



2026

MANUAL METODOLÓGICO

RBO-T



METODOLOGIAS DE PESQUISA EM TURISMO

2026

MANUAL METODOLÓGICO R BOT

METODOLOGIAS DE PESQUISA EM TURISMO



Prefácio

Uma rede que amadurece, compartilha e fortalece a inteligência turística brasileira por meio do trabalho rigoroso dos Observatórios.

A nova edição do Manual Metodológico da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo — RBOT — representa um marco importante na trajetória de consolidação da inteligência turística no Brasil. Mais do que uma atualização técnica, este documento expressa o amadurecimento de uma rede que se fortalece pela colaboração, pela troca de experiências, pela construção coletiva de metodologias e pelo compromisso com a produção de dados qualificados para o setor turístico.

A trajetória da RBOT teve início em 2016, quando o professor Dr. José Manoel Gonçalves Gândara começou a idealizar uma rede nacional capaz de aproximar observatórios de turismo, fortalecer metodologias e estimular a cooperação entre instituições. Em 2017, durante o primeiro encontro de observatórios de turismo realizado em Curitiba, essa construção foi oficialmente constituída, dando origem a uma Rede que, ao completar 10 anos, reafirma seu papel como espaço de articulação, pesquisa, cooperação técnica e engajamento institucional em favor de um turismo orientado por dados, evidências, planejamento e desenvolvimento sustentável.

Esta nova versão do Manual Metodológico é resultado de um processo de reestruturação cuidadoso e minucioso, atento às transformações do setor turístico, às novas exigências da gestão pública, às demandas dos observatórios e às responsabilidades éticas que envolvem a produção, o tratamento e a divulgação de informações. A revisão buscou aprimorar conceitos, atualizar fontes, qualificar procedimentos, ampliar diretrizes metodológicas e tornar o documento ainda mais aplicável às diferentes realidades dos destinos brasileiros.

Nesse processo, destaca-se a contribuição da presidência da RBOT na condução da reestruturação do manual, na articulação dos debates e na valorização das diferentes áreas de conhecimento que compõem o campo da pesquisa em turismo. O resultado é um documento que preserva sua função prática e orientadora, mas avança em densidade técnica, institucional e metodológica.

A construção deste manual reafirma a natureza colaborativa da RBOT. Trata-se de uma produção coletiva, desenvolvida a partir do conhecimento acumulado por observatórios, pesquisadores, gestores e instituições que atuam diretamente na produção de dados e análises sobre o turismo brasileiro. Entre as contribuições que qualificam esta edição, destacam-se as reflexões de Victória de Melo Leão sobre ética em pesquisa, consentimento e proteção de dados pessoais, incorporando ao manual cuidados relacionados à LGPD, à privacidade dos respondentes e à responsabilidade no uso das informações coletadas. Também merece

destaque a contribuição de Rafael Granvilla Oliveira, do Observatório do Turismo do Estado do Espírito Santo, na temática da sustentabilidade. Sua colaboração reforça a necessidade de que os observatórios ampliem o olhar sobre a atividade turística, incorporando ao monitoramento não apenas fluxos, receitas e indicadores econômicos, mas também dimensões ambientais, socioculturais, institucionais e territoriais, fundamentais para compreender os impactos do turismo e orientar modelos de desenvolvimento mais responsáveis.

Essa abordagem amplia o papel dos observatórios diante dos desafios contemporâneos do turismo. Em um cenário marcado por mudanças nos padrões de consumo, pressões sobre os territórios, exigências de sustentabilidade e necessidade de políticas públicas baseadas em evidências, já não basta mensurar o crescimento do setor apenas por números absolutos de visitantes, ocupação hoteleira ou arrecadação. É necessário compreender a qualidade desse crescimento, sua capacidade de gerar benefícios para as comunidades locais, sua relação com o patrimônio cultural e natural e sua contribuição para práticas de gestão mais responsáveis, inclusivas e sustentáveis.

O trabalho em rede desenvolvido pela RBOT tem se consolidado como uma experiência de excelência. A cooperação entre observatórios municipais, estaduais, regionais, acadêmicos e institucionais amplia a capacidade do Brasil de produzir dados, harmonizar indicadores,

compartilhar metodologias e subsidiar decisões estratégicas no turismo. Esse esforço coletivo tem alcançado crescente reconhecimento nacional e internacional, com destaque para o diálogo institucional com o Ministério do Turismo, a EMBRATUR e a ONU Turismo.

Esse reconhecimento ganha especial relevância com a recente publicação da ONU Turismo sobre o papel dos observatórios locais na implementação de estratégias nacionais de turismo. O estudo destaca a importância dessas estruturas para aproximar políticas nacionais das realidades locais, promover governança participativa, gerar dados confiáveis e apoiar decisões baseadas em evidências. A menção detalhada à RBOT nesse debate internacional reforça o alinhamento do trabalho desenvolvido no Brasil às principais discussões globais sobre inteligência turística, sustentabilidade e gestão de destinos.

Este manual é, portanto, também um registro dessa trajetória. Ele reúne experiências acumuladas, pesquisas realizadas, encontros promovidos, debates amadurecidos e desafios enfrentados coletivamente. Ao apresentar orientações sobre pesquisas em turismo, procedimentos estatísticos, ética, demanda turística, eventos, hotelaria, inventariação, indicadores, sustentabilidade, cadeia produtiva e monitoramento, o documento oferece aos observatórios e gestores uma base prática para estruturar estudos, produzir informações qualificadas e transformar dados em conhecimento útil para a tomada de decisão.

Que esta nova edição fortaleça ainda mais a cultura da pesquisa em turismo no Brasil. Que sirva de apoio a observatórios em diferentes estágios de desenvolvimento. Que inspire gestores, pesquisadores, técnicos, estudantes e instituições a investirem na produção sistemática de informações. E que reafirme a RBOT como uma rede comprometida com a cooperação, a inovação metodológica, a transparência, a ética e o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos brasileiros.

A RBOT segue avançando em rede, porque é por meio da colaboração que se ampliam aprendizados, se qualificam práticas e se consolida um turismo cada vez mais inteligente, responsável e transformador.

Giovanna Tavares
Presidente da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo — RBOT

Sumário

1

PESQUISAS EM TURISMO

12

2

CONCEITOS ESTATÍSTICOS BÁSICOS E PROCEDIMENTOS GERAIS DE PESQUISA

14

2.1 Passos para pesquisas.....	16
2.2 Preparação da pesquisa.....	16
2.3 Contatos e parcerias.....	17
2.4 Reunião de alinhamento com os envolvidos.....	18
2.5 Criação do questionário.....	18
2.6 Ética em pesquisa, consentimento e LGPD.....	19
2.7 Pré-teste do questionário.....	20
2.8 A importância de uma boa coleta de dados.....	21
2.9 Aplicação da pesquisa.....	22
2.10 Cálculo do número ideal de questionários.....	22
2.11 Seleção e treinamento dos pesquisadores.....	25
2.12 Coordenação da pesquisa.....	26
2.13 Verificação dos questionários.....	27
2.14 Tabulação dos dados.....	27
2.15 Tratamento, validação e segurança da base de dados	29
2.16 Gerando relatórios.....	30
2.17 Infográfico.....	31

Sumário

3	IMPACTOS ECONÔMICOS DO TURISMO	34
	3.1 Conceito de Impactos Econômicos.....	34
	3.2 Modelos de Avaliação dos Impactos Econômicos do Turismo.....	38
	3.2.1 Modelo Insumo-Produto.....	38
	3.2.2 Modelo de Equilíbrio Geral Computável (CGE).....	40
	3.3 Etapas e informações necessárias para a realização de um estudo de Impacto Econômico do Turismo.....	41
4	PESQUISA DE DEMANDA	43
	4.1 Por que ir? Quanto tempo ficar? Com quem ir? Onde se instalar? Como ir? O que fazer? Quanto gastar?.....	44
	4.2 Tipos de Demanda.....	45
	4.3 Projeto de Pesquisa.....	46
	4.4 O questionário.....	46
	4.5 Tipos de perguntas.....	47
	4.6 Recomendações.....	49
5	PESQUISA EM EVENTOS	51
	5.1 O questionário.....	51
	5.2 Recomendações.....	53

Sumário

6	PESQUISA DE HOTELARIA E MEIOS DE TRANSPORTE	55
	6.1 Boletim de Ocupação Hoteleira e registro de hóspedes	56
	6.2 Indicadores de ocupação hoteleira.....	57
	6.3 Meios de transporte e fluxos de visitantes.....	58
	6.4 Recomendações para coleta e atualização dos dados...	59
7	INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA	61
8	HARMONIZAÇÃO DE INDICADORES PARA A RBOT	63
	8.1 Matriz Básica de Indicadores para a RBOT.....	64
	8.2 Fontes de dados e atualização dos indicadores.....	68
	8.3 Cuidados para comparabilidade entre destinos.....	69
9	HARMONIZAÇÃO DE INDICADORES PARA A RBOT	70
	9.1 Por que monitorar a sustentabilidade no turismo.....	71
	9.2 Sustentabilidade como dimensão transversal dos observatórios de turismo.....	72
	9.3 Dimensões da sustentabilidade turística.....	72
	9.3.1 Dimensão ambiental.....	73
	9.3.2 Dimensão sociocultural.....	73
	9.3.3 Dimensão econômica.....	74
	9.3.4 Dimensão institucional e de governança.....	75

Sumário

9

HARMONIZAÇÃO DE INDICADORES PARA A RBOT ▼

9.4 Indicadores recomendados para observatórios de turismo.	75
9.5 Fontes de dados secundários.....	86
9.6 Como interpretar os indicadores de sustentabilidade...	87
9.7 Boletim de Sustentabilidade do Destino.....	89
9.8 Recomendações para uso dos dados na gestão turística....	90

10

CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO: CONCEITO 91

10.1 Resultados esperados da pesquisa da cadeia produtiva..	94
10.2 Aspectos metodológicos.....	95

11

MONITORANDO O TURISMO UTILIZANDO OS DADOS COLETADOS 98

11.1 Cálculo do fluxo turístico.....	98
11.2 Cálculo do fluxo turístico em eventos.....	100
11.3 Cálculo da receita turística.....	102
11.4 Cálculo da receita turística de eventos.....	103
11.5 Cálculo da taxa de ocupação hoteleira.....	104
11.6 Indicadores integrados de monitoramento.....	106

REFERÊNCIAS 108

ANEXOS 114

CRÉDITOS 122

1

PESQUISA EM TURISMO

De acordo com o *Manual de Metodologias de Pesquisa em Turismo do Observatório do Turismo de Minas Gerais (2018)*, o turismo exerce grande impacto na economia, no meio ambiente, nas comunidades locais e nos próprios turistas. Por isso, trata-se de um fenômeno que, assim como qualquer outro objeto de estudo, precisa ser investigado e planejado, a fim de alcançar melhores resultados econômicos e sociais, reduzindo seus impactos negativos. Para iniciar o planejamento da atividade turística, o primeiro passo é o levantamento de informações, por meio da realização de pesquisas, estudos e análises de dados.

É apenas com informações suficientes e adequadas que se torna possível gerar estatísticas confiáveis sobre o turismo. As informações coletadas podem contribuir para diversas finalidades, tais como orientar o planejamento turístico, subsidiar futuros investimentos, conhecer o público consumidor — visitantes e turistas — e melhorar a prestação de serviços, de modo a ampliar a satisfação dos usuários e qualificar a experiência turística.

Com isso, torna-se possível avaliar diferentes aspectos do turismo, oferecendo suporte à tomada de decisão e à formulação de políticas para o setor. O objetivo deste manual é orientar, de forma simples e prática, sobre os principais tipos de pesquisas aplicadas ao turismo, como realizá-las e como utilizar as informações coletadas. É importante ter em mente que as orientações aqui apresentadas constituem sugestões de boas práticas,

podendo ser adaptadas de acordo com a realidade de cada negócio, município ou região.

Para iniciar qualquer trabalho de pesquisa, é fundamental compreender alguns conceitos estatísticos básicos, que serão apresentados nos próximos tópicos.



2

CONCEITOS ESTATÍSTICOS BÁSICOS E PROCEDIMEN- TOS GERAIS DE PESQUISA

Alguns conceitos básicos de Estatística são fundamentais para o desenvolvimento de pesquisas. Por isso, é importante compreendê-los antes de iniciar o planejamento e a aplicação dos levantamentos. Esses conceitos serão utilizados ao longo deste manual, especialmente nas etapas de definição da amostra, aplicação dos questionários, tabulação dos dados e análise dos resultados. São eles:

POPULAÇÃO

Consiste no conjunto de todos os elementos — indivíduos, itens ou objetos — que possuem características de interesse para determinado estudo. Em uma pesquisa turística, por exemplo, a população pode ser composta por visitantes de um destino, participantes de um evento, meios de hospedagem, empresas da cadeia produtiva ou moradores de uma localidade.

AMOSTRA

É uma parte da população selecionada para participar do estudo. Para que os resultados da pesquisa sejam confiáveis, a amostra deve ser suficientemente representativa da população total. O cálculo do tamanho da amostra necessária para a realização de uma pesquisa será apresentado adiante, no item referente ao cálculo do número ideal de questionários. A imagem a seguir ilustra a relação entre população e amostra.



POPULAÇÃO



AMOSTRA

Figura 1: População e amostra

Fonte: Lucas Souza de Oliveira, elaboração própria para este manual, 2026.

INTERVALO DE CONFIANÇA

O intervalo de confiança é um indicador da precisão da estimativa obtida em uma pesquisa. Ele indica o grau de segurança com que os resultados encontrados na amostra podem representar a população estudada. Em pesquisas aplicadas ao turismo, é comum trabalhar com intervalo de confiança de 95%, por oferecer boa representatividade e confiabilidade aos resultados. Mais adiante, será demonstrado como essa informação é aplicada no cálculo amostral.

MARGEM DE ERRO

A margem de erro indica a variação possível entre o resultado encontrado na amostra e o valor real da população pesquisada. Em outras palavras, representa o limite de diferença aceitável entre a estimativa da pesquisa e a realidade do universo estudado. Como normalmente se trabalha com intervalo de confiança de 95%, a margem de erro mais utilizada em pesquisas é de 5%. Essa informação também será aplicada no cálculo do número ideal de questionários.

2.1 | PASSOS PARA PESQUISAS

Realizar pesquisas não é tarefa simples. Qualquer tipo de levantamento de dados exige alinhamento com as partes interessadas, definição da metodologia a ser adotada, elaboração do questionário, treinamento da equipe de pesquisadores, aplicação da pesquisa, tabulação dos dados, geração do relatório, divulgação dos resultados obtidos e, quando necessário, prestação de contas da ação. Assim, o planejamento das pesquisas deve levar em consideração diversos fatores para que a ação seja bem-sucedida. A seguir, serão apresentados alguns passos importantes para a realização de pesquisas aplicadas ao turismo.

2.2 | PREPARAÇÃO DA PESQUISA

A necessidade de realização de uma pesquisa surge quando se deseja obter informações novas, ou seja, dados que não estão disponíveis em fontes secundárias ou que precisam ser atualizados para subsidiar determinada

decisão. A partir desse momento, deve-se iniciar o trabalho de preparação da pesquisa.

Nessa etapa, é importante definir o problema que se deseja compreender, os objetivos da pesquisa, o público-alvo, o território de aplicação, o período de coleta, os recursos disponíveis, a equipe envolvida e os produtos esperados, como relatórios, boletins, infográficos ou bases de dados.

2.3 | CONTATOS E PARCERIAS

A realização de uma pesquisa requer investimentos. Basta fazer uma rápida busca na internet para encontrar diversas empresas que oferecem serviços de pesquisa. Considerando a frequente escassez de recursos, uma alternativa importante é realizar contatos e estabelecer parcerias.

Quem fornece a autorização para a realização da pesquisa nos atrativos da cidade ou região? Quem pode auxiliar no transporte dos pesquisadores até o local onde o trabalho será realizado? Há alguma instituição que possa apoiar a divulgação da pesquisa, a disponibilização de equipamentos ou a elaboração do layout do relatório?

Nesta etapa, o importante é entrar em contato com todas as partes interessadas na pesquisa, bem como com aquelas que possam se interessar por seus resultados, identificando como cada uma pode auxiliar no processo. Muitas vezes, as parcerias sem custos diretos são uma saída viável para a execução das pesquisas em turismo.

2.4 | REUNIÃO DE ALINHAMENTO COM OS ENVOLVIDOS

Depois de identificados os parceiros necessários à realização da pesquisa, é importante promover uma reunião de alinhamento com os envolvidos. Esse momento deve ser utilizado para esclarecer as informações sobre a ação, seus objetivos, metodologia, cronograma, responsabilidades de cada parceiro e contrapartidas oferecidas, que não são, necessariamente, financeiras.

A reunião de alinhamento também contribui para evitar falhas de comunicação durante a execução da pesquisa, especialmente quando há participação de diferentes instituições, equipes de campo, gestores públicos, empresas, atrativos turísticos ou organizadores de eventos.

2.5 | CRIAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

A criação do questionário ou da metodologia da pesquisa é um ponto fundamental na realização de um levantamento de dados. É por meio dele que os objetivos pretendidos pela ação serão, ou não, atendidos.

Por isso, é preciso observar alguns pontos. Em primeiro lugar, o questionário deve estar diretamente relacionado ao tema e aos objetivos da pesquisa, fazendo com que os respondentes compreendam a importância das informações solicitadas. Deve-se, ainda, tomar cuidado para que a metodologia seja objetiva, mas suficiente para levantar as informações necessárias.

Também é importante que o questionário tenha aparência organizada, orientações claras e completas, linguagem acessível, tempo de aplicação

adequado e estrutura que facilite a tabulação e a interpretação dos dados. Talvez o ponto mais importante seja a imparcialidade: a redação das questões não pode, de forma alguma, induzir as pessoas a determinada resposta.

A imparcialidade é primordial para a realização de pesquisas sérias e confiáveis.

2.6 | ÉTICA EM PESQUISA, CONSENTIMENTO E LGPD

Toda pesquisa aplicada em turismo deve observar princípios éticos básicos, especialmente quando envolve abordagem direta a visitantes, turistas, moradores, trabalhadores, empresários, participantes de eventos ou representantes de instituições. A participação do entrevistado deve ser voluntária, precedida de explicação clara sobre a finalidade da pesquisa, a instituição responsável, o tempo estimado de resposta e a forma de utilização dos dados.

Recomenda-se que o pesquisador informe, antes do início da entrevista, que as respostas serão analisadas de forma consolidada, sem identificação individual dos participantes, salvo quando houver autorização expressa para uso de dados identificáveis. Sempre que possível, deve-se evitar a coleta de informações pessoais desnecessárias, priorizando dados agregados e estritamente relacionados aos objetivos da pesquisa.

Em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais — LGPD, Lei nº 13.709/2018 —, os dados coletados devem ser utilizados apenas para a finalidade informada ao participante, armazenados em ambiente

seguro e acessados somente pela equipe responsável pela pesquisa. A LGPD dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive em meios digitais, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade, privacidade e livre desenvolvimento da personalidade.

Caso o questionário inclua nome, telefone, e-mail, empresa, imagem, áudio ou qualquer informação que permita a identificação direta do respondente, recomenda-se registrar consentimento específico e indicar a finalidade de uso e o período de armazenamento dessas informações.

Também é importante observar cuidados adicionais em abordagens com crianças, adolescentes, pessoas em situação de vulnerabilidade ou grupos tradicionais, evitando qualquer forma de constrangimento, exposição indevida ou coleta de dados sem autorização adequada.

2.7 | PRÉ-TESTE DO QUESTIONÁRIO

Antes da aplicação definitiva da pesquisa, recomenda-se realizar um pré-teste do questionário com um pequeno grupo de respondentes semelhante ao público-alvo do levantamento. O pré-teste permite verificar se as perguntas estão claras, se as opções de resposta são suficientes, se a ordem das questões favorece a compreensão e se o tempo de aplicação está adequado.

Durante o pré-teste, a equipe deve observar dúvidas frequentes, perguntas que possam gerar constrangimento, respostas difíceis de registrar, alternativas ausentes, problemas de linguagem e eventuais dificuldades no uso do formulário físico ou digital.

Após essa etapa, o questionário deve ser ajustado antes da coleta oficial. O pré-teste também pode ser utilizado como oportunidade de treinamento da equipe de pesquisadores, permitindo simular a abordagem ao entrevistado, o registro das respostas e o encerramento da entrevista. Esse procedimento reduz erros em campo e contribui para a confiabilidade dos dados coletados.

2.8 | A IMPORTÂNCIA DE UMA BOA COLETA DE DADOS

A coleta de dados é uma das fases de maior importância em uma pesquisa. Não importa qual seja o tipo de levantamento com o público: é fundamental manter atenção durante todo o momento da coleta.

De nada adianta uma boa metodologia de apuração de dados se houver algum tipo de distorção ou influência por parte do entrevistador, tanto ao fazer as perguntas quanto ao registrar as respostas coletadas.

Por isso, em todas as pesquisas deve haver planejamento prévio dos objetivos que se pretende atingir, das questões a serem respondidas, do público-alvo, do local de aplicação, do período de início e fim, do tamanho do questionário e da duração média de sua aplicação.

Uma boa coleta depende de pesquisadores bem treinados, abordagem adequada, clareza nas perguntas, imparcialidade, cuidado no registro das respostas e respeito ao entrevistado.

2.9 | APLICAÇÃO DA PESQUISA

Passada a fase de preparação, é necessário definir os detalhes da aplicação da pesquisa. Esse é o momento das definições técnicas do processo, como o cálculo do número ideal de questionários, a seleção e o treinamento dos pesquisadores, a coordenação da pesquisa, a definição dos locais de aplicação e a conferência dos questionários aplicados.

A aplicação deve seguir o planejamento definido previamente, respeitando o público-alvo, os horários mais adequados, os pontos de fluxo selecionados, o tempo médio de resposta e os cuidados éticos estabelecidos. Veremos, em detalhes, cada uma dessas fases.

2.10 | CÁLCULO DO NÚMERO IDEAL DE QUESTIONÁRIOS

Para a realização das pesquisas, um passo importante é determinar o número de questionários que deverão ser aplicados. No entanto, é necessário avaliar bem como utilizar essa metodologia.

Às vezes, tem-se a impressão de que, quanto mais questionários forem aplicados, melhor e mais fiel será a pesquisa. Isso pode ser explicado pela Lei dos Grandes Números, segundo a qual, quanto maior o número de observações realizadas em determinada experiência, maior será a probabilidade de que os resultados observados se aproximem da realidade.

Mas será que aumentar em grande escala o número de questionários fará com que o resultado seja muito diferente? Vejamos o seguinte exemplo: a prefeitura de um município deseja realizar uma pesquisa em um evento com público estimado de 5.000 pessoas. Ao estipular alguns cenários de

aplicação de questionários, observa-se o erro da pesquisa em cada uma das hipóteses levantadas:

Nº de questionários aplicados	Erro da pesquisa
300	5,48%
600	3,75%
900	2,95%
1200	2,46%
1500	2,11%

Tabela 1: Amostra coletada e erro da pesquisa

A diferença entre uma pesquisa com 300 questionários e outra com 1.500 é que a primeira terá erro de 5,48%, enquanto a segunda terá erro de 2,11%. Nessas pesquisas, entretanto, recomenda-se, em geral, a utilização de margem de erro próxima a 5% e intervalo de confiança de 95%. Dessa forma, nem sempre é necessário aumentar em grande escala o número de questionários aplicados para obter uma pesquisa confiável.

Para calcular o número ideal de questionários a serem aplicados, é necessário utilizar a fórmula para cálculo amostral de uma população finita. Deve-se atentar para alguns conceitos já estudados, como margem de erro, intervalo de confiança e população. A fórmula do cálculo amostral é:

$$n = \frac{\partial^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + \partial^2 \cdot p \cdot q}$$

Para o cálculo ser realizado de modo correto, deve-se considerar algumas informações importantes:

- **n** = amostra que será calculada, ou seja, número de questionários a serem aplicados;
- **σ (sigma)** = valor associado ao intervalo de confiança;
- **p.q** = proporção pela qual o fenômeno ocorre e não ocorre;
- **N** = população;
- **e** = margem de erro.

Os valores de σ são tabelados de acordo com o intervalo de confiança que se deseja utilizar. Para o intervalo de confiança de 95%, que é o mais utilizado, o valor corresponde a 1,96.

Intervalo de confiança	Valor de σ
90%	1,645
95%	1,960
99%	2,576

Tabela 2: Intervalo de confiança e valor de σ

A variável p.q representa a proporção pela qual o fenômeno ocorre multiplicada pela proporção pela qual o fenômeno não ocorre. No âmbito das pesquisas, quando não se conhece previamente essa proporção, utiliza-se **p = 50%** e **q = 50%**, por ser a situação mais conservadora para o cálculo da amostra.

Aplicando na prática:

A prefeitura de um município deseja realizar uma pesquisa em um evento com público estimado de 5.000 pessoas. Definiu-se que a pesquisa será realizada com 95% de intervalo de confiança e 5% de margem de erro. Então, qual será o número de questionários a serem aplicados?

- $n = ?$
- σ (sigma) = 1,96
- $p.q = 50.50$
- $N = 5000$
- $e = 5\%$

Logo, nesta situação e com essas condições, deverão ser aplicados aproximadamente **357 questionários**, para que a pesquisa gere informações confiáveis e representativas, dentro dos parâmetros estabelecidos para o estudo.

2.11 | SELEÇÃO E TREINAMENTO DOS PESQUISADORES

A execução de uma pesquisa só será bem-sucedida se a seleção e o treinamento dos pesquisadores forem bem executados. É importante lembrar que eles estarão na ponta, em contato direto com o público, utilizando a metodologia definida para a pesquisa. Por isso, precisam ter pleno conhecimento do questionário.

Recomenda-se a realização de um treinamento prévio com os pesquisadores. Esse será o momento em que a coordenação deverá

repassar todo o questionário, explicar detalhadamente suas questões, levantar situações que possam gerar dúvidas aos entrevistados e verificar se há dúvidas por parte da equipe de pesquisa.

Além disso, os pesquisadores também devem ser instruídos sobre como lidar com os entrevistados. Alguns pontos podem ser explorados na forma de orientações de comportamento, com o intuito de qualificar o trabalho dos pesquisadores e melhorar a coleta de dados. Controle do tempo, imparcialidade ao coletar as informações, registro adequado das respostas, responsabilidade com os dados, postura respeitosa e cordialidade com os entrevistados são algumas dessas dimensões.

A elaboração de um manual específico da pesquisa, contendo esses itens de forma objetiva, pode ajudar a organizar as informações e padronizar a atuação da equipe em campo.

2.12 | COORDENAÇÃO DA PESQUISA

Ainda que a pesquisa seja planejada de forma cuidadosa, sua execução precisa de acompanhamento em campo. O processo de coordenação da pesquisa deve ser conduzido por alguém que conheça profundamente a metodologia, os objetivos do levantamento e o questionário aplicado.

O coordenador deve estar disponível para responder às dúvidas que possam surgir durante a aplicação dos questionários e resolver demandas relacionadas à execução da pesquisa, como dúvidas dos pesquisadores, acesso a áreas restritas, necessidade de autorização prévia, substituição de pontos de aplicação, controle de escala e intervalos da equipe.

Também cabe à coordenação acompanhar a qualidade da coleta, conferir questionários ao longo da aplicação, orientar ajustes necessários e garantir que a pesquisa seja realizada conforme o planejamento definido.

2.13 | VERIFICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

Passada a etapa de aplicação da pesquisa, um momento importante é a verificação dos questionários aplicados. É nessa etapa que o coordenador da pesquisa deverá conferir, um a um, os questionários preenchidos, identificando possíveis erros de preenchimento, campos em branco, respostas ilegíveis, informações que gerem dúvidas ou inconsistências entre respostas.

Por requerer que os pesquisadores ainda se lembrem das entrevistas realizadas, o ideal é que o coordenador realize essa conferência ao longo do dia de pesquisa, e não apenas ao final da coleta. Assim, evita-se que informações que precisam de ajuste sejam perdidas. Esse procedimento garante maior confiabilidade aos dados coletados e contribui para a qualidade dos resultados da pesquisa.

2.14 | TABULAÇÃO DOS DADOS

A tabulação é o processo de organização, padronização e codificação das respostas coletadas, permitindo a leitura e a análise dos resultados obtidos por meio da pesquisa. Trata-se da passagem dos dados registrados nos questionários para uma base organizada, geralmente em formato digital.

Atualmente, o uso de formulários eletrônicos, tablets ou celulares facilita a aplicação de pesquisas, pois os dados já são registrados em meio digital, agilizando o processo de tabulação e permitindo que os resultados sejam obtidos com maior rapidez.

Quando a aplicação de questionários é feita presencialmente, por meio de formulário impresso, a tabulação dos dados pode ser realizada com apoio de softwares estatísticos, como SPSS, R ou similares, ou em planilhas eletrônicas, como Excel ou Google Sheets. Por outro lado, quando a aplicação é feita em meio digital, o banco de dados pode ser extraído em formatos compatíveis com essas plataformas.

É importante lembrar que, para uma adequada tabulação de resultados, as respostas devem ser analisadas e padronizadas, especialmente as respostas abertas. Assim, será mais fácil trabalhar na geração dos relatórios da pesquisa.

Para tanto, deve-se atentar para que todos os lançamentos de uma determinada informação sejam registrados de forma padronizada, evitando duplicidades e perda de informações. Por exemplo: uma das perguntas realizadas em uma pesquisa de eventos da cidade X refere-se ao local de residência dos entrevistados, em formato de resposta aberta. Na rapidez do registro, podem ser identificadas respostas como “BH”, “Belo Horizonte”, “RJ”, “Rio capital”, “SP” e “São Paulo”. Na tabulação dessa questão, é preciso definir uma única forma de registrar cada uma dessas respostas, para que todas estejam padronizadas no banco de dados.

Arquivo											Página Inicial	Inserir	Desenhar	Layout da Página	Fórmulas	Dados	Revisão	Exibir	Automatizar	Ajuda	Design da Tabela
		Arial		10		A ⁺				Geral											
Área de Transferência		Fonte		Alinhamento		Número		Estilos													
E1											X	✓	fx	4. Estado							
A											B	C	D	E	F	G	H	I	J		
1	Carimbo de data	1. Gênero	2. Idade	3. País de orig	4. Estado	5. Cidade de ori	6. Primeira vez no mun	7. Se não, quantas	8. Escolaridade	9. Renda Mensal Ind											
2	11/8/2025 18:19:12	Feminino	61	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Fundamental C	0											
10	11/8/2025 21:17:19	Feminino	48	Brasil	Goiás	Goiânia	Não		1 Ensino Médio Complet	7000											
12	11/8/2025 19:56:07	Feminino	58	Brasil	Goiás	Ovidor	Não		10 Ensino Médio Complet	1518											
14	11/8/2025 18:55:57	Masculino	57	Brasil	Goiás	Urutai	Não		10 Ensino Fundamental C	5000											
15	11/8/2025 17:58:02	Feminino	38	Brasil	Goiás	Goiânia	Não		10 Ensino Médio Complet	0											
16	11/8/2025 20:22:18	Feminino	32	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Médio Complet	3000											
17	11/8/2025 18:52:26	Feminino	20	Brasil	Minas Gerais	Araguari	Não		10 Ensino Médio Complet	1000											
18	11/8/2025 18:07:15	Feminino	45	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Graduação completa	0											
19	11/8/2025 19:35:40	Masculino	41	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Fundamental C	3000											
20	11/8/2025 21:18:52	Feminino	30	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Médio Complet	30											
21	11/8/2025 17:58:20	Feminino	26	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Médio Complet	1500											
22	11/8/2025 18:16:10	Feminino	38	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Graduação completa	0											
26	11/8/2025 19:11:37	Feminino	39	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Fundamental C	1750											
27	11/8/2025 19:39:55	Feminino	46	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Fundamental C	0											
30	11/8/2025 19:24:12	Feminino	46	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Graduação completa	2500											
32	11/8/2025 18:42:15	Masculino	56	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Médio Complet	0											
34	11/8/2025 19:11:08	Masculino	26	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Médio Complet	15000											
36	11/8/2025 20:10:55	Feminino	70	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Médio Complet	0											
38	11/8/2025 20:18:41	Feminino	25	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Médio Complet	2500											
40	11/8/2025 19:39:45	Feminino	23	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Médio Complet	1500											
42	11/8/2025 19:13:11	Feminino	33	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Doutorado	10000											
48	11/8/2025 19:57:13	Feminino	55	Brasil	Goiás	Ovidor	Não		10 Ensino Médio Complet	2000											
53	11/8/2025 21:22:08	Masculino	42	Brasil	Goiás	Três Ranchos	Não		10 Ensino Médio Complet	4000											
54	11/8/2025 21:17:04	Masculino	21	Brasil	Goiás	Urutai	Não		2 Ensino Médio Complet	1200											
55	11/8/2025 18:29:36	Feminino	28	Brasil	Goiás	Urutai	Não		10 Graduação completa	3500											
56	11/8/2025 18:58:02	Feminino	53	Brasil	Goiás	Urutai	Não		10 Ensino Fundamental C	0											
57	11/8/2025 21:20:16	Feminino	60	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Fundamental C	1518											
59	11/8/2025 19:31:36	Feminino	25	Brasil	Goiás	Catalão	Morador	Morador	Ensino Médio Complet	0											
<	>	Gráfico1	Gráfico2	Respostas ao formulário 1	+																

Figura 2: Exemplo de pesquisa tabulada diretamente no Excel

Fonte: Lucas Souza de Oliveira, elaboração própria para este manual, 2026.

2.15 | TRATAMENTO, VALIDAÇÃO E SEGURANÇA DA BASE DE DADOS

Após a tabulação, os dados devem passar por uma etapa de tratamento e validação antes da análise final. Esse processo inclui a conferência de campos obrigatórios, identificação de respostas duplicadas, padronização de respostas abertas, correção de inconsistências evidentes e registro de dados ausentes.

Em respostas abertas, recomenda-se criar categorias de classificação sem alterar o sentido original da resposta. O mesmo cuidado deve ser adotado para nomes de países, estados, municípios, bairros, meios de hospedagem, meios de transporte, atrativos turísticos, eventos e faixas de gasto.

Também é importante verificar se há respostas incompatíveis entre si. Por exemplo: um entrevistado que informa não ter pernoitado no destino não deve apresentar número de diárias em meio de hospedagem. Da mesma forma, respostas muito discrepantes, especialmente em perguntas sobre gastos, devem ser verificadas antes de sua inclusão na análise.

A base de dados deve ser armazenada em local seguro, com cópias de segurança e acesso restrito à equipe responsável. Quando houver divulgação pública dos resultados, recomenda-se apresentar as informações de forma agregada, evitando qualquer dado que permita identificar individualmente os respondentes.

Esse cuidado contribui para a qualidade técnica da pesquisa, a segurança das informações e a credibilidade dos resultados apresentados.

2.16 | GERANDO RELATÓRIOS

Os relatórios são gerados após o processo de tabulação, tratamento e análise dos dados da pesquisa. Nesse momento, os resultados obtidos são organizados e sintetizados, tornando-se compreensíveis para os diferentes públicos interessados.

Algumas ferramentas podem auxiliar nessa tarefa, como PowerPoint, Word, Excel, Canva, Google Looker Studio, Power BI ou softwares semelhantes. A escolha da ferramenta dependerá do objetivo do relatório, do público ao qual ele se destina e da forma como os resultados serão apresentados.

Ao elaborar um relatório de pesquisa, deve-se levar em conta o público-alvo. Se ele for destinado a secretários, prefeitos, gestores públicos ou dirigentes de instituições, as informações devem ser mais consolidadas, com visualização clara e interpretação objetiva. Se o objetivo for apresentar os dados a pesquisadores, estudantes ou equipes técnicas, o relatório pode ser mais detalhado e conter maior volume de informações metodológicas e estatísticas.

É recomendável que o relatório apresente, no mínimo, a identificação da pesquisa, seus objetivos, metodologia, período de coleta, público pesquisado, número de questionários aplicados, principais resultados, análise dos dados, conclusões e recomendações. Sempre que possível, devem ser utilizados gráficos, tabelas, mapas, quadros e textos explicativos curtos, de forma a facilitar a compreensão das informações.

Os infográficos também são uma maneira de apresentar resultados de pesquisa, utilizando elementos visuais em conjunto com textos explicativos breves. Eles ajudam a sintetizar as informações de forma clara, rápida e acessível.

2.17 | INFOGRÁFICO

O infográfico é uma ferramenta utilizada para facilitar a compreensão do leitor. Trata-se da combinação de informações textuais e elementos visuais, como imagens, ícones, desenhos, gráficos, mapas, quadros e demais recursos gráficos.

A apresentação deve estar disposta de forma organizada, priorizando a clareza das informações e a leitura rápida dos principais resultados. Em pesquisas de turismo, os infográficos podem ser utilizados para apresentar perfil dos visitantes, origem dos turistas, gasto médio, avaliação de eventos, taxa de ocupação, fluxo turístico, indicadores econômicos, percepção de satisfação e outros dados relevantes.

Para a elaboração de infográficos, é importante selecionar apenas os resultados mais relevantes, utilizar linguagem simples, evitar excesso de informação e manter coerência visual entre títulos, cores, fontes, ícones e gráficos.

Ferramentas digitais como Canva, PowerPoint, Piktochart, Google Looker Studio, Power BI ou softwares similares podem auxiliar na construção de materiais visuais. Independentemente da ferramenta utilizada, recomenda-se que todo infográfico apresente título, fonte dos dados, período da pesquisa, instituição responsável e, quando aplicável, observações metodológicas.

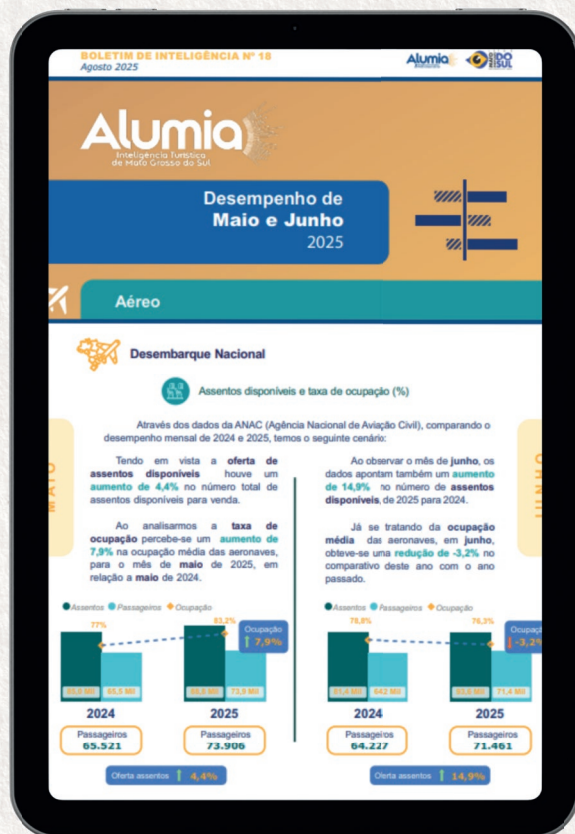
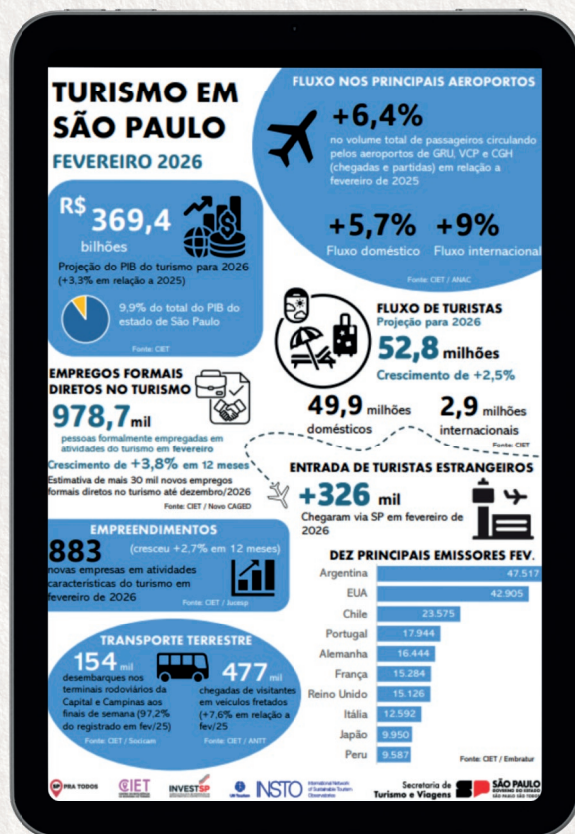
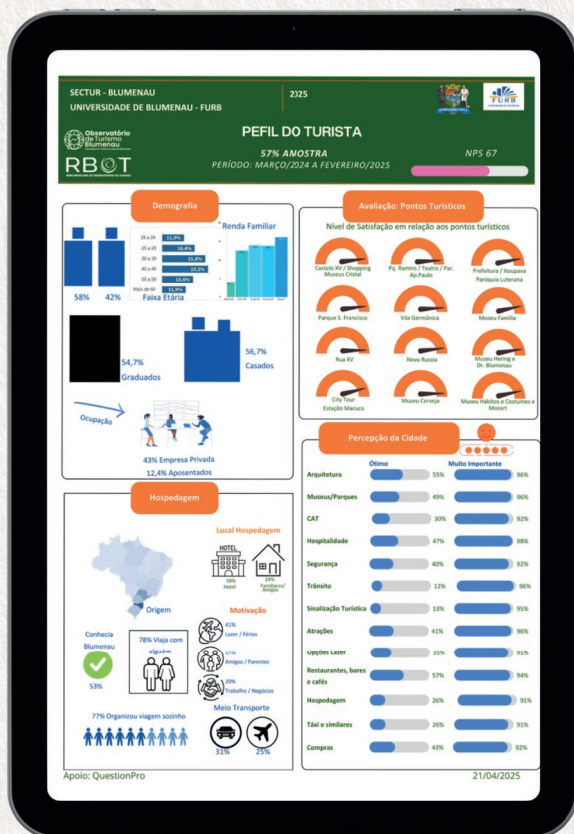


Figura 3: Exemplos de infográficos de pesquisas em turismo
Fonte: Observatório do Turismo de MS / CIET / Observatório de Turismo Blumenau.
Layout elaborado por Lucas Souza de Oliveira para este manual, 2026.

3

IMPACTOS ECONÔMICOS DO TURISMO

3.1 | CONCEITO DE IMPACTOS ECONÔMICOS

A literatura sobre a análise dos impactos econômicos do turismo destaca, entre os principais impactos positivos, o potencial da atividade em relação à geração de negócios, emprego, renda, impostos e dinamização da economia local.

Os impactos do turismo, em geral, são avaliados a partir do levantamento de dados referentes aos gastos dos turistas durante a permanência em determinado destino turístico. Para compreender a dinâmica dos impactos econômicos do turismo e, por conseguinte, sua mensuração, é necessário, primeiramente, classificar os tipos de impactos derivados dos gastos dos turistas e, em seguida, analisar os modelos que podem ser utilizados no processo de avaliação. No que se refere aos gastos realizados pelos turistas no local da viagem, eles podem ser classificados como diretos, indiretos ou induzidos (Cooper et al., 2001).

Os **impactos diretos** correspondem ao valor dos gastos dos turistas nas Atividades Características do Turismo, descontado o valor das importações necessárias para atender à demanda turística. Trata-se do impacto na “linha de frente” das atividades econômicas que têm contato direto com os turistas, como hospedagem, transporte, compras, alimentos e bebidas, atividades recreativas, esportivas e de lazer, agências de turismo, entre outras.

Os **impactos indiretos** correspondem à renda gerada na cadeia produtiva das Atividades Características do Turismo a partir do impulso de produção provocado pelos gastos dos turistas. Por exemplo, hotéis e demais atividades da “linha de frente” compram serviços e produtos de outras empresas e setores, como alimentos, bebidas, lavanderia, manutenção e fornecedores diversos, para atender à demanda dos turistas. Assim, ao pagar uma diária em um hotel, o visitante movimenta também a cadeia de valor do setor hoteleiro, gerando impactos indiretos na economia local.

Os **impactos induzidos** correspondem à renda gerada na forma de salários, lucros, aluguéis e juros nas Atividades Características do Turismo, a partir dos gastos dos turistas. É importante ressaltar que esse impacto se restringe à parte da renda que é gasta na economia local. Por exemplo, um funcionário da rede hoteleira de uma cidade que recebe seu salário e o utiliza no comércio local está contribuindo para a geração de impacto induzido.

Assim, o **impacto total** dos gastos dos turistas corresponde à soma dos impactos diretos, indiretos e induzidos, descontados os gastos com a importação de produtos e serviços destinados ao atendimento da demanda turística.

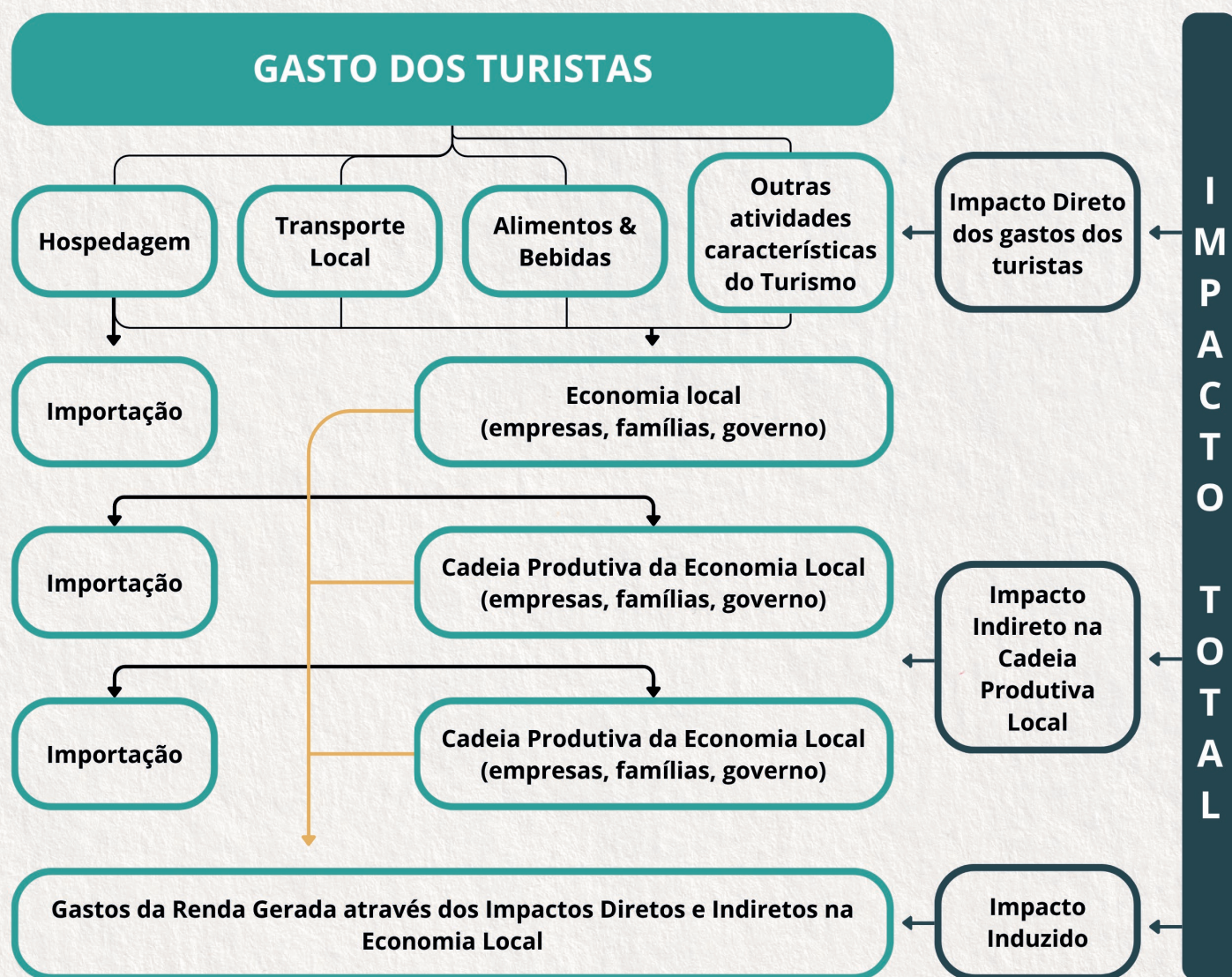


Figura 4: A dinâmica dos impactos econômicos dos gastos dos turistas

Fonte: RBOT. Layout elaborado por Lucas Souza de Oliveira para este manual, 2026.

Como pode-se observar na figura 4, somente a parte da renda que permanece na economia local gera os chamados efeitos multiplicadores. Assim, quanto maior a integração da cadeia produtiva da economia local, maiores tendem a ser esses efeitos.

O efeito multiplicador é resultado da interdependência existente entre as Atividades Características do Turismo e os diversos setores econômicos. Dessa forma, o aumento na demanda por bens e serviços produzidos por

um setor gera acréscimo na demanda de bens e serviços provenientes de outros setores.

Assim, o conceito de multiplicador turístico refere-se à razão entre a mudança em uma variável econômica, como produto, renda, emprego ou receitas governamentais, e a mudança inicial nas despesas ou gastos dos turistas.

Existem vários multiplicadores dos gastos dos turistas utilizados regularmente, e cada tipo possui uso específico. Os principais tipos de multiplicadores turísticos são:

O **multiplicador da renda**, que representa as variações da renda da economia local geradas a partir da variação nos gastos dos turistas. No caso do projeto “Rio de Janeiro a Janeiro”, por exemplo, o multiplicador de renda corresponde ao acréscimo na renda da cidade decorrente do incremento nos gastos dos visitantes a partir dos eventos realizados no âmbito do projeto.

O **multiplicador do emprego**, que corresponde às variações no número de empregos ofertados na economia de referência, causadas pela variação inicial dos gastos turísticos.

O **multiplicador do produto**, que quantifica as variações do produto ocasionadas pela variação inicial no nível de gastos turísticos. Nesse caso, pode-se utilizar como referência o acréscimo no valor agregado.

O **multiplicador das receitas do governo**, que representa o montante adicional de receita pública criado por unidade extra dos gastos dos turistas.

3.2 | MODELOS DE AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS ECONÔMICOS DO TURISMO

Para a mensuração dos impactos econômicos do turismo são utilizados modelos matemáticos e econométricos que permitem estimar os impactos diretos, indiretos e induzidos da atividade sobre determinada área. A complexidade da cadeia produtiva do turismo reflete diretamente nos modelos empregados para essa mensuração.

Segundo Fletcher (1989, p. 515), “o impacto econômico do turismo é complexo, pois não ocorre no âmbito de um único setor industrial comumente reconhecido. Há uma variedade de métodos que podem ser utilizados no estudo de impacto do turismo e a escolha definitiva da metodologia é, em grande medida, determinada pelo objetivo principal da pesquisa, pela disponibilidade de recursos para o estudo, pelo tempo disponível aos investigadores e pela estrutura da economia em questão”.

Na literatura, destacam-se dois tipos de modelos utilizados na avaliação dos impactos econômicos do turismo: o modelo **input-output**, caracterizado pelo uso da matriz insumo-produto, e os modelos de **Equilíbrio Geral Computável**.

3.2.1 | MODELO INSUMO-PRODUTO

O modelo **input-output**, ou modelo de insumo-produto, é um modelo matemático que descreve os fluxos econômicos entre setores dentro da economia de uma região, país ou cidade. Esses fluxos permitem estimar o que cada setor deve comprar dos demais setores da economia para produzir uma unidade monetária de produto.

Com base na função de produção de cada atividade produtiva, os modelos de insumo-produto também permitem determinar as proporções das vendas destinadas a salários, lucros e impostos. Os multiplicadores podem ser estimados a partir desses modelos, com base na recirculação dos gastos na área avaliada.

Exportações e importações são determinadas com base nas estimativas da propensão das famílias e das empresas pertencentes à região para adquirir bens e serviços de fontes locais ou externas.

Esse modelo permite identificar as relações entre os setores da economia e o turismo e, por conseguinte, mensurar os impactos dos gastos dos turistas sobre a economia de uma cidade, região ou país. Por meio das relações intersetoriais, é possível calcular os multiplicadores que permitem quantificar os impactos indiretos dos gastos dos turistas nas Atividades Características do Turismo.

Para avaliar os impactos indiretos, é necessário utilizar os multiplicadores de cada uma das atividades que oferecem serviços e produtos diretamente aos turistas. Esses multiplicadores dependem das relações entre cada Atividade Característica do Turismo e sua respectiva cadeia produtiva. Por exemplo, o multiplicador de renda da atividade de alojamento mede o impacto que cada unidade monetária gasta pelo turista em hospedagem gera de renda na cadeia produtiva de alojamento.

No Brasil, as matrizes de insumo-produto são disponibilizadas por instituições e grupos de pesquisa, como o IBGE e o Núcleo de Economia Regional e Urbana da Universidade de São Paulo (NEREUS/USP), associado aos trabalhos de Joaquim J. M. Guilhoto e colaboradores. Para estudos aplicados

ao turismo, recomenda-se consultar as bases oficiais e metodologias disponíveis nessas fontes, observando o ano de referência da matriz utilizada.

3.2.2 | MODELO DE EQUILÍBRIO GERAL COMPUTÁVEL (CGE)

O Modelo de Equilíbrio Geral Computável, conhecido pela sigla **CGE** em inglês, tem origem no modelo de insumo-produto, mas inclui especificações mais gerais sobre o comportamento dos consumidores, produtores e investidores. Sua base advém da Teoria do Equilíbrio Geral, um conjunto de teoremas microeconômicos que procura explicar a produção, o consumo e os preços em uma economia com um ou vários mercados.

Na prática, trata-se de um modelo matemático que avalia os impactos da mudança de um componente de determinado setor econômico tanto nos indicadores macroeconômicos, como PIB, bem-estar, produção e emprego, quanto nos demais setores. É uma abordagem de análise econômica que combina um cenário de equilíbrio geral com simulação numérica.

Segundo a premissa do Equilíbrio Geral, a oferta é igual à demanda em todos os mercados simultaneamente. Sendo assim, no modelo, todas as demandas intermediárias são levadas em conta, e os efeitos sobre os demais setores são observados. A análise dos efeitos de retroalimentação entre os setores permite avaliar impactos líquidos, que podem ser positivos ou negativos. Além disso, a análise CGE fornece uma estrutura de modelagem em que os efeitos de bem-estar podem ser medidos numericamente.

Ao simular como cada mercado, setor ou agente reage a mudanças na economia, um modelo CGE pode representar uma variedade de

cenários possíveis, o que constitui uma vantagem significativa em termos de flexibilidade quando comparado a outras formas de modelagem.

Geralmente, os modelos CGE são utilizados para avaliação de fluxos de comércio, desenvolvimento econômico, economia agrícola e ambiental (Greenaway et al., 1994). Nos últimos anos, diversos pesquisadores também vêm aplicando essa técnica à avaliação dos impactos do turismo nas economias.

3.3 | ETAPAS E INFORMAÇÕES NECESSÁRIAS PARA A REALIZAÇÃO DE UM ESTUDO DE IMPACTO ECONÔMICO DO TURISMO

1ª ETAPA – COLETA DE INFORMAÇÕES PRIMÁRIAS

A primeira etapa consiste no levantamento de informações primárias por meio da aplicação de questionário de pesquisa. Esse instrumento deverá coletar informações como:

- distribuição dos turistas por meio de hospedagem;
- distribuição dos turistas entre nacionais e internacionais ou entre lazer e negócios, dependendo do foco da pesquisa e do tipo de destino;
- número de turistas na cidade;
- valor dos gastos dos turistas;
- destinação dos gastos dos turistas por produto, serviço ou atividade, como hospedagem, alimentos e bebidas, compras, transporte, entre outros.

2ª ETAPA - CALCULANDO O IMPACTO DIRETO:

$$\text{Impacto Direto (ID)} = \sum (\text{NTt} \cdot \text{PMt} \cdot \text{GMDt})$$

O Impacto Direto pode ser calculado pela fórmula acima, sendo:

- **NTt** = número de turistas do tipo (t);
- **PMt** = corresponde a média de pernoite dos turistas do tipo (t);
- **GMDt** = gastos dos turistas do tipo (t). O GMDt deve ser apresentado de forma desagregada, o que permitirá o cálculo do impacto direto por tipo de produto / serviço / atividade. O cálculo do Impacto total é calculado a partir dos multiplicadores, que podem ser gerados com a utilização do modelo Insumo-Produto ou pelo uso do Modelo de equilíbrio Geral Computável.

Assim, o Impacto Total pode ser calculado, utilizando:

$$\text{Impacto Total} = \text{Multiplicador} \cdot \text{Impacto Direto}$$

É importante ressaltar que existem dois tipos de multiplicadores: os que permitem a estimativa dos impactos indiretos e induzidos e aqueles que permitem somente o cálculo do Impacto Indireto. Como resultado da

Avaliação dos Impactos econômicos do turismo pode-se calcular:

- Valor Agregado gerado;
- Renda gerada;
- Emprego gerado;
- Impostos gerados.

4

PESQUISA DE DEMANDA

De acordo com Minas Gerais (2018), para realizar levantamentos sobre o turismo, podem ser utilizadas algumas pesquisas recorrentes sobre o tema. Entre elas, destacam-se a pesquisa de demanda, as pesquisas em eventos turísticos, as pesquisas junto à hotelaria e aos meios de transporte e a pesquisa sobre a economia formal do turismo.

Como já visto, dados confiáveis sobre o turismo são fundamentais para a formulação, implementação e avaliação das políticas públicas do setor, auxiliando na tomada de decisão do poder público e dos empresários, direcionando ações e proporcionando uma melhor avaliação do trabalho desenvolvido.

O estudo da demanda turística busca, essencialmente, compreender o comportamento do turista antes, durante e depois da viagem. As principais questões do estudo da demanda turística são:

- **Conhecer** como se comportam as pessoas em relação aos produtos e serviços que uma empresa ou destino turístico oferece;
- **Descobrir** as necessidades que os possíveis consumidores possuem e pelas quais estariam dispostos a pagar;
- **Verificar** a satisfação e a opinião do turista em relação ao destino ou serviço.

4.1 | POR QUE IR? QUANTO TEMPO FICAR? COM QUEM IR? ONDE SE INSTALAR? COMO IR? O QUE FAZER? QUANTO GASTAR?

A pesquisa de demanda tem como objetivo principal traçar o perfil dos turistas e excursionistas que visitam uma localidade durante a alta, média e baixa temporadas. Ela retrata suas principais motivações para a realização da viagem, seu perfil socioeconômico, suas expectativas em relação aos produtos e serviços consumidos durante a estadia, além do perfil dos gastos financeiros de cada visitante.

- **Turistas** são considerados visitantes temporários, nacionais ou estrangeiros, cuja residência permanente é outra que não o local da pesquisa, e que permanecem neste local pelo menos 24 horas, ou efetua pelo menos um pernoite, permanecendo no local por, no máximo, 365 dias e sem exercer função remunerada na localidade.
- **Excursionistas** são considerados visitantes temporários, nacionais ou estrangeiros, cuja residência permanente é outra que não o local da pesquisa, e que permanecem neste local por, no máximo, 24 horas, sem realizar pernoite e sem exercer função remunerada na localidade.
- O número de **visitantes** é a soma de turistas + excursionistas.

É recomendável que a pesquisa seja realizada durante as três temporadas — alta, média e baixa —, pois, além de ampliar o número de questionários preenchidos, permite comparar os perfis dos visitantes em diferentes períodos. Com isso, torna-se possível obter informações mais precisas para o planejamento e o monitoramento das ações turísticas.

Apesar disso, caso não seja possível realizar a pesquisa nas três temporadas, recomenda-se priorizar a alta e a baixa temporada, pois esses períodos tendem a revelar diferenças mais evidentes no perfil da demanda, no fluxo de visitantes, nos meios de hospedagem utilizados, nos gastos e na avaliação do destino.

4.2 | TIPOS DE DEMANDA

Existem componentes básicos que caracterizam a demanda turística (COOPER et al., 2001; MATTOS, 2004):

- **Demanda real ou efetiva** – É a demanda já existente, que participa da atividade turística. É definida pelo número real de turistas presentes na localidade.
- **Demanda reprimida** – Consiste nos indivíduos que, por algum motivo, não viajam. A demanda reprimida pode ser dividida em potencial e protelada.
 - a) **Demanda potencial** – é composta pelas pessoas que não fazem parte da demanda real por algum motivo, mas que, em uma data futura, poderão viajar caso fatores impeditivos desapareçam. São exemplos de fatores impeditivos: baixo poder aquisitivo, pouco tempo livre, dificuldade de acesso, entre outros.
 - b) **Demanda protelada** – consiste na demanda adiada não por impedimentos relacionados diretamente ao turista, mas sim à oferta ou às condições do destino, como saturação dos meios de hospedagem, condições meteorológicas

adversas, eventos extremos, crises sanitárias, problemas de segurança ou outros fatores que dificultem ou impeçam a viagem. Quando a oferta turística se normaliza, as pessoas que se enquadram como demanda protelada podem se tornar demanda efetiva.

4.3 | PROJETO DE PESQUISA

As informações e as características da demanda turística devem ser obtidas a partir da elaboração de um projeto de pesquisa. Esse projeto orientará a coleta e a análise dos dados.

Um projeto de pesquisa deve apresentar, de forma organizada, a formulação do problema, a definição dos objetivos, as hipóteses, quando houver, a metodologia, o público-alvo, o recorte territorial, o período de coleta, a amostra prevista, o instrumento de pesquisa e a forma de análise dos resultados.

Após esse processo, serão obtidos os dados que deverão ser analisados e interpretados de acordo com a realidade do destino, evento ou empreendimento.

4.4 | O QUESTIONÁRIO

A elaboração de qualquer questionário depende das informações que se pretende obter por meio de sua aplicação. Por isso, ele não precisa ser, necessariamente, igual ao utilizado por outros municípios ou estados.

O ideal é que, a partir de um modelo-base, sejam discutidas quais informações podem auxiliar o planejamento e quais não serão utilizadas naquele momento. Não há um modelo único e obrigatório. Contudo, com vistas à harmonização metodológica e ao aumento do grau de comparabilidade dos resultados, o Anexo 1 apresenta um modelo de questionário a ser utilizado ou adaptado.

As pesquisas de demanda são mais detalhadas que outras pesquisas citadas neste manual. Isso porque identificam o perfil dos visitantes, seu nível socioeconômico, motivações, forma de organização da viagem, avaliação dos produtos e serviços turísticos utilizados, gastos, tempo de permanência e outras informações relevantes.

Existem várias formas de elaborar esse tipo de pergunta, sem que haja uma definição única de certo ou errado. O importante é estruturar um questionário completo e eficiente, mas que, ao mesmo tempo, não seja cansativo ou extenso demais para o entrevistado.

4.5 | TIPOS DE PERGUNTAS

Existem algumas formas de estruturar perguntas em um questionário, e conhecer essas opções pode auxiliar na construção da metodologia. Destacam-se algumas delas:

- **Perguntas abertas:** são aquelas que exigem uma resposta em formato de frase ou texto elaborado com as próprias palavras do entrevistado. Nesse tipo de questão, o respondente tem liberdade para explicar, descrever e opinar sobre a pergunta feita, de forma mais ampla e pessoal

do que em respostas pré-definidas pelo questionário. Exemplo: *“Qual é a primeira imagem que vem à sua cabeça quando se fala em ‘Brasil’?”*

- **Perguntas fechadas:** são aquelas que apresentam opções de respostas pré-definidas. Elas podem ser de resposta única ou de resposta múltipla, ou seja, aquelas em que o respondente pode marcar mais de uma opção

Exemplo de pergunta com resposta única:

- *É a primeira vez que visita esta cidade? (1) Sim; (2) Não.*

Exemplo de pergunta com resposta múltipla:

- *O que você gostaria de fazer durante essa viagem: (1) Visitar igrejas; (2) Ir a uma cachoeira; (3) Praticar escalada.*

- **Perguntas de escala:** são aquelas em que o respondente precisa avaliar algo usando notas, categorias ou níveis pré-definidos. As perguntas de satisfação são exemplos desse tipo.

As perguntas de satisfação são um exemplo:

- *Qual a nota você dá para os preços praticados nesta cidade? (Sendo 1 para péssimo e 10 para excelente).*

Exemplos de perguntas que podem constar na pesquisa de demanda:

- *Qual foi o principal motivo desta viagem?*
- *É a primeira vez que visita esta cidade?*
- *Quem foi seu principal acompanhante nesta viagem?*
- *Como esta viagem foi organizada?*
- *Qual o principal meio de hospedagem utilizado nesta cidade?*
- *Contratou alguma agência de passeios local?*

- *Qual o principal meio de transporte utilizado para chegar à cidade?*
- *Qual foi seu gasto por dia nesta viagem, em reais?*

Para acesso ao modelo de questionário da Pesquisa de Demanda, consultar o Anexo 1.

4.6 | RECOMENDAÇÕES

Para realizar uma pesquisa de demanda, sugere-se que os questionários sejam aplicados em pontos de fluxo do município, tais como rodoviárias, aeroportos, atrativos turísticos, centros de atendimento ao turista, eventos, áreas centrais, orlas, parques, portais de entrada, terminais de transporte e outros locais de circulação de visitantes.

Deve-se ressaltar que, quando a pesquisa for aplicada em rodoviárias ou aeroportos, recomenda-se sua realização na área de embarque de passageiros, pois, no desembarque, os visitantes ainda não tiveram contato suficiente com o município e podem não possuir opinião formada sobre o destino. Nos demais pontos de entrada e saída de pessoas, o ideal é que a aplicação ocorra preferencialmente na saída ou em momentos nos quais o visitante já tenha vivenciado parte da experiência turística.

Os locais de aplicação podem variar de acordo com a temporada da pesquisa — baixa, média ou alta — e ficam a critério dos organizadores. É importante, ao definir a estratégia de aplicação, distribuir bem os questionários entre diferentes locais, dias e horários, de modo a captar perfis variados de visitantes e reduzir vieses na coleta.

Também se recomenda buscar equilíbrio entre entrevistados de diferentes gêneros, faixas etárias e perfis de viagem. Um ponto de atenção é evitar que sejam entrevistadas mais de uma pessoa da mesma família ou do mesmo grupo de viagem, para que o resultado final da pesquisa não seja prejudicado pela repetição de características semelhantes.

Destaca-se que as pesquisas de demanda turística também podem ser realizadas com apoio de ferramentas tecnológicas, de forma complementar. Entre as possibilidades estão formulários online acessados por QR Code, tablets, totens digitais, painéis de dados, dados agregados de telefonia móvel, dados transacionais, plataformas de reserva, sistemas globais de distribuição — GDS, como Amadeus e Sabre — e ferramentas de geolocalização.

Contudo, é importante observar que essas fontes nem sempre substituem a pesquisa direta com visitantes, pois a coleta pode ser limitada a determinadas variáveis, como procedência, jornada na localidade, tempo de permanência, deslocamentos, consumo ou padrões de circulação. Além disso, o uso de dados digitais deve observar critérios técnicos, éticos e legais, especialmente quanto à privacidade, à anonimização e à proteção de dados pessoais.

Por isso, recomenda-se que o uso de tecnologias seja compreendido como estratégia complementar à pesquisa de campo, ampliando a capacidade de análise dos destinos turísticos sem dispensar a necessidade de planejamento metodológico, validação dos dados e interpretação contextual dos resultados.

5

PESQUISA EM EVENTOS

As pesquisas em eventos são realizadas em festivais culturais, gastronômicos, religiosos, feiras de turismo, eventos esportivos, congressos, encontros de negócios, entre outros, que, além da própria comunidade, atraem pessoas da região e/ou de outras cidades, movimentando a economia local.

Seu intuito é traçar o perfil do público participante, identificar suas expectativas de viagem, avaliar o evento e os serviços prestados no município durante determinado período. Como já vimos, as pesquisas servem para melhorar o planejamento das ações a serem executadas antes, durante e depois dos eventos, pelos seus organizadores, sejam eles prefeituras, secretarias, entidades, empresas ou demais órgãos relacionados ao evento em questão.

5.1 | O QUESTIONÁRIO

Durante os eventos, a maioria das pessoas está visitando algum estande, divertindo-se com familiares e/ou amigos, assistindo a shows, fazendo negócios, consumindo produtos ou participando da programação. Isso faz com que elas não queiram, ou não tenham, muito tempo para responder a uma pesquisa extensa.

Como o objetivo é identificar o perfil básico do público, bem como outras características que podem variar de evento para evento, recomenda-

se que o questionário seja breve, preferencialmente com até uma página. Ele pode conter perguntas abertas e fechadas, como na pesquisa de demanda, mas, em geral, o ideal é que sejam necessários, no máximo, cinco minutos para que seja respondido integralmente.

Um ponto importante é que o questionário de pesquisas em eventos pode conter perguntas destinadas a todos os participantes, perguntas específicas para visitantes e perguntas específicas para moradores da cidade. Essa separação é fundamental para que seja possível calcular o impacto turístico que o evento gera para o município.

Outra informação necessária para realizar esse cálculo é a contagem das pessoas que participaram do evento. Ela pode ser obtida por meio de catracas de acesso, sistemas de ingresso, credenciamento, contagem eletrônica, estimativas técnicas da organização ou estimativas fornecidas por órgãos públicos, quando disponíveis. São exemplos de perguntas que podem constar nas pesquisas de eventos:

Para todos:

- *Com quem você veio ao evento?*
- *Qual o principal motivo da sua vinda ao evento?*
- *Qual a sua avaliação sobre o evento?*
- *Qual a sua sugestão para as próximas edições do evento?*
- *Você pretende voltar em outras edições do evento?*

Apenas para visitantes:

- *Como ficou sabendo do evento?*
- *Você vai participar de quantos dias de evento?*

- *Qual será / foi seu gasto estimado em todos os dias que você participará / participou do evento?*
- *Quantas pessoas estão incluídas nesse gasto?*

Apenas para moradores:

- *Em sua opinião, o evento estimulou a participação da comunidade?*
- *Qual a sua avaliação dos resultados do evento para a comunidade?*

Para acesso ao modelo de questionário de pesquisa em eventos, consultar o Anexo 2.

5.2 | RECOMENDAÇÕES

Sugere-se que os questionários das pesquisas em eventos sejam aplicados em pontos de fluxo do evento, tais como praça de alimentação, áreas de circulação, entrada e saída, espaços de convivência, locais próximos aos palcos, estandes ou atrativos principais, entre outros pontos estratégicos definidos pela coordenação da pesquisa. É importante observar que a pesquisa não deve ser feita logo no início do evento, pois o ideal é que o público circule pelo local, tenha contato com a programação, consuma produtos ou serviços e forme uma percepção mais adequada sobre a experiência vivenciada. Dessa forma, as respostas tendem a ser mais consistentes e úteis para a avaliação do evento.

Por ser um momento de descontração do público, a equipe de pesquisadores deve ter bom senso e, acima de tudo, sensibilidade para identificar quando e como abordar as pessoas, sem que isso seja desconfortável para o entrevistado. Como exemplo, é interessante evitar a abordagem de

pessoas durante refeições, conversas particulares, deslocamentos apressados, filas, momentos de compra ou situações em que estejam claramente envolvidas com alguma atividade da programação. A abordagem deve ser breve, cordial e objetiva, informando ao participante a finalidade da pesquisa, o tempo estimado de resposta e o caráter voluntário da participação. Também é importante que os pesquisadores estejam devidamente identificados e preparados para responder dúvidas básicas sobre a pesquisa.

Recomenda-se distribuir a aplicação dos questionários entre diferentes dias, horários e locais do evento, sempre que possível. Essa estratégia contribui para captar perfis variados de público e reduzir vieses de coleta. Em eventos com programação extensa, é importante considerar tanto os horários de maior fluxo quanto os períodos de menor movimento, bem como diferentes tipos de atração ou atividade.

Também deve-se evitar entrevistar mais de uma pessoa do mesmo grupo familiar ou grupo de viagem, especialmente quando o objetivo for estimar gastos, perfil de origem ou comportamento de consumo. Esse cuidado reduz a repetição de respostas semelhantes e melhora a representatividade dos resultados.

Além de pesquisas com o público, há outro tipo de pesquisa em eventos: as pesquisas com o mercado, direcionadas a agentes, operadores de turismo, expositores, empreendedores, patrocinadores, fornecedores e demais participantes profissionais. Essas pesquisas são indicadas a municípios ou regiões que já possuem, ou estão em fase de elaboração de, produtos e roteiros turísticos possíveis de serem comercializados por agências de turismo e operadoras turísticas. Nesse caso, o questionário deverá ser específico para o tema e adequado ao perfil dos respondentes.

6

PESQUISA DE HOTELARIA E MEIOS DE TRANSPORTE

A pesquisa junto aos meios de hospedagem é uma das principais formas de acompanhar o desempenho turístico de um município. Por meio dela, é possível obter informações sobre entrada e saída de hóspedes, número de unidades habitacionais disponíveis e ocupadas, número de leitos, pernoites, taxa de ocupação hoteleira, permanência média e outros dados relevantes para o monitoramento do fluxo turístico.

Historicamente, essas informações eram organizadas por meio do Boletim de Ocupação Hoteleira (BOH), preenchido mensalmente pelos meios de hospedagem e encaminhado aos órgãos responsáveis pelo turismo. Atualmente, esse processo vem sendo modernizado com a utilização da Ficha Nacional de Registro de Hóspedes (FNRH) Digital e do Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (SNRHos), vinculados ao Ministério do Turismo. Segundo o Ministério do Turismo, a FNRH Digital permite identificar o perfil do turista e acompanhar as taxas de ocupação hoteleira por região, fortalecendo a produção de estatísticas oficiais e subsidiando políticas públicas para o setor.

A coleta dessas informações é essencial para mensurar o fluxo e a receita turística de um município, pois os dados de hospedagem permitem estimar o número de visitantes que pernoitam no destino e contribuem para os cálculos de permanência média, ocupação e movimentação econômica. Veremos mais à frente neste manual como essas informações podem ser utilizadas no cálculo de indicadores turísticos.

Dada a importância desses dados, é fundamental que os órgãos municipais e estaduais de turismo realizem um trabalho constante de sensibilização junto aos meios de hospedagem, orientando sobre a importância do envio regular das informações e da atualização dos registros. Esse processo contribui para a melhoria da qualidade das estatísticas turísticas e para a tomada de decisão baseada em evidências.

6.1 | BOLETIM DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA E REGISTRO DE HÓSPEDES

O Boletim de Ocupação Hoteleira (BOH) é um instrumento utilizado para consolidar informações sobre o desempenho dos meios de hospedagem, como número de hóspedes, unidades habitacionais ocupadas, leitos ocupados, pernoites e taxa de ocupação.

Com a digitalização dos processos, a Ficha Nacional de Registro de Hóspedes (FNRH) Digital passou a ser uma ferramenta importante para modernizar e simplificar a gestão das informações de hóspedes em meios de hospedagem. De acordo com o Manual de Uso do Módulo Hospedagem, a FNRH Digital foi desenvolvida pelo Ministério do Turismo em parceria com o Serpro para modernizar e simplificar a gestão das informações de hóspedes em meios de hospedagem em todo o território nacional.

Para fins de monitoramento turístico, os dados originados dos meios de hospedagem podem subsidiar análises sobre o perfil dos hóspedes, origem dos visitantes, sazonalidade, fluxo turístico, permanência média e taxa de ocupação. Sempre que possível, recomenda-se que os observatórios

e órgãos de turismo utilizem dados oficiais, atualizados e compatíveis com os sistemas adotados pelo Ministério do Turismo.

Também é importante que os meios de hospedagem mantenham seus dados atualizados no Cadastur, sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo. O Ministério do Turismo informa que o Cadastur é uma importante fonte de consulta para turistas e reúne informações sobre prestadores de serviços turísticos.

6.2 | INDICADORES DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

Ao trabalhar com dados de hospedagem, algumas informações são especialmente importantes:

- **Unidade habitacional (UH):** é o espaço destinado à utilização pelo hóspede para seu bem-estar, higiene e repouso. As unidades habitacionais podem ser classificadas, por exemplo, como quarto, apartamento ou suíte.
- **Leito:** refere-se à quantidade de pessoas que podem dormir em uma unidade habitacional. Por exemplo: um quarto com uma cama de casal corresponde a dois leitos, enquanto um quarto com uma cama de solteiro corresponde a um leito.
- **Hóspede:** pessoa que realiza estadia em um meio de hospedagem.
- **Pernoite:** cada noite de permanência do hóspede no meio de hospedagem.

- **Taxa de ocupação:** relação entre o número de unidades habitacionais ocupadas e o número de unidades habitacionais disponíveis em determinado período.
- **Permanência média:** relação entre o número total de pernoites e o número de hóspedes em determinado período.

Essas informações permitem acompanhar o desempenho da hotelaria local e avaliar o impacto de eventos, feriados, alta temporada, campanhas promocionais e ações de divulgação turística.

6.3 | MEIOS DE TRANSPORTE E FLUXOS DE VISITANTES

Outra maneira de obter informações sobre fluxo e receita turística é por meio da análise dos meios de transporte utilizados pelos visitantes. Pesquisas realizadas em rodoviárias, aeroportos, portais de entrada, atrativos turísticos, terminais hidroviários, rodovias ou outros pontos de acesso ao município podem ajudar a estimar o número de pessoas que chegam à cidade, sua origem, principal motivo da viagem, tempo de permanência e intenção de pernoite.

Ao realizar uma pesquisa em rodoviária ou em determinada rodovia que dá acesso ao município, por exemplo, é possível calcular o número de pessoas ou veículos que chegam à cidade e identificar se os visitantes irão pernoitar no município. Também veremos mais à frente como essa informação pode ser aplicada no cálculo de indicadores do turismo.

Quando disponíveis, dados secundários de transporte também podem ser utilizados de forma complementar, como estatísticas aeroportuárias, dados de terminais rodoviários, fluxo de veículos em rodovias, sistemas de bilhetagem, aplicativos de mobilidade e outras fontes oficiais ou institucionais. O uso dessas informações deve sempre considerar a qualidade da fonte, o período de referência, a abrangência territorial e a possibilidade de comparação com outros dados da pesquisa.

6.4 | RECOMENDAÇÕES PARA COLETA E ATUALIZAÇÃO DOS DADOS

Para que os dados de hotelaria e meios de transporte sejam úteis ao planejamento turístico, recomenda-se que a coleta seja realizada de forma periódica, padronizada e contínua. A atualização regular das informações permite construir séries históricas, identificar sazonalidades, avaliar o impacto de eventos e acompanhar a evolução do destino ao longo do tempo.

No caso dos meios de hospedagem, é importante sensibilizar empresários e gestores sobre a relevância do envio correto e regular das informações. A ausência de dados ou o preenchimento incompleto prejudica o cálculo de indicadores e compromete a leitura sobre o desempenho turístico do município.

No caso dos meios de transporte, recomenda-se definir pontos estratégicos de coleta, tais como rodoviárias, aeroportos, portais de entrada, atrativos de grande fluxo, postos de informação turística ou áreas de circulação de visitantes. A escolha dos locais deve considerar o perfil

do destino, os principais acessos ao município e os períodos de maior movimentação.

Sempre que possível, os dados de hotelaria e transporte devem ser cruzados com outras fontes, como pesquisa de demanda, Cadastur, inventário da oferta turística, dados de eventos e informações econômicas. Esse cruzamento permite uma compreensão mais completa sobre o fluxo turístico, a permanência dos visitantes e seus impactos no território.

7

INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

De acordo com o Ministério do Turismo, a inventariação da oferta turística compreende o levantamento, a identificação e o registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo, constituindo-se como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística.

A inventariação permite conhecer a oferta turística existente no território, identificar atrativos, serviços, equipamentos, infraestrutura de apoio, eventos, meios de hospedagem, alimentação, espaços para eventos, manifestações culturais e demais elementos que compõem o ecossistema turístico local. Esse levantamento contribui para o planejamento, a organização da oferta, a estruturação de produtos turísticos, a promoção do destino e a tomada de decisão por parte da gestão pública e da iniciativa privada.

Além dos formulários oficiais e metodologias adotadas pelo Ministério do Turismo, recomenda-se que os observatórios e órgãos de turismo consultem materiais complementares que auxiliem a organização prática do inventário e a leitura integrada do território turístico.

MATERIAL COMPLEMENTAR

Inventário da Oferta Turística MG

O Observatório do Turismo de Minas Gerais disponibiliza uma playlist com videoaulas sobre inventariação da oferta turística. O material pode ser utilizado como apoio para equipes técnicas, gestores municipais, pesquisadores e demais profissionais envolvidos no levantamento da oferta turística local.

Disponível em: https://www.youtube.com/playlist?list=PLPYh-Z5DCavSQt3RzFIOuR6gNqFQmXbj_

Manual do Inventário do Ecosistema Turístico

O Observatório do Turismo do Estado de Goiás disponibiliza um manual voltado à elaboração do inventário do ecossistema turístico municipal. O material apresenta uma estrutura prática para organizar informações sobre o sistema territorial turístico, dados municipais, subsistemas naturais, fluxos socioculturais e econômicos, Cadastur, mini censo hoteleiro, eventos, atrativos, serviços e equipamentos turísticos.

Disponível em: <https://goias.gov.br/observatoriodoturismo/wp-content/uploads/sites/64/2025/08/ATUAL-Manual-do-Inventario-do-Ecosistema-Turistico.pdf>

8

HARMONIZAÇÃO DE INDICADORES PARA A RBOT

De acordo com o Manual de Metodologias do Observatório de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA, 2019), com base no Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2014), indicadores são variáveis definidas para medir um conceito abstrato, relacionado a um significado social, econômico ou ambiental, com a intenção de orientar decisões sobre determinado fenômeno de interesse.

Como termômetros, os indicadores permitem monitorar as variações da atividade turística de acordo com a sazonalidade da oferta ou com a influência de outros fenômenos, como desastres naturais, variações cambiais, epidemias, crises econômicas, eventos climáticos, alterações na conectividade, mudanças no comportamento do consumidor, entre outros. Também contribuem para acompanhar o alcance dos objetivos e metas estabelecidos em planos, programas e políticas públicas de turismo.

O que alimenta um indicador é a análise de um dado ou de um conjunto de dados. Dados são registros ou valores que quantificam ou qualificam variáveis ou uma sequência hierarquizada de subvariáveis.

A matriz básica de indicadores para a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo tem a intenção de harmonizar dados entre estados e municípios. Os indicadores foram escolhidos considerando a facilidade de captação e acesso em nível nacional, estadual e municipal.

Na versão original do manual, a matriz está organizada em quatro âmbitos temáticos: receitas do setor do turismo, trabalho, acesso e serviços e equipamentos turísticos, composta por 25 indicadores. Esses indicadores servem para monitorar atividades relacionadas ao setor, a fim de auxiliar gestores na tomada de decisões estratégicas e na gestão do destino.

8.1 | MATRIZ BÁSICA DE INDICADORES PARA A RBOT

A seguir, apresenta-se a matriz básica de indicadores para a RBOT, revisada quanto à organização textual e à atualização das fontes de consulta. Recomenda-se que cada observatório verifique a disponibilidade dos dados em sua realidade territorial e registre o ano-base utilizado em cada levantamento.

RECEITAS DO SETOR DO TURISMO

Nº	Âmbito Temático	Indicadores	Unid. de medida	Método de extração de dados	Fonte	Estratégia de utilização dos dados
1	Arrecadação de impostos	Participação do Turismo no ISS dos municípios	%	Identificação e somatório dos valores do ISS nas Atividades Características do Turismo de acordo com a CNAE MTur/ IBGE (anexo)	Secretarias Municipais da Fazenda	Avaliar o impacto e a participação do turismo nas contas públicas municipais
2		Participação do Turismo no ICMS dos estados	%	Identificação e somatório dos valores do ICMS nas Atividades Características do Turismo de acordo com a CNAE MTur/ IBGE (anexo)	Secretarias Municipais da Fazenda	Avaliar o impacto e a participação do turismo nas contas públicas estaduais

TRABALHO

Nº	Âmbito Temático	Indicadores	Unid. de medida	Método de extração de dados	Fonte	Estratégia de utilização dos dados
3	Mercado de trabalho	Quantidade de empregos no turismo	Número absoluto	Acesso a base MTE/RAIS no link oficial, identificação das Atividades Características do Turismo de acordo com a CNAE MTur/IBGE	MTE/RAIS	Demonstrar importância para economia do estado/município e seu impacto social como setor empregador
4		Média salarial dos empregados	Média	Acesso a base MTE/RAIS no link oficial, identificação das Atividades Características do Turismo de acordo com a CNAE MTur/IBGE	MTE/RAIS	Demonstrar importância da empregabilidade no setor do turismo para economia do estado / município

ACESSO

Nº	Âmbito Temático	Indicadores	Unid. de medida	Método de extração de dados	Fonte	Estratégia de utilização dos dados
5	Aéreo regular e não regular	Quantidade de voos para estado/município	Número absoluto	Acesso a base da ANAC através do link oficial: https://www.anac.gov.br/assuntos/dados-e-estatisticas/dados-estatisticos/dados-estatisticos	ANAC	Demonstrar nível de acesso por via aérea no estado/município
6		Quantidade de cias aéreas operando no estado/município	Número absoluto		ANAC	
7		Oferta de assentos para o estado/município	Número absoluto		ANAC	
8		Quantidade de passageiros para o estado/município	Número absoluto		ANAC	

A ANAC disponibiliza bases e painéis estatísticos sobre transporte aéreo, incluindo dados de passageiros, oferta, demanda, participação de mercado e desempenho do setor. Esses dados podem ser utilizados para acompanhar conectividade, fluxo aéreo e evolução do acesso aos destinos.

HOTELARIA

Nº	Âmbito Temático	Indicadores	Unid. de medida	Método de extração de dados	Fonte	Estratégia de utilização dos dados
9	Hotelaria	Diária média no mês no estado / município	Número absoluto	Acesso base de dados disponibilizadas pela ABIH, FOHB e outras	Booking, ABIH, FOHB	Monitorar o valor da diária média
10		Taxa de ocupação	%	Acesso base de dados disponibilizadas pela ABIH, FOHB e outras	ABIH, FOHB, pesquisa primária	Monitorar a Taxa de ocupação
11		RevPar	Valor monetário	Calcular a partir da fórmula: <i>taxa de ocupação</i> x <i>diária média</i>	Booking, ABIH, FOHB, pesquisa primária	Monitorar o RevPar
12		Quantidade de meios de hospedagem e/ou números de UH's e/ou número de leitos existentes ofertados por estado/município	Número absoluto	Acesso base de dados disponibilizadas pela ABIH, FOHB e outras	Booking, ABIH, FOHB, CADASTUR e pesquisa primária	Avaliar capacidade hoteleira

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Nº	Âmbito Temático	Indicadores	Unid. de medida	Método de extração de dados	Fonte	Estratégia de utilização dos dados
13	Cadastur	Quantidade de Guias de Turismo	Número absoluto	Consulta ao Cadastur	MTur / Cadastur	Avaliar oferta de profissionais

Nº	Âmbito Temático	Indicadores	Unid. de medida	Método de extração de dados	Fonte	Estratégia de utilização dos dados
14	Cadastur	Quantidade de acampamentos turísticos	Número absoluto	Consulta ao Cadastur	MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
15		Quantidade de Agências de Turismo	Número absoluto		MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
16		Quantidade de Casas de Espetáculo	Média		MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
17		Quantidade de Empreendimentos de Entretenimento	Número absoluto		MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
18		Quantidade de Locadoras de Veículos	Número absoluto		MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
19		Quantidade de Meios de Hospedagem	Número absoluto		MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
20		Quantidade de Organizadoras de Eventos	Número absoluto		MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
21		Quantidade de Prestadores de Serviços para Eventos	Número absoluto		MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
22		Quantidade de Prestadores Especializados em Segmentos Turísticos	Média		MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
23		Quantidade de Restaurantes	Número absoluto		MTur Cadastur	Avaliar oferta de empresas
24		Quantidade de Transportadoras Turísticas	Número absoluto		MTur / Cadastur	Avaliar oferta de empresas
25		Empresas ativas no Cadastur x Junta Comercial	%		Junta Comercial / Cadastur	Demonstrar importância para a economia do estado/região e seu impacto social de empresas na economia e desempenho no Cadastur

O Cadastur é o sistema oficial do Ministério do Turismo para cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor turístico, sendo também uma fonte de consulta sobre prestadores de serviços turísticos.

8.2 | FONTES DE DADOS E ATUALIZAÇÃO DOS INDICADORES

Para garantir a qualidade da matriz de indicadores, recomenda-se que cada observatório registre a fonte utilizada, o ano-base, a data de extração, a metodologia de cálculo e eventuais limitações dos dados.

Sempre que possível, devem ser priorizadas fontes oficiais e atualizadas, como Ministério do Turismo, Cadastur, ANAC, IBGE, Ministério do Trabalho e Emprego, Secretarias de Fazenda, Juntas Comerciais, entidades setoriais e bases municipais.

No caso dos indicadores de trabalho, recomenda-se atenção à transição e complementaridade entre RAIS, Novo CAGED e demais bases oficiais de emprego formal, considerando que cada base possui objetivos, periodicidade e níveis de detalhamento específicos.

No caso dos indicadores de hotelaria, recomenda-se considerar os sistemas oficiais de registro de hóspedes e ocupação, além de dados fornecidos por entidades setoriais e pesquisas primárias.

8.3 | CUIDADOS PARA COMPARABILIDADE ENTRE DESTINOS

A harmonização de indicadores tem como principal objetivo permitir que diferentes observatórios possam produzir dados comparáveis entre si. Para isso, é importante que os conceitos, recortes territoriais, períodos de referência, fontes e métodos de cálculo sejam definidos de forma clara.

Quando um destino utilizar metodologia diferente da recomendada, essa diferença deve ser informada no relatório, boletim ou painel de indicadores. Da mesma forma, quando determinado dado não estiver disponível, recomenda-se registrar a ausência da informação, em vez de substituí-la por estimativas sem explicação metodológica.

Também é importante observar que a comparação entre destinos deve considerar suas diferenças territoriais, econômicas, demográficas e turísticas. Um município de grande porte, com aeroporto, rede hoteleira ampla e forte atividade empresarial, não deve ser analisado da mesma forma que um pequeno destino de base comunitária ou rural.

Dessa forma, a matriz básica de indicadores deve ser entendida como referência comum, mas sua aplicação deve respeitar as especificidades de cada território.

9

MONITORAMENTO DA SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

O monitoramento da atividade turística não deve se limitar à mensuração do fluxo de visitantes, da ocupação hoteleira, da receita gerada ou da quantidade de empreendimentos existentes. Embora esses dados sejam fundamentais para compreender a dinâmica econômica do setor, eles não são suficientes para avaliar se o turismo contribui, de fato, para o desenvolvimento sustentável dos destinos.

A sustentabilidade no turismo envolve a capacidade de promover benefícios econômicos, sociais, culturais e ambientais, ao mesmo tempo em que se reduzem impactos negativos sobre o território, a infraestrutura urbana, o patrimônio cultural, os recursos naturais e a qualidade de vida da população residente.

Nesse sentido, este capítulo apresenta diretrizes para o monitoramento da sustentabilidade nos destinos turísticos, considerando quatro dimensões principais: ambiental, sociocultural, econômica e institucional. A proposta é oferecer aos observatórios uma base metodológica para organizar dados secundários, construir séries históricas, comparar realidades territoriais e produzir análises que subsidiem políticas públicas, ações da iniciativa privada e estratégias de governança local.

9.1 | POR QUE MONITORAR A SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

O monitoramento da sustentabilidade permite compreender não apenas o crescimento da atividade turística, mas também seus efeitos sobre o território. Um destino pode receber muitos visitantes, ampliar sua rede de hospedagem e aumentar sua arrecadação, mas, ao mesmo tempo, apresentar problemas de saneamento, pressão sobre recursos naturais, precarização do trabalho, baixa participação da comunidade ou fragilidade na governança.

A Agenda 2030, adotada pela Organização das Nações Unidas, estabelece os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) como referência global para orientar ações voltadas à erradicação da pobreza, proteção do meio ambiente e promoção da paz e da prosperidade. No turismo, essa orientação reforça a necessidade de acompanhar indicadores que revelem se a atividade está contribuindo para um modelo de desenvolvimento mais inclusivo, responsável e resiliente (ONU, 2015).

Assim, os observatórios de turismo devem incorporar indicadores capazes de identificar riscos, oportunidades e tendências. O objetivo não é apenas produzir dados, mas transformar informações em subsídios para a tomada de decisão, o planejamento de longo prazo e a qualificação da gestão turística.

9.2 | SUSTENTABILIDADE COMO DIMENSÃO TRANSVERSAL DOS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO

A sustentabilidade deve ser compreendida como uma dimensão transversal do monitoramento turístico. Isso significa que ela não deve ser tratada apenas como uma pauta ambiental, mas como um eixo que atravessa diferentes temas já analisados pelos observatórios, como demanda, eventos, hotelaria, cadeia produtiva, indicadores econômicos, trabalho, patrimônio, governança e planejamento territorial.

Por exemplo, uma pesquisa de demanda pode incluir perguntas sobre percepção de limpeza urbana, conservação ambiental, acessibilidade, segurança e valorização da cultura local. Uma pesquisa em eventos pode avaliar geração de resíduos, uso de transporte coletivo, participação da comunidade e consumo de produtos locais. Já os indicadores de hotelaria podem ser cruzados com dados de saneamento, resíduos, ocupação e sazonalidade.

Dessa forma, o monitoramento da sustentabilidade amplia a capacidade analítica dos observatórios, permitindo que o turismo seja avaliado não apenas pelo volume de visitantes ou pela receita gerada, mas também pela qualidade dos impactos produzidos no destino.

9.3 | DIMENSÕES DA SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA

Para fins deste manual, recomenda-se que o monitoramento da sustentabilidade turística seja organizado em quatro dimensões: ambiental, sociocultural, econômica e institucional/de governança.

9.3.1 | DIMENSÃO AMBIENTAL

A dimensão ambiental observa a relação entre a atividade turística, os recursos naturais e a infraestrutura do território. Inclui temas como saneamento básico, abastecimento de água, esgotamento sanitário, gestão de resíduos sólidos, conservação de áreas naturais, pressão sobre Unidades de Conservação, uso do solo, capacidade de suporte e vulnerabilidade a eventos climáticos.

O acompanhamento desses indicadores é especialmente importante em destinos que têm seus principais atrativos associados à natureza, como praias, rios, cachoeiras, parques, áreas rurais, serras, cavernas, reservas e paisagens naturais. Nesses casos, a degradação ambiental compromete diretamente a atratividade turística e a qualidade de vida da população local.

Para dados de saneamento, recomenda-se consultar o Sistema Nacional de Informações em Saneamento Básico (SINISA), que reúne informações e indicadores sobre gestão municipal, abastecimento de água, esgotamento sanitário, resíduos sólidos e águas pluviais. O Ministério das Cidades informa que o SINISA passou a divulgar resultados do sistema com módulos específicos para esses componentes do saneamento básico.

9.3.2 | DIMENSÃO SOCIOCULTURAL

A dimensão sociocultural observa os efeitos do turismo sobre a população local, o trabalho, a cultura, o patrimônio e as relações sociais. Inclui temas como geração de emprego, qualidade dos postos de trabalho, inclusão produtiva, desigualdades salariais, participação da comunidade, valorização da identidade local, preservação do patrimônio material e imaterial e acesso da população aos benefícios da atividade turística.

O turismo sustentável deve contribuir para a valorização da mão de obra local, para a proteção do patrimônio cultural e para o fortalecimento da identidade dos destinos. Em contextos de crescimento acelerado, é importante observar se a atividade turística amplia oportunidades para a população residente ou se intensifica desigualdades, descaracterização cultural e exclusão territorial.

Para dados sobre patrimônio cultural, podem ser utilizadas fontes como IPHAN, secretarias estaduais e municipais de cultura, Fundação Cultural Palmares, inventários municipais e a Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC), do IBGE.

9.3.3 | DIMENSÃO ECONÔMICA

A dimensão econômica observa a capacidade do turismo de gerar e distribuir riqueza no território. Inclui temas como massa salarial, empregos formais, pequenos negócios, participação das Atividades Características do Turismo (ACTs), formalização de empresas, retenção de renda local, compras de fornecedores locais e redução da fuga de capital.

Mais do que medir apenas arrecadação ou receita turística, a dimensão econômica da sustentabilidade busca compreender se a riqueza gerada pelo turismo permanece no destino e beneficia a população local. Por isso, indicadores de emprego, salário, pequenos negócios e formalização são fundamentais para avaliar a qualidade do desenvolvimento turístico.

Para dados de trabalho formal, recomenda-se consultar as bases oficiais do Ministério do Trabalho e Emprego, como RAIS, CAGED, Novo

CAGED e o Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho (PDET), que divulga informações oriundas desses registros administrativos.

9.3.4 | DIMENSÃO INSTITUCIONAL E DE GOVERNANÇA

A dimensão institucional e de governança observa a capacidade do destino de planejar, coordenar, financiar e executar políticas públicas de turismo de forma participativa. Inclui temas como existência e funcionamento do Conselho Municipal de Turismo, Plano Municipal de Turismo, Fundo Municipal de Turismo, participação social, integração entre secretarias, transparência, articulação regional e uso de dados na gestão.

A governança é a dimensão que permite transformar diagnósticos em ação. Sem estruturas institucionais minimamente organizadas, os indicadores ambientais, sociais e econômicos podem revelar problemas, mas não necessariamente resultar em soluções. Por isso, o monitoramento da governança deve observar se o destino possui instrumentos capazes de orientar o desenvolvimento turístico de forma contínua.

Como fonte de dados, recomenda-se consultar o Mapa do Turismo Brasileiro/SISMapa, informações das secretarias municipais e estaduais de turismo, legislação municipal, atas de conselhos, planos de turismo, fundos municipais e dados da MUNIC/IBGE, quando disponíveis.

9.4 | DIMENSÕES DA SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA

A seguir, apresenta-se uma matriz básica de indicadores de sustentabilidade que pode ser utilizada pelos observatórios de turismo. Os indicadores devem

ser adaptados à realidade de cada destino, considerando a disponibilidade de dados, a escala territorial, a periodicidade de atualização e a capacidade técnica da equipe responsável pelo monitoramento.

A proposta metodológica prioriza o uso de dados secundários, especialmente aqueles disponíveis em bases públicas oficiais, como IBGE, SINISA, CNUC/MMA, Cadastur, RAIS, Novo CAGED, PDET/MTE, IPHAN, secretarias municipais e estaduais, conselhos municipais e demais órgãos responsáveis por informações territoriais, ambientais, culturais, econômicas e institucionais.

Os indicadores apresentados neste capítulo devem ser compreendidos como instrumentos de apoio à gestão. Seu objetivo não é apenas produzir números, mas subsidiar a interpretação sobre a capacidade do destino de crescer de forma equilibrada, considerando seus limites ambientais, sua dinâmica econômica, sua identidade sociocultural e sua estrutura de governança.

Dimensão	Indicador	Fonte sugerida	Periodicidade recomendada	Uso do indicador
Ambiental	Infraestrutura de saneamento e gestão de resíduos sólidos	SINISA; órgãos municipais de saneamento e meio ambiente	Anual	Avaliar se o destino possui infraestrutura básica para suportar população residente e flutuante
Ambiental	Índice de Resiliência Ambiental (IRE)	CNUC/MMA; IBGE; órgãos ambientais estaduais e municipais	Anual	Avaliar a relação entre áreas protegidas e pressão demográfica
Sociocultural	Qualidade e inclusão no emprego turístico formal	RAIS; Novo CAGED; PDET/MTE	Mensal ou anual	Avaliar geração de empregos, remuneração e desigualdades no setor turístico

Dimensão	Indicador	Fonte sugerida	Periodicidade recomendada	Uso do indicador
Sociocultural	Índice de Resiliência Cultural (IRC)	IPHAN; secretarias de cultura; Fundação Palmares; MUNIC/IBGE	Anual	Avaliar a presença e preservação de bens culturais materiais e imateriais
Econômica	Quota de renda turística	RAIS; Novo CAGED; PDET/MTE	Anual	Avaliar o peso da massa salarial do turismo na economia local
Econômica	Taxa de pequenos negócios turísticos	Cadastur; Receita Federal; Data Sebrae; Junta Comercial; bases municipais	Anual	Avaliar protagonismo local, formalização e distribuição de oportunidades
Econômica	Intensidade empreendedora turística	Cadastur; Receita Federal; Data Sebrae; IBGE	Anual	Avaliar a presença de pequenos negócios turísticos em relação à população
Institucional/Governança	Índice de Maturidade da Governança (IMG)	Mapa do Turismo Brasileiro/SISMapa; legislação municipal; conselhos; planos e fundos de turismo	Anual	Avaliar a capacidade institucional do destino para gerir o turismo

O Cadastro Nacional de Unidades de Conservação (CNUC), mantido pelo Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima, disponibiliza informações oficiais sobre as Unidades de Conservação integrantes do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC), incluindo dados físicos, gerenciais e georreferenciados.

9.4.1 | INDICADOR AMBIENTAL: INFRAESTRUTURA DE SANEAMENTO E GESTÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Este indicador mensura a capacidade do destino turístico de prover serviços básicos de saneamento e gestão de resíduos para a população residente e flutuante. O objetivo é avaliar se o município possui condições

mínimas de infraestrutura para prevenir a degradação dos recursos naturais e assegurar qualidade ambiental ao destino.

Sugestão de variáveis:

- percentual da população atendida com rede coletora de esgoto;
- percentual de esgoto tratado;
- cobertura da coleta de resíduos sólidos domiciliares;
- existência de destinação final adequada dos resíduos;
- volume de resíduos gerados em períodos de alta temporada, quando disponível.

Fonte sugerida: SINISA; órgãos municipais de saneamento, meio ambiente e limpeza urbana.

Orientação de análise: destinos que dependem de atrativos naturais, mas apresentam baixa cobertura de esgotamento sanitário ou destinação inadequada de resíduos, devem ser considerados prioritários para políticas de infraestrutura. Nesses casos, campanhas de promoção turística devem estar associadas à capacidade real do território de receber visitantes sem comprometer seus recursos ambientais.

9.4.2 | INDICADOR AMBIENTAL: ÍNDICE DE RESILIÊNCIA AMBIENTAL (IRE)

O Índice de Resiliência Ambiental busca observar a relação entre a presença de áreas naturais protegidas e a pressão populacional sobre o território. O objetivo é identificar destinos que mantêm áreas protegidas mesmo em contextos de adensamento, crescimento urbano ou forte pressão turística.

Para o cálculo do IRE, recomenda-se utilizar três etapas: cálculo da taxa de proteção, cálculo da densidade demográfica e cálculo do índice final.

Equação 1 — Taxa de Proteção Ambiental

$$\text{Taxa de Proteção (\%)} = \left(\frac{\text{Área das UCs no município}}{\text{Área total do município}} \right) \times 100$$

Fonte: Elaboração própria, com base em Hanai (2009), Sanches et al. (2018), IJSN (2020) e Pereira (2022).

Equação 2 — Densidade demográfica

$$\text{Densidade (hab/km}^2\text{)} = \left(\frac{\text{População total}}{\text{Área total do município}} \right)$$

Fonte: Elaboração própria, com base em dados territoriais e populacionais do IBGE.

Equação 3 — Índice de Resiliência Ambiental

$$\text{Índice de Resiliência Ambiental (IRE)} = \text{Taxa de Proteção (\%)} \times \text{Densidade (hab/km}^2\text{)}$$

Fonte: Elaboração própria, com base em Hanai (2009), Sanches et al. (2018), IJSN (2020) e Pereira (2022).

Esse indicador deve ser interpretado com cautela. Municípios extensos e pouco povoados podem apresentar alta taxa de proteção sem necessariamente enfrentar grande pressão territorial. Por outro lado, municípios mais adensados que preservam áreas naturais relevantes podem demonstrar maior esforço de conservação.

Fonte sugerida: CNUC/MMA, IBGE e órgãos ambientais estaduais e municipais.

9.4.3 | INDICADOR SOCIOCULTURAL: QUALIDADE E INCLUSÃO NO EMPREGO TURÍSTICO FORMAL

Este indicador monitora a capacidade do setor turístico de gerar empregos formais e de qualidade. Além da quantidade de vínculos, recomenda-se observar remuneração média, distribuição por gênero, faixa etária e, quando disponível, outros recortes sociais.

Sugestão de variáveis:

- estoque de vínculos formais nas ACTs;
- remuneração média nominal;
- variação mensal ou anual dos vínculos;
- participação de mulheres no emprego turístico formal;
- diferença salarial entre homens e mulheres, quando disponível;
- comparação entre remuneração média do turismo e remuneração média geral do município.

Fonte sugerida: RAIS, Novo CAGED e PDET/MTE.

Sugestão de cálculo para hiato salarial de gênero:

$$\text{Hiato salarial de gênero (\%)} = \frac{\text{Remuneração média dos homens} - \text{Remuneração média das mulheres}}{\text{Remuneração média dos homens}}$$

Fonte: Elaboração própria, com base em indicadores de trabalho formal e desigualdade salarial.

Orientação de análise: quando o turismo gera empregos, mas apresenta remuneração baixa, alta rotatividade ou desigualdade salarial, é necessário qualificar a análise econômica com uma leitura social. O crescimento do setor deve ser acompanhado por políticas de qualificação, formalização e valorização do trabalho.

9.4.4 | INDICADOR SOCIOCULTURAL: ÍNDICE DE RESILIÊNCIA CULTURAL (IRC)

O Índice de Resiliência Cultural busca observar a relação entre a presença de bens culturais, materiais e imateriais, e a pressão demográfica existente no território. O objetivo é avaliar se o destino reconhece, protege e valoriza seu patrimônio cultural mesmo em contextos de crescimento urbano, pressão imobiliária ou intensificação da atividade turística.

Para o cálculo do IRC, recomenda-se utilizar três etapas: cálculo da densidade patrimonial, cálculo da pressão demográfica e cálculo do índice final.

Equação 4 — Densidade patrimonial

$$\text{Densidade (hab/km}^2\text{)} = \frac{\text{Soma de Bens (materiais e imateriais)}}{\text{Área total do município}}$$

Fonte: Elaboração própria, com base em Pinheiro (2013), Martins e Madeira (2024) e fontes oficiais de patrimônio cultural.

Equação 5 — Pressão demográfica

$$\text{Pressão Demográfica (hab/km}^2\text{)} = \frac{\text{População total}}{\text{Área total do município}}$$

Fonte: Elaboração própria, com base em dados territoriais e populacionais do IBGE.

Equação 6 — Índice de Resiliência Cultural

$$\text{IRC} = \text{Densidade Patrimonial} \times \text{Pressão Demográfica (hab/km}^2\text{)}$$

Fonte: Elaboração própria, com base em Pinheiro (2013), Martins e Madeira (2024) e fontes oficiais de patrimônio cultural.

Esse indicador permite observar se a preservação cultural acompanha o crescimento territorial e populacional do município. Destinos com baixa presença de bens protegidos, ausência de inventários culturais ou fragilidade em políticas de preservação devem ser analisados com atenção, especialmente quando apresentam crescimento turístico acelerado.

Fonte sugerida: IPHAN, secretarias de cultura, Fundação Cultural Palmares, inventários municipais e IBGE.

9.4.5 | INDICADOR ECONÔMICO: QUOTA DE RENDA TURÍSTICA

A quota de renda turística permite avaliar a participação da massa salarial das Atividades Características do Turismo (ACTs) em relação à massa salarial total do município. O objetivo é verificar o peso do turismo na geração de renda formal local.

Equação 7 — Quota de renda turística

$$\text{Quota de Renda (\%)} = \left(\frac{\text{Massa salarial das ACTs}}{\text{Massa salarial total do município}} \right)$$

Fonte: Elaboração própria, com base em Hanai (2009), Pereira (2022), RBOT (2022) e bases oficiais de trabalho formal.

Quanto maior a participação da massa salarial do turismo na economia local, maior tende a ser a relevância do setor para a renda das famílias. Esse indicador pode ser utilizado para demonstrar a importância econômica do turismo perante gestores públicos, empresários e sociedade civil.

Fonte sugerida: RAIS, Novo CAGED e PDET/MTE.

9.4.6 | INDICADOR ECONÔMICO: TAXA DE PEQUENOS NEGÓCIOS TURÍSTICOS

A taxa de pequenos negócios turísticos avalia a participação de Microempreendedores Individuais (MEI), Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) no total de empresas turísticas formais do município. O objetivo é verificar se a atividade turística está distribuída entre pequenos negócios locais ou concentrada em poucos empreendimentos de maior porte.

Equação 8 — Taxa de pequenos negócios turísticos

$$\text{Taxa de Pequenos Negócios (\%)} = \left(\frac{\text{MEI} + \text{ME} + \text{EPP}}{\text{Total de Empresas Turísticas}} \right) \times 100$$

Fonte: Elaboração própria, com base em Hanai (2009), Pereira (2022), RBOT (2022), Cadastur, Receita Federal, Data Sebrae e bases municipais.

Uma taxa elevada pode indicar maior presença de empreendedores locais e maior distribuição de oportunidades econômicas. Uma taxa muito baixa pode indicar concentração empresarial, barreiras de entrada para pequenos negócios ou necessidade de políticas de formalização e apoio ao empreendedorismo.

Fonte sugerida: Cadastur, Receita Federal, Data Sebrae, Junta Comercial e bases municipais.

9.4.7 | INDICADOR ECONÔMICO: INTENSIDADE EMPREENDEDORA TURÍSTICA

A intensidade empreendedora turística mede a quantidade de pequenos negócios turísticos em relação à população total do município. Esse indicador ajuda a avaliar o grau de presença do empreendedorismo turístico no território.

Equação 9 — Intensidade empreendedora turística

$$\text{Intensidade Empreendedora} = \left(\frac{\text{MEI} + \text{ME} + \text{EPP}}{\text{População Total}} \right) \times 1000$$

Fonte: *Elaboração própria, com base em Hanai (2009), Pereira (2022), RBOT (2022), Cadastur, Receita Federal, Data Sebrae e IBGE.*

A multiplicação por 1.000 permite expressar o indicador como número de pequenos negócios turísticos para cada mil habitantes. Esse cálculo facilita a comparação entre municípios de portes populacionais diferentes. Fonte sugerida: Cadastur, Receita Federal, Data Sebrae, Junta Comercial, bases municipais e IBGE.

9.4.8 | INDICADOR INSTITUCIONAL: ÍNDICE DE MATURIDADE DA GOVERNANÇA (IMG)

O Índice de Maturidade da Governança busca avaliar se o município possui instrumentos mínimos de planejamento e gestão participativa do turismo. Para fins deste manual, recomenda-se considerar três pilares básicos: Conselho Municipal de Turismo ativo, Fundo Municipal de Turismo instituído e Plano Municipal de Turismo vigente.

Equação 10 — Índice de Maturidade da Governança

$$\text{IMG (\%)} = \left(\frac{\text{Soma dos Pilares Ativos}}{3} \right) \times 100$$

Fonte: Elaboração própria, com base em Hanai (2009), Sanches et al. (2018), RBOT (2022), Mapa do Turismo Brasileiro/SISMapa e legislações municipais.

Para aplicação do indicador, recomenda-se atribuir **1 ponto** para cada pilar existente e comprovado:

- Conselho Municipal de Turismo ativo;
- Fundo Municipal de Turismo instituído;
- Plano Municipal de Turismo vigente.

A interpretação pode seguir a seguinte referência:

Resultado do IMG	Interpretação
100%	Maturidade plena
66%	Maturidade intermediária
33% ou menos	Vulnerabilidade institucional

Esse indicador deve ser analisado em conjunto com os demais. Um destino com alta pressão ambiental ou cultural e baixa maturidade institucional pode apresentar maior risco de desordenamento turístico.

Fonte sugerida: Mapa do Turismo Brasileiro/SISMapa, legislação municipal, conselho municipal, plano municipal e fundo municipal de turismo.

9.5 | FONTES DE DADOS SECUNDÁRIOS

O uso de dados secundários é uma estratégia importante para viabilizar o monitoramento contínuo da sustentabilidade, especialmente em observatórios com equipes reduzidas ou recursos limitados. Essas bases permitem a construção de séries históricas, a comparação entre destinos e a atualização periódica dos indicadores.

São exemplos de fontes de dados secundários que podem ser utilizadas:

Tema	Fonte sugerida
Saneamento e resíduos	SINISA; órgãos municipais de saneamento, meio ambiente e limpeza urbana
Áreas protegidas	CNUC/MMA; órgãos ambientais estaduais e municipais
População, território e municípios	IBGE; MUNIC/IBGE
Emprego formal e massa salarial	RAIS; Novo CAGED; PDET/MTE
Empresas e pequenos negócios	Receita Federal; Data Sebrae; Junta Comercial; Cadastur
Patrimônio cultural	IPHAN; secretarias de cultura; Fundação Cultural Palmares; inventários municipais

Tema	Fonte sugerida
Governança turística	Mapa do Turismo Brasileiro; SISMapa; conselhos municipais; planos e fundos de turismo
Hotelaria e fluxo turístico	BOH; FNRH Digital; SNRHos; Cadastur; pesquisas primárias
Eventos e demanda turística	Pesquisas de campo; formulários digitais; relatórios de eventos

A utilização dessas fontes deve observar alguns cuidados: ano-base, periodicidade, abrangência territorial, metodologia de coleta, atualização da base, disponibilidade de recortes municipais e possibilidade de comparação com outros destinos.

Quando o dado específico do setor turístico não estiver disponível, o observatório poderá utilizar indicadores municipais como aproximação da capacidade de suporte do destino. Esses indicadores, também chamados de indicadores proxy, devem ser utilizados com cautela e sempre acompanhados de nota metodológica, explicando sua relação com o turismo.

9.6 | COMO INTERPRETAR OS INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE

A interpretação dos indicadores de sustentabilidade deve considerar que nenhum dado, isoladamente, explica a realidade de um destino. Um indicador deve ser analisado em conjunto com outros dados, com o contexto territorial e com as características da atividade turística local.

Por exemplo, uma alta taxa de ocupação hoteleira pode indicar bom desempenho econômico, mas também pode ampliar a pressão sobre água, esgoto, resíduos e mobilidade urbana. Da mesma forma, o crescimento no número de empregos turísticos pode ser positivo, mas deve ser acompanhado da análise da remuneração, da formalização e da qualidade dos postos de trabalho.

Recomenda-se que os observatórios realizem análises cruzadas, como:

- ocupação hoteleira + saneamento: identifica se a infraestrutura acompanha o aumento da demanda;
- fluxo turístico + resíduos sólidos: avalia pressão em eventos, alta temporada e atrativos naturais;
- massa salarial + pequenos negócios: indica se a renda gerada pelo turismo permanece no território;
- emprego formal + remuneração média: avalia a qualidade do trabalho no setor;
- patrimônio cultural + governança: verifica se o destino possui instrumentos para proteger sua identidade;
- áreas protegidas + pressão demográfica: analisa resiliência ambiental;
- governança + indicadores ambientais e sociais: identifica capacidade institucional de resposta.

A análise deve evitar classificações simplistas. O mais importante é identificar tendências, riscos e prioridades de ação. Para isso, recomenda-se construir séries históricas e comparar os resultados ao longo do tempo.

9.7 | BOLETIM DE SUSTENTABILIDADE DO DESTINO

O produto recomendado para o monitoramento da sustentabilidade é a publicação periódica de um Boletim de Sustentabilidade do Destino. Esse documento pode ser elaborado anualmente ou em outra periodicidade definida pelo observatório, de acordo com a disponibilidade dos dados.

O boletim deve apresentar, de forma clara e acessível, os principais indicadores de sustentabilidade do destino, suas tendências, alertas e recomendações para a gestão pública, iniciativa privada e sociedade civil.

Recomenda-se que o boletim contenha:

- apresentação do destino e do período analisado;
- metodologia utilizada;
- fontes de dados;
- quadro-síntese de indicadores;
- análise por dimensão: ambiental, sociocultural, econômica e institucional;
- principais riscos identificados;
- oportunidades de melhoria;
- recomendações para políticas públicas e gestão local;
- gráficos, mapas, tabelas e infográficos;
- observações sobre limitações dos dados.

A linguagem do boletim deve ser objetiva e compreensível para diferentes públicos. Sempre que possível, recomenda-se utilizar recursos visuais, como painéis, mapas, gráficos, tabelas comparativas, ícones e cores, facilitando a leitura dos resultados.

9.8 | RECOMENDAÇÕES PARA USO DOS DADOS NA GESTÃO TURÍSTICA

Os indicadores de sustentabilidade devem ser utilizados como ferramentas de apoio à gestão turística. Sua função não é apenas descrever a realidade, mas orientar decisões, definir prioridades e acompanhar os resultados das ações implementadas.

Recomenda-se que os observatórios e órgãos de turismo utilizem os dados para:

- subsidiar planos municipais e estaduais de turismo;
- orientar investimentos em infraestrutura;
- apoiar políticas de saneamento, resíduos e conservação ambiental;
- fortalecer programas de qualificação profissional;
- incentivar a formalização e o fortalecimento de pequenos negócios;
- apoiar ações de preservação do patrimônio cultural;
- orientar campanhas de promoção turística compatíveis com a capacidade do destino;
- estimular a participação da comunidade na gestão do turismo;
- monitorar impactos de eventos, alta temporada e grandes empreendimentos;
- produzir boletins, relatórios e painéis públicos de acompanhamento.
- Também é recomendável que os indicadores sejam discutidos em espaços de governança, como conselhos municipais de turismo, instâncias regionais, fóruns setoriais e reuniões com empresários, gestores e sociedade civil. Dessa forma, os dados deixam de ser apenas produtos técnicos e passam a orientar decisões coletivas sobre o futuro do destino.

10

CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO: CONCEITO

Cadeia produtiva é o conjunto de atividades que se articulam progressivamente desde os insumos básicos até o produto, incluindo distribuição e comercialização, constituindo-se em elos de uma corrente (MDIC, 2002).

No turismo, esse conceito permite compreender a atividade de forma integrada, considerando não apenas os serviços consumidos diretamente pelo visitante, mas também os fornecedores, trabalhadores, empreendedores, instituições públicas, entidades de apoio e demais agentes que participam da oferta turística. O uso do conceito de cadeia produtiva no turismo permite:

- I. visualizar a cadeia de modo integral;
- II. identificar fragilidades e potencialidades nos elos;
- III. estimular a articulação entre os diferentes agentes da cadeia;
- IV. identificar gargalos, elos faltantes e pontos de estrangulamento;
- V. identificar os elos dinâmicos que movimentam as transações na cadeia produtiva, além de ampliar a compreensão dos mercados;

VI. ampliar a eficácia político-administrativa do sistema de governança, por meio do consenso e da articulação entre os agentes envolvidos;

VII. identificar fatores e condicionantes da competitividade em cada segmento;

VIII. identificar questões importantes pertinentes a cada elo da cadeia, tais como: que produtos ou serviços são demandados pela região? Quais fatores poderiam aumentar essa demanda? Há dependência de produtos importados de outras regiões? Os empreendimentos estão satisfeitos com a rede de fornecedores? Há demanda suficiente para os serviços ofertados? O destino consegue atrair turistas em volume adequado?

A competição entre destinos e mercados turísticos não ocorre apenas entre empresas isoladas, mas também entre cadeias produtivas. Em uma economia globalizada, torna-se essencial identificar fatores e condicionantes da competitividade de cada cadeia para compreender as razões de seu desempenho e orientar estratégias de fortalecimento do setor.

Conhecer a cadeia produtiva do turismo implica não apenas identificar como funciona cada segmento envolvido na dinâmica da atividade turística. Implica também compreender como o setor se relaciona com seus pares, quais são suas estratégias de sobrevivência, quais relações estabelece com fornecedores e quais condições possui para conquistar novos mercados.

Interessa, igualmente, conhecer a capacidade de integração desses agentes como prestadores de serviços, tanto a montante quanto a jusante da cadeia, e verificar se a visão de desenvolvimento dos negócios está

baseada na parceria como forma de fortalecimento do setor, na oferta competitiva individual ou na combinação de ambas as possibilidades. Isto é, além da estrutura dos estabelecimentos, é necessário conhecer as estratégias adotadas para alcançar, atender e fidelizar o turista.

Adicionalmente, é importante compreender como se constrói a competitividade e quais fatores a condicionam. Nesta perspectiva, a competitividade pode ser entendida em três dimensões:

- **Empresarial** - fatores ou condicionantes de domínio das empresas, como qualidade, inovação, marketing, capacidade produtiva, produtividade, custos, preços, diferenciação de produtos, qualificação dos recursos humanos, estratégia e gestão empresarial.
- **Estrutural** - fatores ou condicionantes relacionados ao mercado, à tecnologia, à configuração da indústria e dos serviços, à escala de produção e à dinâmica específica da concorrência dos produtos e serviços ofertados.
- **Sistêmica** - fatores ou condicionantes macroeconômicos, internacionais, infraestruturais, fiscais, financeiros, políticos, institucionais e tecnológicos que influenciam o desempenho geral ou específico da cadeia produtiva. Incluem-se, nessa dimensão, aspectos como ambiente de negócios, acesso a crédito, infraestrutura logística, políticas públicas, tributação, qualificação profissional, inovação e condições gerais de competitividade.

10.1 | RESULTADOS ESPERADOS DA PESQUISA DA CADEIA PRODUTIVA

Ao término da pesquisa de campo, pretende-se obter relatórios elaborados a partir da tabulação e análise dos dados coletados. Esses relatórios deverão responder a questões relacionadas ao funcionamento, à integração e ao desempenho da cadeia produtiva do turismo no território estudado.

1

Identificação do estado da arte das regiões, dos atrativos e roteiros turísticos implantados ou em implantação nas diversas regiões do Estado/Município. Com a identificação dos gargalos, econômicos, tecnológicos e de política pública, para subsidiar a estruturação de programas de apóio ao desenvolvimento da atividade na região, e a sua comercialização como produto turístico no mercado doméstico ou internacional;

2

Identificação e avaliação da importância da atividade econômica do turismo nas economias regionais, como forma de incentivar o seu estudo e a criação de novas linhas de financiamento para a atividade na modernização do processo produtivo;

3

Identificação do real aporte da cadeia produtiva do turismo ao desenvolvimento econômico sustentável da região (social, equitativa e ambiental) e a relação desta com a atuação do Estado, para evitar a duplicidade e o paralelismo de ações estaduais dentro de uma mesma região turística;

4

Articulação dos órgãos públicos para que favoreçam a integração e coordenação de ações entre os mesmos, a fim de reduzir ou eliminar entraves e barreiras na atividade turística da região;

5

Identificação da evolução dos processos produtivos individuais para processos compartilhados e contribuir assim a alavancar atividades complementares da cadeia produtiva do turismo para melhorar a renda dos pequenos negócios e empreendedores tanto da cidade como do meio rural que apostam no desenvolvimento das atividades e promovendo assim a inclusão social.

10.2 | ASPECTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa da cadeia produtiva do turismo deve considerar o município, a região turística ou o estado como recorte territorial de análise. Entretanto, a unidade formal de pesquisa pode ser a empresa, o empreendimento, o prestador de serviço, a instituição ou o agente envolvido na atividade turística.

A investigação deve levantar informações relativas às atividades operacionais, localização, formas de associação, capacitação da mão de obra, acesso a fontes de financiamento, relações com fornecedores, estratégias de comercialização, percepção de gargalos e formas de sobrevivência no setor.

A pesquisa busca captar aspectos-chave relacionados à organização das empresas, inovação, tecnologia, recursos humanos e características

estruturais de cada segmento. Também deve permitir o mapeamento dos principais elos da cadeia turística, sem perder de vista a classificação das Atividades Características do Turismo adotada pelo Ministério do Turismo.

Sempre que possível, os formulários devem ser aplicados diretamente nas empresas ou instituições que compõem a cadeia, pois elas são as unidades informantes. A base cadastral pode ser construída a partir do inventário turístico, do Cadastur, das secretarias municipais de turismo, finanças, desenvolvimento econômico, cultura, meio ambiente, agricultura, indústria e comércio, além de juntas comerciais, entidades de classe, associações empresariais, sindicatos, instituições de ensino e bases administrativas municipais.

Na ausência de inventário turístico atualizado, recomenda-se utilizar fontes complementares para identificação dos empreendimentos e agentes da cadeia, como cadastros municipais, registros fiscais, Cadastur, Junta Comercial, bases de MEI e CNPJ, associações comerciais, conselhos municipais e informações fornecidas por secretarias afins.

A pesquisa deve contemplar, sempre que possível, os principais segmentos vinculados ao turismo, tais como:

- agências de viagens;
- aluguel de veículos;
- atividades recreativas, culturais e esportivas;
- gastronomia;
- hotelaria e demais meios de hospedagem;
- transporte aéreo regular;
- transporte aéreo não regular;

- transporte rodoviário de passageiros, regular e não urbano;
- organizadoras de eventos;
- guias de turismo;
- transportadoras turísticas;
- empreendimentos de entretenimento;
- atrativos turísticos;
- serviços de apoio ao visitante;
- produção associada ao turismo, como artesanato, cultura, agricultura familiar e economia criativa.

A análise dos resultados deve buscar compreender a integração entre os elos da cadeia, os gargalos existentes, as oportunidades de cooperação, as necessidades de qualificação e os fatores que afetam a competitividade do destino. Dessa forma, a pesquisa da cadeia produtiva contribui para orientar políticas públicas, programas de capacitação, estratégias de comercialização, investimentos, parcerias e ações de desenvolvimento turístico sustentável.

11

MONITORANDO O TURISMO UTILIZANDO OS DADOS COLETADOS

A partir dos levantamentos de dados sobre a atividade turística apresentados neste manual, é possível construir um sistema de monitoramento do turismo por meio da criação de indicadores. Esses indicadores permitem acompanhar a atividade turística com maior precisão e produzir informações estratégicas sobre o território estudado.

Indicadores são instrumentos de gestão utilizados para medir o desempenho, os resultados e a evolução de determinada atividade. No turismo, podem ser utilizados para acompanhar temas como fluxo de visitantes, taxa de ocupação hoteleira, gasto médio, receita turística, participação de turistas em eventos, empregos gerados, oferta de serviços, satisfação dos visitantes e impactos sobre o destino.

Basicamente, é possível mensurar tudo aquilo que possa ser transformado em números, proporções, valores ou categorias comparáveis. Para isso, é necessário definir com clareza o tema que se pretende monitorar, a fonte dos dados, a periodicidade de atualização e a forma de cálculo. A seguir, são apresentados alguns exemplos de cálculos que podem ser realizados a partir dos conteúdos estudados ao longo deste manual.

11.1 | CÁLCULO DO FLUXO TURÍSTICO

Por meio da pesquisa de demanda, é possível identificar a proporção de turistas que se hospedaram em hotéis ou pousadas e a proporção de

turistas que utilizaram outros meios de hospedagem em determinado município.

Neste exemplo, considera-se que a pesquisa mostrou que 43% dos turistas estavam hospedados em hotéis/pousadas e que os demais entrevistados, 57%, utilizaram outros meios de hospedagem. Por meio dos dados de hospedagem — tradicionalmente obtidos pelos Boletins de Ocupação Hoteleira (BOH) e, atualmente, também por sistemas como a Ficha Nacional de Registro de Hóspedes (FNRH) Digital e o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (SNRHos) —, é possível saber a quantidade de pessoas que se hospedaram em hotéis ou pousadas naquele município.

O SNRHos é o sistema criado pelo Ministério do Turismo para informatizar a FNRH, facilitando o envio, pelos meios de hospedagem, das informações exigidas pela Lei nº 11.771/2008 e pelo Decreto nº 7.381/2010. O sistema permite ao governo federal tratar essas informações, identificar o perfil do turista e acompanhar as taxas de ocupação hoteleira por região, subsidiando políticas públicas para o setor.

Neste exemplo, considera-se que, ao longo de um ano, 80.000 pessoas se hospedaram em hotéis/pousadas. Com esses dados, pode-se aplicar uma regra de três simples:

Informação	Percentual
Turistas em hotéis/pousadas: 80.000	43%
Turistas em outros meios de hospedagem: y	57%

Cálculo:

$$80.000 \times 0,57 = y \times 0,43$$

$$45.600 = 0,43y$$

$$y = 45.600 \div 0,43$$

$$y = 106.046$$

Ao somar o número de hóspedes em hotéis/pousadas com os demais visitantes estimados, chega-se ao seguinte resultado:

$$80.000 + 106.046 = 186.046$$

Assim, é possível estimar que o município recebeu 186.046 turistas naquele ano.

A mesma lógica pode ser aplicada quando as informações utilizadas para o cálculo estiverem relacionadas ao meio de transporte utilizado pelos visitantes para chegar ao município. Nesse caso, faz-se uma regra de três com os dados da pesquisa de demanda sobre o meio de transporte utilizado, desde que exista informação confiável sobre o total de visitantes que chegaram ao município por avião, carro, ônibus ou outro meio de transporte.

11.2 | CÁLCULO DO FLUXO TURÍSTICO EM EVENTOS

Também é possível calcular o fluxo turístico gerado por eventos por meio da aplicação de pesquisas. Como já visto, as pesquisas em eventos têm

o objetivo de traçar o perfil do público participante, identificar expectativas de viagem, avaliar o evento e os serviços prestados no município durante determinado período.

Por isso, não se deve entrevistar apenas turistas, pois os eventos normalmente contam também com a presença de moradores. A opinião dos moradores é igualmente importante para avaliar a qualidade do evento, seus impactos na comunidade e sua relação com o território.

No questionário, deve haver uma pergunta que permita ao entrevistado identificar seu local de residência. A partir dessa informação, será possível separar moradores e turistas e estimar o fluxo turístico do evento.

Como exemplo, considere-se que, no Festival do Morango da cidade X, realizado de 12 a 14 de maio, foram entrevistadas 317 pessoas, sendo 41% moradores e 59% turistas. De acordo com as catracas de acesso ao evento, foram contabilizadas 3.500 pessoas durante os três dias de realização.

Informação	Percentual
Quantidade total de pessoas no evento: 3.500	100%
Quantidade de turistas: y	59%

Cálculo:

$$3.500 \times 59 = y \times 100$$

$$206.500 = 100y$$

$$y = 206.500 \div 100$$

$$y = 2.065$$

Logo, a partir dos dados fornecidos pela pesquisa realizada, o fluxo estimado de turistas no evento foi de 2.065 pessoas.

Considerando que esse número se refere a todo o período do evento e que o fluxo considera o movimento de pessoas, é possível que algumas tenham sido contadas mais de uma vez ao longo dos três dias. Para estimar o número médio de turistas presentes por dia, deve-se dividir o fluxo total de turistas pelo número de dias do evento:

$$2.065 \div 3 = 688,3$$

Ou seja, o Festival do Morango atraiu, em média, **688 turistas por dia**.

11.3 | CÁLCULO DA RECEITA TURÍSTICA

Com o fluxo turístico estimado do município em determinado período, é possível multiplicar esse número pelo gasto médio individual dos visitantes e pelo tempo médio de permanência, a fim de calcular a receita turística estimada deixada no destino.

O gasto médio individual, assim como o número médio de dias de

permanência, deve ser levantado por meio da pesquisa de demanda. Neste exemplo, considera-se que:

- fluxo turístico estimado: 186.046 visitantes;
- gasto médio individual diário: R\$ 55,60;
- permanência média: 1,8 dia.

Cálculo:

$$186.046 \times 55,60 \times 1,8 = \text{R\$ } 18.619.483,68$$

Assim, é possível estimar que a receita deixada pelos visitantes no município naquele ano foi de **R\$ 18.619.483,68**.

É importante destacar que esse valor corresponde a uma estimativa de receita turística direta, baseada no gasto informado pelos visitantes. Para análises mais detalhadas, recomenda-se considerar a composição dos gastos por tipo de despesa, como hospedagem, alimentação, transporte, compras, passeios, atrativos e outros serviços.

11.4 | CÁLCULO DA RECEITA TURÍSTICA DE EVENTOS

As pesquisas em eventos, além de identificar a proporção de entrevistados que são residentes e turistas, também devem levantar o gasto médio dos turistas durante o período do evento.

Considerando novamente o Festival do Morango da cidade X, em que a pesquisa apontou que o gasto médio dos turistas foi de R\$ 172,20 durante os três dias de evento, e que o número médio estimado de turistas foi de 688, temos:

Cálculo:

$$688 \times 172,20 = \text{R\$ } 118.473,60$$

Dessa forma, a pesquisa indica que a receita turística direta estimada do Festival do Morango foi de **R\$ 118.473,60**.

Caso o objetivo seja calcular a receita turística total do evento, considerando todo o fluxo turístico estimado no período, o pesquisador poderá utilizar o total de turistas estimados para o evento, desde que observe se a contagem representa pessoas únicas ou movimento acumulado de entradas ao longo dos dias.

11.5 | CÁLCULO DA TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

Com o levantamento das informações dos meios de hospedagem, é possível calcular a taxa de ocupação hoteleira do município. Para tanto, é necessário obter o total de unidades habitacionais disponíveis e o total de unidades habitacionais ocupadas em determinado período.

Essas informações podem ser obtidas por meio dos Boletins de Ocupação Hoteleira, da FNRH Digital, do SNRHos, de pesquisas primárias junto aos meios de hospedagem ou de bases organizadas por órgãos municipais, estaduais ou entidades representativas do setor.

A FNRH Digital foi desenvolvida pelo Ministério do Turismo, em parceria com o Serpro, para modernizar e simplificar a gestão das informações de hóspedes em meios de hospedagem. Segundo o Manual de Uso do Mó-

dulo Hospedagem, o sistema permite coleta digital de dados, transmissão segura das informações, validação de dados, integração com sistemas de gestão hoteleira, geração de dados estratégicos e redução do uso de papel.

Neste exemplo, considera-se que o município possui **275 unidades habitacionais** disponíveis e que, ao longo do mês de maio, foram ocupadas **149 unidades habitacionais**.

Informação	Percentual
Quantidade de UHs ofertadas: 275	100%
Quantidade de UHs ocupadas: 149	y

Cálculo:

$$275 \times y = 149 \times 100$$

$$275y = 14.900$$

$$y = 14.900 \div 275$$

$$y = 54,1\%$$

Logo, nesse município, a taxa de ocupação hoteleira no mês de maio foi de **54,1%**.

Essa informação é importante para verificar, por exemplo, o impacto da realização de eventos, feriados, campanhas promocionais, sazonalidade e ações de divulgação sobre os meios de hospedagem ao longo do tempo.

11.6 | CÁLCULO DA TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

Além dos cálculos apresentados nas seções anteriores, recomenda-se que os observatórios utilizem os dados coletados de forma integrada, cruzando diferentes fontes e indicadores para produzir análises mais completas sobre o turismo no território.

O monitoramento integrado permite compreender não apenas quantas pessoas visitam o destino ou quanto elas gastam, mas também como essa movimentação se relaciona com a ocupação hoteleira, a sazonalidade, a arrecadação, a geração de empregos, a oferta turística, os eventos, a sustentabilidade e a capacidade de gestão local. São exemplos de cruzamentos úteis:

- fluxo turístico + taxa de ocupação hoteleira: permite avaliar se o aumento de visitantes se reflete na ocupação dos meios de hospedagem;
- fluxo turístico + gasto médio: permite estimar a receita turística direta;
- eventos + ocupação hoteleira: permite avaliar o impacto dos eventos na hotelaria local;
- demanda turística + meio de transporte: permite compreender os principais acessos ao destino;
- gasto turístico + segmento de consumo: permite identificar quais setores da economia local são mais beneficiados;

- emprego formal + atividade turística: permite avaliar a contribuição do turismo para o mercado de trabalho;
- fluxo turístico + resíduos/saneamento: permite avaliar a pressão da atividade sobre a infraestrutura urbana e ambiental;
- inventário turístico + demanda: permite verificar se a oferta existente está adequada ao perfil dos visitantes;
- indicadores econômicos + indicadores de sustentabilidade: permite avaliar se o crescimento turístico ocorre de forma equilibrada.

Para que o monitoramento seja eficiente, recomenda-se que os dados sejam organizados em séries históricas, com indicação clara do período de referência, fonte utilizada, metodologia de cálculo e eventuais limitações. Também é importante que os resultados sejam apresentados em relatórios, boletins, painéis ou infográficos, de forma acessível aos gestores públicos, empresários, pesquisadores e sociedade civil.

O objetivo final do monitoramento integrado é transformar dados em informação útil para a tomada de decisão, contribuindo para o planejamento, a avaliação de políticas públicas, a qualificação da oferta turística e o desenvolvimento sustentável dos destinos.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. **Dados e estatísticas**. Brasília, DF: ANAC, [2026]. Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/dados-e-estatisticas>. Acesso em: 13 maio 2026.

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. **Painel de indicadores do transporte aéreo 2024**. Brasília, DF: ANAC, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-do-transporte-aereo/painel-de-indicadores-do-transporte-aereo/painel-de-indicadores-do-transporte-aereo-2024>. Acesso em: 13 maio 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 15401: meios de hospedagem — sistema de gestão da sustentabilidade — requisitos**. Rio de Janeiro: ABNT, 2014.

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. **Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010**. Regulamenta a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo. Brasília, DF: Presidência da República, 2010. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7381.htm. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério das Cidades. **Resultados SINISA.** Brasília, DF: Ministério das Cidades, [2026]. Disponível em: <https://www.gov.br/cidades/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/saneamento/sinisa/resultados-sinisa>. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério das Cidades. **Resultados SINISA 2025.** Brasília, DF: Ministério das Cidades, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/cidades/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/saneamento/sinisa/resultados-sinisa/resultados-sinisa-2025>. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. **Cadastro Nacional de Unidades de Conservação — CNUC.** Brasília, DF: Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima, [2026]. Disponível em: <https://www.gov.br/mma/pt-br/assuntos/biodiversidade-e-biomas/areas-protegidas/plataforma-cnuc-1>. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho — PDET.** Brasília, DF: Ministério do Trabalho e Emprego, [2026]. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/assuntos/estatisticas-trabalho>. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Atividades características do turismo: classificação nacional de atividades econômicas — CNAE 2.0.** Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadastur**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, [2026]. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/cadastur>. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Ficha Nacional de Registro de Hóspedes**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, [2025]. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/ficha-nacional-de-registro-de-hospedes>. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Inventário da Oferta Turística**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/inventario-da-oferta-turistica>. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Manual de uso: Módulo Hospedagem — meios de hospedagem sem PMS**. Brasília, DF: Ministério do Turismo; SERPRO, [2025]. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/ficha-nacional-de-registro-de-hospedes/modulo-meio-de-hospedagem/meios-de-hospedagem-sem-pms/Manual_Modulo_Hospedagem.pdf. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do Turismo Brasileiro**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, [2026]. Disponível em: <https://mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html>. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Receita Federal. **Dados abertos**. Brasília, DF: Receita Federal, [2026]. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/aceso-a-informacao/dados-abertos>. Acesso em: 13 maio 2026.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; FYALL, Alan; GILBERT, David; WANHILL, Stephen. **Tourism: principles and practice**. 3. ed. Harlow: Pearson Education, 2001.

FLETCHER, John E. Input-output analysis and tourism impact studies. **Annals of Tourism Research**, [s. l.], v. 16, n. 4, p. 514-529, 1989.

GOIÁS. Observatório do Turismo do Estado de Goiás. **Manual do inventário do ecossistema turístico**. Goiânia: Observatório do Turismo do Estado de Goiás, 2025. Disponível em: <https://goias.gov.br/observatoriodoturismo/wp-content/uploads/sites/64/2025/08/ATUAL-Manual-do-Inventario-do-Ecossistema-Turistico.pdf>. Acesso em: 13 maio 2026.

HANAI, Frederico Yuri. **Sistema de indicadores de sustentabilidade: uma aplicação ao contexto de desenvolvimento do turismo na região de Bueno Brandão, Estado de Minas Gerais, Brasil**. 2009. 336 f. Tese (Doutorado em Ciências da Engenharia Ambiental) — Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Comissão Nacional de Classificação — CONCLA: busca online CNAE**. Rio de Janeiro: IBGE, [2026]. Disponível em: <https://cnae.ibge.gov.br/>. Acesso em: 13 maio 2026.

INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES. **Indicador do desenvolvimento turístico dos municípios do Espírito Santo**. Vitória: IJSN; Secretaria de Economia e Planejamento, 2020.

IPARDES. **Plano amostral para pesquisa da oferta potencial e efetiva do setor turístico no Estado do Paraná**. Curitiba: Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social, 2004.

IPARDES. **O mercado de trabalho no turismo do Estado do Paraná: análise dos dados da RAIS para o ano 2000**. Curitiba: Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social, 2005.

KERLINGER, Fred Nichols. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual**. Tradução de Helena Mendes Rotundo. Revisão técnica de José Roberto Malufe. São Paulo: EPU: EDUSP, 1980.

MINAS GERAIS. Observatório do Turismo de Minas Gerais. Secretaria Estadual de Turismo. **Metodologias de pesquisa em turismo: 2018**. Belo Horizonte: Observatório do Turismo de Minas Gerais, 2018.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **OECD core set of indicators for environmental performance reviews: a synthesis report by the Group on the State of the Environment**. Paris: OECD, 1993. Disponível em: [https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=OCDE/GD\(93\)179&docLanguage=En](https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=OCDE/GD(93)179&docLanguage=En). Acesso em: 13 maio 2026.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Transformando nosso mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. Nova York: ONU, 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustent%C3%A1vel>. Acesso em: 13 maio 2026.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Glossary of tourism terms**. Madrid: UN Tourism, [2026]. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Acesso em: 13 maio 2026.

OTT, Wayne R. **Environmental indices: theory and practice**. Michigan: Ann Arbor Science, 1978.

PEREIRA, Adriana Israel de Almeida. **Indicadores de sustentabilidade na avaliação do turismo em unidades de conservação: um estudo de caso no arquipélago de Fernando de Noronha**. 2022. 147 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

PEREIRA, Adriana Israel de Almeida; SILVA, Flávio José de Lima; OLIVEIRA, Jorge Eduardo Lins. Utilização de indicadores de sustentabilidade do turismo em unidades de conservação nas últimas décadas: impactos e importância. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 86-113, fev./abr. 2023.

REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO. **Manual metodológico da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo**. [S. l.]: RBOT, 2022.

SANCHES, Arthur Caldeira et al. Análise dos estudos sobre indicadores de sustentabilidade no turismo: uma revisão integrativa. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 292-311, ago. 2018.

SILVA, Jorge Antonio Santos. O turismo: uma atividade econômica? **Contribuciones a la Economía**, [s. l.], v. 5, n. 1, p. 1-15, maio 2005. Disponível em: <https://www.eumed.net/ce/2005/jass-tur.htm>. Acesso em: 13 maio 2026.

TREVISAN, Taísa et al. Avaliação dos indicadores de sustentabilidade ambiental dos empreendimentos de turismo no roteiro Caminhos de Pedra, Bento Gonçalves-RS, Brasil. **Rosa dos Ventos — Turismo e Hospitalidade**, Caxias do Sul, v. 15, n. 4, p. 949-965, 2023.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Núcleo de Economia Regional e Urbana. **Matrizes de insumo-produto**. São Paulo: NEREUS/USP, [2026]. Disponível em: <https://www.usp.br/nereus/?fontes=dados-matrizes>. Acesso em: 13 maio 2026.

Anexo 1 — Modelo de formulário de pesquisa de demanda turística



ANEXO 1 – MODELO DE FORMULÁRIO DE PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

A) DADOS GERAIS DA PESQUISA						
Entrevistador(a): _____ Data: ____/____/____ Horário: _____ Ponto de coleta: _____						
B) PERFIL DO ENTREVISTADO						
1. Município/UF ou país de residência: _____						
2. Pernoita no destino? () Sim () Não						
2.1 Se sim, quantas noites? _____ 2.2 Onde? _____						
() Hotel () Pousada () Casa de amigos ou parentes () Albergue/hostel () Camping () Casa própria () Casa alugada/Airbnb () Outro: _____						
3. Principal motivo da viagem: () Férias/lazer/recreação () Estudo/curso () Visita a familiares/amigos () Negócios/trabalho () Saúde () Religioso/peregrinação () Compras () Trânsito () Eventos () Outro						
3.1 Se lazer, qual segmento melhor descreve a experiência? _____						
4. Sexo/gênero: () Masculino () Feminino () Outro () Prefiro não responder						
5. Idade: _____ anos						
6. Escolaridade: () Ensino fundamental () Ensino médio () Superior incompleto () Superior completo () Pós-graduação						
7. Ocupação: () Empregado(a) () Autônomo(a) () Do lar () Estudante () Empregado CLT () Aposentado(a) () Servidor público () Desempregado(a) () Assalariado/registro () Profissional liberal () Outro						
8. Estado civil: () Solteiro(a) () Casado(a) () Divorciado/separado () União estável () Viúvo(a) () Outro						
9. Renda média familiar mensal: () Até 2 SM () 2 a 3 SM () 3 a 5 SM () 5 a 6 SM () 6 a 8 SM () 8 a 10 SM () 10 a 15 SM () 15 a 20 SM () 20 a 30 SM () Acima de 30 SM () Prefiro não responder () Não possui renda						
10. Quantas pessoas incluindo você dependem dessa renda? _____						
C) HABITOS E CARACTERÍSTICAS DA VIAJEM						
11. Principal fonte de informação para organizar a viagem: () Agência de viagem () Amigos/parentes () Aplicativos () Sites oficiais do destino () Internet em geral () Redes sociais () Influenciadores () Viagem corporativa () Já conhecia o destino () Outro						
11.1 Quais sites, aplicativos ou redes influenciaram a decisão? _____						
12. E a primeira vez que vem ao destino? () Sim () Não						
12.1 Se não, quantas vezes nos últimos 3 anos? _____						
13. Acompanhantes: () Sozinho(a) () Grupo de amigos () Colegas de trabalho () Grupo familiar () Casal/filhos () Casal sem filhos () Outros						
13.1 Quantas pessoas estão no grupo, incluindo você? _____ Quantas crianças? _____						
14. Meio de transporte utilizado para chegar ao destino: () Avião () Veículo próprio () Ônibus fretado () Ônibus rodoviário () Aplicativo de transporte () Van () Veículo de amigo/parente () Veículo alugado () Moto () Outro						
14.1 Meio(s) de transporte utilizado(s) no destino: () A pé () Veículo próprio () Táxi () Aplicativo () Transporte público () Van () Bicicleta () Outro						
15. Gasto total estimado nesta viagem, exceto transporte até o destino: R\$ _____						
15.1 Distribuição aproximada: alimentação R\$ _____ hospedagem R\$ _____ passeios/atrativos R\$ _____ compras R\$ _____ transporte local R\$ _____ outros R\$ _____						
16. Imagem ou palavra que melhor representa este destino para você: _____						
D) SATISFAÇÃO DO TURISTA						
17. INFRAESTRUTURA DO DESTINO						
ITEM AVALIADO	ÓTIMO	BOM	RAZOÁVEL	RUIM	PÉSSIMO	NÃO SEI/ NÃO UTILIZEI
Acesso à internet	5	4	3	2	1	
Limpeza pública e dos atrativos	5	4	3	2	1	
Sinalização turística	5	4	3	2	1	
Transporte público	5	4	3	2	1	
Acessibilidade	5	4	3	2	1	
Segurança pública	5	4	3	2	1	
18. SERVIÇOS TURÍSTICOS						
ITEM AVALIADO	ÓTIMO	BOM	RAZOÁVEL	RUIM	PÉSSIMO	NÃO SEI/ NÃO UTILIZEI
Atrativos turísticos	5	4	3	2	1	
Gastronomia	5	4	3	2	1	
Hospedagem	5	4	3	2	1	
Hospitalidade	5	4	3	2	1	
Preços em geral	5	4	3	2	1	
Rodoviária/aeroporto	5	4	3	2	1	
Informações turísticas	5	4	3	2	1	
19. Sugestões ou observações do entrevistado: _____						
20. Consentimento: () Declaro que fui informado(a) sobre a finalidade da pesquisa e concordo voluntariamente em participar. As respostas serão analisadas de forma agregada, sem identificação individual.						

1. Antes da entrevista, informar a finalidade da pesquisa, a instituição responsável, o tempo aproximado de resposta e o caráter voluntário da participação.
2. Evitar a coleta de dados pessoais identificáveis. Quando nome, telefone, e-mail, imagem ou áudio forem necessários, registrar consentimento específico e finalidade de uso, em conformidade com a LGPD.
3. A pergunta sobre motivação deve seguir recomendações internacionais e pode incluir a categoria bleisure, quando pertinente, combinando negócios e lazer.
4. A idade pode ser coletada de forma aberta e posteriormente agrupada por faixas etárias, conforme o objetivo da análise e a necessidade de comparabilidade.
5. A variável renda deve ser adaptada ao ano de aplicação da pesquisa, considerando o salário mínimo vigente ou outra referência metodológica definida pela coordenação.
6. O gasto deve ser preferencialmente coletado em pergunta aberta, permitindo estimar melhor a despesa total e sua distribuição por alimentação, hospedagem, transporte local, passeios e compras.
7. Poder ser incluídas perguntas sobre canais digitais, sites, aplicativos, redes sociais e influenciadores que impactaram a decisão de viagem.
8. Sempre que necessário, detalhar acessibilidade, sustentabilidade, percepção de segurança, conservação ambiental e valorização cultural, conforme os objetivos da pesquisa.
9. Evitar entrevistar mais de uma pessoa do mesmo grupo de viagem, especialmente quando o objetivo for estimar gastos, origem e comportamento de consumo.

[illegible]

Talão do evento	5	4	3	2	1	
Organização pública	5	4	3	2	1	
Disponibilidade	5	4	3	2	1	

20. AVALIAÇÃO DO EVENTO						
ITEM AVALIADO	ÓTIMO	BOM	RAZÁVEL	RUIM	PÉSSIMO	NÃO SER NÃO UTILIZEI
Programação	5	4	3	2	1	
Local do evento	5	4	3	2	1	
Data do evento	5	4	3	2	1	
Organização do evento	5	4	3	2	1	
Estacionamento do evento	5	4	3	2	1	
Segurança do evento	5	4	3	2	1	

Limpeza do evento	5	4	3	2	1	
Sustentabilidade/gestão de resíduos	5	4	3	2	1	
Avaliação geral do evento	5	4	3	2	1	

21. Sugestões para próximas edições:

22. Consentimento: () Declaro que fui informado(a) sobre a finalidade da pesquisa e concordo voluntariamente em participar. As respostas serão analisadas de forma agregada, sem identificação individual.

ORIENTAÇÕES DE APLICAÇÃO E ADAPTAÇÃO

1. Antes da entrevista, informar a finalidade da pesquisa, a instituição responsável, o tempo aproximado de resposta e o caráter voluntário da participação.
2. A pergunta filtro sobre residência permite separar moradores e visitantes, possibilitando análises específicas sobre público local, visitantes e impacto turístico do evento.
3. A variável gasto deve ser ajustada ao objetivo da pesquisa: pode considerar apenas gastos no evento ou todos os gastos no destino, como hospedagem, alimentação, transporte, compras e passeios.
4. Quando houver coleta de dados pessoais identificáveis, registrar consentimento específico e informar finalidade, forma de uso e período de armazenamento, em conformidade com a LGPD.
5. Recomenda-se aplicar os questionários em diferentes dias, horários e pontos de fluxo do evento, evitando abordar pessoas em refeições, filas, deslocamentos apressados ou situações desconfortáveis.
6. Podem ser incluídas questões sobre sustentabilidade do evento, gestão de resíduos, acessibilidade, segurança, participação comunitária, consumo de produtos locais e valorização cultural.
7. Quando o evento tiver catracas, ingressos, credenciamento ou estimativas oficiais de público, registrar a fonte utilizada para permitir cálculo de impacto e análises comparáveis.
8. Evitar entrevistar mais de uma pessoa do mesmo grupo, sobretudo quando o objetivo for estimar gastos, procedência e comportamento de consumo.

Anexo 3 — Estratégia de ação para identificar a cadeia produtiva do turismo estadual/municipal

Este anexo apresenta uma proposta de organização metodológica para orientar pesquisas voltadas à identificação e análise da cadeia produtiva do turismo em estados, municípios ou regiões turísticas.

Elemento	Descrição
Estratégia	Conhecer o perfil da cadeia produtiva do turismo.
Objeto de pesquisa	A atividade turística nas diversas regiões do estado, município ou região turística definida como recorte da análise.
Objetivos	1. Identificar o potencial de geração de emprego; 2. Identificar a contribuição do turismo para o desenvolvimento regional e sua distribuição espacial; 3. Identificar o número de empresas e o valor adicionado das atividades relacionadas ao turismo; 4. Conhecer o número e o perfil dos trabalhadores na cadeia produtiva; 5. Conhecer os processos de capacitação, inovação e qualificação em andamento.
Instrumentos	1. Dados secundários de bases oficiais, como RAIS, Novo CAGED, PDET/MTE, IBGE, Cadastur, Receita Federal, secretarias estaduais e municipais; 2. Dados de programas, planos e políticas públicas de turismo; 3. Revisão bibliográfica e documental; 4. Entrevistas com gestores, empresários, trabalhadores, entidades e demais agentes da cadeia produtiva.

Elemento	Descrição
Parcerias possíveis	Escritórios regionais, prefeituras, secretarias estaduais e municipais, instituições de ensino, cursos de Turismo, associações comerciais, entidades do trade turístico, Sebrae, sindicatos, conselhos municipais, Polícia Rodoviária, órgãos de transporte, cultura, meio ambiente, desenvolvimento econômico e demais instituições relacionadas ao turismo.
Resultados de organização e gestão	1. Sugestões de políticas públicas; 2. Indicação de novos programas, projetos e ações voltados ao fortalecimento da cadeia produtiva do turismo; 3. Subsídios para planejamento, governança, qualificação, financiamento e promoção turística.

Estratégia complementar

Elemento	Descrição
Estratégia	Identificar fragilidades, ameaças, oportunidades e fortalezas da cadeia produtiva do turismo.
Objeto de pesquisa	Elos da cadeia produtiva do turismo, considerando estabelecimentos, trabalhadores, renda gerada, fornecedores, instituições de apoio, empreendedores, serviços e produtos turísticos.
Objetivos	a) Visualizar a cadeia de modo integral; b) Identificar fragilidades e potencialidades nos elos; c) Estimular a articulação entre os agentes da cadeia; d) Identificar gargalos, elos faltantes e pontos de estrangulamento; e) Identificar os elos dinâmicos que movimentam as transações na cadeia produtiva; f) Identificar a eficácia político-administrativa dos agentes envolvidos, sinergias, competitividade e arranjos propostos; g) Conhecer as diferentes formas de turismo exploradas no estado, município ou região turística.

Elemento	Descrição
Instrumentos	a) Bases de dados oficiais, como RAIS, Novo CAGED, PDET/MTE, IBGE, Cadastur, Receita Federal, Junta Comercial e bases municipais; b) Bases de dados estaduais e municipais; c) Dados de entidades de apoio, como Sebrae e instituições representativas do setor; d) Bancos de dados de empresas turísticas; e) Entrevistas, questionários e levantamentos documentais.
Parcerias possíveis	Órgãos estaduais e municipais de turismo, desenvolvimento econômico, cultura, meio ambiente, agricultura, transporte, instituições de ensino, entidades do trade turístico, associações comerciais, sindicatos, conselhos municipais, Sebrae, observatórios de turismo e demais instituições parceiras.
Resultados de organização e gestão	Realização da pesquisa no estado, município ou região turística, conforme o recorte definido, com geração de informações capazes de subsidiar novos programas, projetos e atividades nos órgãos públicos e instituições vinculadas ao turismo.

Anexo 4 — Modelo de matriz de indicadores de sustentabilidade

Este anexo apresenta um modelo de matriz para organização e preenchimento dos indicadores de sustentabilidade descritos no Capítulo 9. A finalidade é apoiar observatórios de turismo, órgãos públicos e equipes técnicas no registro padronizado das informações, permitindo a construção de séries históricas, a comparação entre períodos e a elaboração de boletins de sustentabilidade.

A matriz deve ser adaptada à realidade de cada destino, considerando a disponibilidade de dados, a escala territorial, a periodicidade de atualização e a capacidade técnica da equipe responsável pelo monitoramento.

Matriz para preenchimento

Dimensão	Indicador	Variável utilizada	Fonte dos dados	Ano-base	Data de extração	Resultado	Interpretação	Observações metodológicas
Ambiental	Infraestrutura de saneamento e gestão de resíduos sólidos							
Ambiental	Índice de Resiliência Ambiental (IRE)							
Sociocultural	Qualidade e inclusão no emprego turístico formal							
Sociocultural	Índice de Resiliência Cultural (IRC)							

Dimensão	Indicador	Variável utilizada	Fonte dos dados	Ano-base	Data de extração	Resultado	Interpretação	Observações metodológicas
Econômica	Quota de renda turística							
Econômica	Taxa de pequenos negócios turísticos							
Econômica	Intensidade empreendedora turística							
Institucional/Governança	Índice de Maturidade da Governança (IMG)							

Orientações para uso

Para cada indicador, recomenda-se registrar a fonte utilizada, o ano-base, a data de extração dos dados e eventuais limitações metodológicas. Quando um dado não estiver disponível, deve-se registrar a ausência da informação, evitando substituições por estimativas sem justificativa técnica.

Os resultados preenchidos nesta matriz podem subsidiar relatórios técnicos, boletins de sustentabilidade, painéis de indicadores, reuniões de conselhos municipais de turismo, planos municipais ou estaduais de turismo e demais instrumentos de planejamento e gestão.

CRÉDITOS

REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO — RBOT

ADMILSON ALCÂNTARA DA SILVA
ALEX DOS SANTOS
CARLA MÄNNICH
DANIELLE CARDOSO DE MOURA
GABRIEL DA LUZ
GILCE ZELINDA BATTISTUZ
GIOVANNA ADRIANA TAVARES GOMES
JANAILDO SOARES DE SOUSA
JOÃO EVANGELISTA DIAS MONTEIRO
JULIA BORONI
LUANA EMMENDOERFER
OSIRIS RICARDO BEZERRA MARQUES
RAFAEL GRANVILLA OLIVEIRA
SELMA BATISTA
SOLANGE PEREIRA SILVA
VICTÓRIA DE MELO LEÃO

PROJETO GRÁFICO, DESIGN E ELABORAÇÃO DE IMAGENS

LUCAS SOUZA DE OLIVEIRA

A presente versão constitui atualização técnica, textual, metodológica e visual do Manual Metodológico da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo — RBOT, Metodologias de Pesquisas em Turismo 2022, incorporando revisões de conteúdo, atualização de fontes, reorganização de capítulos e inclusão de novos temas relacionados à ética em pesquisa, proteção de dados, sustentabilidade e indicadores de monitoramento turístico.