AMOSTRAGEM PARA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA
GUIA METODOLÓGICO

Aplicável aos 645 municípios do Estado de São Paulo

1. Objetivo

Este documento estabelece uma metodologia padronizada e viável para o dimensionamento de amostras em pesquisas de demanda turística nos municípios paulistas, garantindo comparabilidade, rigor estatístico e adaptação às realidades operacionais locais.

2. Princípios Gerais

- Rigor estatístico com flexibilidade operacional;
- Comparabilidade estadual entre destinos;
- Priorização de sazonalidade e perfil do destino;
- Transparência dos parâmetros e registro dos metadados de campo.

3. Fórmulas de referência

O cálculo da amostra, quando se leva em consideração a distribuição de um comportamento conhecido (proporção de homens ou mulheres, por exemplo), e no caso, quando a população for infinita, a fórmula é:

$$n = (Z^2 * p * (1 - p)) / e^2.$$

No entanto, aplica-se um ajuste quando a população é finita (quando se conhece o valor máximo/teto):

$$n' = n / (1 + (n - 1)/N).$$

Parâmetros usuais:

Z=1,96 (95%),

p= 0,5 (quando **p** é desconhecido assume este valor)

e entre 4% e 10% conforme viabilidade operacional (quanto menor o **e**, maior a amostra).

Embora as fórmulas estejam disponibilizadas, a ideia não é que os municípios calculem ou adotem seus critérios de parâmetros. Para facilitar a operacionalização, o CIET recomenda uma quantidade mínima de respostas de acordo com o posicionamento do destino de acordo com o grau de competitividade de demanda turística e em cada contexto, um determinado valor de referência é considerado, como explicado a seguir.

4. Classificação dos Destinos

Para orientar a aplicação de pesquisas de demanda, são propostos 3 grupos:

- **Internacional:** destinos com participação relevante de turistas estrangeiros no total de turistas recebidos e/ou alta heterogeneidade de origem/motivo (ex.: capitais regionais de negócios, hubs).
- **Nacional:** destinos que atraem turistas de diversos estados, com diversidade moderada.
- **Regional:** destinos com predominância de visitantes de curta distância e maior homogeneidade de perfis.

5. Estratégia Padrão (Pesquisa Contínua)

Quando operacionalmente viável, a recomendação é: coleta mensal distribuída ao longo do ano. É possível a adoção de estratificação por ponto de coleta (aeroporto, rodoviária, atrativo pago, eventos, vias de acesso) e por período (semana/fim de semana, feriados). Estas decisões técnicas devem ser avaliadas caso a caso.

6. Estratégia Alternativa (Sazonal – 2 janelas)

Caso não seja possível ter uma pesquisa demanda sendo aplicada de forma contínua, a recomendação é de, no mínimo, aplicar a pesquisa em duas janelas anuais de coleta representando Alta e Baixa temporada. A amostra anual é alocada proporcionalmente por estrato sazonal.

Sugestões de alocação:

- Internacional e Nacional: 60% Alta / 40% Baixa
- Regional: 50% /50%

7. Amostras mínimas recomendadas por posicionamento

- Internacional: 800–1.200 entrevistas/ano (erro alvo ~5% em subgrupos principais).
- Nacional: 500–800 entrevistas/ano.
- Regional: 300–500 entrevistas/ano.

Observação: municípios com fluxo muito concentrado na alta temporada (que depende exclusivamente de uma data/ evento âncora) podem adotar 1 janela anual com 300–350 entrevistas como linha de base, registrando a limitação de comparabilidade sazonal.

8. Estratificação Operacional

É possível a realização de uma pesquisa amostral estratificada, porém é relevante definir que variáveis serão referência. Recomenda-se estratificar por: ponto de coleta, dia da semana vs. fim de semana, período do dia, canal de acesso (aéreo/rodoviário), e eventos. É oportuno também distribuir cotas mínimas por estrato para evitar vieses de conveniência. Por fim, deve-se entrevistar preferencialmente os turistas quando eles estão deixando a localidade.

9. Parâmetros e Margens de Erro

Margem de erro alvo entre 5% e 8% para indicadores globais. Em recortes (motivo da viagem, gasto, origem), a margem pode aumentar; registre no relatório técnico. Ajustes de amostra podem ser feitos elevando picos (alta temporada) para capturar maior heterogeneidade (variabilidade) dos dados obtidos.

10. Ponderação e Expansão

Os resultados da pesquisa podem ser extrapolados, a depender de como a coleta de dados foi realizada, bem como se o valor mínimo de amostra foi obtido. Neste sentido, é possível aplicar pesos por probabilidade de seleção/estrato, sazonalidade (proporção do fluxo anual da alta vs. baixa), e dias úteis x fins de semana. É importante documentar fatores de expansão e efetivos de campo e ter a supervisão técnica de um profissional especialista em pesquisas e tratamento de dados.

11. Qualidade e Auditoria

É recomendável que sejam definidos protocolos de supervisão (revisão de 10% das entrevistas), checagem de consistência (tempo de aplicação, lógica de ordem de entrevistadas aplicadas no caso de pesquisa de campo), e registro de metadados (geolocalização, horário).

12. Produtos e Transparência

É importante elaborar relatórios sobre a pesquisa, que devem explicitar: desenho amostral, janelas de coleta, distribuição por estratos, erros amostrais, limitações e recomendações para uso dos dados produzidos. A disponibilização dos resultados bem como o questionário aplicado e metodologia padronizada é uma boa prática.

São Paulo, março de 2026

SECRETARIA DE TURISMO E VIAGENS DO ESTADO DE SÃO PAULO (SETUR-SP)
Roberto de Lucena
Secretário de Estado
Monica Samia
Secretária Executiva
Éder Santos
Subsecretário de Gestão Corporativa
Alessandra Algarin
Chefe de Gabinete
Ana Cristina Clemente
Coordenadora de Turismo

CENTRO DE INTELIGÊNCIA DA ECONOMIA DO TURISMO (CIET)
Gustavo Grisa
Consultor - InvestSP/SETUR-SP
Luciana Derze
Consultora - InvestSP/SETUR-SP
Vinícius Bíscaro
Consultor - InvestSP/SETUR-SP