



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE (UERN)  
*CAMPUS* GOVERNADOR ANTÔNIO DA CÂMARA FREIRE  
CURSO DE TURISMO

MARIA JANAINA FERNANDES

**ESTUDO DE CASO: A QUALIDADE DO CURSO DE TURISMO DA  
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE (UERN) - *CAMPUS*  
NATAL, NA PERCEPÇÃO DO DISCENTE.**

Natal  
2018

MARIA JANAINA FERNANDES

**ESTUDO DE CASO: A QUALIDADE DO CURSO DE TURISMO DA  
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE (UERN) - *CAMPUS*  
NATAL, NA PERCEPÇÃO DO DISCENTE.**

Monografia apresentada à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Me. Marco Antônio Cavalcanti da Rocha Junior.

Natal  
2018



F363e Fernandes, Maria Janaína.

ESTUDO DE CASO: A QUALIDADE DO CURSO DE  
TURISMO DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO  
GRANDE DO NORTE (UERN) - CAMPUS NATAL, NA

PERCEPÇÃO DO DISCENTE. / Maria  
Janaína Fernandes. - Natal, 2018.

62p.

Orientador (a): Prof. Me. Marco Antônio Cavalcanti da  
Rocha Junior.

Monografia (Graduação em Turismo). Universidade do  
Estado do Rio Grande do Norte.

1. Turismo. 2. Qualidade. 3. Percepção - satisfação. I.  
Rocha Junior, Marco Antônio Cavalcanti da. II.



Governo do Estado do Rio Grande do Norte  
Secretária de Estado da Educação, da Cultura e dos Desportos  
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE  
Campus de Natal / Núcleo de Touros  
Curso de Turismo  
Telefone 84-32324490 FAX 84-32078789 www.uern.br

**SEMINÁRIO DE MONOGRAFIA I E SEMINÁRIO DE MONOGRAFIA II  
COMPOSIÇÃO DE BANCA EXAMINADORA**

**Discente Avaliado:**


Maria Janaina Fernandes


**Título do Trabalho:**


**Estudo de caso: A qualidade do curso de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) – Campus Natal, na percepção do discente.**

**Natureza do Trabalho:** Projeto Monográfico ( ) Monografia .

**BANCA EXAMINADORA**

  
\_\_\_\_\_  
( MARCO ANTONIO ROCHA JR )  
Docente Orientador

  
\_\_\_\_\_  
( MARÍLIA MEDEIROS )  
Docente da Instituição

  
\_\_\_\_\_  
( AUGUSTO CARVALHO )

**Docente do Departamento de Turismo ou de outro Departamento da UERN**

( \_\_\_\_\_ )

**Docente Suplente**

(Local e data) NATAL, 11 de 07 de 2018.

Dedico este trabalho aos meus pais que sempre me deram total apoio para alcançar meus objetivos e ao meu professor Orientador Marco Antônio Cavalcanti da Rocha Junior, que me apoiou e ajudou incessantemente na concretização do meu objetivo.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por me ajudar a superar todos os obstáculos desta jornada em busca da concretização de mais uma etapa da minha vida.

Aos meus familiares, minha mãe Maria de Fátima e meu pai José Antero, que sempre estiveram do meu lado por todo esse tempo, me apoiando, me protegendo, me defendendo, ensinando sempre o que é certo e errado.

Aos meus irmãos Jean Carlos e José Antero Filho.

Ao meu professor Orientador Marco Antônio Cavalcanti da Rocha Junior.

A todos os Professores.

A todos os amigos.

À Universidade.

E, por fim, a todos aqueles que participaram da pesquisa, que contribuíram de alguma forma com informações necessárias para que esse estudo fosse concluído.

A todos, meus muito obrigada.

*Qualidade significa fazer certo quando ninguém está olhando.*  
*Henry Ford*



## RESUMO

A qualidade tanto de produtos como de um serviço e a sua avaliação fazem parte integrante das preocupações dos gestores, sendo cada vez mais comum realizarem-se pesquisas juntos aos clientes (Discentes), de modo a aferir a sua satisfação. A proposta desse Trabalho de Conclusão de Curso foi avaliar a Qualidade do Curso de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) - *Campus* Natal na percepção do Discente. Esta pesquisa também procurou demonstrar as dimensões que mais contribuem para gerar a satisfação dos discentes além de identificar o perfil sócio econômico dos Discentes. Para tanto, foi realizada uma revisão de literatura que serviu como base para a pesquisa e para a compreensão e análise dos resultados. A partir daí, foi identificado o modelo Serv-Perf como o mais adequado para a aferição do nível de satisfação na percepção dos discentes quanto à qualidade dos serviços prestados, tendo sido o mesmo utilizado como referencial do modelo proposto neste trabalho. Em seguida, foi elaborado o questionário para a realização da pesquisa de campo. A amostra da pesquisa foi constituída por alunos regularmente matriculados no Curso de Turismo da UERN - *Campus* Avançado de Natal (CAN). A coleta dos dados foi realizada através da elaboração de questionário estruturado na Plataforma Google Forms. Os dados coletados foram analisados de forma qualitativa e quantitativa e conduziram à conclusão de que os discentes não estão totalmente satisfeitos com os serviços oferecidos por essa Instituição de Ensino. Dentre os atributos que mais afetam a satisfação dos Discentes, podem ser destacados: confiança na segurança e nas instalações, atenção individual e personalizada.

**Palavras-chaves:** Curso de Turismo; Qualidade; Percepção Satisfação.

## **ABSTRACT**

The quality of both products and a service and its evaluation are an integral part of the managers' concerns, and it is increasingly common to carry out surveys together with the clients (Students) to assess their satisfaction. The purpose of this Course Completion Work was to evaluate the Quality of the Tourism Course of the State Universidade do Rio Grande do Norte-UERN-Campus Natal in the perception of the Student. This research also sought to demonstrate the dimensions that contribute the most to generate students' satisfaction in addition to identifying the socioeconomic profile of the students. For this, a literature review was performed that served as a basis for the research and for the understanding and analysis of the results. From there, the Serv-Perf model was identified as the most suitable for the assessment of the level of satisfaction in the perception of the students regarding the quality of the services rendered, being the same used as reference of the model proposed in this work. The questionnaire was then prepared for the field research. The research sample consisted of students who were regularly enrolled in the UERN-Campus Advanced Course in Natal (CAN). Data collection was done through the elaboration of a questionnaire structured in the Google Forms Platform. The collected data were analyzed in a qualitative and quantitative and led to the conclusion that the students are not totally satisfied with the services offered by this Institution of Education. Among the attributes that most affect students' satisfaction, the following can be highlighted: trust in security and facilities, one-to-one and personalized attention.

**Key words:** Tourism Course; Quality; Perception; Satisfaction.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Corpo Docente.....	31
-------------------------------	----

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Estado Civil .....	43
Gráfico 2 – Grau de Escolaridade .....	44
Gráfico 3 – Faixa Etária .....	45
Gráfico 4 – Ocupação Principal .....	46
Gráfico 5 – Rendimento Familiar Mensal (em média) .....	46
Gráfico 6 – Sexo dos Discentes .....	47
Gráfico 7 – Residência Fixa .....	48

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Dimensão da Tangibilidade .....	48
Tabela 2 – Dimensão da Confiabilidade .....	49
Tabela 3 – Dimensão da Presteza .....	50
Tabela 4 – Dimensão da Segurança .....	51
Tabela 5 – Dimensão da Empatia .....	51

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

**ABE:** Associação Brasileira de Educação.

**CAN:** Campus Avançado de Natal.

**EMBRATUR:** Instituto Brasileiro de Turismo.

**ENADE:** Exame Nacional do Ensino Superior.

**ENCOPE:** Encontro de Pesquisa e Extensão.

**FUNGETUR:** Fundo Geral do Turismo.

**IES:** Instituição de Ensino Superior.

**LDB:** Lei de Diretrizes de Bases da Educação.

**MEC:** Ministério da Educação.

**OMT:** Organização Mundial do Turismo.

**RN:** Rio Grande do Norte.

**SENAC:** Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.

**SETUR:** Secretaria de Turismo do Rio Grande do Norte.

**UERN:** Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	15
<b>2 TEMA</b> .....	17
2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA .....	17
2.2 PROBLEMAS .....	17
2.3 HIPÓTESE .....	18
2.4 OBJETIVOS .....	18
2.4.1 Objetivo Geral .....	18
2.4.2 Objetivos Específicos .....	18
<b>3 JUSTIFICATIVA</b> .....	19
<b>4 EMBASAMENTO TEÓRICO</b> .....	20
4.1 HISTÓRIA DO ENSINO SUPERIOR NO MUNDO E NO BRASIL .....	20
4.2 FORMAÇÃO PROFISSIONAL DO TURISMÓLOGO .....	25
4.3 FORMAÇÃO ACADÊMICA .....	26
4.3.1 Histórico da UERN .....	28
4.3.2 O curso de Turismo da UERN .....	29
4.3.3 Perfil Profissiográfico do Bacharel em Turismo .....	31
4.3.4 Qualidade em Serviços .....	35
<b>5 METODOLOGIA</b> .....	39
<b>6 RESULTADO E DISCUSSÕES</b> .....	42
6.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS PESQUISADOS DA UERN - NATAL/RN .....	43
6.2 ANÁLISE DOS SERVIÇOS PRESTADOS DA UERN – NATAL/RN .....	54
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	54
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	56
<b>ANEXOS</b> .....	59

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta um estudo de caso quali-quantitativo sobre a qualidade do Curso de Turismo da Universidade do Estado Rio Grande do Norte (UERN). Objetivando averiguar a preparação dos discentes para o mercado de trabalho turístico. Pois tendo a educação como um importante instrumento, que possibilita o desenvolvimento do ser humano, e sendo através dela que o indivíduo torna-se um ser formador de opiniões, capaz de emergir e se destacar, como também de quebrar paradigmas. A formação é importante e se dá desde os valores que são adquiridos na família e segue por meio das Instituições de ensino. Estas desenvolvem a capacidade individual, normas e posturas, que contribuirão de maneira significativa para o bom preparo e desenvolvimento, do futuro profissional. O enfoque deste trabalho é a educação no setor turístico, em especial no nível superior, e o desenvolvimento do turismo no sentido de se caracterizar como uma oferta de qualidade, onde se faz necessária uma formação profissional também de qualidade. Será organizado um panorama do ensino do Turismo no Mundo, no Brasil e na UERN, onde será abordada a temática qualidade do ensino.

O ensino do Turismo passou a ser importante em vários países europeus, especialmente após a década de 1960. A França foi um dos primeiros países a inserir o estudo do Turismo, no ano de 1961, com a criação do Centro de Estudos Superiores de Turismo na Faculdade de Letras e Ciências Humanas de Paris. Em 1974, iniciaram os Cursos de nível médio direcionados ao Turismo. Os cursos duravam em média três anos e o aluno saía com o título de técnico de empresas e atividades turísticas, com valor universitário.

No Brasil o Curso de Turismo teve início no ano de 1971, na Faculdade Anhembi-Morumbi, em pleno período de regime militar. O parecer nº35/71 da habilitação em Turismo foi dado pelo Ministério de Educação. O Curso foi inserido no país após ser feito um levantamento nas escolas europeias, que já haviam implantado o Curso de Turismo há vários anos. Em 1972, surge a Escola de Comunicação e Artes de São Paulo. Em 1973, a Faculdade de Turismo da Guanabara no Rio de Janeiro, a Faculdade Ibero-Americana em São Paulo, a Faculdade de Ciências Exatas, Administrativas e Sociais e a União Pioneira de

Integração Social em Brasília surgem no cenário brasileiro. Em 1975, abriu o Curso de Turismo na Universidade Católica de Pernambuco em Recife.

Entretanto, o Turismo sofre um grande impacto com a crise econômica de 1980 no país. O peso da dívida externa, a inflação e a crise do Estado causaram a estagnação no desenvolvimento dos Cursos de Turismo. Somente em 1990 há uma recuperação do Turismo e o Curso é valorizado em âmbito acadêmico. O cenário do Turismo mostra a crescente preocupação com a qualidade do serviço. Em 1984, o Curso é inserido na Faculdade de Turismo na Bahia, Salvador. Em 1985 o Curso de Turismo é implantado na Universidade de Fortaleza, no estado do Ceará.

No âmbito do Estado Rio Grande do Norte ganha destaque a graduação em Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), do *Campus* Natal, que possui a melhor avaliação do Nordeste, segundo dados do ENADE/2006. Foi a única Universidade de Natal com a nota 05 (cinco) no Exame Nacional de Desempenho do Estudante. Além de ser uma Instituição reconhecida pela graduação em Turismo, com 04 (quatro) estrelas na avaliação de melhores cursos superiores realizada pelo Guia do Estudante (GE) – Melhores Universidades da Editora; abril, 2010. O Curso de Turismo é reconhecido pelo MEC, o projeto de regulamentação da profissão de turismólogo (PLS 290/1) foi aprovado em dezembro de 2011 pelo o senado e encaminhado para a sanção presidencial, a presidente Dilma Rousseff sancionou em janeiro de 2012 a (Lei 12591/12) numa ação bastante efetiva da ABBTUR (Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo).

Com as avaliações positivas publicadas tanto pela a Guia do Estudante como pela a ABBTUR - Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo percebe-se a variante qualidade, tema muito importante para desenvolvimentos corporativos e institucionais na atualidade. A qualidade é um conceito muito discutido atualmente devido, principalmente, aos grandes avanços da tecnologia e dos meios de comunicação. Essa temática tem atingido vários setores da sociedade, chegando até a educação, especialmente perante a Universidade.

Quando se fala em qualidade de ensino é imprescindível compreender qual a concepção que as pessoas têm sobre o tema, já que a qualidade pode ser vista por vários ângulos, permitindo interpretações intrínsecas. Para tanto, pretende-se nessa pesquisa observar as concepções de qualidade, satisfação e eficácia dos processos de ensino utilizados pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) no que tange o Curso de Turismo *Campus* Natal numa percepção do discente.



## **2. Tema**

A percepção do discente com relação à qualidade do curso de Turismo da UERN - *Campus* de Natal.

### **2.1 Delimitações do Tema**

O estudo da qualidade envolve um conjunto de variáveis subjetivas que podem estar ao alcance do pesquisador ou não. O fato de cada pessoa ter sua individualidade e o produto ou serviços oferecidos na maioria dos casos serem praticamente os mesmos podem dificultar a afirmação do que seria qualidade. Uma vez que, não há como precisar quais as motivações e os critérios que os clientes utilizam para avaliar a qualidade de um serviço prestado por uma organização ou Instituição numa forma unificada e generalista. Contudo, o foco desse estudo será na satisfação dos atuais discentes da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) - *Campus* Natal, buscando identificar a qualidade do curso de Turismo da referida Instituição na percepção dos graduandos.

### **2.2 Problemas**

Sabe-se que a educação Superior está sendo desafiada por oportunidades novas que surgem, relacionadas às tecnologias que têm melhorado os modos pelos quais os conhecimentos podem ser produzidos, administrados, difundidos, acessados e controlados. O uso das novas tecnologias na educação em Turismo é de fundamental importância para que se possa acompanhar a evolução do setor turístico. Dado o caráter de prestação de serviços dessa atividade, a qualidade depende da especialização e da motivação do elemento humano, para que essa satisfaça o cliente. Por isso, exige-se um processo de atualização e inovação constante, pois para o desenvolvimento do Turismo, no sentido de se caracterizar como uma oferta de qualidade faz-se necessário uma formação profissional também de qualidade.

Quando avaliamos um curso superior, queremos saber de sua eficiência, se está funcionando dentro das expectativas que se têm para a formação do profissional. Portanto, estaremos analisando variáveis, tidas como certas, que servirão como parâmetros para tentar medir a qualidade do ensino oferecido. Variáveis essas que, se supõe já tenham sido testadas e que podem nos oferecer uma boa margem de segurança na avaliação da qualidade. Essa é a problemática proposta por esse trabalho, medir no tocante a qualidade o curso de Turismo da UERN, onde será identificado o perfil socioeconômico dos atuais discentes da referida Instituição, bem como os processos utilizados pela Universidade para garantir o nível de excelência ao curso de Turismo. Para tanto, a análise dos problemas levará em consideração questões pertinentes que possam respondê-los, tais como: os discentes em suas percepções estão satisfeitos com a qualidade ofertada pelo o curso de turismo da UERN? Existe(m) projeto(s) que viabilize(m) a melhoria das condições de ensino e aprendizagem?

### **2.3 Hipótese**

Se todos os processos e serviços que envolvem o ensino forem prestados com a qualidade esperada pelos atuais discentes do curso de Turismo da UERN/CAN, a formação categórica acontecerá, resultando não somente na qualidade do curso constatada pela obtenção da nota máxima do ENADE 2006 e pelo Guia do Estudante 2010, mas também na manutenção da qualidade e do nível de excelência do curso.

### **2.4 Objetivos**

#### **2.4.1 Objetivo Geral**

Verificar o nível de satisfação dos discentes, com relação à qualidade do curso de turismo da UERN - CAN.

#### **2.4.2 Objetivos Específicos**

- (i) Identificar o perfil socioeconômico dos discentes do curso de turismo UERN – CAN.

- (ii) Demonstrar o nível de satisfação dos discentes do curso de turismo UERN - CAN com os serviços oferecidos quanto à: Tangibilidade, Confiabilidade, Presteza, Segurança e Empatia.
- (iii) Averiguar a Instituição UERN – CAN, quanto ao desempenho da qualidade no atendimento aos discentes do Curso de Turismo.
- (iv) Relacionar as dimensões (Fatores) que compõem a avaliação da satisfação dos alunos no que diz respeito à qualidade dos serviços prestados.

### **3. Justificativas**

Justifica-se a pesquisa verificar o nível de satisfação dos Discentes, com relação à qualidade do Curso de Turismo da UERN – *Campus* – Natal, importante para se tentar constatar o padrão de qualidade do Curso, pelo fato que se faz cada vez mais necessário contratar pessoas qualificadas para a administração e manutenção do Turismo, uma vez que há a necessidade de diagnóstico e de medidas, relacionadas ao ensino dessa Universidade, de modo a evidenciar efeitos positivos e combater ou minimizar efeitos negativos prejudiciais ao bom desempenho dos Discentes, Docentes e da UERN enquanto Instituição.

Em tempos distantes a educação era exercida pela família, pelas instituições religiosas, que tinham a responsabilidade de repassar práticas, valores e costumes para as demais gerações, O que mudou com a revolução industrial, pois nesse período surgiu um novo modelo quanto às novas exigências em relação aos conhecimentos necessários e um novo perfil profissional, dos quais nem a família e nem tampouco a igreja tinham as condições necessárias de suprir, em consequência dessas mudanças no mercado de trabalho. Diante da realidade atual, o profissional precisa se manter atualizado, adquirir conhecimentos novos, técnicas e habilidades, a fim de conseguir seu aperfeiçoamento, capacitação e qualificação profissional por meio de uma educação continuada, quer por iniciativa própria ou por iniciativa das organizações que ambicionam o desenvolvimento do seu quadro de recursos humanos.

A tendência mundial aponta para um fenômeno irreversível e com grande amplitude: a globalização dos mercados decorrente da internacionalização da economia. O ritmo de expansão das inovações tecnológicas tem sido intenso. A previsão é que cada vez mais empresas adotem processos modernos de produção e, portanto, a qualificação profissional passa a ser, mais do que uma necessidade, torna-se uma exigência. Com isso, fica difícil imaginar o avanço da geração de novos conhecimentos, de novas tecnologias e dos processos de produção, sem o aprimoramento dos recursos humanos, frente a uma educação e um ensino de qualidade.

A educação e o desenvolvimento humano são conceitos que caminham juntos. O discurso de que a educação propicia melhoria na qualidade de vida das pessoas é frequentemente repetido, porém, o que muitas vezes entende-se por melhoria da qualidade de vida, propiciado pela educação é apenas o aumento do acesso a bens materiais, o que por si só não é bem verdade, pois a educação abrange desde conhecimentos e experiências adquiridas por um indivíduo que o mesmo leva durante toda a sua vida, até as relações sociais e de trabalho que são inclusas na formação.

A importância da pesquisa se dá, pois ressalta a preocupação em saber o nível de “satisfação” dos alunos enquanto clientes, pois tal “*feedback*” propicia um norteamento adequado no que diz respeito à melhoria da qualidade do ensino. Nesse sentido, a avaliação da Instituição a pesquisa torna-se uma ferramenta para o monitoramento de ações que propiciam melhorias na prestação de serviços acadêmicos.

## **4. EMBASAMENTO TEÓRICO**

### **4.1 História do Ensino Superior no Mundo e no Brasil**

O verdadeiro sentido do termo "Ensino Superior" vai bem além do ensino de terceiro grau, como ficou difundido, principalmente, após as reformas das décadas de 60 e 70. O saber superior<sup>1</sup> deve ser obtido mediante o uso de codificações,

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://portal.mec.gov.br> Acesso em: 19/04/18 às 11h11min.

princípios, modelos e símbolos da semântica científica, por isso, fogem à praticidade do dia-a-dia e se preserva aos que dispõem de condições necessárias para abordá-lo. Não é democraticamente aberto a todos. É um ensino, por natureza, elitista, para uma minoria da população capacitada intelectual e culturalmente e não no sentido comum de pessoas socioeconomicamente bem-postas na comunidade.

Países como Espanha e Inglaterra tiveram acesso ao ensino superior durante o período colonial. O Brasil teve que esperar até o final do século XIX para então ver surgir às primeiras Instituições culturais e científicas. A educação passou por diversas transformações estruturais que foram inseridas desde as escolas até as universidades à medida que a sociedade via a necessidade de formar seus filhos, a fim de que os mesmos atuassem de maneira bem-sucedida no mercado de trabalho como mão de obra especializada. O desenvolvimento do ensino no Brasil possui um caráter histórico marcado pela vinda da Família Real Portuguesa para a até então colônia. A partir disso a educação passou por várias mudanças políticas, sociais e econômicas. Tudo começou com o ensino jesuítico oferecido na colônia, que em geral abrangia os cursos de Letras e Artes.

O ensino superior no Brasil surgiu em meio a grandes especulações do governo sobre a reformulação da educação que começou a investir em tal coisa com interesses voltados ao nacionalismo depois que ocorreu uma emancipação política do país. Assim, no ano da transmigração da Família Real Portuguesa para o Brasil é instituído, por decreto de 18 de fevereiro de 1808, o Curso Médico de Cirurgia na Bahia, e em 05 de novembro do mesmo ano é instituída no Hospital Militar do Rio de Janeiro, uma Escola Anatômica, Cirúrgica e Médica. As transformações ocorridas fizeram surgir à necessidade de aperfeiçoamento das escolas para a nobreza que veio para o Brasil então manter um nível de ensino igual ou senão melhor do oferecido na Europa, por isso das escolas, principalmente as Universidades terem sido baseadas nos modelos de ensino europeu<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://portal.mec.gov.br> Acesso em: 19/04/18 às 11h11min.

No Brasil, neste período, não havia preocupação com o ensino, sendo que este era privilégio apenas da elite recém-chegada. Que era quem detinha acesso ao conhecimento, e a educação. Somente a partir da década de 1920, com a origem da 1ª Guerra Mundial, brotou uma modernização na sociedade mundial. Essa modernização garantiria uma melhoria nas relações diplomáticas do recém-formado país. É ainda nesse período que se estabelece no Rio de Janeiro, a Academia Brasileira de Ciências em 1922, é fundada também a Sociedade Brasileira de Ciências, e a Associação Brasileira de Educação, instituída em 1924. Essas duas entidades iniciam um movimento para tentar modernizar o sistema educacional brasileiro em todos os níveis. Os educadores dessa época no Brasil começaram a pensar em uma reforma no ensino brasileiro sendo criada mais tarde, por meio de um decreto, uma secretaria ligada ao ensino com denominação de Ministério de Educação e Saúde Pública. Esse órgão foi criado a partir de um debate sobre os rumos da educação no Brasil pela Associação Brasileira de Educação - ABE.

A partir de todas as ações voltadas para a melhoria do ensino o governo criou leis orgânicas para aproximação das escolas com o mundo do trabalho. Tal lei "(Lei de Diretrizes e Bases - LDB) visava à estruturação do ensino técnico para atender as empresas que necessitavam de mão de obra qualificada para melhor atender os clientes das empresas contratantes" (Barreto, 2008). Com uma grade curricular de base forte poderia influenciar nas escolhas dos alunos, fazendo com que estes se empenhassem para se tornarem bons profissionais e atuarem de maneira a satisfazer o mercado externo oferecendo contribuição não só teórica, mas prática do que foi aprendido dentro das salas de aula.

O ensino passou, a partir da elaboração dessas diretrizes, a ser disputado pelos setores público e privado, demonstrando assim que o advento dessas diretrizes estava mais para uma disputa de poderes do que para almejar uma melhor educação da população brasileira, Não fornecendo uma melhor especialização para a maioria da população que necessitava de instrução. A educação aparece no Brasil como meio de garantia da manutenção de um sistema socioeconômico, sem haver qualquer compromisso com a transformação e emancipação do ser humano em si. A educação era fundada na concepção de uma formação de competências só respondendo a interesses de mercado, forçando uma competição para os estudantes, afastando-os do aperfeiçoamento social. Como foi evidenciada a função educacional não tinha nenhuma preocupação em atingir todos os tipos de classe da população, pois era privilégio apenas da classe dominante tendo como objetivo fazer com que os filhos de tal classe subissem socialmente e profissionalmente atingindo o mercado de trabalho. Era pretensão da elite também o ingresso na vida pública, que estaria sendo oferecido pelas escolas profissionalizantes o que deixava muitas pessoas de baixa renda sem participação, pois não tinham condições para manter a si e aos seus filhos nas escolas.

Enfatizando a temática educação, formação profissional e qualidade, segundo definição da Organização Mundial do Turismo (OMT), a capacidade de se adquirir competência deveria ser transferida de maneira eficiente para o local de trabalho, apresentando assim, uma proposta de ter a educação não com valor em si mesmo, mas como meio de determinação de sucesso de um setor da economia. A educação compreende conhecimentos e experiências adquiridas por um indivíduo durante toda a vida, nas relações sociais e de trabalho, relacionadas de forma implícita na formação profissional de cada um.

Ao situar o papel da Universidade, Barreto (2008) afirma que esta teria como função uma forma de qualificar e capacitar profissionais desde que não fosse apenas de caráter operacional, mas que houvesse um embasamento teórico e prático com uma maior complexidade a serem apresentadas nos diversos níveis de ensino. As mudanças sociais ocorridas no ensino educacional superior deveriam concentrar as atenções e apostar em programas de pesquisas constantes.

Essa pesquisa poderia mudar a visão de que as universidades estruturam seus cursos apenas para preparação no mercado de trabalho tornando críticos os discentes de maneira que os tornassem capazes de atuarem em qualquer ramo de mercado. Nas décadas de 50 a 70 criaram-se universidades federais em todo o Brasil, ao menos uma em cada Estado, além de universidades estaduais, municipais e particulares. A descentralização do ensino superior foi a vertente seguida a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Mas a explosão do ensino superior ocorreu somente nos anos 70. Durante esta década, a concentração urbana e a exigência de melhor formação para a mão-de-obra industrial e de serviços forçaram o aumento do número de vagas nas Instituições de ensino superior e o Governo, impossibilitado de atender a demanda, permitiu que o Conselho Federal de Educação aprovasse milhares de cursos novos. Mudanças também aconteceram no exame de seleção para esses centros de formação. As provas dissertativas e orais passaram a ser também de múltipla escolha.

Esse aumento expressivo, sem adequado planejamento, resultou em uma insuficiência de fiscalização por parte do poder público, uma queda da qualidade do ensino e a imagem "mercantilista" e negativa da iniciativa privada, que persiste até hoje, ao contrário do que prega a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Superior, de 1968 (Lei nº 5.540/68). Segundo as diretrizes, na iniciativa privada a tendência é a de transformação dos institutos isolados em Universidades, que mantêm um estilo de funcionamento onde os cursos se mantêm separados, sem integração acadêmica. O modelo brasileiro de Universidades que reúne Institutos isolados via uma Reitoria continua a se perpetuar no país, a Universidade moderna baseia-se em três pilares: ensino, pesquisa e extensão.



## **4.2 Formação Profissional do Turismólogo**

Segundo a ABBTUR - Associação Brasileira dos Bacharéis de Turismo<sup>2</sup>, o bacharel em Turismo é “um profissional egresso nos Cursos superiores em Turismo que foram implantados no Brasil a partir de 1970. Sua formação é de nível superior na área das Ciências Humanas.” Na sua formação, adquire competência de indivíduo crítico e reflexivo, tornando-o um agente de transformação da atividade turística, através de pesquisas e estudos afins.

O profissional em Turismo trabalha para desenvolver da melhor forma a atividade turística, para atender o comportamento recentes dos consumidores, que se tornaram mais exigentes, com relação à prestação de serviços da atividade turística. Então, a mão de obra especializada passou a ser um componente fundamental para que seja ofertado o fator qualidade no turismo. Atualmente, faz-se necessário formar profissionais especializados para o setor turístico, preparando-os para desempenhar com eficácia e eficiência as funções que se relacionam com a atividade, de maneira que possam desenvolver coordenar, planejar e administrar de maneira consistente o seu papel profissional. São os bacharéis em Turismo, que organizam e planejam por meio de métodos específicos, as atividades turísticas e os serviços auxiliares, incentivando a comunicação entre vários grupos sociais.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.abbtur.com.br/abbtur>. Acesso em 18/04/18 às 10h.

### 4.3 Formação Acadêmica

Os contextos de mudanças, internacionais geram incertezas na área do turismo, pois a atividade está intimamente ligada à economia. Nesse contexto, o fator diferencial dos profissionais de Turismo é a qualificação. Tendo em vista tal qualificação, diversos países europeus atentaram para a formação Superior em Turismo na década de 1960. A França foi um dos países pioneiros a inserir o estudo do Turismo no ano de 1961, fundando o Centro de Estudos Superiores de Turismo na Faculdade de Letras e Ciências Humanas de Paris. Entendendo a importância da atividade turística em 1976 criou a licenciatura e a pós-graduação que começaram a funcionar efetivamente nos anos de 1980 e 1992 nas Universidades de Paris I, Lyon II, e Angers. E nos anos de 1984 e 1985 foram elaborados os cursos de hotelaria e Turismo, adotados em 1986 na Universidade de Toulouse, em 1987 em Estrasburgo.

Em 1963, o Instituto de Economia Política agregado à Faculdade de Economia e Comércio da Universidade de Florença, em Roma, ofertaram o curso de especialização em economia do Turismo, com duração de um ano. Somente em 1974 iniciou o curso de especialização em turismo na Universidade Livre Internacional de Estudos Sociais. Em 1964, a Holanda criou o Instituto Holandês para Estudos de Turismo, Lazer e Transporte. Em 1974, iniciaram os cursos de nível médio direcionados ao turismo. Em 1964, a Espanha realizou discussões sobre os problemas técnicos, econômicos e sociais do Turismo. Porém, o curso só foi regulamentado em 1980 e totalmente revisado em 1989. Os cursos tinham em média duração três anos e o aluno saía com o título de técnico de empresas e atividades turísticas, com valor universitário. É pertinente lembrar que, segundo Trigo (2003, p. 210), “o desemprego na atividade turística em 1993 foi raro, indicando uma absorção dos profissionais formados”. Para mostrar o avanço do estudo em turismo, a Universidade Livre de Berlim elaborara modelos para currículos de marketing e turismo. A Alemanha privilegiou a formação profissional, as escolas junto às empresas disponibilizavam durante o ensino médio cursos nas áreas de hotelaria e gastronomia, com duração mínima de três anos, integrando a teoria a prática. O ensino especializado atingia 69% do tempo de estudo

transformando o ensino médio em um complemento ao acadêmico. Continuando com panorama histórico da formação acadêmica em Turismo.

Em 1970, foi criado o Curso de Aperfeiçoamento na Escola de Estudos Turísticos de Rimini que dependia da Faculdade de Economia e Comércio de Bolonha. Já em países como a Suíça, o turismo era à base da educação. Pela importância na economia a nação investiu massivamente na qualidade dos estudos que eram permanentemente revisados para que os discentes pudessem disputar espaço igualmente no mercado de trabalho.

A Universidade de Calgary, no Canadá sedia o Centro de Ensino e Pesquisa de Turismo Mundial. Nos Estados Unidos existe uma grande quantidade de Cursos de Lazer e Turismo. A Universidade George Washington é um exemplo. Na Grã-Bretanha existia mais de 100 Instituições técnicas que ofereciam o curso de Turismo e treinamento em hospitalidade em meados dos anos 50. Segundo Rejowski (2008), o curso de Turismo no Brasil iniciou no ano de 1971, na atual Faculdade Anhembimorumbi, e possuía um regime militar. O parecer da habilitação nº35/71 em Turismo foi dado pelo Ministério de Educação.

O curso foi inserido no país após ser feito um levantamento nas escolas europeias, que já haviam implantado os cursos em Turismo há vários anos. Em 1970, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) já havia feito experiências com os cursos técnicos de Turismo em São Paulo. Em 1976, com a medida autoritária do regime militar de suspender autorização de dólar ao exterior, além da obrigação de depositar 12 mil cruzeiros para poder viajar para o exterior, foram as causas de uma crise no setor turístico no país, aumentando a inflação, a mensalidade escolar, o desemprego e diminuindo o número de ingressantes nas faculdades. O turismo só se recuperou dessa crise no final da década de 70. Surgindo a partir da recuperação econômica, em 1972, a Escola de Comunicação e Artes de São Paulo. A Faculdade de Turismo da Guanabara no Rio de Janeiro, a Faculdade Ibero-Americana em São Paulo, Faculdade de Ciências Exatas, Administrativas e Sociais, União Pioneira de Integração Social em Brasília todas essas no ano de 1973.

Em 1975, foi implantado o curso de Turismo na Universidade Católica de Pernambuco em Recife. Contudo, o Turismo sofre vários outros impactos por se tratar de uma atividade diretamente ligada a economia. O peso da dívida externa, a

inflação e a crise brasileira causaram a estagnação no desenvolvimento em vários setores não deixando de fora a atividade turística e conseqüentemente os cursos de turismo. Somente no início da década de 1990 é que houve uma recuperação do turismo e o curso é novamente valorizado em âmbito acadêmico. Atualmente, o cenário do turismo mostra a crescente preocupação com a qualidade dos serviços.

#### **4.3.1 Histórico da UERN**

A Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN)<sup>3</sup> teve seu marco inicial na Faculdade de Ciências Econômicas de Mossoró (FACEM), em 1943, porém a sua origem é datada em 1968, ano que o governador monsenhor Walfredo Gurgel autorizou seu funcionamento como Instituição de Ensino Superior. Nessa época, era nomeada como Fundação Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (FUERN). A Instituição – que na época tinha seu funcionamento exclusivamente no *Campus* Central, em Mossoró e nos *Campi* Avançados (*Campus* Avançado) em Açu, Patu e Pau dos Ferros – após várias transformações, finalmente foi estadualizada em 08 de janeiro de 1987, pelo governador Radir Pereira.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.uern.br/administracao/admin.asp?menu=apres>. Acesso em: 10/04/18 às 13h18min.

O reconhecimento pelo Conselho Federal de Educação foi dado à Universidade – que neste período era conhecida como URRN (Universidade Regional do Rio Grande do Norte) – no ano de 1993. Somente no ano 2000, segundo dados do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da UERN, a URRN passou a se chamar Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), através do Decreto nº. 14.831, de 28 de março de 2000, no mandato do governador Garibaldi Alves Filho.

#### **4.3.2 O Curso de Turismo da UERN**

O Turismo é um fenômeno que afeta a sociedade e os ambientes, o que determina. Portanto a urgência no sentido de que se tome consciência da complexidade da atividade turística, percebendo seu papel ambivalente em direção ao desenvolvimento sustentável e, especialmente estar ciente de seus próprios perigos, para que novos caminhos possam ser identificados, conduzindo assim à prática de um turismo baseado na sustentabilidade ambiental, social e econômica<sup>4</sup>. A região Nordeste compreende uma área de 1,5 milhões de quilômetros quadrados, Distribuídos em cerca de 3.300 quilômetros de litoral predominantemente de praias, abrangendo nove Estados com uma população de 47 milhões de habitantes, cerca de 30% do total da população brasileira. O Rio Grande do Norte está bem posicionado para se beneficiar das recentes tendências do mercado do Turismo mundial, apresentando-se como uma alternativa a destinos tradicionais com diferenciais como: a qualidade de vida, boa infraestrutura, grande extensão de praias tropicais de areias alvas e águas mornas localizadas em áreas inexploradas e desabitadas; 300 dias de sol por ano, um significativo e precioso patrimônio histórico e cultural, um rico folclore, um artesanato diversificado e uma gastronomia típica.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatística/economia/indústria/economia-tur20032007/publcompecotur.pdf>. Acesso em: 26/04/18 às 19h36min

Atendo-se a este potencial Turístico e a expansão da atividade turística, foi estabelecido o Curso de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. De acordo com o site oficial da Universidade<sup>5</sup>, o curso foi inserido na cidade de Natal no ano de 2002, sendo reconhecido pelo MEC apenas em 2008. O horário de funcionamento é no turno noturno; a composição curricular é de 2.960 horas, com duração mínima de quatro anos. O Curso de Turismo proporciona experiências de visitas técnicas a cada semestre, objetivando aproximar os alunos dos objetos de estudos, em caráter interdisciplinar, constando de instrumentos de avaliação e ferramentas de observação construída pelos docentes das disciplinas envolvidas, contemplados nos planos de ensino.

O Curso apresentava participação ativa dos acadêmicos nos Programas da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, de forma a promover uma conexão do Curso com as ações da UERN, a exemplo tinha-mos o ENCOPE (Encontro de Pesquisa e Extensão) que ocorria no turno Noturno e a Semana Universitária. As disciplinas de Estágio Curricular Supervisionado I e II do Curso de Turismo oportunizam a prática no mercado de trabalho através de parcerias com organizações da esfera pública e privada, aproximando, assim, o aluno do seu campo de atuação profissional, estabelecendo relações concretas entre a academia e o mercado.

A construção do Projeto Político Pedagógico do Curso de bacharelado em Turismo tem como fundamental a Lei de Diretrizes e Bases da educação nacional, nº 9394/96, no que concerne aos cursos de formação superior; o parecer do Conselho Nacional de Educação CNE/CES 0288/2003 que trata das diretrizes curriculares nacionais do Curso de graduação em Turismo e a resolução nº 01/2001 do Conselho Estadual de Educação que regulamenta o reconhecimento e a renovação de reconhecimento de Curso ou Instituição de Ensino superior credenciada.

---

<sup>5</sup>Disponível em: <http://www.uern.br/faculdade/faculdades.asp?fac=CANATAL&curcd=1023100&menu.Curso> Acesso em: 20/04/18 às 09h15min.

Partindo da premissa que esse Curso de bacharelado em Turismo procura se desenvolver através de elevado padrão de qualidade de ensino, pesquisa e extensão, o resultado do ENADE 2006 veio a confirmar este compromisso através do desempenho dos alunos, aos quais obtiveram o conceito máximo, sendo reconhecido como segundo melhor Curso de Turismo do país.

O Curso conta ainda com um Corpo Docente composto por:

Figura 1: Corpo Docente.

<b>Titulação.</b>	<b>Quantidade (Nº).</b>
Doutores (as).	10
Especialista (s).	02
Mestre (s).	04

Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

#### **4.3.3 Perfil Profissiográfico do Bacharel em Turismo**

Ao finalizar o curso superior em Turismo, o profissional terá a responsabilidade de proporcionar as pessoas parcelas de “felicidade”, pois a satisfação do turista é essencial para o sucesso de qualquer empreendimento ou ramo de atuação. A profissão de turismólogo envolve um cuidado especial com o turista, uma relação de respeito com a natureza e com as comunidades receptoras, a fim de que todos os envolvidos nesse processo possam se beneficiar. Os recém-formados se depararam com uma realidade não apresentada na academia, pois o atual mercado exige do profissional uma ampla bagagem teórica, com prática estruturada em conhecimentos diversificados. Para tanto, o bacharel precisará estar apto a assumir responsabilidades que serão estabelecidas pelo mercado de trabalho, deverá ser um sujeito capaz de pensar e decidir por si mesmo, sem preconceitos. Deverá priorizar o desenvolvimento de multicompetências, ter conhecimentos das diversas áreas que constituem a atividade turística, a ponto de conseguir articular recurso, naturais culturais e humanos, dentro do seu campo de atuação. Para que o Turismólogo seja competente,

acredita-se que ele deva receber uma formação que contenha aspectos teóricos, práticos e éticos.

As Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de graduação do MEC (Ministério da Educação e Cultura) através do artigo 3º alega que o curso de graduação em Turismo deve dar a oportunidades para que o graduando possa compreender as questões científicas, técnicas, sociais, econômicas e culturais, relacionadas com o mercado turístico, sua expansão e seu gerenciamento, observando os níveis graduais do processo de tomada de decisão, apresentando flexibilidade intelectual e desenvoltura no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação profissional.

De acordo com o Art. 4º supracitado as competências e habilidades do Bacharel em Turismo são:

- I - Compreender as políticas nacionais e regionais sobre turismo;
- II – Utilizar a metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, como os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;
- III – ter positiva contribuição na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo;
- IV – Possuir domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;
- V – Ter domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;
- VI – Possuir adequada aplicação da legislação pertinente;
- VII - planejar e executar projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;
- VIII – ter intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariada;
- IX - Classificar, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;
- X - Domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;
- XI - domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;
- XII - comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;
- XIII - utilizar recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais;



XIV - domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida;

XV - Habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;

XVI - integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;

XVII - compreender a complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;

XVIII - profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;

XIX - possuir conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.

O profissional em Turismo possui grandes responsabilidades para atender as necessidades tanto do turista quanto da comunidade. As habilidades e aptidões requeridas a um Turismólogo exigem estudo e dedicação.

Segundo Ansarah (2002, p.41), "o turismólogo desempenha tarefas complexas que exigem a atuação de profissionais especializados, com conhecimentos e formação para a área". Essa formação é multidisciplinar, pois envolvem informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, conhecimento em informática e em outros idiomas, como é citado no artigo acima.

O Turismólogo deverá dominar todas as funções operacionais do setor que estará incluído para poder passar confiança ao turista; ser um líder e tomar as decisões necessárias quando necessário. A atuação na área do turismo é muito dinâmica e o profissional deve saber trabalhar em equipe, atualizando-se sempre. Deve também possuir informações profundas sobre relações públicas.

O bacharel em Turismo deve seguir princípios e normas contidos no Código de Ética do Bacharel em Turismo<sup>6</sup>, com o intuito de orientar o desenvolvimento da profissão, garantindo o exercício da individualidade, assegurando a participação do Bacharel no processo de construção de uma sociedade.

O artigo 1º reforça a multidisciplinaridade da atividade, afirmando que o Bacharel em Turismo tem um extenso campo de atuação profissional. Sua formação acadêmica possibilita ter uma visão apropriada de todo o fenômeno contemporâneo do turismo caracterizado pelo conjunto de fatos e relações produzidas pelo deslocamento dos indivíduos motivados por diversas razões, exceto as de cunho econômico permanente. O perfil profissiográfico do Turismólogo é um profissional com grande capacidade de comunicação interpessoal, intelectual e expressão correta nos documentos técnicos específicos e de interpretação da realidade das organizações.

Profissional atuante, responsável e plenamente qualificado para o exercício do turismo, utilizando-se dos recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, esquematizar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas e instituições públicas e privadas e da população autóctone. O campo de atuação indicado pela Universidade são os órgãos públicos, as empresas privadas, as Instituições de ensino superior além da oportunidade de ser um profissional independente.

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.portaleducacao.com.br> Acesso em: 19/04/18 às 11h11min.

Ao final do curso, o formando estará apto, a desenvolver projetos, planos e programas em níveis locais, regionais, nacional e internacional além de poder promover eventos como congressos, simpósios, feiras, reuniões culturais e festividades. O Curso habilita o profissional para atuar em empresas de consultoria e assessoria, agências de viagens e operadoras turísticas, empresas de eventos (feiras, congressos, etc.), centros de lazer e recreação, transportadoras, meios de hospedagem (hotéis, pousadas, hospitais e motéis), restaurantes e setor público (federal, estadual e municipal), Instituições de Ensino Superior e/ou médio.

#### **4.3.4 Qualidade em Serviços**

O turismo é uma das atividades econômicas que mais cresce atualmente no mundo, de maneira complexa e competitiva. A cada dia os consumidores se tornam mais exigentes, obrigando o mercado a se adaptar a esta nova realidade, onde a qualidade se tornou um dos principais diferenciais no momento da escolha de um produto ou serviço. Os consumidores se guiam por novas prioridades e preocupações, mais conscientes do entorno dos problemas que os rodeiam como o meio ambiente, a conservação e perpetuação das manifestações culturais da população, buscando novas experiências e atividades, exigem maior atenção pessoal e melhor qualidade dos serviços.

De acordo com (FLORES, 2002), o turismo no Brasil pode repassar aos usuários serviços de primeira qualidade, dando oportunidade de os Turistas se sentirem atraídos pelas nossas belezas naturais e, ao deixarem os lugares visitados, terem a satisfação de que receberam mais do que haviam imaginado. Os turistas precisam ter consciência de que tiraram o máximo de proveito das condições socioculturais da localidade e experimentaram consideráveis avanços tecnológicos ou contato com a natureza bruta. Já os profissionais do turismo precisam estar muito bem informados com relação aos dados econômicos, históricos, geográficos da sua região, pois são fatores decisivos para a satisfação dos turistas estrangeiros. (FLORES, 2002, p. 73).

A preocupação com a qualidade deu início após a Segunda Guerra Mundial, quando os japoneses tentavam recuperar a sua economia. Deming foi o primeiro americano a levar o conceito de qualidade aos japoneses, na década de 50, conseguindo reerguer a indústria japonesa utilizando técnicas de qualidade. O mesmo

defendia o método estatístico afirmando que qualidade pode ser a tarefa de qualquer um em uma empresa, mas ninguém pode tomar parte eficientemente em um programa para a qualidade sem regras e ações, que não sejam baseadas na aplicação de técnicas estatísticas (FLORES, 2002).

Segundo Rossoni (2008), a qualidade, é um atributo determinante na escolha de um estabelecimento, porém, a qualidade como uma característica específica da prestação de serviços é fator crucial para qualquer organização, é um determinante de escolha, principalmente fatores como atendimento. As Instituições de ensino que integram a qualidade dos serviços prestados e a satisfação dos seus alunos estão categoricamente contribuindo para uma boa formação do seu sistema de gestão.

A boa qualidade de um serviço prestado em qualquer ramo interfere diretamente no ciclo de vida da organização, pois uma Instituição que apresenta bons serviços em seu estabelecimento está proporcionando ao mesmo, vantagem competitiva perante os seus concorrentes. Para a Organização Mundial do Turismo (2015), a atividade no setor turístico enfrenta mudanças profundas do entorno, que vão desde a transformação das estruturas internas da oferta até a globalização do setor, passando por novas condições de demanda.

Os consumidores de produtos e serviços relacionados ao Turismo estão mudando significativamente no que diz respeito às novas tecnologias que ajudam na operacionalização dos serviços. Em seu comportamento influem novos valores, como o respeito ao meio ambiente e a busca de experiências autênticas. Além disso, com as inovações tecnológicas, eles têm acesso cada vez mais fácil à informação sobre diferentes alternativas. Com a informação nas mãos, podem comparar facilmente preços, instalações, atividades, nível de serviços oferecidos, etc.

Os turistas, quando consumidores, são cada vez mais exigentes e criteriosos nas suas escolhas, devido à variedade dos serviços e produtos disponíveis. Para o Ministério do Turismo (2018), não basta que o produto ou serviço apenas funcionem perfeitamente, existe a necessidade de “algo mais” para satisfazer e superar as necessidades e expectativas do cliente. Esse “algo mais” é o atendimento. Portanto, pode-se dizer que o atendimento é uma das ferramentas, na qual o cliente pode analisar o tipo de serviço oferecido, se o satisfaz ou não. Na situação de atendimento, a capacidade de estabelecer empatia é muito importante porque funciona como um facilitador. Se atender significa satisfazer as necessidades do cliente, quanto mais se compreender suas necessidades, mais fácil será de atender a esse cliente.

Ainda de acordo com o Ministério de Turismo (2018), no atendimento, a empatia tem função de contribuir com o grande objetivo de satisfazer as expectativas do cliente. Nem sempre é fácil estabelecer empatia com uma pessoa. Em geral, temos mais facilidade em compreender um problema ou situação quando estão mais próximos da nossa realidade. É mais fácil compreender a ansiedade de alguém que apresenta uma queixa, se você já passou pelo o problema. Contudo, a possibilidade de compreender o problema do outro se torna maior quando existe uma predisposição favorável, uma postura aberta para entender. Essa abertura depende de nossas experiências individuais, mas, sobretudo, depende de nosso interesse em considerar o problema em profundidade.

Assim, Las Casas (2008) conceitua que a qualidade total em serviços engloba, além dos clientes externos, todos os que com ela interagem, ou seja, funcionários e administradores (clientes internos). “A razão disso é que os serviços, sendo atos, desempenho e ação, pressupõem que cada pessoa próxima ao indivíduo é considerada um cliente. Em decorrência, uma empresa deve satisfazer necessidades, resolver problemas e fornecer benefícios a todos que com ela interagem, e isto significa considerar clientes, proprietários, como também todas as demais entidades de um mercado” (LAS CASAS, 2008, p. 10).

A qualidade, conforme afirma Las Casas (2008), é uma opção para a reorientação gerencial das organizações. Tem como pontos básicos: foco no cliente e trabalho em equipe, permeando toda a organização, decisões baseadas em fatos e dados, e a busca constante da solução de problemas e da diminuição de erros. A qualidade valoriza o ser humano no âmbito das organizações, reconhecendo sua capacidade de resolver problemas no local e no momento em que ocorrem, e busca permanentemente a perfeição. Precisa ser entendida como uma nova maneira de pensar, antes de agir e produzir. Implica uma mudança de postura gerencial e uma forma moderna para entender o sucesso de uma organização. É uma filosofia gerencial que exige mudanças de atitudes e de comportamento. Essas mudanças visam ao comprometimento com o desempenho à procura do autocontrole e ao aprimoramento dos processos.

Implica também em mudança da cultura da organização. Muitas empresas perdem clientes porque se esqueceram de cuidar da qualidade de seus serviços e produtos ofertados. Esse é um trabalho permanente, que passa desde a formação profissional passando pelo aperfeiçoamento constante das equipes, por investimen-

tos contínuos e manutenção dos padrões de qualidade de toda a empresa ou instituição. Passa também pelos detalhes, única forma de vencer a indiferença e a apatia de um mercado que oferece uma quantidade imensa de opções. Em meio a essa quantidade sem ordenação, a construção da qualidade não é fácil de conseguir, mas, é o caminho mais direto e consistente para o sucesso (TRIGO, 2003). A organização de qualquer segmento que adotar a gestão de qualidade como forma de oferecer serviços com maior presteza vai obter inúmeros critérios de vantagens profissionais de acordo com (LAS CASAS, 2008).

O serviço de boa qualidade em qualquer ramo vai agregar valor e prestígio, perante os clientes. Uma vez que as pessoas estão cada vez mais procurando serviços diferenciados. Sendo assim, se o serviço diferenciado de uma empresa vier adicionado de boa qualidade, certamente essa empresa terá boa repercussão de influência no mercado. De acordo com Las Casas (2008), a aplicação do processo de qualidade total traz benefícios, pois ajuda a revelar satisfações ou insatisfações ocultas; salienta de forma constante a importância do cliente para uma empresa; gerar uma fonte de ideias ou produtos além de diminuir custos; aumentando a produtividade e estabelecendo uma forma de multiplicar os resultados positivos; melhorando constantemente a forma de trabalho; aumentando os lucros e formando parcerias e desenvolvimento e promovendo satisfação à sociedade; além de motivar os funcionários; dar maior atenção ao lado, humano da negociação. (LAS CASAS, 2008, p. 21). O desempenho da qualidade de um serviço pode ser avaliado, através de ferramentas específicas, como por exemplo, o modelo de formulário de pesquisa idealizado por Cronin e Taylor (2004), na qual no presente estudo foi feita uma adaptação para o setor de Ensino denominado de SERVPERF. Essa metodologia de análise do desempenho dos serviços pretende abranger cinco dimensões da estrutura de ensino em uma Universidade, são elas: tangibilidade, confiabilidade, presteza, segurança e empatia. O modelo SERVPERF adaptado para a avaliação de uma Instituição de ensino superior busca avaliar os pontos fortes e fracos de uma Universidade, no intuito de melhorar a qualidade dos serviços prestados da mesma, por meio de uma forma mais conveniente de atender os seus alunos de modo que estes saiam satisfeitos com os serviços oferecidos pela Universidade.

## 5. METODOLOGIA

O projeto tem como base a pesquisa através de fontes primárias como livros, revistas científicas, e fontes secundárias tais como a internet, monografias, artigos. A pesquisa é de natureza básica, pois de acordo com Silva e Menezes (2001) objetiva gerar conhecimentos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista. A abordagem é qualitativa e quantitativa, pois de baseia na interpretação e atribuição de significados aos fenômenos observados e irá traduzir numericamente os dados coletados.

Segundo a OMT (2006, p.11),

“A pesquisa qualitativa é utilizada quando a informação disponível é pobre em dados, mas rica em descrição das variáveis e não é facilmente tratável com dados estatísticos, e que descrevam e traduzam os fenômenos da atividade turística. Suas principais características são se basear na natureza da informação; quem coleta os dados é o pesquisador e por isso a pesquisa é construída de forma interativa.”

Relacionado à pesquisa quantitativa é baseada na informação que dados e fontes proporcionam. Segundo a OMT (2006, p.12);

“A pesquisa quantitativa baseia sua análise na informação que dados e fontes de informação proporcionais. Isso gera alguns problemas técnicos que devem ser resolvidos, como a veracidade da informação utilizada, obtenção da amostra, problemas de causalidade, instrumentos técnicos empregados, tratamento das informações, problemas estatísticos encontrados, etc.”

Ainda sobre a pesquisa quantitativa Dencker (2007) diz que “a pesquisa quantitativa quanto à amostra é probabilística, representativa; quanto ao formulário para coleta é questionário estruturado; a abordagem é superficial e quanto à análise é estatística”, uma vez que visa expandir ideias, buscar informações, registrar e analisar o nível de satisfação da qualidade no atendimento da Universidade do Estado do Rio Grande (UERJ), Campus Avançado – Natal/RN. A precisão dos dados é importante, pois seus resultados devem explicar o comportamento da população estudada.

Percebe-se que a análise qualitativa permite interpretar a realidade através das opiniões e experiências do grupo estudado. Geralmente a pesquisa qualitativa é uma fase anterior à pesquisa quantitativa, pois ela tem o objetivo de obter informações para completar a pesquisa. Trata-se de uma pesquisa exploratória que, segundo Gil (1991, p.41.), “visa proporcionar maior familiaridade com o problema de forma a torná-lo explícito ou permitir construção de hipóteses”.

Para entender melhor o significado de população, Lakatos (2017, p.41.) diz que a população ou o universo “é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo ou menos uma característica em comum”. Nesta pesquisa, o público alvo será os discentes do CAN/UERN. O universo que foi investigado são os alunos do curso de Turismo, que são uma média de 53 matriculados regularmente no semestre letivo 2017.2.

A pesquisa contou com formulários contendo questões fechadas e abertas, visando à identificação da qualidade no serviço oferecido pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), *Campus* de Natal/RN. Segundo (LAGE; MILONE, 2000), ponderado como uma pesquisa em que o objeto é uma unidade social que deve ser profundamente observada e analisada, o estudo de caso é praticado no turismo por meio de um trabalho de campo. A presente pesquisa diz respeito ao tipo de procedimento técnico utilizado um estudo de caso sobre a qualidade do curso de turismo da Universidade do Estado Rio Grande do Norte (UERN).

“O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetivos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados,” (GIL, 2008, p.58).

A amostra foi estratificada de forma proporcional onde foram pesquisadas 50 pessoas, aproximadamente 94,34% dos graduandos do curso de turismo UERN-CAN, no período de 25 de Maio a 20 de Junho de 2018, escolhidos de forma aleatória, de modo a garantir uma margem de confiança de 99% dos resultados,



A amostra foi calculada com base na equação descrita em Mattozo (2011), onde:

$$N.p.q.(Z. \alpha/2)^2$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$P.q.(Z.\alpha/2)^2 + (N-1).E^2$$

n= tamanho da amostra (50);

N= tamanho da população (53);

E= margem de erro tolerável (5%);

Z.  $\alpha/2$ = grau de confiança desejado (99% que corresponde 50);

p= é a proporção populacional de cada variável em estudo.

Porém, sendo esta proporção desconhecida, foi considerado o valor mais desfavorável (que conduz à maior variância) de, neste caso 0,5.

Na Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) – *Campus* de Natal/RN foi realizado uma pesquisa por amostragem do nível da qualidade do curso de Turismo na percepção dos discentes dos serviços. A gestão da UERN- CAN tem papel fundamental para o resultado dessa pesquisa. Assim como as informações prestadas pelos os discentes são de grande valia para a conclusão desse estudo.

Foram utilizados (03) três modelos de questionários, socioeconômico um com perguntas abertas e o questionário SERVPERF, traduzido numa escala e destinando-se a medir o desempenho da qualidade do serviço das mais diversas áreas. Foi idealizado por Cronin e Taylor (2004), na qual o método foi aplicado na UERN- CAN – Natal/RN. Aos alunos do curso de turismo que responderam formulários de pesquisa pertinentes à qualidade dos serviços ofertados pela UERN - CAN – Natal/RN, pois segundo (DENCKER, 2007, p.175.) a finalidade do questionário é obter, de maneira sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada. Essas informações dizem respeito, por exemplo, a situação sócia econômica dos discentes, o que fazem e pensam, suas opiniões, sentimentos, esperanças, desejos etc.

Os questionários foram impressos e respondidos, além disso, foi utilizada também a plataforma Google Forms para lançamento e extração dos dados fornecidos pelos entrevistados, constando no seu início uma explicação resumida dos objetivos da pesquisa, (DENCKER, 2007, p. 175).

Foi utilizado o modelo de avaliação de qualidade SERVPERF, que segundo Mattozo (2011), “parte do princípio de que a percepção que os clientes (discentes) têm da qualidade do serviço baseia – se numa atitude pré-concebida acerca do serviço”. O modelo SERVPERF, aberto pelos autores Cronin e Taylor (1992), à semelhança do modelo SERVQUAL, procura medir a qualidade dos serviços, mas apontando alternativas de superação para as restrições que julgam existir no modelo SERVQUAL. Cronin e Taylor (1992) asseguram que a qualidade percebida dos serviços precede a satisfação do cliente, e que esse contentamento tem um efeito significativo nas intenções de compra. Ainda segundo os autores, a qualidade dos serviços tem um menor controle nas intenções de compra do que a própria satisfação dos clientes. Neste seguimento, os autores sugeriram uma conceitualização modificada do modelo SERVQUAL, designada SERVPERF, segundo o qual a qualidade do serviço é igual ao desempenho. O modelo SERVPERF utiliza, somente, as percepções do cliente acerca do desempenho da organização para medir a qualidade do serviço prestado, porque a qualidade percebida é conceitualizada como uma atitude do cliente relativamente às dimensões da qualidade. Assim, esta não pode ser medida com base na diferença entre as expectativas e o desempenho, como preconizado pelo Modelo SERVQUAL. Para os autores, a distinção entre os conceitos é fundamental. As empresas fornecedoras de serviços têm a necessidade de perceber qual o seu objetivo: se ter clientes satisfeitos com o desempenho ou fornecer um serviço com um nível máximo de qualidade percebida.

## **6. Resultados e Discussões.**

Esta etapa do trabalho visa apresentar e analisar os dados e os resultados obtidos através de levantamento documental e da aplicação de formulário de pesquisa, buscando compreender o tema abordado, respondendo assim aos objetivos deste estudo. Torna-se importante ressaltar que o questionário elaborado se refere à qualidade dos serviços ofertados pela UERN - Natal/RN. Os mesmos foram aplicados do dia 25 de maio a 20 de junho de 2018, com os estudantes do curso de

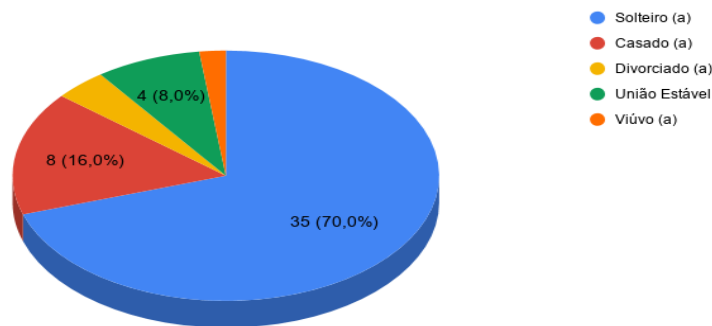
Turismo, com o objetivo de analisar o desempenho da qualidade dos serviços ofertados pela Instituição em estudo.

### 6.1 Perfis Socioeconômicos dos pesquisados da UERN-Natal/RN.

Os resultados mostram que 70% dos pesquisados são solteiros, 16% declararam-se casados, 2% viúvo (a), os divorciados estão com 4%, e 8% outro tipo de relacionamento a exemplo união estável.

Gráfico 1: Estado Civil dos discentes do Curso de Turismo UERN-Natal/RN.

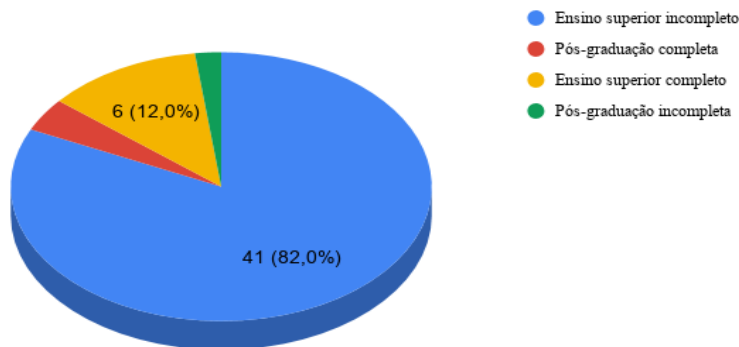
**Estado Civil:**



Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

A predominância de pessoas solteiras pode ser explicada pela faixa etária preponderante dos indivíduos pesquisados, pessoas com idade entre 21 e 40 anos. Nessa idade em geral as pessoas estão dedicadas aos estudos e trabalho. Quanto ao grau de escolaridade ou instrução dos discentes do Curso de Turismo da UERN - *Campus Avançado* de Natal/RN foi constatado que:

Gráfico 2: Grau de Escolaridade dos discentes do Curso de Turismo UERN-Natal/RN.

**Grau de Escolaridade:**

Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

A pesquisa mostrou, como se pode visualizar no gráfico, o grau de escolaridade dos discentes do Curso de Turismo do *Campus* Avançado de Natal/RN. Apresentando a seguinte situação: 82% dos pesquisados têm ensino superior incompleto; 12% têm ensino superior completo; 2% possuem a pós-graduação incompleta; e 4% pós-graduação completa.

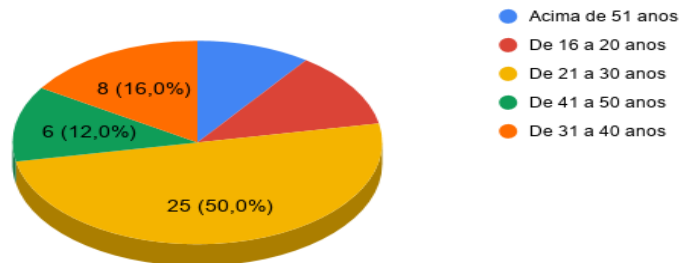
Foi visto que a maior parcela está cursando o nível superior, ou já concluíram o que atesta que são pessoas esclarecidas que gostam do que fazem que estejam atentas para o crescimento do setor que pretendem atuar, bem como acreditam que trabalhar com turismo significa prestar serviço, atender as pessoas com respeito, dignidade, cortesia e consideração a fim de tornar sua experiência totalmente positiva.

O profissional que consegue dar continuidade à sua formação e atualizar sempre seus conhecimentos através dos cursos, leituras, reciclagens e diversificada experiência no trabalho tem chance de se tornar um profissional mais completo, atualmente muito mais valorizado no mercado e, dessa forma, ser alvo de cobiça das empresas e instituições que procuram profissionais mais qualificados.

Vários são os motivos que induzem a um indivíduo a procurar pela melhoria de vida continuamente, e só através do estudo e da busca por qualificação ele consegue obter êxito.

O gráfico posterior, atenta para a necessidade de saber a faixa etária do público alvo, para procurar se adequar de forma a deixar as aulas mais atrativas. Assim foram detectadas as seguintes situações:

Gráfico 3: Idade dos discentes do Curso de Turismo UERN-Natal/RN.

**Idade:**

Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

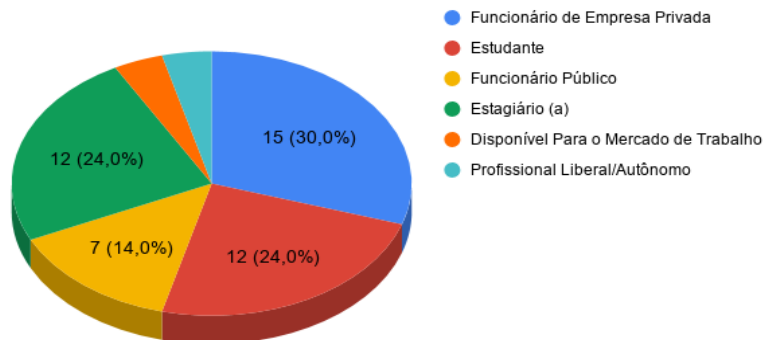
O percentual para os pesquisados com faixa de idade entre 16 a 20 anos obteve um percentual de 12%, seguido do maior resultado expresso considerados público jovem de na faixa de 21 a 30 anos representando 50% dos pesquisados, de 31 a 40 obtiveram 16%, os pesquisados de 41 a 50 um percentual de 12%, e acima de 51 anos uma representatividade de 10%. Duas das cinco faixas etárias elencadas no objeto de estudo representam um público com até 30 anos de idade considerados jovens, obtiveram juntas a maior representatividade de acordo com os resultados expressos, e o público com a faixa etária de 31 até e acima de 51 anos são as pessoas que tiveram, de acordo com a pesquisa, menor índice. A maioria já tem outra graduação, trabalho, família formada e estão prosseguindo nos estudos pelo prazer de estar se atualizando, conhecendo, e se relacionando com pessoas, identificam-se com a área de estudo que é o turismo e simplesmente gostam do que fazem.

Quando questionados sobre a ocupação principal, o resultado observado mostra que 30% dos pesquisados atuam em empresa privada onde o grau de exigência profissional é bastante enfatizado; 24% dos pesquisados são estudantes não tendo nenhuma outra ocupação imediata; 14% responderam ser funcionário público, ou seja, maior estabilidade no trabalho; 24% responderam ser estagiário (a). Esse último resultado é muito bom, pois demonstra que o aluno tem a possibilidade de colocar em prática tudo aquilo que aprendeu em sala de aula, é um percentual que ainda é considerado baixo, mas que pode se alavancar, tendo em vista que o estágio é muito importante durante a vida acadêmica e é um meio, uma oportunidade do graduando se destacar na área que pretende atuar. 2% dos pesquisados disseram

ser profissional liberal/autônomo uma atividade remunerada em empresa de qualquer natureza sem registro ou ainda ser profissional independente dono do seu próprio negócio, enquanto 4% dos pesquisados disseram estar disponíveis para o mercado de trabalho, um índice que infelizmente é perceptível, é uma realidade.

Gráfico 4: Ocupação dos discentes do Curso de Turismo UERN-Natal/RN.

**Ocupação Principal:**

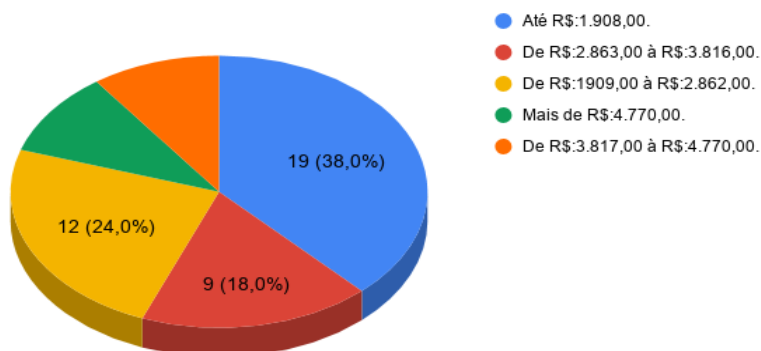


Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

Questionados sobre o rendimento familiar dos componentes que convivem diretamente em único ambiente residencial, verificou-se que o resultado apresentado mostra que os percentuais mais representativos indicam que a maioria dos pesquisados possuem uma renda familiar de até quatro salários mínimos (atualmente um salário mínimo é no valor de R\$ 954,00 reais), não possuindo poder aquisitivo muito elevado, esse fator, evidenciado na pesquisa é uma das variáveis que fizeram com que os estudantes optassem por uma Instituição Pública.

Gráfico 5: Renda familiar dos discentes do Curso de Turismo UERN-Natal/RN.

**Rendimento Familiar Mensal (em média):**

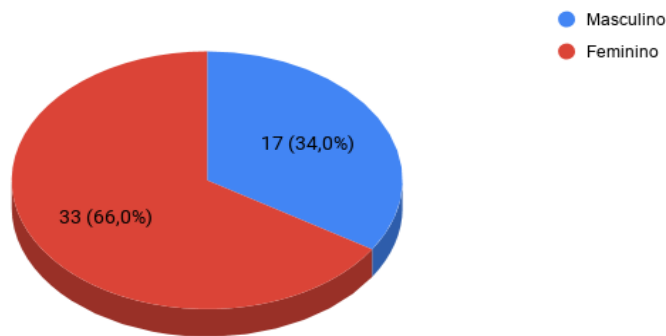


Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

Foi constatado que a parcela menor dos pesquisados que recebem acima de quatro salários mínimos possuem uma renda familiar com um relevante poder aquisitivo, mesmo assim optaram por estudar em uma instituição de nível superior pública. O gráfico a seguir é sobre o gênero sexual dos pesquisados. Observa-se que 66% dos pesquisados são do sexo feminino, e 34% do sexo masculino. Isso significa que o curso de Turismo é composto predominantemente por mulheres.

Gráfico 6: O sexo dos discentes do Curso de Turismo UERN-Natal/RN.

**Sexo:**

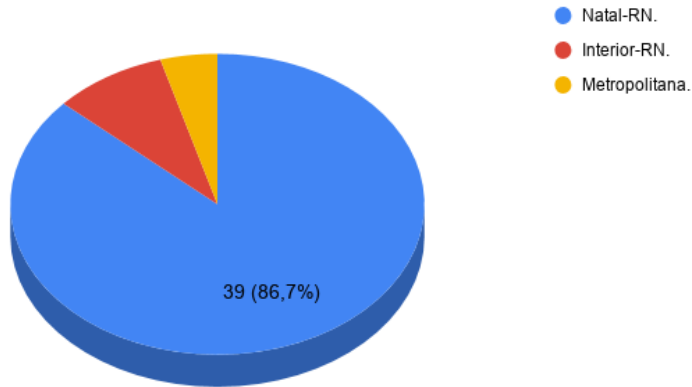


Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

A mulher vem se destacando ao longo da história, conquistando espaço em cargos de destaque, o que não era muito comum. Hoje, em pleno o século XXI, as mulheres estão muito presentes, tornando-se até mais atuantes do que os homens dentro de alguns cursos de nível superior.

Pode-se afirmar que a maior parte dos discentes, 86,7%, é proveniente da capital do Estado, seguindo de 8,9%, com residência fixa, nas cidades do interior do Estado, e 4,4%, em cidades do entorno, conhecidas como região metropolitana. Uma situação bem comum é que:

Gráfico 7: Residência fixa dos discentes do Curso de Turismo UERN-Natal/RN.

**Residência Fixa: Cidade e Estado (UF).**

Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

Alguns estudantes deixam suas famílias e buscam oportunidade no ensino superior na capital, no intuito de terem maiores oportunidades, ficando na casa de parentes, repúblicas ou até mesmo alugam casas. O conjunto de afirmações na sequência seguinte refere-se à percepção dos pesquisados sobre a qualidade na prestação de serviço da UERN-CAN-Natal/RN.

Tabela 1. Frequência absoluta dos resultados para a dimensão Tangibilidade.

Equipamentos	Instalações/atrativas	Atenção dos funcionários	Conservação/Instalações.	Legenda:
11(22,9%)	4 (8,2%)	3 (6,3%)	5 (10,2%)	1. ☹ - Discordo parcialmente
9 (18,8%)	11 (22,4%)	2 (4,2%)	4 (8,2%)	2. ☹ - Discordo integralmente
19 (39,6%)	12 (24,5%)	13 (27,1%)	12 (24,5%)	3. 😐 - Indiferente
8 (16,7%)	18 (36,7%)	23 (47,9%)	20 (40,8%)	4. 😊 - Concordo parcialmente
1 (2,1%)	4 (8,2%)	7 (14,6%)	8 (16,3%)	5. 😊 - Concordo integralmente
48 (100,1%)	49 (100%)	48 (100,1%)	49 (100%)	Q (%) Total =194(400,2%)

Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

Nas afirmações foi utilizado o modelo de questionário SERVPERF com escala de 1 a 5. Cada uma das afirmações indica o quanto se acredita que a UERN-CAN atinge na prestação de serviço.



Dimensões dos Tangíveis, que enfoca os equipamentos e instalações modernas, dos técnicos, dos professores e dos materiais. Utiliza-se de um forte apelo visual, que está associado com os serviços.

A dimensão tangibilidade foi avaliada negativamente pelos pesquisados, na escala de 5 pontos. As perguntas referentes aos equipamentos modernos e instalações atrativas, segundo os discentes, foram respondidas com “não possui tais equipamentos modernos” e “as instalações não se mostram atrativas”, além de um número considerado ter se mostrado indiferente. No que diz respeito as instalações físicas e sua conservação, tais como biblioteca, laboratório, estacionamento, assentos, banheiros e iluminação, os pesquisados disseram estar dentro a realidade apresentada. Vale salientar o quesito atenção ao lidar com o público, pois foi tida como satisfatória.

Na dimensão da confiabilidade, reflete a consistência ao atributo do desempenho da Instituição, pois os discentes percebem essa dimensão quando a UERN-CAN promete fazer algo e cumpre o que prometeu ou quando os alunos têm algum problema e os técnicos e professores (funcionários) mostram um interesse sincero em resolver no prazo em que prometem.

Tabela 2. Frequência absoluta dos resultados para a dimensão Confiabilidade.

Téc. executam os serviços no prazo.	Professor Tem interesse sincero na resolução de problemas do aluno.	Comportamento dos professores transmite segurança.	A UERN-CAN presta serviço no tempo.	Mantém os registros de forma correta.	Legenda:
4(8,2%)	2(4,1%)	1(2%)	0(0,0%)	1(2%)	1. ☹ - Discordo parcialmente
1(2%)	0(0,0%)	2(4,1%)	3(6,3%)	0(0,0%)	2. ☹ - Discordo integralmente
16(32,7%)	13(26,5%)	7(14,3%)	9(18,8%)	8(16,3%)	3. ☹ - Indiferente
22(44,9%)	22(44,9%)	25(51%)	27(56,3%)	25(51%)	4. 😊 - Concordo parcialmente
6(12,2%)	12(24,5%)	14(28,6%)	9(18,8%)	15(30,6%)	5. 😊 - Concordo integralmente
49(100%)	49(100%)	49(100%)	48(100,2%)	49(99,9%)	Q (%) Total = 244(500,1%)

Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

A confiabilidade, numa escala de 5 pontos, mostra que, em geral, nesse atributo a UERN-CAN foi muito bem avaliada, pois executa os serviços dentro do prazo determinado, a Instituição demonstra interesse sincero em resolver os problemas dos discentes e transmite confiança aos mesmos, além de manter registros, arquivos e dados corretamente.

A dimensão da presteza que reflete e reforça o compromisso da UERN-CAN, em prestar serviço no tempo certo, estando pronta a ajudar seus alunos, colocando-se prontamente à disposição dos discentes e os informando exatamente quando os serviços serão realizados.

Tabela 3. Frequência absoluta dos resultados para a dimensão Presteza.

Técnicos estão dispostos a esclarecer dúvidas.	A UERN-CAN oferece atendimento com presteza.	Técnicos dizem exatamente quando o serviço será prestado.	Os professores têm disponibilidade em ajudar.	Legenda:
0(0,0%)	0(0,0%)	2(4,1%)	1(2%)	1. ☹ - Discordo parcialmente
4(8,2%)	1(2%)	2(4,1%)	0(0,0%)	2. ☹ - Discordo integralmente
11(22,4%)	16(32,7%)	13(26,5%)	4(8,2%)	3. 😐 - Indiferente
27(55,1%)	24(49%)	23(46,9%)	26(53,1%)	4. 😊 - Concordo parcialmente
7(14,3%)	8(16,3%)	9(18,4%)	18(36,7%)	5. 😊 - Concordo integralmente
49(100%)	49(100%)	49(100%)	49(100%)	Q. (%)Total = 196(400%)

Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

Quanto ao elemento presteza, a avaliação dos discentes na escala de 5 pontos foi bastante significativa, com níveis positivos elevados, o que evidencia que o compromisso com o aluno em esclarecer dúvidas, ajudar e informar com exatidão os prazos e os serviços a serem prestados, estão dentro de uma perspectiva positiva.

A dimensão segurança, de acordo com a tabela 4 abaixo, na qualidade dos serviços, na cortesia dedicada aos alunos e na segurança que esses depositam nos técnicos e professores quanto ao desempenho na prestação de serviço e no comportamento dos mesmos, o resultado foi de que inspiram a confiança necessária.

Tabela 4. Frequência absoluta dos resultados para a dimensão Segurança.

Você sente-se seguro ao utilizar os serviços UERN-CAN.	A preocupação da UERN-CAN em oferecer o melhor serviço.	Os professores têm os conhecimentos necessários para esclarecer suas dúvidas.	Os técnicos são corteses e atenciosos.	Legenda:
0(0,0%)	1(2%)	1(2%)	1(2,1%)	1. ☹ - Discordo parcialmente
2(4,1%)	2(4,1%)	2(4,1%)	3(6,3%)	2. ☹ - Discordo integralmente
5(10,2%)	6(12,2%)	7(14,3%)	14(29,2%)	3. ☹ - Indiferente
22(44,9%)	24(49%)	11(22,4%)	20(41,7%)	4. 😊 - Concordo parcialmente
20(40,8%)	16(32,7%)	28(57,1%)	10(20,8%)	5. 😊 - Concordo integralmente
49(100%)	49(100%)	49(99,9%)	48(100,1%)	Q (%)Total = 195(400%)

Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

O corpo docente foi excelentemente avaliado pelos discentes. Os alunos se mostraram seguros ao utilizar os serviços oferecidos pela Instituição, disseram que esta se preocupa em oferecer o melhor serviço, que os técnicos são corteses e atenciosos, e que os docentes possuem conhecimentos mais do que necessários para atender a demanda de questionamentos dos seus alunos.

A dimensão da empatia trata do que é a capacidade do outro em experimentar os sentimentos alheios, como se fossem seus, a Instituição que sabe o que é ser aluno, deve proporcionar-lhes atenção individual, contratar pessoas que dão atenção personalizada.

Tabela 5. Frequência absoluta dos resultados para a dimensão Empatia.

A UERN-CAN da atenção individual.	Os professores dão atenção personalizada.	Professores sabem as necessidades dos alunos.	Professores visam os interesses dos alunos.	A UERN-CAN tem horário de funcionamento conveniente.	Legenda:
0(0,0%)	1(2,1%)	1(2%)	1(2%)	1(2%)	1. ☹ - Discordo parcialmente
5(10,2%)	1(2,1%)	2(4,1%)	2(4,1%)	1(2%)	2. ☹ - Discordo integralmente
21(42,9%)	15(31,3%)	13(26,5%)	8(16,3%)	5(10,2%)	3. ☹ - Indiferente
17(34,7%)	21(43,8%)	23(46,9%)	24(49%)	22(44,9%)	4. 😊 - Concordo parcialmente
6(12,2%)	10(20,8%)	10(20,4%)	14(28,6%)	20(40,8%)	5. 😊 - Concordo integralmente

49(100%)	48(100,1%)	49(99,9%)	49(100%)	49(99,9%)	Q (%)Total = 244(499,9%)
----------	------------	-----------	----------	-----------	-----------------------------

Fonte: Pesquisa de Campo de Fernandes (2018).

Na competência empatia os níveis na escala de 5 pontos foram bastante elevados positivamente. A maioria disse ter atendimento individual e personalizado, que a Instituição e toda a sua composição de colaboradores sabem e visam os interesses como objetivos e que o horário de funcionamento da UERN-CAN é conveniente para os alunos.

Quando foi perguntado aos discentes se recomendariam o Curso de Turismo da UERN-CAN, se sim ou não e por quê? Os discentes avaliaram positivamente, um percentual de 82% respondeu que recomendaria o Curso, considerando a necessidade de profissionais qualificados no mercado de trabalho, por ser um curso muito bem reconhecido, com excelente corpo docente, pelo aprendizado que o Curso proporciona, com um leque de opções. Ainda segundo os pesquisados, o Curso de Turismo oferece para o profissional dessa área de atuação boa qualificação e enfatizaram que o curso possui uma matriz curricular que possibilita um amplo conhecimento no campo do Turismo.

Os que responderam negativamente, um percentual de 18% dos discentes, disseram não porque a Universidade tem passado por frequentes paralizações, desta forma causando grandes prejuízos para os mesmos, atrasos no término do ano letivo, mudanças no calendário, fazendo com que os discentes percam o interesse no curso e até mesmo na Instituição. Alguns dos discentes enfatizaram ainda que tinham dificuldade para inserção no mercado de trabalho, ressaltaram a dificuldade de conseguirem estágio mesmo que sem remuneração, que não se sentiam valorizados além de muitas vezes desmotivados.

Quanto ao nível de satisfação ou insatisfação, a pergunta "2. Você está satisfeito (a) ou insatisfeito (a), com atendimento dispensado por Técnicos e Professores da UERN-CAN?", apresentou um resultado que se mostrou favorável quanto ao nível de satisfação, onde 73,46% dos pesquisados disseram estar satisfeitos com o atendimento atribuído a estes, e apenas 26,54% se denominaram insatisfeitos. Concluindo uma avaliação geral positiva.

Apesar de o resultado ter se mostrado positivo, algumas ressalvas foram feitas na pergunta acima. Alguns discentes se mostraram satisfeitos com o atendimento dos professores e insatisfeitos com atendimento dos técnicos ou vice e

versa. O que demonstra que mesmo a maioria que se diz satisfeita não está 100% certa disso.

Na questão “3. Como aluno desse sistema de ensino, que sugestões você daria para sua melhoria?”, várias foram às sugestões elencadas pelos discentes da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) - *Campus* de Natal/RN. Dentre as sugestões que foram dadas, os pesquisados disseram que gostariam que a profissão de turismólogo fosse regulamentada, que a Instituição unisse forças com as demais entidades e os órgãos competentes para conseguir junto ao Governo Federal a regulamentação e o reconhecimento do profissional em Turismo, para que pessoas qualificadas tivessem mais acesso ao mercado de trabalho, e não qualquer pessoa sem preparo acadêmico.

Como sugestão dada à melhoria na estrutura física da Instituição (instalações) mais atrativas, no acervo da biblioteca, nos equipamentos de mídia que segundo os pesquisados estão obsoletos, os computadores e programações do laboratório de informática que não são nem um pouco atrativos. No atendimento prestado aos discentes, pois segundo eles alguns técnicos e professores deixam a desejar.

Mais projetos de extensão e pesquisa que beneficiem o discente do curso de Turismo. A Criação de mais cursos de graduação e cursos de nível técnico. Mais aulas práticas, mudança de turno do curso de Turismo, maior organização do calendário letivo, pois as greves atrapalham o andamento regular do curso e, conseqüentemente, aumentam os índices de falta de interesse na Instituição.

Investimento na segurança do *Campus*, atualmente não é oferecido segurança satisfatória, pois não há nenhum mecanismo que identifique quem é servidor ou aluno, possibilitando que terceiros tenham acesso, não dando a seguridade da integridade física. Os discentes sugeriram a criação de uma agência de eventos e de viagens, para que estes pudessem colocar em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula, e que a Instituição procurasse parcerias junto às empresas, aos órgãos e às Instituições afins, para que seus discentes tivessem mais oportunidades de estágios, para que essa busca por estágio não fosse um processo tão árduo e burocrático.

## 6.2 Análises dos serviços prestados da UERN - Natal/RN.

Para que um atendimento aconteça com qualidade, torna-se necessário que ocorra uma empatia entre quem atende (Técnicos e Professores) e o cliente (Discentes), isso depende muito do interesse da pessoa em compreender os anseios de quem solicita o serviço. Muitas empresas (Instituições) perdem clientes (Discentes) por parar de investir na eficiência e na qualidade de seus serviços e produtos.

Portanto, de acordo com o método empregado nesse estudo, para avaliar o desempenho da qualidade dos serviços da UERN - *Campus* de Natal/RN dividimos as perguntas em cinco dimensões de análise, que foram: a tangibilidade, a confiabilidade, a presteza, a segurança e a empatia. A partir de cada resultado foi possível perceber qual a visão que um discente do curso de Turismo da UERN – *campus* de Natal/RN tem sobre o curso ao qual está matriculado.

## 7.Considerações Finais

Ao longo da presente pesquisa, que se trata de um estudo de caso, foi abordado um tema relacionado à qualidade dos serviços oferecido pela a UERN – CAN aos alunos do Curso de Turismo. Foram referenciados estudos bibliográficos de autores que abordam assuntos falando da qualidade no atendimento e de serviços. Foi realizada uma pesquisa de campo, na qual foram aplicados formulários de pesquisa aos discentes, onde posteriormente foram feitas as análises dos resultados dos mesmos, seguindo o método de pesquisa adotado.

Verificou – se que a UERN - CAN, através dos resultados obtidos, conseguiu uma boa aceitação dos serviços oferecidos.

Contudo, todos os envolvidos no processo de gestão e de prestação de serviço precisam rever algumas práticas para manter a excelência dos serviços, como: procurar junto ao poder público, recursos para a melhoria da estrutura física da UERN - CAN, além de possíveis parcerias dentro do campo acadêmico que possibilitem a criação de mais bolsas de estudos que visem à qualificação dos discentes de Turismo por se tratar de uma Universidade pública que tem como público predominante pessoas de classe média baixa. Os atributos avaliados na UERN - CAN, como: tangibilidade, confiabilidade, presteza, segurança e empatia, foram considerados satisfatórios pelo modelo de avaliação adotado para o presente estudo, alcançou níveis de satisfação, de acordo com a visão dos pesquisados (discentes). Qualidade, produtividade, competitividade, clientes exigentes, melhoria contínua, mudanças rápidas, tecnologia, inovação, globalização são palavras que, nos últimos tempos têm identificado o universo do trabalho e o mundo daqueles que pretendem e querem manter, de uma maneira ou de outra, envolvidos com a prestação de serviços.

É necessário deixar claro que este trabalho foi apenas o começo de um estudo que é tão importante quanto extenso, assim fica aberta a possibilidade de outros darem prosseguimento ao mesmo, considerando, sobretudo, o fato de somente ter sido abordada a visão dos estudantes do curso de Turismo da UERN - *Campus* de Natal/RN, podendo ser abrangido para outros cursos e categorias de pesquisados.

## REFERÊNCIAS

ABBTUR. **Quem é o bacharel em Turismo**. Disponível em:

<><http://www.abbtur.com.br/abbtur/conteudo.asp?cod=3><> Acesso em: 18/04/18 às 10h.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria**: reflexões e cadastros das instituições educacionais no Brasil. São Paulo: Aleph, 2002.

BARRETO, Margarita, TAMANINI; Bete. SILVA; Maria I.P. **Discutindo o ensino universitário do Turismo**. São Paulo: Papirus, 2004.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 13ª Edição. São Paulo: Editora SENAC, 2008.

**Código de Ética do Bacharel em Turismo**. Disponível em:

<<http://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/estetica/codigo-de-etica-dobacharel-em-turismo/4966>> Acesso em: 19/04/18 às 11h11min.

COOPER, Chris; SHEPHERD, R., WESTLAKE, J. **Educando os educadores em turismo**: manual de educação em turismo e hospitalidade. São Paulo: Editora Roca, 2001.

Turismo e Hospitalidade-Educandos. Disponível em:

><<http://www.escolasp.org.br/sistema/ck/files/publicaçãoturismo-hospitalidade-educandos.pdf>. >< Acesso em: 19/04/18 às 14h.

**Curso de Turismo da UERN**. Disponível em:

<[http://www.uern.br/faculdade/faculdades.asp?fac=CANATAL&CUR\\_CD=1023100&menu=Curso](http://www.uern.br/faculdade/faculdades.asp?fac=CANATAL&CUR_CD=1023100&menu=Curso)> Acesso em: 20/04/18 às 9h15min.

**Curso Superior de Turismo**. Disponível em:

><<http://www.guiadacarreira.com.br/cursos/graduacao-curso-de-turismo/><> Acesso em: 20/04/18 às 12h.

Cronin, J.J., Taylor, S.A. (1992). “**Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension**”. *Journal of Marketing*, vol. 56, n.º 3, pp. 55-68.

Cronin, J.J., Taylor, S.A. (1994). “**SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality**”. *Journal of Marketing*, vol. 60, n.º 2, pp. 31-46.

CRONIN E TAYLOR. **Gerenciamento estratégico da informação**. Curitiba, Editora: Elsevier Brasil, 2004.

COOPER, Chris; SHEPHERD, R., WESTLAKE, J. **Turismo**: Princípios e práticas. Porto Alegre, Editora Bookman, 2008.



DENKER, Ada Freitas de Moneti. **Pesquisa em turismo, planejamento, métodos e técnicas**. 9ª edição. São Paulo: Futura, 2007.

**Ensino superior no mundo e no Brasil**. Disponível em: <<http://www.portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/ensinosuperiormundobrasiltendenci ascenarios2003-2025.pdf>> Acesso em: 22/04/18 às 13h.

**Ensino Superior no Brasil: Da descoberta aos dias atuais**. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s0102-86502002000900001](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0102-86502002000900001)> Acesso em: 24/04/18 às 17h45min.

FLORES, Paulo Silas Ozores. **Treinamento em qualidade: Fator de sucesso para o desenvolvimento de hotelaria e turismo**. São Paulo: Editora Roca, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 1991.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Ed.6. São Paulo: Atlas, 2008.

**História da UERN**. Disponível em: <http://www.uern.br/administracao/admin.asp?menu=apres> Acesso em: 10/04/18 às 13h18min.

**Historia da UERN** – Disponível em: ><<http://www.uern.br/museu/default.asp?item=museu-historia>><. Acesso em: 26/04/18 às 15h35min.

**IBGE-2010-TURISMO-Economia do Turismo**, Disponível em: ><<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/multidominio/turismo/9081-economia-do-turismo.html?=&t=o-que-e>><. Acesso em: 26/04/18 às 19h36min.

Prefeitura do Natal: **Informações sobre a cidade do Natal**. Disponível em: ><<http://www.natal.rn.gov.br/natal/ctd-669.html>><. Acesso em: 28/04/18 às 10h30min.

Instituto Darcy Ribeiro. **Biografia**. Disponível em: <<http://www.fundar.org.br/>>. Acesso em: 28/04/18 às 14h.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 8ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2017.

LAS CASAS. **Qualidade total em serviços: Conceitos, Exercícios e Casos Práticos**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

LAGE, Milone, **Turismo: teoria e prática**. Curitiba, Editora Papyrus, 2000.

Marília Gomes dos Reis. **Turismo como ensinar, como aprender**. 1 vol.2,4ª edição. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

MATTOZO, T. C. (2011). **Informações sobre Elaboração de Questionários e Procedimentos de Amostragem, Notas de aula do curso de Estatística da UERN.**

MIRANDA, Roberto Lira. **Qualidade total:** rompendo as barreiras entre a teoria e a prática. 2. Ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

OMT; **Introdução à metodologia da pesquisa em turismo.** São Paulo, Editora Roca, 2006.

**O Bacharel em Turismo.** Disponível em:

><<http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/turismo/>>< Acesso em: 21/04/18 às 16h45min.

REJOWSKI, M. Ensino de turismo no Brasil: reflexões sobre a realidade do ensino de graduação de 1970 a 2000. In: BARRETO, M. REJOWSKI, M **Turismo:** interfaces desafios e incertezas. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

RUSSONI, Luciano. **Art: Cooperação interinstitucional no campo da pesquisa estratégica.** Vol.4. Rio de Janeiro: ERA-Revista de administração de empresas ano 2007.

SANTOS, Girlene de Souza, Anacleto R. dos Santos, Viviane B. Dias Metodologia da Pesquisa Científica: **A construção do conhecimento e do pensamento científico no processo de aprendizagem.** Porto Alegre/RS: Editora Animal, 2013.

SETUR, Secretaria de Turismo. **Informações sobre o RN.** Disponível em:

><<http://www.natalbrasil.tur.br/o-rio-grande-do-norte/>>< Acesso em: 20/04/18 às 18h.

SILVA, E. L. MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** 3. Ed. Ver e Atual Florianópolis: 2001.

Teixeira, Elder Lins, **Gestão de Qualidade em Destinos Turísticos.** Rio de Janeiro: Qualitymark Ed. 2002.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A Sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.** 7ª Ed. Campinas/SP: Editora Papirus, 2003.

**Turismo.** Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/turismo/home.html>>. Acesso em: 22/04/18 às 19h30min.

VERGARA S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Disponível no departamento de Turismo. **Projeto Político Pedagógico.** Ed. 2012. Campus Avançado de Natal, 2018.

## ANEXOS

### Anexo A - Cronograma

Atividades	Março	Abril	Maio	Junho	Julho
Pesquisa Bibliográfica	X	X	X	X	X
Aplicação de Questionários			X	X	
Análise de Dados				X	
Organização do Material	X	X	X	X	X
Finalização da Monografia				X	X

### Anexo B - Orçamento

Despesas/Meses	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Valor Mensal (R\$):
Transportes.	R\$:69,00	R\$:80,50	R\$:115,00	R\$:46,00	R\$:46,00	R\$:356,50
Internet.	-	R\$:87,90	R\$:87,90	R\$:87,90	R\$:87,90	R\$:359,60
Impressões (folhas, tinta, encadernações).	R\$:9,00	R\$:20,00	R\$:58,80	R\$:36,00	R\$:130,00	R\$:253,80
Cópias (coloridas & PB).	-	-	R\$:12,00	R\$:24,00	-	R\$:36,00
Material Didático.	R\$:22,00	-	-	-	-	R\$: 22,00
Telefone.	-	R\$:39,90	R\$:20,00	R\$:10,00	-	R\$: 69,90

Total R\$: 1.097,80.

## Anexo C - FORMULÁRIO DE PESQUISA

### FORMULÁRIO DE PESQUISA

Prezado (a) participante,

Solicito favor, sua colaboração para uma pesquisa monográfica sobre a qualidade, na sua percepção, do Curso de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - Campus de Natal/RN, sob orientação, do Prof. Msc. Marco Antônio Rocha Junior. Esta pesquisa tem por objetivo analisar a qualidade na prestação de serviços oferecidos pela UERN CAMPUS Natal/RN. Trata-se de um estudo exclusivamente acadêmico, onde suas respostas e os seus dados serão tratados com o máximo sigilo.

Face ao exposto na certeza de contar com o seu consentimento, antecipadamente transmito os meus agradecimentos e coloco-me ao seu inteiro dispor para qualquer outra informação ou esclarecimento.

Maria Janaína Fernandes.

<p><b>1. Estado Civil:</b></p> <p>(a) Solteiro (a)            (b) Casado (a)            (c) Viúvo (a)            (d) Divorciado (a)            (e) União Estável</p>	<p><b>2. Idade:</b></p> <p>(a) De 16 a 20 anos            (b) De 21 a 30 anos            (c) De 31 a 40 anos            (d) De 41 a 50 anos            (e) Acima de 51 anos</p>
<p><b>3. Grau de Escolaridade:</b></p> <p>(a) Ensino superior incompleto            (b) Ensino superior completo            (c) Pós-graduação incompleta            (d) Pós-graduação completa</p>	<p><b>4. Ocupação Principal:</b></p> <p>(a) Funcionário Público            (b) Funcionário de empresa privada            (c) Estudante            (d) Estagiário            (e) Profissional liberal/Autônomo.            (f) Disponível para o mercado de trabalho.</p>
<p><b>5. Rendimento familiar mensal (em média):</b></p> <p>(a) Até R\$1.908,00.            (b) De R\$1.909,00 à R\$2.862,00.            (c) De R\$2.863,00 à R\$3.816,00.            (d) De R\$3.817,00 à R\$4.770,00.            (e) Mais de R\$4.770,00.</p>	<p><b>6. Sexo:</b></p> <p>(a) Feminino            (b) Masculino</p> <hr/> <p><b>7. Residência fixa</b></p> <p>Cidade:            Estado:</p>



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE – UERN  
 CAMPUS AVANÇADO DE NATAL-CURSO DE TURISMO  
 PESQUISADORA: MARIA JANAÍNA FERNANDES

**Instruções:** O conjunto de afirmações a seguir refere-se à sua percepção sobre a qualidade na prestação de serviço da **UERN – CAN, Natal/RN**. Para cada uma das afirmações indique o quanto você acredita que a **UERN – CAN** atinge. Ou seja, caso você assinale o 1, isto quer dizer que você discorda totalmente que a UERN – CAN tenha alcançado esta característica; e caso você assinale 5, isto quer dizer que você concorda totalmente que a UERN- CAN atingiu esta característica. Você pode assinalar qualquer número intermediário que identifique sua percepção ou seu sentimento com relação à afirmação.

<b>LEGENDA:</b>	1	2	3	4	5
☹ - <b>Discordo parcialmente</b> 😐 - <b>Indiferente</b> 😊 - <b>Concordo parcialmente</b>	☹	☹	😊	😊	😊
☹ - <b>Discordo integralmente</b> 😊 - <b>Concordo integralmente</b>					
<b>TANGIBILIDADE</b>					
1. A UERN - CAN têm equipamentos modernos					
2. A UERN - CAN oferece instalações físicas atrativas (biblioteca, laboratórios, estacionamento, assentos, iluminação, banheiros).					
3. Os técnicos administrativos da UERN - CAN têm atenção ao lidar com o público.					
4. As instalações do laboratório, secretarias e biblioteca estão conservadas de acordo com os serviços oferecidos.					
<b>CONFIABILIDADE</b>					
5. Os técnicos administrativos da UERN – CAN prometem e executam os serviços dentro do prazo determinado.					
6. Quando um aluno tem um problema, os professores demonstram um sincero interesse em resolvê-lo.					
7. O comportamento dos professores da UERN – CAN transmite segurança aos alunos.					
8. A UERN - CAN presta o serviço no tempo prometido.					
9. A UERN – CAN mantém seus registros de forma correta (arquivos, dados dos alunos e outros).					
<b>PRESTEZA</b>					
10. Os técnicos administrativos da UERN - CAN estão disponíveis para esclarecer suas dúvidas.					
11. A UERN - CAN oferece um atendimento com presteza					
12. Os técnicos administrativos da UERN - CAN dizem aos alunos exatamente quando o serviço será prestado.					
13. Os professores da UERN - CAN têm disponibilidade em ajudar os seus alunos.					
<b>SEGURANÇA</b>					
14. Você sente-se seguro ao utilizar os serviços oferecidos pela UERN - CAN.					
15. A UERN - CAN está preocupada em oferecer o melhor serviço aos seus alunos					
16. Os professores da UERN - CAN possuem os conhecimentos necessários para responder as suas dúvidas.					
17. Os técnicos administrativos da UERN - CAN são corteses e atenciosos com os alunos					
<b>EMPATIA</b>					
18. A UERN - CAN lhe dá atenção individual					
19. Os professores da UERN – CAN dão atenção personalizada aos seus alunos					
20. Os professores da UERN - CAN sabem quais são as necessidades de seus alunos					
21. Os professores da UERN - CAN visam os interesses de seus alunos como objetivos.					
22. A UERN - CAN têm horário de funcionamento conveniente para seus alunos.					

Perguntas Abertas?

1. Você recomendaria o Curso de Turismo UERN-CAN?

Sim. ( ) Por quê?

Não. ( ) Por quê?

---

---

2. Você está satisfeito ou insatisfeito, com atendimento dispensado por técnicos e professores da UERN-CAN?

3. Como aluno desse sistema de ensino, que sugestões você daria para sua melhoria?

---

---

---

---

Muito obrigado|!