



RTEP  
**REVISTA** ISSN: 2316-1493  
**TURISMO**  
**ESTUDOS & PRÁTICAS**

**O QUE OS TURISTAS QUEREM DE SEU GUIA? UMA VALORAÇÃO  
PELOS TURISTAS QUE VISITAM O ESTADO DO ESPÍRITO  
SANTO**

*WHAT DO TOURISTS WANT FROM THEIR TOUR GUIDE? AN ASSESSMENT BY TOURISTS  
WHO VISIT ESPÍRITO SANTO STATE - BRAZIL*

Fábio Luiz Mação Campos<sup>1</sup>

**RESUMO:** O Guia de turismo é um profissional muito importante na relação do turista com o local visitado, mas raros são os estudos que abordaram de forma sistemática o que os turistas/clientes esperam desse profissional. Assim, com o objetivo de reconhecer quais são as atribuições e atitudes que os turistas mais valorizam no trabalho dos guias, foi conduzida uma pesquisa de campo com aplicação de questionários que identificou, para diferentes grupos de turistas, as preferências em relação ao trabalho dos guias. A pesquisa também identificou as categorias de informação que os turistas mais prezam. Os resultados mostraram quais são os níveis de valorização das diversas tarefas e dos vários tipos de informação prestados pelos Guias para diferentes gêneros, faixas etárias e níveis de escolaridade. Seguem-se a isso algumas análises que fornecem um importante referencial para o planejamento do trabalho dos Guias de Turismo e das agências de viagens sobre os aspectos que devem ser mais observados, especialmente para os profissionais e empresas que trabalham com turismo receptivo.  
**Palavras-chave:** Guia de Turismo; Turismo Receptivo; Técnicas de Guiamento; Informações Turísticas.

**ABSTRACT:** The Tour Guide is a very important professional in the relationship of the tourist with the place visited, but there are few studies that systematically address for what do tourists expect from this professional. Thus, in order to recognize which attributions and attitudes tourists most value in the work of their guides, a survey questionnaire was conducted which identified, for different groups of tourists, the preferences related to the guides' job. The research also identified what categories of information that tourists pay more attention. The

<sup>1</sup> Guia de Turismo, Geógrafo pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Mestre em Engenharia Ambiental pelo Instituto Federal Fluminense (IFF) e Doutorando em Geografia pela UFES. Professor e Pesquisador do Instituto Federal do Espírito Santo (IFES). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9119-6421>. E-mail: [fabiomaca@gmail.com](mailto:fabiomaca@gmail.com)



results show the levels of appreciation of the different tasks and the types of information provided by the guides for different genders, age groups and educational levels. This is followed by some analyzes that provide an important reference for planning the work of tourist guides and travel agencies on the aspects that should be most observed, especially for professionals and companies that work with inbound tourism. **Keywords:** Tour guide; Receptive tourism; Guidance Techniques; Tourist Information.

## INTRODUÇÃO

Antever o que o consumidor deseja e entregá-lo aquilo que se espera de um serviço turístico é o desejo de todo fornecedor comprometido com a qualidade de seu produto. Considerando então o mercado de turismo receptivo, pode-se imaginar o quão interessante e profícuo seria aos guias e às agências de turismo saber que informação e que tipo de serviço é mais apreciado pelos seus clientes. Foi em busca de entregar essa valiosa informação aos pesquisadores e profissionais envolvidos no tema que se desenvolveu este trabalho, que pretende ajudar a compreender quais atividades e informações os Guias de Turismo devem priorizar em seu trabalho.

O Guia de Turismo é o profissional que exerce as atividades de acompanhar, orientar e transmitir informações a pessoas ou grupos em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas (BRASIL, 1993) e suas atribuições são tão amplas quanto a diversidade de atividades que são realizadas durante sua atuação.

De maneira geral, as avaliações de satisfação com o serviço prestado pelo guia realizadas pelas empresas de turismo receptivo são genéricas (Ex.: Avalie seu Guia de Turismo: ótimo/ regular/ ruim), sendo praticamente impossível identificar a partir delas quais são as atribuições, tarefas ou aspectos que os turistas mais valorizam no trabalho de seus guias.

Além disso, diante da grande variedade de situações em que o Guia deve atuar durante a prestação de um serviço, é comum que algumas atitudes precisem ser priorizadas em detrimento de outras. Com isso, surge a dúvida: Entre as tantas funções que o Guia deve exercer, quais os turistas mais valorizam e quais são tidas como assessórias?

O mesmo ocorre com as informações turísticas prestadas acerca de um destino, pois há também uma grande variedade de informações, divididas em diversas categorias. Como o período que um Guia passa com os turistas é limitado, há a necessidade de selecionar os conteúdos e informações que irão ser prestadas nesse tempo, pois toda a gama de conhecimentos de um Guia de turismo sobre o destino certamente não seria apresentada nesse intervalo.

Daí surge a necessidade de selecionar os conteúdos e informações turísticas, pois fornecer todo tipo de informação possível deixaria o guiamento maçante e cansativo. É preciso considerar ainda que existem muitas informações que podem não ser interessantes para a maior parte dos turistas. Aí surge um novo dilema: Que informações prestar? Como selecionar as informações a serem passadas aos turistas durante o guiamento?

Estudos sobre esse tema são raros em nível mundial e praticamente inexistentes nacionalmente. Assim, com a finalidade começar a preencher essa lacuna do conhecimento e compreender melhor essa percepção por parte dos turistas em relação



ao trabalho do Guia de Turismo, buscou-se obter uma valoração para cada uma das tarefas e informações prestadas através da aplicação de questionários e da análise dos resultados encontrados.

Com os resultados apresentados, espera-se fornecer um importante referencial sobre as preferências dos turistas em relação ao trabalho do Guia de turismo. Esses dados e análises servem também para que as agências e os guias de turismo que trabalham com turismo receptivo possam aprimorar seus trabalhos e orientá-los conforme o perfil do grupo a ser atendido, melhorando assim a satisfação de seus clientes em relação ao serviço prestado.

## ESTUDOS SOBRE A ATUAÇÃO DO GUIA DE TURISMO

A importância do Guia de Turismo para o sucesso de uma excursão e para a satisfação do turista é afirmado por muitos autores nacionais e internacionais. Ao analisarem estatisticamente as respostas de estrangeiros que visitaram o Brasil Santos, Vassallo e Rabahy (2009) confirmaram que a atuação dos guias de turismo está entre os aspectos mais relevantes em relação ao valor percebido e a intenção de retorno dos turistas.

A atuação do Guia de Turismo compreende o cumprimento de várias tarefas que devem ser executadas pelo mesmo profissional durante a prestação do atendimento a um turista ou a um grupo. Como afirma Holloway (1981), a função guia é constituída por um certo número de sub-funções.

Essa diversidade vem motivando algumas pesquisas ao redor do mundo a fim de compreender quais são as atividades mais importantes na visão dos turistas e apontar os pontos onde a atuação dos Guias de Turismo demanda um maior zelo e atenção (ex.: Makopo, 2019; Zhang e Chow, 2004; Weiler e Walker, 2014; Arslanturk e Altunoz, 2012; Geva e Goldman, 1991).

No entanto, entre os autores que se dedicaram a publicar sobre a atuação do Guia de Turismo no Brasil é comum a afirmação de que são escassos os estudos relacionados a este profissional, como afirmam Zettermann e Vergara (2017) e Valle (2004). Especificamente sobre questões relacionadas às atribuições dos Guias de Turismo e a importância dada a cada uma delas, não foram encontradas publicações nos principais periódicos do país.

Santos e Tomazini (2020) identificaram apenas 22 pesquisas sobre a atividade profissional do guia de turismo publicadas em periódicos brasileiros. Os estudos encontrados foram distribuídos em 5 eixos, do qual nenhum abordava a percepção de importância por parte dos turistas sobre o trabalho do Guia. Os autores ressaltaram a necessidade de estudos sobre a caracterização do trabalho dos guias de turismo.

A avaliação de suas próprias competências por parte dos guias de turismo já foi alvo de investigação realizada por Abreu (2015) que observou que competências como "investigar e selecionar informações geográficas, históricas, artísticas, recreativas, folclóricas, artesanais, gastronômicas, de transporte e hospedagem no contexto local e regional de cada destino" foram avaliadas como plenamente desenvolvidas por mais de 75% dos guias entrevistados em sua pesquisa. Porém, expectativas dos turistas sobre essas competências continuam sem informação documentada nas publicações brasileiras.

Isso deixa uma lacuna que dificulta muito o apoio científico ao aprimoramento da profissão do guia de turismo, pois além de existirem poucos estudos internacionais sobre o tema, "não existe, atualmente, uma regulamentação, internacionalmente aceita,



para o guia de turismo, cada país tem regulamentação própria e, até mesmo dentro de um país, essa regulamentação possui variações, dependendo nas necessidades locais” (Valle, 2004, p. 46).

Além de não haver padronização da regulamentação da profissão, Leme (2010) notou que a atuação dos guias num mesmo espaço contém subjetividades únicas, que geram experiências peculiares aos turistas. Mostrando assim que há também uma sensível diferença entre a atuação dos Guias não só pelo Brasil, como também dentro de uma mesma cidade. Por isso, um melhor entendimento sobre a importância da atuação de um guia de turismo em seus diversos aspectos, atribuições e competências, deve ser analisado com base na realidade brasileira.

É importante destacar que, como afirmam Chimenti e Tavares (2013, p. 153), “grande parte da qualidade do trabalho do guia de turismo está na qualidade das informações que ele possui e da maneira como as transmite”. Assim, além de identificar as atribuições mais valorizadas pelos turistas, é também oportuno que se avalie as categorias de informação que são mais prestigiadas pelos clientes atendidos.

Arslanturk e Altunoz (2012) realizaram uma interessante pesquisa sobre o nível de satisfação dos turistas com a atuação dos Guias de Turismo, afirmaram que esperam que investigações futuras alarguem o âmbito de seu estudo e contribuam para o setor de uma maneira positiva. Os autores recomendam, por fim, que pesquisas futuras devem se concentrar nos detalhes de competência do guia turismo.

Para Stamboulis e Skayannis (2003), o turismo está passando por mudanças significativas que exigem novas perspectivas e enfrentar os novos desafios e que uma das dimensões dessas mudanças é a criação de novas formas de turismo.

Diante do avanço das tecnologias e do fácil acesso a informações turísticas de toda natureza, algumas das tarefas historicamente atribuídas aos guias de turismo que foram delineadas na era pré-internet, podem ter sua importância reduzida ou até mesmo tornarem-se obsoletas, demandando uma reconfiguração da atuação do Guia de Turismo.

A tendência de compreender e organizar as atividades dos guias de turismo teve um importante marco com a elaboração de Cohen (1985), que identificou as atribuições (tarefas) do Guia dividindo-as em duas esferas: Esfera de Liderança e Esfera de Mediação.

Na esfera de liderança foram elencadas tarefas em dois componentes: um instrumental e um social que envolvem, respectivamente, as atividades ligadas ao guiamento e à promoção da interação e animação do grupo.

Na esfera de mediação, as tarefas são dispostas em um componente interacional, que diz respeito à promoção de interação entre o grupo e a população local, e um componente de comunicação, que envolve a apresentação dos pontos de interesse turístico, fornecendo as informações e a interpretação do local visitado. O autor destaca que o componente da comunicação é frequentemente considerado o principal componente do papel do guia.

Essas diferentes funções levaram vários sistemas de turismo à criação de diferentes categorias de guias. Na linguagem internacional uma diferença claramente observada é a diferenciação entre o *Tour Leader* e o *Tour Guide*. O que no Brasil podem ser classificados respectivamente como Guias de excursão (nacional e internacional) e como Guia Regional ou Guia de Receptivo.

As funções do guia de excursão e do guia receptivo não são concorrentes, mas complementares. Contudo, cabe à ambos terem conhecimento suficiente para executar



tanto as tarefas de caráter instrumental – aplicando as técnicas de guiamento turístico – como tarefas ligadas à transmissão de informações.

A fim de compreender como os turistas avaliam a importância dos vários atributos relativos a uma viagem em seus mais diferentes aspectos, Geva e Goldman (1991) ranquearam 15 desses aspectos. Essa avaliação mostrou que os dois itens da pesquisa relativos à atuação do Guia de Turismo (*guide's expertise e guide's conduct*) foram avaliados como sendo os fatores de maior importância entre os itens pesquisados.

Uma iniciativa mais especificamente relacionada com a atuação de Guias de turismo foi realizada por Zhang e Chow (2004). Os autores avaliaram os 20 diferentes atributos relativos aos guias que atuam em Hong Kong aplicando questionários onde os turistas avaliaram tanto a importância como a atuação do guia em relação a cada atributo.

Apesar da metodologia utilizada no estudo e da diversidade de conclusões possíveis a partir do estudo, as diferenças existentes na regulamentação da profissão, nas funções dos guias e nas questões culturais, tornam difícil a assimilação dos resultados obtidos para as preferências dos turistas que visitam diversos locais do Brasil.

## METODOLOGIA E DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

A metodologia para realização da pesquisa e análise dos resultados foi inspirada e adaptada nos procedimentos utilizados para coleta e análise dos dados por Zhang e Chow (2004) e Makopo (2019). Ambas, concentraram-se em elaborar e aplicar questionários utilizando a Escala Likert, para captação da percepção do público alvo (turistas) em relação ao trabalho dos guias de turismo. Makopo (2019), ao publicar seu estudo afirmou que havia um grau considerável de confiança na metodologia e que as construções do questionário deste tipo eram estáveis e recomendadas para este tipo de pesquisa.

## CONSTRUÇÃO DO QUESTIONÁRIO

O questionário aplicado foi dividido em 3 partes. A primeira parte destinou-se à captação de informações sobre o perfil do entrevistado, possibilitando separar o conjunto de entrevistas por gênero, faixa etária e escolaridade. A segunda parte captou as percepções dos turistas sobre a importância de cada um dos grupos de tarefas a serem executadas pelos guias. Na terceira parte perguntou-se sobre a importância dada às diversas categorias de informação usualmente transmitidas pelos Guias.

Na segunda e terceira partes, as questões consistiram na atribuição de uma nota, por parte do turista, que variava entre 1 a 5, conforme a metodologia preconizada pela escala Likert. A escala significava o grau de importância para cada grupo de funções que o Guia deve desempenhar durante a prestação de seu serviço e eram assim descritos para os turistas: 1 = sem importância; 2 = pouca importância, 3 = neutro; 4 = importante; 5 = muito importante.

Para elaboração das questões, buscou-se na literatura um agrupamento das principais atividades de um guia de turismo. Para isso, partiu-se das grandes áreas de competência elencadas na Classificação Brasileira de Ocupações (MTE, 2010) e criou-se grupos de atividades correlatas cujas importâncias deverão ser avaliadas pelos turistas.



Quadro 1  
Grupos de atividades do Guia de Turismo segundo a CBO.

Ordem	Grande Área de Competência
A	Executar roteiro turístico
B	Transmitir informações
C	Atender passageiros (pax)
D	Organizar atividades do dia
E	Realizar tarefas burocráticas
F	Desenvolver itinerários e roteiros de visitas
Y	Comunicar-se

Fonte: Classificação Brasileira de Ocupações – CBO (online) (MTE, 2010).

Os agrupamentos das funções deram origem às questões do questionário, que foi elaborado com base em outras pesquisas da mesma natureza e com a colaboração de profissionais da área do turismo, especialmente guias e proprietários de agências de turismo receptivo.

Considerando que uma das principais atribuições dos Guias de Turismo (especialmente aqueles que trabalham com turismo receptivo) é transmitir informações sobre o local, foram adicionadas as perguntas que compuseram a terceira parte da pesquisa. Essas questões eram referentes ao tipo de informação que se espera que os Guias transmitam aos turistas, onde os entrevistados manifestaram seu interesse por cada um dos tipos de informação elencados. As categorias de informação foram baseadas e organizadas no conteúdo sugerido por Chimenti e Tavares (2013), além da própria experiência dos guias de turismo e proprietários de agência consultados.

O questionário foi aplicado em dois diferentes grupos de turistas: Grupo 1) Turistas que adquiriram passeios turísticos com a presença de Guias de turismo; e Grupo 2) Turistas que não estavam utilizando serviços de guiamento. Essa divisão em grupos visou captar as diferenças entre os turistas que contratam ou não passeios turísticos guiados no destino visitado.

## CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA E APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

O tamanho mínimo da amostra foi definido de acordo com a ferramenta disponibilizada por Santos (2016) a partir de um nível de confiança de 90% e uma margem de erro aceitável de 7%. Com isso, estipulou-se um mínimo de 139 questionários. O total de questionários aplicados foi de 164, sendo a maioria (106) aplicada a turistas que faziam seus passeios acompanhados de guias de turismo e o restante (58) para turistas que foram abordados nos pontos turísticos, fazendo seus passeios por conta própria.

Como a pesquisa foi desenvolvida no Estado do Espírito Santo, a aplicação dos questionários foi realizada nos pontos turísticos das cidades de Vitória e Vila Velha, onde podem ser encontrados turistas que estão hospedados em todos os municípios da Grande Vitória e algumas cidades próximas. Os municípios da Grande Vitória (figura 1) são os principais destinos turísticos do Estado, tanto em volume e como em importância.

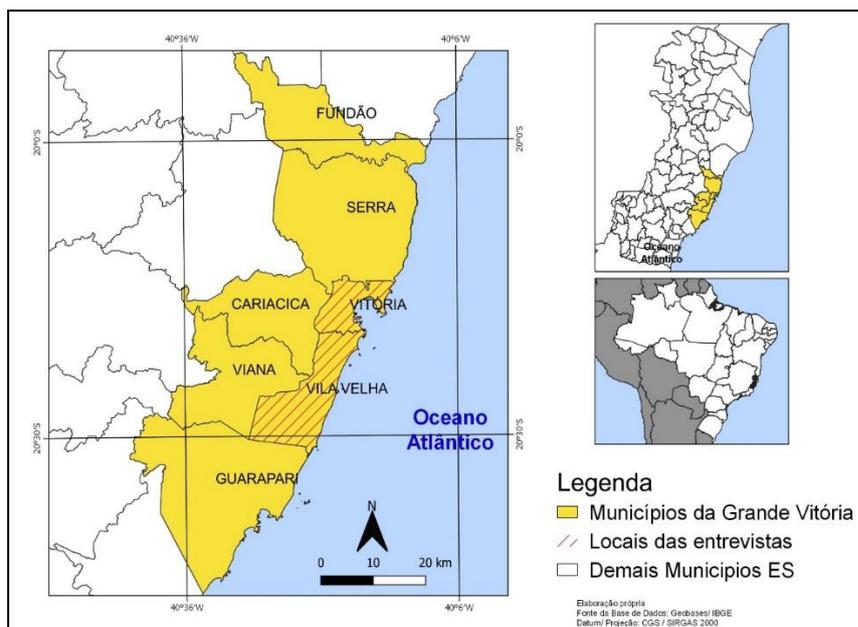


Figura 1: Mapa de Localização demonstrando o local das entrevistas e os municípios da Grande Vitória – ES. Fonte: Elaboração própria.

Os entrevistados que participariam da pesquisa foram selecionados aleatoriamente, buscando-se aproximar o perfil da amostra ao perfil geral do turista que visita o Espírito Santo, que foi identificado nas pesquisas de demanda e fluxo turístico oficiais. O intuito dessa aproximação é que as avaliações gerais não fossem afetadas mais por um perfil que por outro, representando o perfil geral do turista.

Como forma de verificar o perfil do turista que visita Espírito Santo foram obtidos os dados das duas pesquisas publicadas pela Secretaria de Estado de Turismo do Espírito Santo (SETUR-ES) com datas anteriores à coleta dos questionários.

Dos perfis comparados, o primeiro diz respeito à pesquisa de Demanda Turística da temporada de verão de 2017 (SETUR-ES, 2017) e pode ser observada na figura 2.

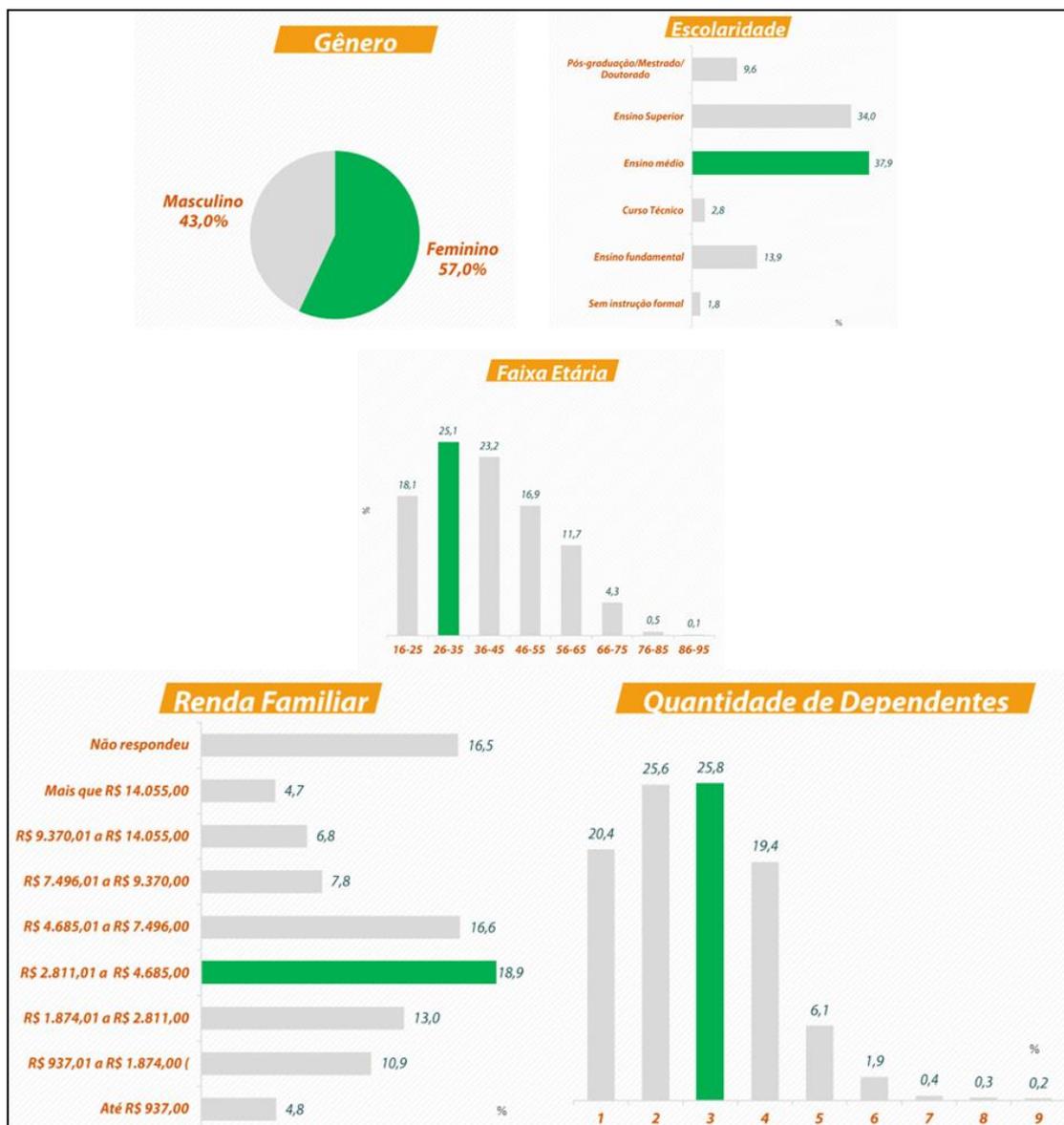


Figura 2: Perfil da amostra coletada pela Pesquisa de Demanda Turística da temporada de verão de 2017. Fonte: SETUR-ES (2017).

A segunda pesquisa refere-se ao levantamento do perfil do turista através do sinal de telefonia móvel (SETUR-ES, 2018), onde o perfil dos turistas é inferido com base nos dados possuídos pela operadora contratada. Neste caso a amostra busca simular o número total de turistas que visitam o local através de técnicas matemáticas/estatísticas e não há abordagem dos turistas. Os dados deste levantamento, realizado para o mês de outubro de 2017 podem ser observados na figura 3.

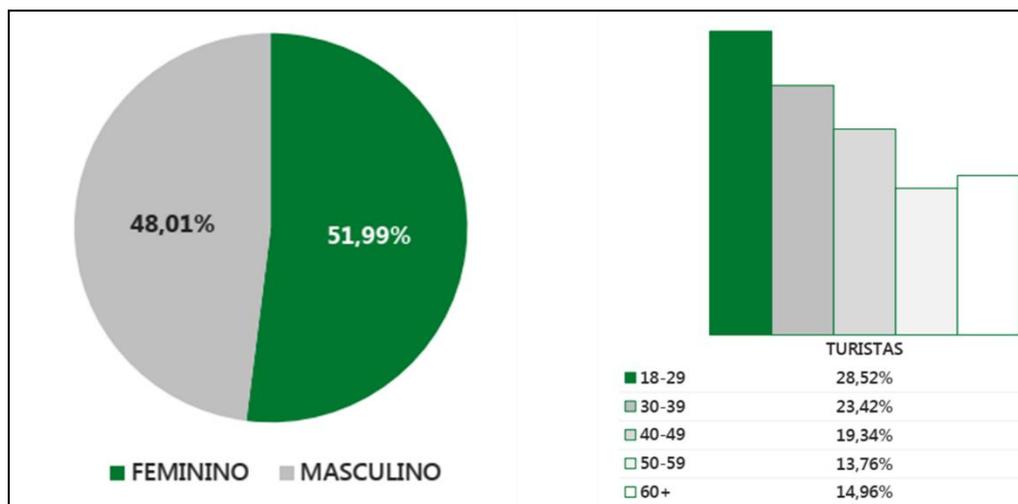


Figura 3: Perfil do turista que visita o Espírito Santo, referente a Outubro de 2017  
Fonte: SETUR-ES (2018).

O perfil do turista fornecido pelas pesquisas oficiais e o perfil da amostra deste trabalho (tabela 1) foi bastante similar, mostrando que a diversidade da amostra é representativa para uma análise dos dados e extrapolação para a população em geral.

Tabela 1  
Perfil da amostra coletada para realização do estudo

Gênero	Sem Guia	Com Guia
Masculino	41%	32%
Feminino	59%	68%
Faixa Etária	Sem Guia	Com Guia
18 a 25	21%	8%
26 a 40	33%	30%
41 a 60	29%	47%
61 ou mais	17%	14%
Escolaridade	Sem Guia	Com Guia
Fundamental	0%	7%
Médio	41%	28%
Superior	59%	65%

Fonte: Dados da pesquisa.

A aplicação dos questionários foi realizada entre os meses de dezembro de 2017 e maio de 2018, abrangendo períodos de alta e de baixa temporada e contou com a participação de 3 pesquisadores de campo e a intermediação de guias de turismo profissionais e agências de receptivo para ter acesso aos turistas que realizavam passeios guiados.

Para a parte da amostra que não havia contratado passeios guiados, os turistas foram abordados em alguns dos principais pontos turísticos dos municípios onde a pesquisa foi realizada.



## TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados colhidos pelos questionários foram organizados numa planilha eletrônica e tabulados através do recurso de elaboração de tabelas dinâmicas, levando em consideração os grupos de perfil identificados por escolaridade, faixa etária e gênero. Assim, foram construídas tabelas que explicitavam as preferências declaradas pelos turistas de maneira geral e também de acordo com os perfis dos entrevistados.

Por fim, procedeu-se a análise dos resultados e uma discussão acerca do seu significado, demonstrando as aplicações práticas a partir das conclusões possíveis. Isso resultou em recomendações que podem ser utilizadas para fins de formulação e organização de cursos de formação de guia de turismo e para o aprimoramento da atuação das agências de receptivo e guias de turismo regionais.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### IMPORTÂNCIA DAS TAREFAS DESEMPENHADAS PELOS GUIAS DE TURISMO

Como citado anteriormente, a avaliação de importância foi realizada usando uma escala que variava entre 1 a 5 (1 = sem importância; 2 = pouca importância, 3 = neutro; 4 = importante; 5 = muito importante). As perguntas relativas às tarefas do guia de turismo, como constante do questionário, são destacadas abaixo:

- **Realizar as tarefas Burocráticas** (ex.: confirmar reservas, recolher vouchers, entregar entradas/ ingressos, confirmar horários de voos).
- **Habilidade de Comunicação** (ex.: falar com clareza e em ritmo adequado, ser objetivo e não deixar dúvidas sobre as informações prestadas).
- **Orientar antecipadamente sobre o próximo itinerário** (ex.: O que vestir, o que haverá para fazer, qual a previsão do tempo, gastos que serão necessários).
- **Transmitir informações sobre o local visitado** (ex.: falar sobre aspectos culturais, históricos, geográficos, curiosidades, etc.).
- **Auxiliar em situações de viagem** (ex.: check-in, embarque e desembarque de ônibus/ van, providenciar mesas em restaurante).
- **Divulgar passeios e atrativos turísticos disponíveis para serem realizados** (além dos que estejam inclusos no roteiro contratado).
- **Garantir que o passeio seja alegre e agradável** (ex.: incentivar a interação entre as pessoas do grupo, realizar brincadeiras, contar histórias engraçadas e piadas).

A porcentagem de respostas para cada um dos itens, foi contabilizada separadamente para os entrevistados com e sem guia de turismo acompanhante e pode ser observada na tabela 2.

Tabela 2

Notas atribuídas pelos turistas a cada um dos grupos de atribuições / tarefas prestadas pelos guias de turismo (em porcentagem de respostas)

	Buro-cráticas		Comu-nicação		Prox. Itinerário		Transm. Informações		Aux. Sit. Viagem		Divulg. Passeios		Gar. Pass. Alegre	
	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia
1	9%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	1%	3%	0%	3%	0%
2	2%	0%	0%	0%	2%	1%	2%	0%	7%	2%	7%	3%	3%	2%
3	12%	4%	3%	2%	16%	12%	7%	2%	24%	17%	24%	10%	26%	12%
4	34%	14%	17%	14%	34%	25%	25%	19%	40%	36%	28%	44%	29%	27%
5	43%	81%	79%	84%	48%	60%	67%	79%	26%	44%	38%	42%	38%	58%

Fonte: Dados da pesquisa.

As respostas “muito importante” foram as mais frequentes na maioria dos quesitos avaliados, o que mostra que todas as tarefas são valorizadas pelos turistas. Porém, pode-se perceber algumas diferenças entre as preferências dos turistas que realizavam seus passeios com e sem Guias de Turismo.

A diferença mais evidente é que os turistas que viajam com guia dão mais valor às tarefas que os que viajam sem Guia em todos os quesitos. As maiores discrepâncias entre os dois grupos de turistas foram verificadas nos itens relativos à “realização de tarefas burocráticas”, “auxílio em situações de viagem” e “garantir que o passeio seja alegre e agradável”, respectivamente.

Isso pode mostrar que, essas não são tarefas importantes para atrair o público que não costuma fazer seus passeios com guia, que dão mais valor a outras questões. Entretanto, há de se considerar que o público mais habituado a realizar seus passeios com Guia dá importância considerável às tarefas. Esses dados sugerem que dois tipos de produtos distintos podem ser oferecidos para que ambos os públicos sejam atraídos.

Para os turistas que viajavam com guias de turismo apenas as tarefas relativas à divulgação de outras opções de passeios não tiveram a opção 5 (muito importante) como a mais frequente. Nesse grupo de turistas destaca-se também que a importância dada às tarefas do item realização de tarefas burocráticas foi muito superior à importância considerada pelos turistas que viajavam sem guia.

No grupo de turistas entrevistados que viajavam sem guia a resposta “muito importante” foi bem menos frequente. Os únicos itens que tiveram essa classificação por mais de 50% dos turistas foram “Habilidades de Comunicação” e “Transmitir informações”. Isso indica que essas tarefas/habilidades devem ser priorizadas quando deseja-se induzir a utilização dos guias de turismo por pessoas que normalmente não contratam esse serviço. Vale ainda destacar que esses foram os dois itens que o grupo de turistas que viajava com guia também deu maior importância.

## TIPOS DE INFORMAÇÃO MAIS VALORIZADAS

O questionário aplicado também indagava sobre o grau de importância que os turistas atribuem aos diversos tipos de informação que um Guia de Turismo pode fornecer ao longo de um passeio. A escala de avaliação de importância foi similar ao das questões anteriores, variando de 1 (sem importância) a 5 (muito importante).

As categorias/tipos de informação foram assim classificadas:

- **Históricas** (ex.: como e quando a cidade surgiu, fundadores, primeiros habitantes)
- **Culturais** (ex.: danças, músicas, festas, religiosidade, culinária, arquitetura)
- **Geográficas** (ex.: nomes e limites de municípios, população, crescimento da cidade)
- **Aspectos Naturais** (ex.: geologia, clima, relevo, vegetação)
- **Curiosidades locais** (ex.: lendas, histórias antigas, aspectos curiosos em geral)
- **Comércio** (ex.: artesanato, mercados, restaurantes, lojas, localização, horários)

Pode-se observar que as informações “Históricas”, “Culturais” e as “Curiosidades” são as categorias mais valorizadas pelos turistas, seguidas das informações sobre o “Comércio”. Todos esses itens foram avaliados como “muito importante” por mais da metade dos turistas (Tabela 3).

Os aspectos “Geográficos” e “Naturais” do local visitado, embora também tenham sido avaliados como “importante” ou “muito importante” por grande parte dos turistas, tiveram seu grau de importância médio consideravelmente menor que os demais.

Cabe destacar também que os turistas que faziam seus passeios sem guia avaliaram como “muito importante” as informações “culturais” e as “curiosidades” com maior frequência, em comparação com os que tinham contratado um passeio guiado, demonstrando mais um ponto que pode ser melhor explorado para atrair esse público pelas agências de receptivo

Tabela 3  
Notas atribuídas pelos turistas a cada um dos tipos de informação prestadas pelos guias de turismo

	Históricas		Culturais		Geográficas		Naturais		Curiosidades		Comércio	
	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia	Sem Guia	Com Guia
1	2%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	1%	2%	0%	0%	0%
2	4%	0%	2%	3%	4%	2%	11%	2%	7%	2%	4%	1%
3	7%	10%	5%	8%	39%	23%	37%	17%	4%	7%	9%	9%
4	23%	20%	21%	28%	30%	30%	21%	41%	11%	26%	37%	27%
5	65%	70%	72%	61%	28%	45%	28%	40%	77%	65%	51%	62%

Fonte: Dados da pesquisa.

## PREFERÊNCIAS POR PERFIL DO TURISTA

Analisou-se também se haviam tendências diferenciadas acerca da importância dada às tarefas e às informações prestadas pelos Guias de Turismo, segundo as diferenças no perfil do turista avaliado: Faixa Etária, Escolaridade e Gênero.

As diferenças de preferência por gênero foram relativamente pequenas, não podendo ser usadas para observar nenhuma tendência significativa, ou seja, os graus de importância atribuídos por homens e mulheres tanto às tarefas quanto às informações prestadas pelos Guias é bastante similar, os resultados por gênero podem ser verificados na tabela 4.

Tabela 4

Notas médias atribuídas pelo público feminino e masculino a cada quesito avaliado na pesquisa

Quesito avaliado	Média Feminino	Média Masculino	Média Geral	Diferença (Feminino - Masculino)
Tarefas				
Burocráticas	3,94	4,13	4,02	-0,18
Comunicação	4,76	4,75	4,76	0,01
Prox. Itinerário	4,32	4,25	4,29	0,07
Transm. Informações	4,48	4,67	4,56	-0,18
Aux. Sit. Viagem	3,68	3,92	3,78	-0,24
Divulg. Passeios	3,94	3,83	3,9	0,11
Gar. Pas. Alegre	3,88	4,04	3,95	-0,16
Informações				
Históricas	4,48	4,42	4,46	0,07
Culturais	4,61	4,67	4,63	-0,06
Geográficas	3,79	3,88	3,82	-0,09
Naturais	3,45	3,79	3,6	-0,34
Curiosidades	4,48	4,63	4,54	-0,14
Comércio	4,39	4,29	4,35	0,1

Fonte: Dados da pesquisa.

A classificação das avaliações por faixa etária (tabela 5) mostrou que, como tendência geral, turistas mais velhos (a partir dos 40 anos) dão mais importância às tarefas que os mais jovens (de 18 até 39 anos).

Em alguns dos quesitos avaliados, essa tendência de valorização com o aumento da idade pôde ser observada de forma mais clara. Como exemplo podemos destacar a “execução de tarefas burocráticas”, o “auxílio em situações de viagem” e “tornar o passeio alegre e agradável”, que parecem ser mais valorizadas à medida que a idade do turista avança.

Na contramão dessa valorização, apenas a divulgação de passeios e atrativos não inclusos no pacote pareceu ser mais atrativo aos turistas mais jovens.

A análise do interesse dos turistas pelas informações prestadas pelo Guia ao longo de um passeio mostrou que a importância dada a elas, na média, também é maior para os turistas acima dos 40 anos.

Um destaque que se pode observar, no entanto, é que grupo de 18 a 25 anos teve médias de interesse bem abaixo dos demais na maioria dos itens relativos às tarefas realizadas pelos Guias de Turismo.

Já no caso das informações, o grupo que mais reduziu a média de interesse da amostra foi o da faixa dos 26 aos 40 anos.

Tabela 5

Notas médias atribuídas a cada quesito avaliado na pesquisa por faixa etária dos entrevistados

Quesito Avaliado	Médias das avaliações				Média Geral	Desvio da média do grupo em relação à média geral			
	18 a 25	26 a 40	41 a 60	> 60		18 a 25	26 a 40	41 a 60	> 60
<b>Tarefas</b>									
Burocráticas	3,33	4	4,12	4,7	4,02	-0,68	-0,02	0,1	0,68
Comunicação	4,58	4,74	4,82	4,9	4,76	-0,18	-0,02	0,06	0,14
Prox. Itinerário	4,08	4,26	4,41	4,4	4,29	-0,21	-0,03	0,12	0,11
Transm. Informações	4,75	4,5	4,41	4,7	4,56	0,19	-0,06	-0,15	0,14
Aux. Sit. Viagem	3,58	3,53	4	4,1	3,78	-0,19	-0,25	0,22	0,32
Divulg. Passeios	4,08	4,05	3,82	3,5	3,9	0,19	0,16	-0,07	-0,4
Gar. Pas. Alegre	3,33	4	4,12	4,3	3,95	-0,61	0,05	0,17	0,35
<b>Informações</b>									
Históricas	4,5	4,47	4,31	4,6	4,46	0,04	0,02	-0,14	0,14
Culturais	4,67	4,32	4,81	4,9	4,63	0,04	-0,32	0,18	0,27
Geográficas	3,83	3,32	4,06	4,4	3,82	0,01	-0,51	0,24	0,58
Naturais	3,67	3	3,75	4,4	3,6	0,07	-0,6	0,15	0,8
Curiosidades	4,42	4,53	4,69	4,5	4,54	-0,13	-0,02	0,14	-0,04
Comércio	4,5	4,11	4,38	4,6	4,35	0,15	-0,25	0,02	0,25

Fonte: Dados da pesquisa.

As preferências por nível de escolaridade também foram tabuladas (tabela 6). Essa separação dos resultados não mostrou diferença significativa entre os três níveis no que diz respeito ao interesse pelas tarefas desempenhadas pelos Guias de Turismo, ou seja, aparentemente a escolaridade não tem uma influência significativa na importância dada às tarefas executadas.

Embora possa ser percebida uma elevação dos turistas com ensino fundamental em relação à média geral nos itens relativos à “orientação de itinerário”, “auxílio em situações de viagem” e “tornar o passeio alegre”, isso pode não representar de forma consistente a realidade, pois o número de entrevistas com turistas desse nível de escolaridade foi relativamente pequeno.

No que concerne às informações prestadas pelos guias de turismo, entretanto, pode-se observar uma leve tendência de que a importância dada pelos turistas com nível superior seja maior.

Tabela 6  
Notas médias atribuídas a cada quesito avaliado na pesquisa por grau de escolaridade dos entrevistados

Quesito Avaliado	Médias das avaliações				Desvio da média do grupo em relação à média geral		
	Funda- mental	Médio	Superior	Média Geral	Funda- mental	Médio	Superior
Tarefas							
Burocráticas	4,71	4,79	4,72	4,75	-0,03	0,05	-0,02
Comunicação	4,86	4,72	4,85	4,82	0,04	-0,1	0,03
Prox. Itinerário	4,57	4,38	4,43	4,43	0,14	-0,05	-0,01
Transm. Informações	4,71	4,79	4,76	4,77	-0,06	0,02	-0,01
Aux. Sit. Viagem	4,57	4,17	4,19	4,21	0,36	-0,04	-0,02
Divulg. Passeios	4,29	4,34	4,22	4,26	0,02	0,08	-0,04
Gar. Pas. Alegre	5	4,41	4,35	4,42	0,58	-0,01	-0,07
Informações							
Históricas	4,5	4,47	4,31	4,46	0,04	0,02	-0,14
Culturais	4,67	4,32	4,81	4,63	0,04	-0,32	0,18
Geográficas	3,83	3,32	4,06	3,82	0,01	-0,51	0,24
Naturais	3,67	3	3,75	3,6	0,07	-0,6	0,15
Curiosidades	4,42	4,53	4,69	4,54	-0,13	-0,02	0,14
Comércio	4,5	4,11	4,38	4,35	0,15	-0,25	0,02

Fonte: Dados da pesquisa.

## CONCLUSÕES

Embora a pesquisa faça distinção entre as várias funções e informações prestadas pelo guia de turismo, é importante lembrar que um bom profissional neste ramo de atividade deve estar preparado para exercer, a qualquer tempo, todas as tarefas listadas e fornecer qualquer categoria de informação. Isso é corroborado pela pesquisa ao mostrar que as respostas “importante” e “muito importante” foram as mais frequentes em praticamente todos os quesitos e grupos avaliados.

No entanto, as informações e resultados trazidos pela pesquisa podem ajudar os guias de turismo autônomos e as agências que atuam com turismo receptivo a moldarem seus trabalhos conforme o grupo a ser atendido, priorizando alguns tipos de informação e algumas técnicas de guiamento conforme o perfil do grupo a ser atendido.

A criação de passeios e itinerários mais customizados por perfil de turista também pode ser uma alternativa interessante para as agências de receptivo pois, além de ter maior potencial de agradar seu público, pode ser um diferencial na atração de turistas que normalmente não contratam passeios no local de destino.

Cabe ressaltar que a “habilidade de comunicação” e a “prestação de informações” foram avaliadas praticamente como essenciais por todos os perfis de turistas, sendo aspectos que devem ser priorizados na formação dos profissionais, tanto das escolas que



oferecem o curso técnico em Guia de Turismo quanto nas capacitações oferecidas por empresas e órgãos estatais.

Percebeu-se que os turistas que viajam ou fazem seus passeios acompanhados de guias de turismo, tendem a valorizar mais o trabalho do Guia e estarem mais interessados em informações. Isso pode representar possivelmente uma das causas da contratação ou não dos passeios e dos serviços, não sendo um resultado que mereça maior análise.

Novas estratégias e opções de passeios podem ser oferecidos para que os turistas que não tem o hábito de contratar passeios com guia passem a considerar essa opção. Acredita-se que as preferências aqui relatadas, em especial em relação aos turistas que faziam seus passeios por conta própria, podem fornecer pistas valiosas para aumentar a taxa de contratação de guias de turismo e passeios guiados em diversos destinos turísticos.

A pesquisa foi realizada na região da Grande Vitória, Estado do Espírito Santo (Brasil), onde o perfil típico de turistas é pouco segmentado e não há preferências significativas por segmentos mais específicos como o ecoturismo, o turismo religioso ou turismo de aventura, por exemplo. Considerado isso, a pesquisa pode apresentar resultados diferentes se replicada em locais onde algum segmento turístico seja mais preponderante.

É aconselhável, inclusive, que mais pesquisas como essa possam ser aplicadas em outros locais e com em grupos de turistas com perfis diferentes, para que o conhecimento sobre as preferências dos turistas seja ampliado e comparado com a os resultados aqui mostrados. Isso possibilitaria que as conclusões deste tipo de levantamento possam ser aplicadas com mais propriedade em qualquer destino turístico.

## REFERÊNCIAS

Abreu, C. V. (2015). O desenvolvimento de competências na formação de guias de turismo a partir da percepção de profissionais formados no Rio Grande do Sul. *Revista Turismo - Estudos e Práticas*, 4(1), 6-27.

Arslanturk, Y.; Altunoz, O. (2012). Practice - tips: efficiency and quality perceptive tour guides. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 62, 832-836.

BRASIL. (1993). Lei n. 8.623, de 28 de janeiro de 1993. Dispõe sobre a profissão de Guia de Turismo e dá outras providências. Brasília, DF, Brasil. Recuperado em 01 mar. 2018, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8623.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8623.htm).

Chimenti, S.; Tavares, A. de M. (2013). *Guia de Turismo: o profissional e a profissão*. 4. ed. São Paulo: Senac.

Coelho, M. de F. (2015). O que Atrai o Turista? *Revista Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade - Dossiê - Competitividade das Destinações Turísticas* 7(4) 489-505, outubro.

Cohen, E. (1985). The tourist guide: the origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*. v.12, n1, p. 5-29.



Geva, A.; Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*. v. 18. p. 177-185.

Holloway, J. C. (1981) *The Guided Tour: A Sociological Approach*. *Annals of Tourism Research*. v.8, n.3, p. 377-402.

Leme, F. B. M. (2010). Guias de turismo de Salvador – Olhares sobre a profissão e reflexões sobre o papel do guia como sujeito na cidade. *Cultur – Revista de Cultura e Turismo, Ilhéus (BA)*, v. 4, n. 2, p. 19-3.

Makopo, B. M. (2019) Determining the roles of tourist guides which directly affect secondary teachers' satisfaction: A case of Maropeng and the Sterkfontein caves, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Volume 8 (3).

MTE – Ministério do Trabalho e Emprego. (2010). *Classificação brasileira de ocupações: CBO - 2010 (3ª ed. v. 1)*. Brasília, DF: MTE, SPPE.

Weiler, B. E Walker, K. (2014) Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. v. 21, p. 90-99.

Santos, G E. de O. (2016). Cálculo amostral: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 10 Nov. 2016.

Santos, G. E. de O.; Vassallo, M. D.; Rabahy, W. A. (2009). Determinantes do valor percebido e da intenção de retorno no turismo receptor brasileiro. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 3, n. 3, p. 34-56, dez.

Santos, B. P. G. & Tomazzoni, E. L. (2020). O reconhecimento do guia de turismo e as pesquisas sobre essa atividade profissional nas revistas científicas brasileiras. *Revista Turismo em Análise - RTA | ECA-USP*, v. 31, n. 1, p. 77-95.

SETUR – Secretaria De Estado de Turismo. (2017) *Relatório da Pesquisa de Demanda Turística Verão 2017*. Disponível em: <[https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Pesquisas/Temporada%20de%20Verao/Pesquisa\\_de\\_Demanda\\_Turistica\\_da\\_Temporada\\_de\\_Verao\\_2017.pdf](https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Pesquisas/Temporada%20de%20Verao/Pesquisa_de_Demanda_Turistica_da_Temporada_de_Verao_2017.pdf)>.

SETUR – Secretaria De Estado de Turismo. (2018) *Relatório da Pesquisa de Fluxo Turístico Por Big Data – Temporada de Outubro de 2017*. Disponível em: <[https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Pesquisas/Telefonia%20M%C3%B3vel/Vit%C3%B3ria\\_OUT17.pdf](https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Pesquisas/Telefonia%20M%C3%B3vel/Vit%C3%B3ria_OUT17.pdf)>.

Stamboulis, Y.; Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, vol. 24 p. 35–43.

Valle, I. A. (2004). *A profissão de guia de turismo: conhecendo o passado e o presente para projetar o futuro*. Dissertação de mestrado, Universidade Estadual de Santa Cruz/Universidade Federal da Bahia, Ilhéus, BA, Brasil.



Pazini, R.; Braga, D. C.; Gândara, J. M. G. (2017). A importância do guia de turismo na experiência turística: da teoria à prática das agências de receptivo de Curitiba-PR. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 162-182, ago.

Zettermann, G. D.; Vergara, L. G. L. (2017). O guia de turismo: uma abordagem legal sobre uma profissão no Brasil. Revista turismo - visão e ação - eletrônica, vol. 19 - n. 1 - jan.- abr.

Zhang, H. Q.; Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. Tourism Management, v. 25, p. 81-91.

## AGRADECIMENTOS

Agradecimentos ao Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes) pelo financiamento da pesquisa. Às pesquisadoras de campo e alunas curso de Guia de Turismo Bianca Boone Silva e Hanna Kerolyn Reis Da Silva. Às empresas Capixaba Turismo Receptivo e Expert Turismo Receptivo pela grande ajuda ao permitir acesso aos turistas que foram entrevistados. À todas e todos os Guias de Turismo que nos permitiram contatar os turistas. Ao colega Guia Wagner Daltio pela revisão do texto e sugestões.