



# XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA  
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual  
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

## A proposed matrix of soft and hard skills for tourism professionals

**Mateus José Alves Pinto<sup>1</sup>**

**Eduardo Henrique Moscardi<sup>2</sup>**

**Brendha Stacy Rangel<sup>3</sup>**

**Marcia Shizue Massukado Nakatani<sup>4</sup>**

### Abstract

With the high layoff rates caused by the COVID-19 impact on the tourism industry, graduates with tourism degrees will be facing a broken and fast-changing labor market. A better connection between employers' required skills and universities' curricula should help the industry's recovery and development. Therefore, this quantitative study aimed to analyze the Brazilian tourism industry's perception of the soft and hard skills required for the education of tourism professionals. The research methods presented two stages. In the planning stage, the authors conducted bibliographic and documental research to build the hypotheses: i) the tourism industry perceives soft skills as more important than hard skills for the education of tourism professionals; ii) there is a statistical difference in the hard skills evaluation between respondents with a tourism degree (completed or in progress) and those who have never studied tourism; iii) there is a statistical difference in the skills evaluation depending on the respondents' work area. The operational stage was the survey applied to tourism organizations in Paraná, a southern state in Brazil. Subsequently, exploratory factor analysis resulted in a skills matrix with five factors (Soft Skills, Tourism Operational Skills – Public Sector, Applied General Knowledge, General Knowledge, and Tourism Operational Skills – Private Sector) and 31 variables. The main results showed that the tourism industry perceived soft skills as more important than hard skills. Moreover, the hard skills factors followed a structure similar to the Brazilian National Curricular Guidelines, and the TOS Public factor ranked second with the highest mean. Even though most of the respondents were from the private sector, the industry legitimizes the national guidelines' focus on public management, not indicating significant changes in the curriculum. Considering inputs from the industry, educators could start developing soft skills in curricula design since the pandemic scenario should bring educators and the industry together to discuss tourism education, either locally at universities or on the national stage.

**Keywords:** tourism education; soft skills; hard skills; industry; Brazil.

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo. Mestrando do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná. <http://lattes.cnpq.br/6046583275329556>. [mateusjose.trilhas@gmail.com](mailto:mateusjose.trilhas@gmail.com).

<sup>2</sup> Bacharel em Turismo. Mestrando do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná. <http://lattes.cnpq.br/5116796047181714>. [moscardi.eduardo@gmail.com](mailto:moscardi.eduardo@gmail.com).

<sup>3</sup> Graduanda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. <http://lattes.cnpq.br/1384820369847582>. [brendhastacy@gmail.com](mailto:brendhastacy@gmail.com).

<sup>4</sup> Doutora em Administração. Docente do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná. <http://lattes.cnpq.br/6733913313106990>. [marcia.nakatani@ufpr.br](mailto:marcia.nakatani@ufpr.br).



# XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA  
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual  
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

## Resumo

Com as altas taxas de desemprego causadas pelo impacto da COVID-19 no mercado turístico, egressos de cursos superiores de turismo enfrentarão um mercado de trabalho quebrado e em constante mudança. Uma melhor conexão entre as habilidades requeridas pelos empregadores e os currículos das universidades poderia auxiliar na recuperação e desenvolvimento do mercado. Portanto, este estudo quantitativo analisou a percepção do mercado turístico brasileiro sobre as *soft* e *hard skills* requeridas para a educação do profissional do turismo. Os métodos de pesquisa apresentaram dois estágios. No estágio de planejamento, os autores conduziram levantamento bibliográfico e documental para construir as hipóteses: i) o mercado turístico percebe *soft skills* como mais importantes do que *hard skills* para a educação do profissional do turismo; ii) existe uma diferença estatística na avaliação das *hard skills* entre respondentes com um curso superior em turismo (completo ou em progresso) e aqueles que nunca estudaram turismo; iii) existe uma diferença estatística na avaliação das habilidades dependendo da área de atuação do respondente. O estágio operacional foi o levantamento com organizações turísticas do Paraná, um estado no sul do Brasil. Posteriormente, uma análise fatorial exploratória resultou em uma matriz de habilidades com cinco fatores (*Soft Skills*, Habilidades Operacionais Turísticas – Setor Público, Conhecimento Geral Aplicado, Conhecimento Geral, Habilidades Operacionais Turísticas – Setor Privado) e 31 variáveis. Os principais resultados demonstraram que o mercado turístico percebe as *soft skills* como mais importantes do que as *hard skills*. Além disso, os fatores das *hard skills* seguiram uma estrutura similar às Diretrizes Curriculares Nacionais brasileiras, e o fator HOT Público foi o segundo com a maior média. Ainda que a maioria dos respondentes fosse do setor privado, o mercado legitima o foco das diretrizes nacionais na gestão pública, não indicando mudanças significativas para os currículos. Considerando as contribuições do mercado, educadores poderiam desenvolver *soft skills* no desenho de currículos, visto que o cenário pandêmico deve aproximar educadores e o mercado para discutirem a educação do turismo, tanto localmente nas universidades, como no cenário nacional.

**Palavras-chave:** educação do turismo; habilidades soft; habilidades hard; mercado; Brasil.