



Observa  Lab

PESQUISA EM EVENTOS

Como podemos gerenciar
algo que **não conhecemos**
em profundidade?

Impactos do setor de eventos

Core Business

186,8 mil

empregos formais em 2025

Variação de **5,6%**, o que corresponde a **9 mil** novas vagas diretas comparado a Outubro/24.

Hub setorial

4,305 milhões

de empregos.

Crescimento de **1,1%** comparado ao ano passado e em números **+ 45,2 mil postos de trabalho diretos** no segmento como um todo;

Consumo no setor de eventos alcance **R\$ 141,1 bilhões em 2025.**

Aumento de **8,4% em relação a 2024.**

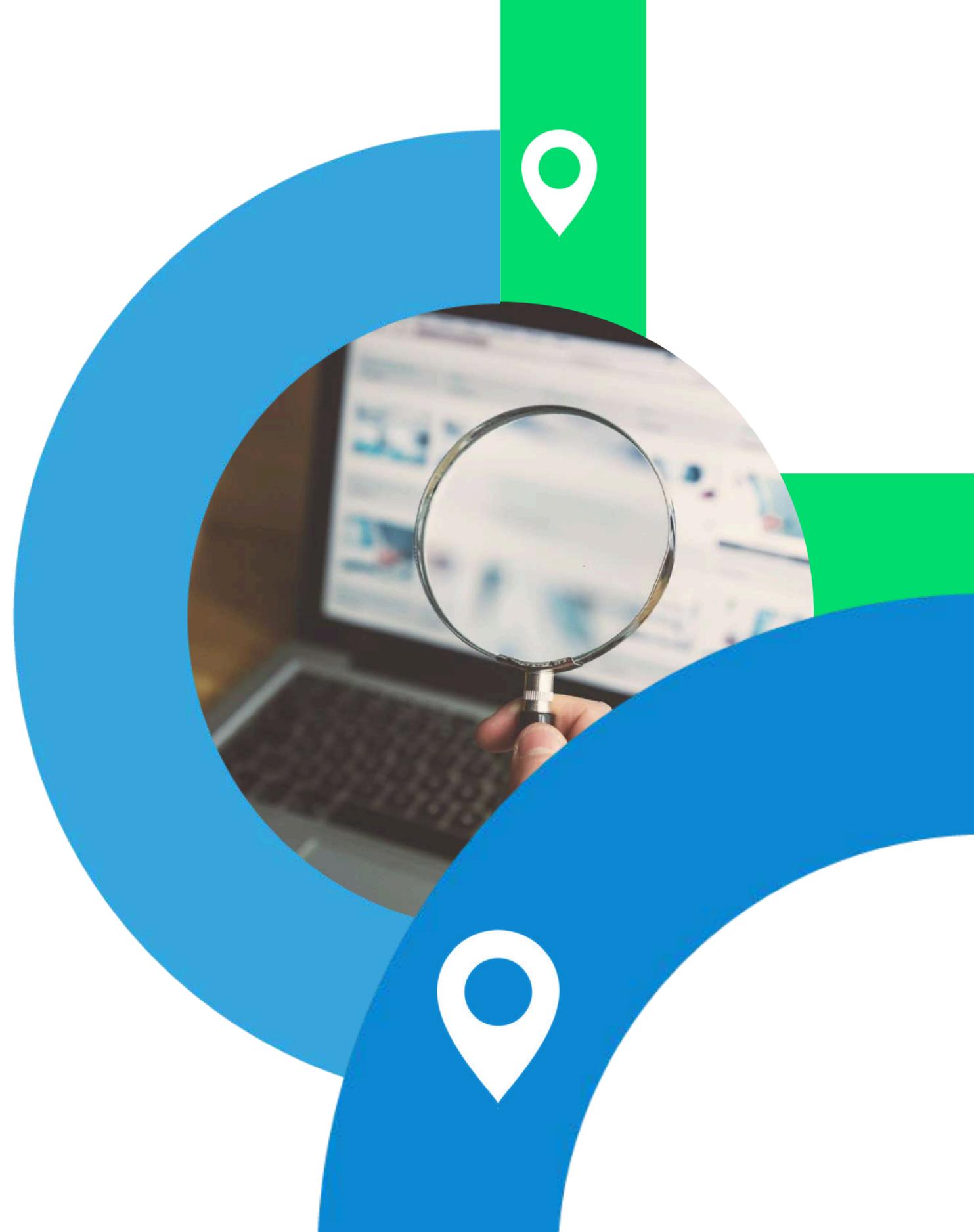
Objetivo

Demonstrar a importância da pesquisa em eventos na tomada de decisões estratégicas e eficazes na gestão pública do turismo, abordando as etapas essenciais para a sua realização.



Por que a pesquisa é fundamental para o turismo?

- Base para a **tomada de decisões**;
- Mede o **impacto do turismo**;
- Monitora **tendências e comportamentos**;
- Apoia **políticas públicas**;
- Fortalece diálogo com o **setor privado**;
- Aprimora a **promoção turística**;
- Identifica **novos perfis e oportunidades**.



A Pesquisa em Eventos é aplicada em festivais, feiras e outros eventos que atraem visitantes de fora do município, com o intuito de traçar o perfil do público participante, suas expectativas de viagem, suas avaliações sobre os eventos e os serviços prestados nos destinos turísticos do estado, entre outras informações relevantes para a gestão pública do turismo. O questionário deve ser objetivo e não muito longo, facilitando a participação do público. Além disso, é essencial contabilizar o número total de participantes do evento, o que pode ser feito por meio de catracas, pulseiras, sensores de fluxo, estimativas da Polícia Militar ou contratação de empresas especializadas.



Etapas do Processo de Pesquisa



Definição do Problema e Objetivos

#1

O que precisamos saber?

Exemplo: Qual é o perfil dos turistas que participaram do festival gastronômico na cidade?

#2

Por que precisamos saber?

Exemplo: O perfil dos turistas que participaram do festival gastronômico na cidade (preferências, origem, ticket médio, entre outras informações)

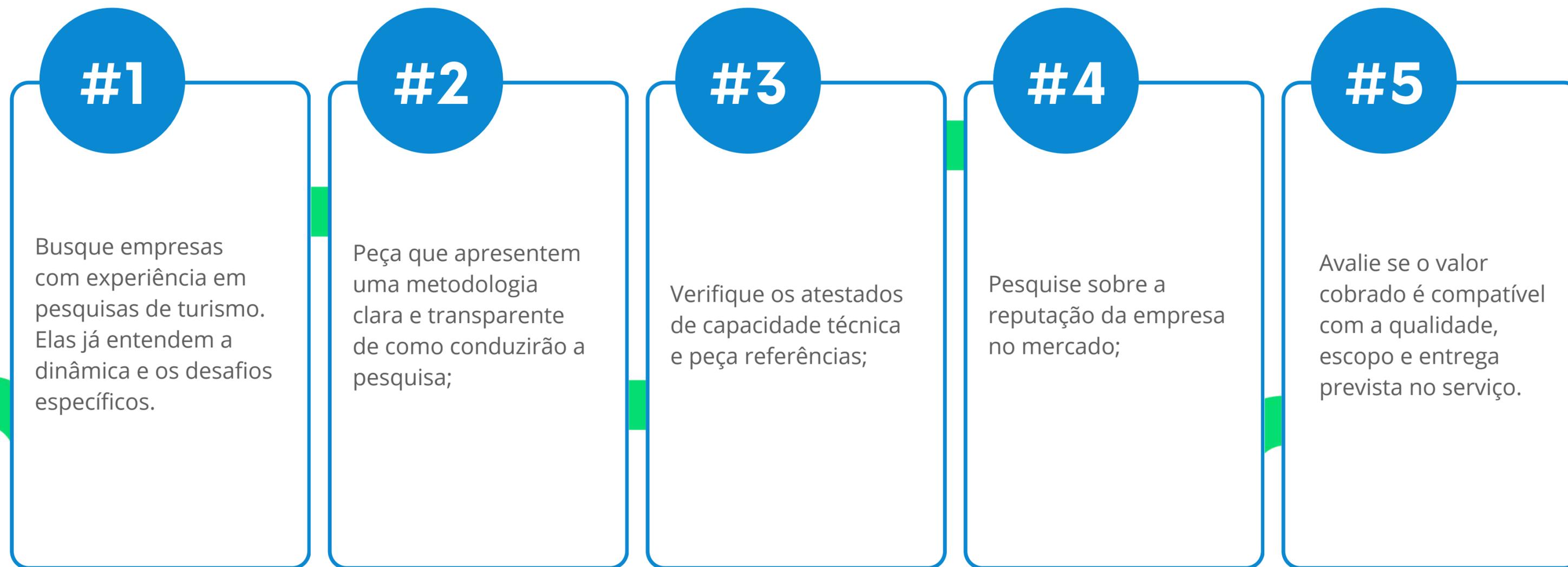
#3

Que decisão será tomada com base nos resultados?

Exemplo: Se o público for mais jovem e com menor poder aquisitivo, os organizadores podem decidir criar uma programação paralela com experiências gastronômicas mais acessíveis

O ideal nesta etapa é que já esteja definido se serão utilizados recursos humanos próprios ou se será contratada uma empresa especializada para a realização de pesquisas.

Contratação de empresa de pesquisa (optativo)



Lembrando que a pesquisa pode ser realizada com o uso da própria equipe ou por meio de parcerias, por exemplo, com universidades.

Elaboração do questionário

#1

Clareza e objetividade

Perguntas curtas, diretas e fáceis de entender.

#2

Linguagem apropriada

Adequada ao público-alvo.

#3

Evitar perguntas tendenciosas

Que induzam a uma resposta específica.

#6

Pré-teste

Aplicar o questionário a um pequeno grupo antes da pesquisa oficial para identificar problemas.

#5

Ordem lógica

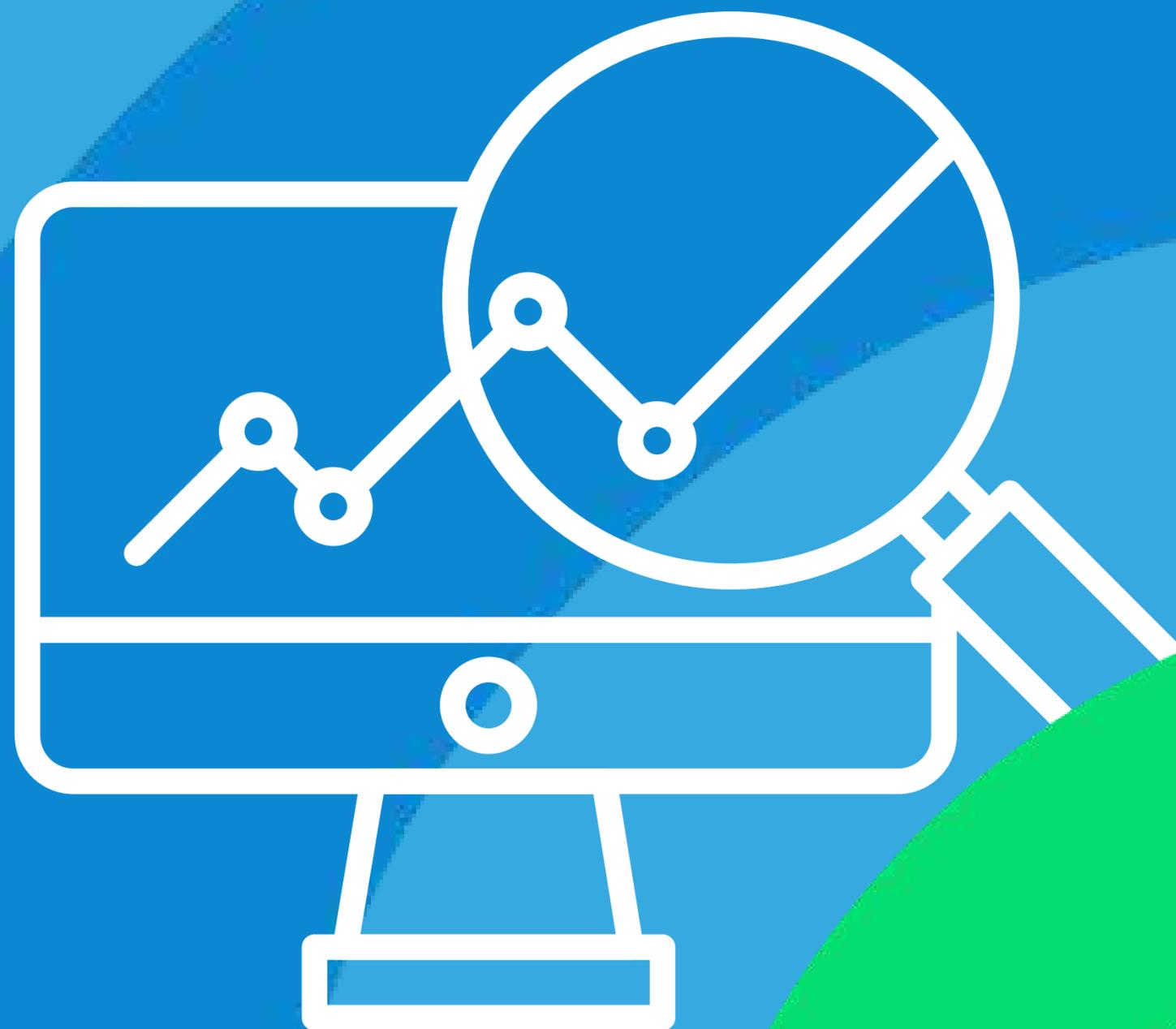
Começar com perguntas gerais e ir para o específico (perfil).

#4

Tipos de perguntas

Abertas (opiniões), fechadas (múltipla escolha, resposta única, escala).

Tutorial
Questionário



Definição da Amostra e Planejamento do Campo de Pesquisa (Coleta de Dados)

População (universo)

O conjunto de todos os elementos que deseja estudar ou analisar (ex: o público que visita a minha cidade no festival gastronômico).

Margem de Erro

A margem de variação máxima esperada nos resultados. Geralmente, 3% ou 5%.

Amostra

Uma parte da população que será pesquisada (ex: 500 pessoas selecionadas aleatoriamente).

Observações:

- Uma amostra representativa é crucial para que os resultados da pesquisa possam ser generalizados para toda a população;
- Não é necessário que os gestores saibam calcular manualmente, mas entender os conceitos de nível de confiança e margem de erro é fundamental.

Nível de Confiança

Uma medida estatística que indica a probabilidade de que o intervalo de confiança contenha o parâmetro populacional real. Em outras palavras, é a probabilidade de que os resultados da amostra sejam representativos da população.

Os números 95% e 99% são geralmente usados como níveis de confiança em pesquisa, mas não há um número "ideal" único. A escolha do nível de confiança depende do contexto e do objetivo da pesquisa.

Carnaval

Contexto

Um município estima que 100.000 pessoas participem do seu Carnaval ao longo dos dias de festa.

Objetivo

Aplicar uma pesquisa com nível de confiança de 95% e margem de erro de 5%. A seleção dos entrevistados deve ser feita de forma aleatória, garantindo que todos os participantes do evento tenham a mesma chance de serem escolhidos.

Resultado esperado

Serão necessárias aproximadamente 385 entrevistas válidas, bem distribuídas entre:

- Dias e horários diferentes (manhã, tarde, noite);
- Locais/polos variados (centro, bairros, palcos, blocos de rua);
- Perfis diversos (não abordar o mesmo perfil em todas entrevistas, a importância do treinamento)



Observação: Existem sites que fazem esse cálculo amostral online e nós temos na nossa equipe na NPE membros que podem ajudar vocês nesse cálculo.

O Campo

Locais de Aplicação

Onde o público-alvo está? (Ex: Entradas, praça de alimentação, shows)

Recrutamento de Entrevistadores

Quem vai aplicar? (Voluntários: universidades, equipe interna, contratados ou etc)

Treinamento dos Entrevistados

Como preparar a equipe? (Questionário, abordagem, ética)

Número de Entrevistadores

Quantos para atingir a meta? (Considere tempo/questionário, fluxo)

Coordenadores (Campo, Geral, Sistema)

Quem vai gerenciar? (Ponto de apoio, controle, verificação)



O Campo

Treinamento dos Entrevistados

Como preparar a equipe? (Questionário, abordagem, ética)

Exemplos

Aplicativos para Coleta de Dados

Ferramentas Pagas



Data Goal



GDS Coleta



**Survey
Monkey**

Ferramentas Gratuitas



Google Forms

**Google
Forms**



**Survey
Monkey**
(versão gratuita
limitada)

Typeform

Typeform
(versão gratuita
limitada)

Tabulação e Análise dos Dados

Transformando os dados em Informação!

#1

Numeração dos Questionários

Controle e rastreabilidade.

#2

Criação de Planilhas

Estrutura para os dados (Excel, por exemplo).

#3

Padronização das Respostas

Homogeneizar e codificar.

#6

Visualização

Tabelas e Gráficos (pizza, barras, linhas).

#5

Tabulação de Abertas

Categorizar e interpretar.

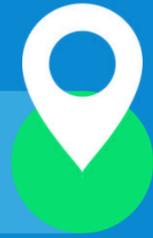
#4

Métodos

Manual (pequenas amostras) vs. Tecnológico.

A próxima etapa é a
construção
do relatório!





Capacitação #3

CONSTRUÇÃO DE RELATÓRIOS

09/07

14h-16h



IMERSÃO EM POWER BI

Data

06 e 07 de agosto

Local

Sebrae Lab

Av. Barão Homem de Melo, 329, Bairro Nova Granada, Belo Horizonte



Ministrante

ADENILSON FIGUEIREDO

Adenilson Figueiredo é pós-graduado em **Business Intelligence e Analytics** pela PUC Minas e bacharel em **Sistemas de Informação** pela Faculdade Pitágoras. Atuou como Analista de Geoprocessamento de Dados entre 2019 e 2024, acumulando experiência no **desenvolvimento de relatórios e dashboards no Power BI, modelagem e análise de dados com SQL, criação de aplicativos em PowerApps, além de integração com sistemas ERP e suporte técnico remoto.** Domina ferramentas como **Power BI, SQL Server, Power Apps, Power Automate, PostgreSQL, Linux, Windows e o pacote Office.**

Curso de Dados do Turismo

Inscrições prorrogadas até o dia **30/07**.

Inscrições

Para conferir todas as oportunidades e se inscrever nos cursos, aponte a câmera do seu smartphone para o código QR ao lado ou acesse:
<https://www.secult.mg.gov.br/turismo/cursos>



Obrigado!

Núcleo de Pesquisa e Estatística
Observatório do Turismo de Minas Gerais
Secretaria de Estado de Cultura e Turismo - SECULT/MG

- ✉ observatorioturismo.mg.gov.br
- ✉ observatorio.turismo@secult.mg.gov.br



OBSERVATÓRIO
DO TURISMO DE
MINAS GERAIS



CULTURA E
TURISMO



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.