necessárias para atuar no setor de Turismo na cidade de Curitiba/PR, no campo da tecnologia. A primeira etapa da pesquisa foi de caráter exploratório, realizada por meio de levantamento bibliográfico sistemático. Na segunda e terceira etapa, foi feito um mapeamento de empresas da área de turismo da cidade e em seguida foi aplicado um questionário junto aos empreendimentos de turismo e tecnologia de Curitiba. Os resultados obtidos foram as principais *soft skills* esperadas pelas empresas participantes, possibilitando um entendimento da necessidade

1 Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Membro do Grupo de Pesquisa Turismo, Educação, Emprego e Mercado (TEEM / UFPR - CNPq). Ex-bolsista de Iniciação Científica pela Fundação Araucária, 2021-2022. E-mail: andreiasza@outlook.com

2 Doutora em Ciência da Informação (UFMG). Mestre em Comunicación y Turismo (UMA-Espanha). Especialização em Marketing Empresarial (UFSC). Bacharel em Turismo pela Universidade Anhembi Morumbi (São Paulo). Professora Associada do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná (DETUR/UFPR) e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná (PPGTurismo/UFPR). Co-líder do Grupo de Pesquisa Turismo, Educação, Emprego e Mercado (TEEM / UFPR - CNPq). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5292267261816076>. E-mail: juliana.medaglia@ufpr.br.

referentes às habilidades e competências de membros que compõem a equipe destas instituições.

Palavras-chave: Turismo; Habilidades e Competências; Ensino Superior; Tecnologia; Curitiba.

ABSTRACT: The development of technology has brought significant changes to society, impacting various aspects of social life, including the professional sphere. In the tourism job market, there is a growing demand for professionals with increasingly specialized competencies. Therefore, this article aims to analyze the important abilities and competencies required in this technological scenario and identify those needed by tourism and technology companies in the city of Curitiba/PR. The first step of this survey was exploratory in nature, conducted through a systematic bibliographic review. In the second and third steps, a mapping of tourism companies in the city was performed, followed by the development of a questionnaire, which was administered to tourism and technology enterprises in Curitiba. The results reveal the principal soft skills expected by participating companies, providing an understanding of their needs regarding the skills and competencies of their team members.

Key-Words: Tourism, Skills, Higher Education, Technology, Curitiba+

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia apresentou novas formas de comunicar, informar, comprar e vender, graças à instantaneidade da propagação de dados e mensagens, juntamente com a quebra de barreiras para a interação entre pessoas (MEDAGLIA, 2017; SILVA, 2016; DZIEKANIAK; ROVER, 2011; VICENTIN; HOPPEN, 2003). Os impactos tecnológicos atingem diversas áreas da sociedade (SILVEIRA, MEDAGLIA; VICENTIM; BARBOSA, 2020).

No setor Turístico surgem plataformas e aplicativos de economia compartilhada, além do fortalecimento das redes sociais, que trouxeram mudanças no planejamento de viagem (LOBO, 2020; BUHALIS; O'CONNOR, 2005). Com essa mudança, o mercado profissional passou a demandar funcionários cada vez mais qualificados (THOLEN, 2019). Tendo em vista a complexidade do turismo (CAMPODÓNICO; CHALAR, 2017; LARA, 2010), observam-se debates sobre a formação do Bacharel em Turismo, que versam acerca da formação de mão-de-obra com conhecimentos esperados pelas empresas, bem como, com conhecimentos mais teóricos sobre a estrutura do mercado turístico (SILVEIRA; MEDAGLIA; NAKATANI, 2020; SILVA; MEDAGLIA; GÂNDARA, 2012; COSTA, 2009; SANTOS; COSTA; MALERBA, 2015; PAULA; CARVALHO; PIMENTEL, 2017). Outras pesquisas discutem a respeito da necessidade de mudança na formação de profissionais da área, uma vez que o desenvolvimento tecnológico gerou uma grande mudança no setor (SOGAYAR; REJOWSKI, 2011).

Diante disto, Airey e Tribe (2008) apontam que é importante que se tenha um vínculo entre as empresas e instituições de ensino superior, pois considera que há uma falta de compreensão das Instituições de Ensino em relação ao mercado sobre a importância da formação de profissionais com aulas voltadas para a necessidade das organizações que trabalham no setor turístico.

No ponto de vista da expansão dos mercados, considerando o campo da tecnologia para outras áreas, houve aumento da demanda por facilidades e praticidades que esta pode oferecer na prestação de serviços, ampliando também a união da tecnologia com o turismo. Exemplo disso, há empresas da área da tecnologia que abrangem setores do turismo como serviços de hospedagem, compra de passagens aéreas e pacotes turísticos, entre outros (CACHO; AZEVEDO, 2010; VICENTIN; HOPPEN, 2003). Além dessas, as organizações da área de turismo têm se valido cada vez mais da tecnologia para operar seus produtos. Dessa forma, este trabalho, fruto de pesquisa de iniciação científica, que integra o projeto de pesquisa “Organizações de Turismo e Empresas de Tecnologia em Curitiba/PR: um estudo introdutório”, e o presente artigo, tem como objetivo identificar as habilidades e competências necessárias para atuar no setor de Turismo na cidade de Curitiba/PR, no campo da tecnologia. Para a realização do estudo, foi feita uma revisão bibliográfica seguida de aplicação de questionários junto às empresas de turismo e tecnologia selecionadas, a fim de analisar quais dessas competências são relevantes para o mercado de Curitiba/PR.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Segundo Echeverría Samanes e Martínez Clares (2018), a sociedade está no início da Quarta Revolução Industrial, que representa a fusão dos campos tecnológicos, físicos e, até mesmo, biológicos. A Quarta Revolução industrial ou a Revolução 4.0 se diferencia das anteriores devido às transformações tecnológicas que são mais rápidas, complexas, profundas e potentes. Assim, tem-se uma sociedade com necessidades de mudanças em sua organização, aprendizagem, comunicação e na forma que irá lidar com as informações (ECHEVERRÍA SAMANES e MARTÍNEZ CLARES, 2018).

Silveira, Medaglia, Vicentim e Barbosa (2020) também mencionam que há uma mudança na estrutura de negócios da sociedade. Uma vez que existam estes meios tecnológicos que facilitam a comunicação e troca de informações, o desafio é a diferenciação na abordagem de interação, principalmente no contexto de fornecedores de serviços e consumidores, e na capacidade de reconhecer, analisar, filtrar e em saber como utilizar as informações adquiridas. Nesse sentido, apenas a habilidade técnica e o conhecimento específico não são o suficiente para o mercado (THOLEN, 2019) se o profissional não souber como aplicá-los e interpretá-los em contextos diferentes.

Tholen (2019) menciona que os recrutadores estão procurando por candidatos com capacidades que vão além de conhecimentos técnicos que aprendem ao cursar um nível de ensino superior, conhecidos como *hard skills*. A busca é por habilidades e competências que refletem na maneira individual de agir dentro de uma função; denominadas *soft skills*, que demonstram a capacidade de continuidade da empregabilidade de uma pessoa (DUBEY; TIWARI, 2020). As *soft skills* são também definidas como competências cognitivas e incluem habilidades interpessoais que podem ser aplicadas em várias situações, mas ainda é difícil definir exatamente as *soft skills*, pois elas variam de acordo com a cultura de cada país (QIZI, 2020).

De acordo com o *World Economic Forum* (2016), *soft skills* são competências, ações e qualidades de cada um, que tornam possível alcançar uma meta, e podem ser combinadas com as habilidades técnicas. Segundo Lippman, Ryberg Carney e Moore (2015), as cinco principais *soft skills*, são: i. habilidades sociais, que consistem na capacidade de uma interação adequada com as demais pessoas, além da resolução de problemas; ii. habilidade de comunicação, que se referem à comunicação escrita, oral, escuta e comunicações não-verbais. Essas habilidades também auxiliam no desenvolvimento de outras; iii. as *high-order thinking* são as habilidades que capacitam a identificação de problemas e a capacidade de resolvê-los através da busca de diversas fontes. As principais habilidades que compõem aqui são pensamento crítico, tomada de decisão e solução de problemas; iv. autocontrole é necessário para administrar as emoções, impulsos e direcionamento de foco à uma tarefa; v. autoconsciência positiva, inclui a autoconfiança, autoeficácia e autoconhecimento.

A organização internacional *World Economic Forum* (WEF) reúne representantes políticos, empresários e de diversas culturas como representantes da sociedade civil organizada, no âmbito internacional para o debate sobre a economia global. Em 2016

o relatório do Fórum apresentou as perspectivas coletadas entre os responsáveis por recrutamento dos maiores contratantes, sobre o que seria o mercado de trabalho nos próximos 5 anos (WEF, 2016). O relatório do WEF (2016), apresenta dados coletados de funcionários de empresas de diferentes países como África do Sul, Alemanha, Austrália, Brasil, China, Estados Unidos, Índia, Itália, Japão, México, Turquia, entre outros. O foco do levantamento foi identificar habilidades e competências que estavam se tornando relevantes e seriam consideradas essenciais a partir do ano de 2020. Os resultados indicaram diferentes habilidades, que foram sistematizadas e classificadas entre Habilidades Gerais, Habilidades Básicas, Habilidades Essenciais e Habilidades relacionadas ao Trabalho, conforme o Quadro 01, a seguir:

QUADRO 1 - PRINCIPAIS HABILIDADES PARA O MERCADO DE TRABALHO

Habilidades	Habilidades básica	Habilidades essenciais	Habilidades relacionadas ao trabalho
Habilidades cognitivas: - Flexibilidade cognitiva - Criatividade - Raciocínio lógico - Raciocínio matemático - Visualização	Habilidades de conteúdo: - Aprendizagem ativa - Expressão oral - Compreensão de leitura - Expressão escrita - Treinamento em TIC	Habilidades sociais: - Trabalho em equipe - Inteligência Emocional - Negociação - Persuasão - Orientação para serviços - Treinamento e ensino com outros	Habilidade de gestão de recursos: - Gestão de recursos financeiros - Gestão de recursos materiais - Gestão de pessoas - Gestão de tempo
Habilidades físicas: - Força física - Destreza e precisão manual	Habilidades processuais: - Escuta ativa - Pensamento crítico - Avaliação de performance	Habilidades sistêmicas: - Julgamento e tomadas de decisões - Análise sistemática	Habilidades técnicas: - Manutenção e reparo de equipamentos - Controle e operação de equipamentos - Programação - Controle de qualidade - Tecnologia e design de experiência de usuário - Reparação de processos e sistemas
		Solução de problemas complexos	

FONTE: Adaptado de WEF (2016).

De acordo com o documento do World Economic Fórum, a definição das habilidades cognitivas baseia-se na intelectualidade pessoal, sendo a flexibilidade cognitiva, a criatividade, o raciocínio lógico, raciocínio matemático e a visualização, que

se refere à habilidade de imaginar um resultado após algumas ações aplicadas sobre um cenário. As habilidades físicas são capacidades musculares e da coordenação dos movimentos (WEF, 2016). O levantamento foi separado por categorias, sendo habilidades de Conteúdo e habilidades Processuais.

Dentro da categoria das Habilidades de Conteúdo encontra-se a aprendizagem ativa, que é a compreensão dos fundamentos de informações para realizar uma decisão ou solucionar e prevenir um problema. Há também o conhecimento em TIC, referindo-se ao uso de tecnologias, meios de comunicação para administrar, avaliar e criar informações, e, por fim, o relatório também menciona a expressão oral, a compreensão de leitura e expressão escrita.

As Habilidades Processuais, por sua vez, são divididas em escuta ativa, que é a competência de escutar e entender outras pessoas; o pensamento crítico e a habilidade de acompanhamento de performance, que expressa a capacidade de avaliar a atuação da própria e de outras pessoas dentro de uma organização, sendo possível tomar medidas corretivas sobre as suas ações (WEF, 2016).

A *World Economic Forum* (2016) aponta ainda as habilidades de trabalho em equipe, inteligência emocional, capacidade de negociação, persuasão, orientação de serviço, que é buscar meios de ajudar e orientar os demais, e, por último, a capacidade de treinar e ensinar outras pessoas, como habilidades sociais. As habilidades sistêmicas se formam pela capacidade de julgamento e tomada de decisões sobre os métodos possíveis para uma situação, avaliando os possíveis resultados (WEF, 2016).

Ainda dentro das habilidades importantes para o mercado profissional, considerando as habilidades de gestão de recursos, compõem as capacidades de: gestão de recursos financeiros, gestão de recursos materiais, gestão de pessoas e gestão de tempo. As áreas profissionais também demandam habilidades técnicas que, pelo relatório, configuram-se nas seguintes características: manutenção e reparo de equipamento e operação e controle do equipamento, programação, controle de qualidade, tecnologia e design de experiência do usuário, e reparação de processos e sistemas. Finalizando a categoria das habilidades essenciais para a atuação profissional, o documento em questão aponta também a capacidade de solução de problemas complexos que auxiliam na resolução de problemas inéditos dentro de um cenário complexo.

O relatório da WEF (2016) apresenta dados que apontam as habilidades de solução de problemas complexos como uma das habilidades mais requisitadas pelas organizações. Essa característica é esperada, uma vez que imersos na Quarta Revolução Industrial, em que há a inserção de máquinas inteligentes no mercado, é necessária uma força de trabalho mais qualificada para atender questões que as máquinas ainda não conseguem, e que estejam em constante desenvolvimento para caminhar junto com a demanda de áreas profissionais que se reformam de acordo com o desenvolvimento tecnológico (ECHEVERRÍA SAMENES; MARTÍNEZ CLARES, 2018).

O Turismo também se encontra diante deste desafio. Em estudo recente,

Vicentim (2021) reflete acerca da adaptação dos profissionais de turismo frente às novidades tecnológicas:

Isso significa dizer que não só a forma como as pessoas se relacionam com o trabalho está mudando, mas também os tipos de atividades que compõem a cadeia produtiva como um todo. Os profissionais, que são peça chave para as organizações, também estão tendo que se adaptar a esse novo cenário que inclui novas profissões ligadas às TICs. (VICENTIM, 2021, p.45)

Entende-se, portanto, que as TIC vêm se incorporando às atividades que compõem o trabalho em turismo e, nesse sentido, em outro trabalho de Iniciação Científica ligado ao mesmo projeto de pesquisa. O Grupo de Pesquisa Turismo, Educação, Emprego e Mercado (TEEM/UFPR) investigou ementas de cursos superiores de turismo, a fim de identificar a presença do ensino da tecnologia para os turismólogos. Foram identificadas 31 disciplinas relacionadas às Tecnologias da Informação e Comunicação em 26 universidades paranaenses, indicando que o conteúdo tecnológico e as habilidades necessárias para seu aprendizado têm sido abordados nos cursos superiores de turismo (MASIERO, et. al., 2022).

Ainda que as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo (BRASIL, 2006) explicitem no artigo 3º que a formação do profissional em turismo deve incluir “habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos” (Art. 3º, § XV), o longo tempo sem atualização, intensifica os desafios das necessidades a serem atendidas pela formação. Segundo Souza (2019, p.189), “a formação deve dotar o sujeito de capacidades para superar as dificuldades e transpor, com seu conhecimento, aquelas impostas pelo mundo do trabalho”.

Neste contexto, em que a busca se deu, o diálogo com empresas de tecnologia que atuam no mercado turístico como forma de promover a interface com parte específica deste, no sentido de reconhecer a importância das habilidades e competências reconhecidas. Para tanto, apresenta-se a metodologia a seguir.

3 METODOLOGIA

A primeira etapa da pesquisa foi de caráter exploratório, realizada por meio de levantamento bibliográfico, no qual buscou-se em duas principais bases de dados descritores específicos, portal *Web of Science* (WoS), Portal *Educational Resources Information Centre* (ERIC). Dito isto, o estudo tem como método a revisão bibliográfica sistemática, com base no roteiro de Conforto, Amaral e Silva (2011).

A primeira base de dados consultada foi o portal *Web of Science* (WoS), cujo escopo é formado por revistas, principalmente pelas áreas de ciências sociais, artes e humanidades, e acessada pelo portal Comunidade Acadêmica Federada (CAFe) da Universidade Federal do Paraná. A outra base de dados consultada foi o Portal *Educational Resources Information Centre* (ERIC) que trata de publicações relacionadas à educação, que congrega também as habilidades e competências no ensino superior, ambas acessadas no mês de novembro de 2020.

Inicialmente, foi realizado um levantamento de ideias com termos em inglês para definir os descritores, e os principais filtros em ambas as bases de dados com o intervalo de 5 a 10 anos, publicações do gênero de artigos e de acesso aberto ou disponível na plataforma. No WoS, foi utilizado a categoria *education educational research*, e para os descritores com um número muito alto nos resultados, foi utilizado o filtro títulos da fonte como *Higher education*. Já no portal ERIC, o outro filtro utilizado foi a classificação de nível de estudo em *Higher education*.

O número de artigos achados foi de 385 no portal do WoS, enquanto no ERIC, chegou-se a um resultado de 260. O total de artigos, juntando ambas as bases de dados, foi de 645 com os filtros mencionados anteriormente. Após esta primeira etapa, todos os resumos foram lidos para iniciar a recuperação dos textos acadêmicos.

Após a fase de recuperação dos artigos das bases *on-line*, chegou-se a um total de 50 artigos, a maioria oriundos da base de dados do WoS. Em seguida foi realizada a leitura mais completa, buscando as *soft skills* nas universidades como um dos principais assuntos.

Após a estruturação do marco teórico (Etapa 1 de pesquisa), iniciou-se a aplicação da pesquisa de campo. Para tanto, a Etapa 2 consistiu no mapeamento das empresas de turismo que trabalham com tecnologia e inovação na cidade de Curitiba/PR. Já a Etapa 3 foi a aplicação de Questionário junto a estas empresas. Ambas foram realizadas em conjunto, pelas estudantes de Iniciação Científica (bolsista CNPQ, bolsista Fundação Araucária e voluntária), que desenvolveram diferentes planos de trabalho a fim de alcançar os objetivos propostos. Esse esforço conjunto resultou em um mapeamento de empresas mais minucioso (etapa 2) e em um instrumento de pesquisa único (etapa 3), pelas diferentes e complementares perspectivas teóricas.

Nesse contexto, na Etapa 2 de pesquisa, foi feito o levantamento das empresas de Curitiba por meio do Ecossistema de Inovação Vale do Pinhão, com a pré-seleção das empresas e análise dos sites das organizações para verificação da relação das mesmas com turismo, totalizando 13 empresas.

Após esse primeiro levantamento, diante do baixo número de empresas identificadas, buscou-se contato com ex-alunos da graduação do Curso de Turismo e profissionais de turismo, num processo de bola de neve, para a indicação de empresas turísticas que trabalhassem com tecnologia e inovação em Curitiba já que, por tratar-se de um projeto de pesquisa em andamento, não seria possível alterar os objetivos ou público-alvo. A ampliação da amostra dessa ampliou a quantidade de respondentes, com um total de 11 empresas mapeadas.

Foi necessário também realizar um terceiro levantamento devido ao baixo número de empresas mapeadas para a aplicação de questionário. Foi executada uma busca no site do Ministério do Turismo, a partir do Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR, 2021), ferramenta que disponibiliza o registro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor turístico (BRASIL, 2021). No CADASTUR foram pré-selecionadas as empresas que atuavam em Curitiba, contemplando as áreas relacionadas a Hospedagem (111 empresas); Agências de Viagens (627

empresas); Organizadoras de Eventos e Infraestrutura de apoio para Eventos (136 empresas); Transportadora Turística e Locadora de Veículos (15 empresas); e Prestador Especializado em Segmentos Turísticos (80 empresas), excluindo da amostra empreendimentos dos setores de Alimentos e Bebidas (por atuarem mais amplamente do que no turismo, em um destino como Curitiba) e contatos de Guias de Turismo (por não configurarem empresas), em prol de manter o foco da análise, o que totalizou cerca de 999 empresas turísticas. Diante de um número expressivo de empresas e para cumprir mais fielmente a Etapa 2 de pesquisa, optou-se pelo envio de e-mails (Tabela 1) a fim de verificar quais empresas efetivamente pertenciam ao escopo da pesquisa.

TABELA 1 - ENVIO DE E-MAILS EMPRESAS CADASTUR

CATEGORIA	E-mails respondidos	Mensagem automática sem retorno	Não atua mais (dentro das respostas recebidas)	E-mail não entregue	E-mail sem nenhum retorno
<i>Meios de Hospedagens</i>	1	0	0	1	109
<i>Agências</i>	21	4	3	21	578
<i>Organizadora de Eventos & Afins</i>	5	1	0	4	126
<i>Outras</i>	2	1	0	0	92

FONTE: Elaboração própria (2021).

Após o envio dos e-mails iniciais, apenas 30 foram respondidos, sendo 21 de Agências, cinco de Organizadoras de Eventos, um de Meios de Hospedagens e duas de Prestadores Especializadas em Segmentos Turísticos, sendo representada na Tabela 1, junto com as empresas da área de Transporte, das quais não se obteve nenhum retorno deste contato inicial. A partir dos 30 e-mails respondidos, foi constatado que 24 empresas se encaixavam no escopo da pesquisa. O resumo deste processo, que foi desenvolvido entre os meses de Abril e Junho/2021, é apresentado na figura a seguir:

FIGURA 1: RESUMO DO MAPEAMENTO DE EMPRESAS DE TURISMO & TECNOLOGIA EM CURITIBA



FONTE: elaboração própria(2021).

Ao final do mapeamento, foram encontradas 48 empresas, que receberam um e-mail informando sobre a realização da pesquisa, questionando sua disponibilidade em participar e o melhor canal de comunicação para receber o formulário on-line. Dentre esse grupo, apenas 27 responderam o contato inicial e, após o envio do questionário para as 27 empresas via e-mail, WhatsApp e telefone, obteve-se um total de 24 respondentes.

O instrumento de pesquisa foi construído a partir de um formulário da Plataforma *Google Forms*. O questionário foi organizado em três seções, começando pela autorização e o termo de consentimento em participar da pesquisa, direcionando o respondente para as seções que iniciam as perguntas. O grupo de perguntas 1) Recursos Humanos, tinha com cinco questões abordando o funcionamento dos recursos humanos da organização; o grupo de perguntas 2) Perfil dos Profissionais, apresentou seis questões com o objetivo de entender o perfil dos funcionários e suas habilidades e competências; o grupo de perguntas 3) Inovação continha sete questões acerca da inovação. Os resultados e suas análises são apresentados na próxima seção.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em decorrência dos primeiros levantamentos realizados, percebeu-se que os temas relacionados a TIC não estavam entre as principais *hard skills* dos profissionais da área de turismo. Contudo, como a tecnologia faz parte da evolução da sociedade e entra como ferramental nos processos individuais e coletivos de resolução de problemas, inclusive no mundo do trabalho, buscou-se a relação dessas habilidades com as *soft skills* valorizadas na área de turismo. Para tanto, inclui-se uma etapa de revisão sistemática acerca do tema.

Durante a primeira etapa da pesquisa, a bibliográfica, verificou-se que a maior parte dos resultados encontrados eram de revistas espanholas e dos países da Europa, sendo a maioria dos textos acadêmicos em inglês, totalizando 68, seguido por 12

artigos escritos em espanhol. Havia também artigos da Rússia, Malásia, Índia, Peru. Apenas dois artigos brasileiros sobre *soft skills* foram encontrados. Na última etapa da seleção de artigos, obteve-se um resultado numérico de 9 textos, com apenas uma repetição. Os 8 artigos abordam como as *soft skills* são vistas por dentro dos ambientes acadêmicos e como o mercado de trabalho enxerga a formação dessas habilidades nas universidades. Houve algumas diferenças nas abordagens das habilidades e competências que se destacam nas profissões, devido às diferenças culturais, sociais de cada país e até mesmo uma variação de acordo com a área de trabalho. Como resultado mais relevante dessa etapa de pesquisa, tem-se então, as principais habilidades discutidas nos artigos analisados:

QUADRO 2 - *SOFT SKILLS* ENCONTRADAS NOS ARTIGOS USADOS

Autores/as	Habilidades	Origem da Revista	Ano
(DUART; MENGUAL-ANDRÉS)	- Pensamento crítico - Julgamento e tomada de decisões	Espanha	2015
(ARRANZ; UBIERNA; ARROYABE; PEREZ; FDEZ DE ARROYABE)	- Habilidades empreendedoras	Escandinávia	2017
(ECHEVERRÍA SAMANES; MARTÍNEZ CLARES)	- Pensamento crítico - Solução de problemas complexos	Peru	2018
(GRUZDEV; KUZNETSOVA; TARKHANOVA; KAZAKOVA)	- Pensamento crítico - Habilidades sociais - Raciocínio lógico - Solução de problemas complexos	Rússia	2018
(LEE; SOHOD; RAHMAN)	- Pensamento crítico - Solução de problemas complexos	Malásia	2019
(MAJID)	- Pensamento crítico - Criatividade - Habilidades sociais	Malásia	2019
(THOLEN)	- Pensamento crítico - Solução de problemas complexos	Reino Unido	2019
(DUBEY; TIWARI)	- Habilidades sociais - Habilidades empreendedoras - Cooperação em grupo	Índia	2020

FONTE: elaboração própria(2021).

Dentre os artigos utilizados para essa pesquisa, observa-se que a habilidade mais mencionada foi a de Pensamento Crítico, presente em seis artigos. A segunda *soft skill* bastante presente nos textos acadêmicos foi a solução de problemas complexos, encontrada em quatro artigos. As habilidades sociais e de comunicação também tiveram destaque, uma vez que é uma das competências universais para o mercado de trabalho (LIPPMAN; RYBERG; CARNEY; MOORE, 2015). Apesar das habilidades

empreendedoras terem aparecido com mais enfoque no artigo de Arranz, Uierna, Arroyabe, Perez e Fdez de Arroyabe (2017), os autores Obschonka, Hakkarainen, Lonka e Salmela-Aro (2017) reforçam que as habilidades empreendedoras também estão relacionadas com liderança, criatividade e proatividade.

Com esses principais resultados obtidos, prosseguiu-se para as etapas aplicadas da pesquisa. Assim, a segunda etapa, mais objetiva, porém essencial para os resultados da investigação acabaram sendo apresentadas na seção anterior: 48 empresas de turismo e tecnologia mapeadas na cidade de Curitiba/PR.

A terceira etapa de pesquisa, que consistiu na aplicação do questionário, dividido em blocos, obteve 24 respondentes. O primeiro grupo de questões abordou o processo seletivo e treinamento dos novos membros: nove empresas fazem o recrutamento a partir de indicação de funcionários, e oito aplicam treinamentos por meio de outros funcionários, ou seja, um funcionário treina os demais. Outra categoria de respondentes com seis participantes, realiza seu processo seletivo por anúncios informais, sendo que três afirmaram aplicar treinamento por outro funcionário, enquanto as demais se dividem em treinamentos aplicados por educação à distância por profissionais de TI e, em outro, o treinamento era realizado pelo próprio gestor. Três empresas utilizam banco de currículo próprio, e apenas uma não aplica treinamentos, enquanto as outras duas aplicam por educação à distância e por outro funcionário. Houve também dois respondentes que realizam o processo de recrutamento por agências especializadas, e uma utiliza o ensino à distância e outro também por profissionais de TI. Um respondente informou que realiza a seleção pelas habilidades em redes sociais, com altos números de seguidores, e que não aplica nenhum treinamento específico para novos funcionários.

Em relação às questões sobre Recursos Humanos e testes psicológicos, o segundo bloco de questões, a maioria dos respondentes (18) afirmou não possuir um setor de RH voltado para o recrutamento, 18 não aplicam testes psicológicos, e apenas uma empresa aplica um teste diferente das opções apresentadas no questionário. Por fim, os respondentes dividiram-se na questão dos testes: palográfico, teste de atenção, outros testes e um não aplica.

Outra questão aberta, solicitou informar ao menos três plataformas que os funcionários deveriam ter conhecimento. Dos respondentes, 12 indicaram produtos do pacote office; cinco dessas empresas especificaram utilizar o *Excel*, uma utiliza o *Word*, uma o *Power Point* e uma *Outlook*, enquanto os demais apenas informaram pacote office de modo geral. Nove empreendimentos utilizam GDS, sendo três o Sabre e uma o Amadeus. As redes sociais também tiveram destaque nas respostas, sendo citadas por cinco empresas: uma mencionou o Instagram, Facebook, YouTube e Tik Tok; uma o Instagram e WhatsApp; uma Instagram e Pinterest e uma indicou apenas o WhatsApp.

Uma outra plataforma citada por quatro empresas foi a Google, sendo uma delas as plataformas *Analytics*, *Ads* e *Meu Negócio*; uma respondeu que utiliza ferramentas do Google; uma utiliza o *Google Drive*; uma *Google App Store* e uma o *Google Agenda*. Além disso, duas empresas afirmaram que também utilizam o

Canva e três empresas responderam que utilizam e-mail, uma especificou que utiliza o *MailChimp* e um sistema de e-mail da própria empresa, além de duas empresas que utilizam sistemas de *BackOffice*.

Por fim, as demais plataformas mencionadas foram sistema de gerenciamento de Agência, CRM, Sistema de Reservas de Consolidadoras, *Wordpress*, *Trello*, Sistema Toogo (para o financeiro, cotação e reserva), *Monde*, Reserva Fácil, *Moomba*, plataformas em sistemas aéreos da *Gol*, *Azul* e *Latam*, *TripAdvisor*, *Viator*, *Pipefy*, *Notion*, *Selfbook*, *Omnibees*, *Nemo*, além de conhecimento em ferramentas de sites.

As empresas de tecnologia que prestam serviços para o mercado de turismo, utilizam programas mais específicos como: desenvolvimento em PHP, *Jquery*, *BD MySQL*, *Calendly SQL*, *Linguagem Pascal*, *JAVA* e *ERP*.

Um respondente mencionou que o funcionário utiliza plataformas de pesquisas de sites de hotéis cadastrados e sites de reservas de hotelaria e demais serviços. Outras duas empresas afirmaram que também é necessário conhecimentos das áreas de Geografia e Design Gráfico.

O segundo grupo de questões foi referente ao Perfil dos Profissionais. Observou-se que a maioria dos respondentes contratam turismólogos (19), seguido por publicitários (12) e administradores (10). Os resultados obtidos apontaram que seis empresas contratam programadores, duas contratavam outros profissionais de TI, já os profissionais das áreas de cientistas sociais, economistas e matemáticos foram citados duas vezes e engenheiros e historiadores apenas uma. Algumas empresas também informaram que compõem suas equipes profissionais de relações públicas, jornalistas, redatores e CS (Customer Success). Somente um respondente selecionou “não se aplica”, devido ao fato de serem uma empresa familiar e não contratarem outros funcionários.

Na questão referente à porcentagem de programadores e outros profissionais da área de TI que compõem a equipe, observou-se que a maioria dos respondentes foram empresas da área de turismo, pois 15 empresas selecionaram “não se aplica”, demonstrando não ter esses profissionais integrando a equipe. No entanto, outras seis empresas indicaram ter cerca de 25% de programadores e profissionais de TI na equipe. Apenas duas empresas responderam que só havia profissionais da área de programação (total de 100% de programadores e profissionais de TI) e um respondente assinalou 75%.

Na terceira parte, o questionário apresentava um quadro com 11 *soft skills*, de maneira que os respondentes precisavam classificar a importância que ia de “Sem Importância” até “Essencial”. O Quadro 3 apresenta as avaliações feitas pelas 24 empresas, com os respectivos quantitativos de resposta para cada *soft skill*.

QUADRO 3 - RESULTADOS DAS AVALIAÇÕES DE *SOFT SKILL*

Soft Skill	Sem Im- portância	Pouco Im- portante	Importante	Muito Im- portante	Essencial
<i>Pensamento Crítico</i>	0	0	6	10	8
<i>Soluções de Problemas Complexos</i>	0	1	4	8	11
<i>Trabalho em Equipe</i>	0	0	4	7	13
<i>Inteligência Emocional</i>	0	1	6	5	12
<i>Negociação</i>	0	3	3	8	10
<i>Persuasão</i>	1	2	6	11	4
<i>Proatividade</i>	0	1	3	9	11
<i>Criatividade</i>	0	2	6	11	5
<i>Julgamento e Tomadas de Decisões</i>	0	3	8	9	4
<i>Capacidade de Comunicação</i>	0	1	4	9	10
<i>Habilidades Empreendedoras</i>	2	5	7	7	3

FONTE: Elaboração própria (2021).

Com os resultados obtidos no Quadro 3, pode-se observar que “Trabalho em Equipe” foi considerada mais importante, considerando que as classificações se dividiram todas entre “Importante” e “Essencial”. A habilidade de “Pensamento Crítico” também ficou entre as três categorias mencionadas anteriormente, no entanto, a maioria dos votos concentrou-se em “Muito Importante”. Já as habilidades e competências de “Soluções de Problemas Complexos”, “Inteligência Emocional”, “Proatividade” e “Capacidade de Comunicação” tiveram a maioria dos votos como “Essencial”, o que demonstrou sua importância para as empresas de Curitiba, apesar de uma pessoa ter considerado as *soft skills* “Pouco Importante”. “Negociação” teve sua classificação mais forte entre “Importante” e principalmente “Essencial”, mas três respondentes demonstraram que a habilidade não é tão relevante para estes. “Julgamento e Tomadas de Decisões” teve um resultado entre “Importante” e “Muito Importante”, no entanto, poucas empresas consideraram a habilidade “Essencial”, “Persuasão” e “Criatividade”, por sua vez, foram as mais consideradas como “Muito Importante”, tendo poucas empresas considerando como algo “Essencial”, e algumas empresas afirmaram que estas não eram tão relevantes para o ambiente de trabalho como as demais. Por fim, as “Habilidades Empreendedoras” tiveram sua relevância dividida entre “Importante” e “Muito Importante”, porém uma quantidade maior em relação às outras *soft skills* encontrava-se nas categorias de “Sem Importância” e “Pouco Importante”. Com a maior parte das respostas concentradas nas colunas referentes à “Importante”, “Muito Importante” e “Essencial”, reconhece-se que as habilidades identificadas a partir do estudo *World Economic Forum* (WEF, 2016) vão

ao encontro da realidade estudada.

Na próxima questão, foi possível o respondente inserir outras habilidades consideradas importantes pela empresa. Duas pessoas comentaram a importância de se ter carisma e de não ter problemas para falar em público, reforçando a importância das “Habilidades Sociais”, e também do Trabalho em Equipe. Um respondente especificou que era importante a capacidade de seguir e definir procedimentos.

Com a aplicação do questionário, os resultados obtidos apontam a importância de conhecimentos em algumas plataformas, como é o caso do pacote *office*, e também nos aplicativos e redes sociais, onde acontecem as interações entre a empresa e o público.

Apesar de alguns participantes reforçarem que o conhecimento não é necessariamente obrigatório para iniciantes, as plataformas de GDS também se destacam como importantes para a rotina de trabalho.

As redes sociais também vêm se tornando cada vez mais importantes para estas empresas, principalmente no que se refere ao marketing, contato com clientes e divulgação dos produtos. Enquanto isso, os empreendimentos voltados para a tecnologia demonstraram necessidade de profissionais com conhecimento em programação e análise de dados. Referente às habilidades e competências em comum entre os participantes, o Trabalho em Equipe e Pensamento Crítico se destacaram, e as *soft skills* Capacidade de Comunicação, Inteligência Emocional, Solução de Problemas Complexos e Proatividade para estas empresas participantes.

Assim, percebe-se que o mercado está buscando cada vez mais pessoas que trabalhem de maneira racional, sempre visando apresentar o melhor resultado para solucionar eventos que possam ocorrer durante a rotina, e que, principalmente, tenham a capacidade de se comunicar, seja em atendimento ao público, ou mesmo com os colegas de trabalho, para a colaboração em equipe.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inserção da tecnologia no mercado de trabalho gerou mudanças tanto nas necessidades individuais como nas necessidades de uma organização.

Nesse sentido, com a introdução de novas ferramentas para obtenção de informações para a gestão do turismo e formatação de produtos, torna-se necessário pessoas qualificadas capazes de tratar os dados e informações para uma determinada finalidade, quer seja estruturação de um produto e/ou serviço, ou ainda, o desenvolvimento de estratégias de gestão.

Mesmo com os recursos tecnológicos que existem nas últimas décadas, a intervenção humana sempre será necessária, para resolução de questões que as máquinas não conseguem, ou, ainda, para operar o aparato tecnológico. No caso do Turismo, por mais que a *internet* torne as informações mais acessíveis por meio do compartilhamento de informações, sendo em plataformas específicas ou, até

mesmo, as redes sociais, ainda há um profissional responsável por, ao menos, fazer a manutenção dessas plataformas ou então conseguir selecionar as informações para a criação de um pacote turístico e divulgação dos atrativos. Dentro dessa perspectiva entram as *soft skills*, de maneira que os profissionais precisam de capacidades para atender às demandas cada vez mais exigentes e personalizadas, bem como manter-se no mercado de trabalho em constante desenvolvimento tecnológico.

No presente trabalho foi possível verificar as principais *soft skills* encontradas em empresas curitubanas que atuam no mercado de turismo e tecnologia. Algumas habilidades e competências coincidem com o relatório da *World Economic Forum*, de 2016; como exemplos é possível citar a inteligência emocional, o trabalho em equipe e a proatividade. No entanto, também houve aproximação com as *soft skills* mencionadas pelos artigos estudados durante a revisão bibliográfica, principalmente no que se refere ao pensamento crítico, soluções de problemas complexos e capacidade de comunicação (habilidades sociais). Ainda que a maioria das empresas faça uso de Tecnologias de Informação e Comunicação, redes sociais e/ou sistemas internos, as TIC não foram consideradas tão relevantes pelos respondentes. Sendo assim, conclui-se que o artigo atingiu o objetivo de identificar as principais *soft skills* de turismo e tecnologia, considerando o mercado de Curitiba/PR.

Como limitação, é preciso reconhecer que não foi possível entrar em contato com todas as empresas do CADASTUR, uma vez que algumas foram fechadas entre os anos de 2020 e 2021, e havia endereços incorretos e/ou desatualizados, além do fato de que nem todas as empresas listadas haviam respondido os contatos realizados durante as etapas de pesquisa.

Como indicação de pesquisas futuras, é preciso ampliar a pesquisa levando a discussão das skills para ser analisada no âmbito dos Cursos Superiores de Turismo, considerando outros Destinos Turísticos e incluir a temática do Turismo Inteligente no escopo da investigação.

REFERÊNCIAS

AIREY, D.; TRIBE, J. (org.). **Educação Internacional em Turismo**. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

ARRANZ, N.; UBIERNA, F.; ARROYABE, M. F.; PEREZ, C.; FDEZ. D.; ARROYABE, J. C. The Effect Of Tourism Education On Students Entrepreneurial Vocation. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 17, n. 3, p. 312-330, 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR)**. Brasília: Ministério do Turismo, 2021.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução No 13, de 24 de Novembro de 2006 (*)**. Brasília: Ministério da Educação, 2006. <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/>

[pdf/rces13_06.pdf](#)

BUHALIS, D.; O'CONNOR, P. Information Communication Technology Revolutionizing Tourism. **Tourism Recreation Research**, v. 20 n. 3, p. 7-16, 2005.t

CACHO, A. do N. B.; AZEVEDO, F. F. O Turismo no Contexto da Sociedade Informacional. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 4, n. 2, p.31-48, ago. 2010.

CAMPODÓNICO, R.; CHALAR, L. El Abordaje Interdisciplinario en el Turismo: el campo de análisis tema como propuesta metodológica. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 26, n. 2, p. 461-477, 2017.

CONFORTO, E. C.; AMARAL, D. C.; SILVA, S. Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. Trabalho apresentado, v. 8, **8º. Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto**, Porto Alegre, 2011.

COSTA, F. J. Formação em Turismo na Perspectiva do Estudante: valor percebido no curso, percepção de prestígio e identificação com a profissão. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 11, n. 1, p. 3 - 22, 2009.

DUART, J. M.; MENGUAL-ANDRÉS, S. Transformaciones en la universidad hoy: integración de modalidades formativas. **Revista Española de Educación Comparada**, v. 26, p. 15-39, 2015.

DUBEY, R. S.; TIWARI, V. Operationalization of soft skill attributes and determining the existing gap in novice ICT professionals. **International Journal of Information Management**, v. 50, p. 375-386, 2020.

DZIEKANIAK, G.; ROVER, A. Sociedade do Conhecimento: características, demandas e requisitos. **Revista de Informação**, v. 12, n. 5, p. 1-9, 2011.

ECHEVERRÍA SAMANES, B.; MARTÍNEZ CLARES, P. Revolución 4.0, competencias, educación y orientación. **Revista digital de investigación en docencia universitaria**, v. 12, n. 2, p. 4-34, 2018.

GRUZDEV, M. V.; KUZNETSOVA, I. V.; TARKHANOVA, I. Y.; KAZAKOVA, E. I. University Graduates' Soft Skills: The Employers' Opinion. **European journal of contemporary education**, v. 7, n. 4, p. 690-698, 2018.

LARA, L. F. O Ensino da Administração nos Cursos de Turismo no Brasil e a Formação do Turismólogo. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 12, n. 3, p. 277-298, 2010.

LEE, M. F.; SOHOD, S. N. M.; AB RAHMAN, A. Exploring the Mastery Level of Critical Thinking and Problem Solving Skill among the Technical Undergraduate. **Journal of Technical Education and Training**, v. 11, n. 3, 2019.

LIPPMAN, L. H.; RYBERG, R.; CARNEY, R.; MOORE, K. A. Workforce Connections: Key “soft skills” that foster youth workforce success: toward a consensus across fields. **Washington, DC: Child Trends**, 2015.

LOBO, Y. S. Economia Colaborativa e Destinos Turísticos Urbanos: análise da distribuição espacial da AirBnb em Curitiba. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 14, n. 3, p. 32 - 49, 2020.

MAJID, F. A. iCGPA, I.R. 4. 0 and Graduate Employability from the Lens of the Academics. **Asian Journal of University Education**, v. 15, n. 3, p. 245-256, 2019.

MASIERO, L.; RANGEL, B. S.; SILVEIRA, C. E.; MEDAGLIA, J. Tecnologia da Informação e Comunicação [TIC] em cursos de graduação em Turismo: Uma análise multidimensional das ementas. **Marketing & Tourism Review**, v. 8, n. 2, p. 1-28, 2022. <https://doi.org/10.29149/mtr.v8i2.7351>

MEDAGLIA, J. **Os desafios do uso qualificado da informação em turismo: o caso da pesquisa de demanda turística real de Diamantina/MG**. 2017. 200f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

OBSCHONKA, M.; HAKKARAINEN, K.; LONKA, K.; SALMELA-ARO, K. Entrepreneurship as a twenty-first century skill: entrepreneurial alertness and intention in the transition to adulthood. **Small Business Economics**, v. 48, n. 3, p. 487-501, 2017.

PAULA, S. C.; CARVALHO, F. C. C.; PIMENTEL, T. D. (IN) Definição de Competências Laborais em Turismo: implicações sobre o perfil profissional. **Revista Latino Americana de Turismologia/RELAT**, v. 3, n. 2, p.63-69, 2017.10.34019/2448-198X.2017.v3.10035

QIZI, K. N. U. Soft Skills Development in Higher Education. **Universal Journal Of Educational Research**, v. 8, n. 5, p. 1916-1925, 2020. Horizon Research Publishing Co., Ltd. <http://dx.doi.org/10.13189/ujer.2020.080528>.

SANTOS, G. E. O.; COSTA, B. V.; MALERBA, R. C. Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo: empregabilidade, perspectivas e percepções do egresso do IFSP. **Turismo em Análise**, v. 26, n. 3, 2015. DOI10.11606/issn.1984-4867.v26i3p719-742.

SILVA, J. R. H. Redes Sociais no Mercado de Trabalho: uma análise do LinkedIn.

2019. 76 f. Tese (Doutorado) - Curso de Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016.

SILVEIRA, C. E.; MEDAGLIA, J.; VICENTIM, J. M.; BARBOSA, D. P. Transformações na sociedade e no mercado de trabalho: a inserção do profissional de turismo no cenário pós-pandemia do Covid-19. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, v. 14, n. 4, p. 106-130, 2020.

SILVEIRA, C. E.; MEDAGLIA, J.; GÂNDARA, J. M. Quatro Décadas de Ensino Superior de Turismo no Brasil: dificuldades na formação e consolidação do mercado de trabalho e a ascensão de uma área de estudo como efeito colateral. *Revista Turismo Visão e Ação*, v. 14, n.1, p. 06-18, 2012.

SILVEIRA, C. E.; MEDAGLIA, J.; NAKATANI, M. S. M. O mercado de trabalho dos egressos de cursos superiores em turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, [S.L.], v. 14, n. 2, p. 83-94, 28 abr. 2020. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i2.1779>.

SOGAYAR, R. L.; REJOWSKI, M.; Ensino Superior em Turismo em Busca de Novos Paradigmas Educacionais: problemas, desafios e forças de pressão. *Revista Turismo Visão e Ação*, v. 13, n. 3, p. 282-298, 2011.

SOUZA, S. R. Turismo e Educação: implicações para a formação do turismólogo. IN GOMES, B. M. A; BAHL, M. Turismo e Sociedade: aspectos teóricos. São Paulo: All Print, 2019.

THOLEN, G. The limits of higher education institutions as sites of work skill development, the cases of software engineers, laboratory scientists, financial analysts and press officers. *Studies in Higher Education*, v. 44, n. 11, p. 2041-2052, 2019.

VICENTIN, I. C.; HOPPEN, N. A internet no negócio de turismo no Brasil: utilização e perspectivas. *Revista Eletrônica de Administração. REAd*, v. 9, n. 1, jan./fev. 2003.

WORLD ECONOMIC FORUM (WEF). The future of jobs: Employment, skills and workforce strategy for the fourth industrial revolution. Global Challenge Insight Report, 2016. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf

TS