

SLIDE 1, 2 Eduarda
SLIDE 3, 4 - Carol
SLIDE 5 - Chay
SLIDE 6 e 7 - Larissa
SLIDE 8 e 9- Cardoso

ROTEIRO APRESENTAÇÃO

SLIDE 1 - CAPA 1MINUTO

Boa noite, pessoal! Eu sou a Maria Eduarda, faço parte do grupo (7) ACEEL, nós prestamos uma consultoria à Prefeitura de Belo Horizonte. Nosso trabalho consistiu em analisar os dados de uma pesquisa realizada com foliões durante o Carnaval de 2023, com o objetivo de gerar insights estratégicos que possam aprimorar a organização do evento, melhorar a experiência dos participantes e potencializar os resultados econômicos da região. E falando em resultados econômicos...(segue ao próximo slide e texto)

SLIDE 2 - INSIGHT SURPREENDENTE

Nossas análises indicam que pequenos ajustes na oferta de hospedagem durante o período de festas podem gerar um fortalecimento financeiro, com potencial de aumentar o retorno em até 20%.

SLIDE 3 - PROBLEMA E OBJETIVOS

- **Problema:** BH está próximo a Estados em que a cultura do carnaval de rua é forte, como é o caso de SP, RJ e Salvador, mas ainda há poucos dados estruturados para apoiar políticas públicas e estratégias de turismo para este carnaval.
- **Objetivos do projeto:**
 - Estruturar e analisar os dados dos questionários de 2023
 - Compreender o perfil e comportamento dos foliões
 - Gerar recomendações práticas para a gestão do evento

SLIDE 4 - METODOLOGIA /ARQUITETURA 1MINUTO

Dataset escolhido: Para a análise, escolhemos um dataset de uma pesquisa realizada com foliões do carnaval de 2023, que está disponível no site da prefeitura de Belo Horizonte.

Motivação: Inicialmente, a curiosidade nos motivou a explorar esses dados. E depois de acessar, a motivação principal foi entender o perfil do público presente e identificar oportunidades de dar mais visibilidade ao evento.

Sobre a jornada dos dados:

- Começamos pelo Python no Google Colab, que nos permitiu verificar o questionário, explorar os dados, realizar a limpeza e estruturar as informações que seriam analisadas.

- Em seguida, utilizamos SQL no BigQuery para realizar consultas e cruzamentos de dados, garantindo que conseguíssemos extrair informações relevantes de forma precisa.
- Por fim, criamos um dashboard no Looker para visualizar os resultados de maneira mais prática

Limitações: Durante o processo, encontramos alguns problemas na coleta dos dados, como a coluna “morador”, que misturava moradores e visitantes, e a coluna “ufpais”, que mesclava países e estados. Nesses casos, fizemos uma reclassificação manual. Também tratamos valores como '9999', que indicavam ausência de resposta, considerando-os como 'não respondeu' ou 'zero'."

SLIDE 5 - DASHBOARD - LOOKER - DESCOBERTAS PRINCIPAIS (2MIN) CHAY

1. Perfil dos foliões

O carnaval é, majoritariamente, local, mas com presença crescente de visitantes de outras regiões com interior de MG, SP, ES e até internacionais como Irlanda, França e Canadá. O perfil é jovem adulto, com poder aquisitivo de 1 a 5 salários-mínimos e a escolaridade de ensino médio ou superior completo.

2. Blocos e participação

A população é equilibrada, não há um único bloco dominante, e isso reforça a diversidade e descentralização do carnaval de BH.

3. Turismo e gastos

Nosso levantamento mostrou que os principais gastos dos foliões são hospedagem, atrativos e alimentação, somando mais de R\$1.000 por pessoa.

Transporte, fantasias e compras têm menor impacto, mas ainda representam oportunidades de monetização, como parcerias com aplicativos de transporte, ônibus turísticos e lojas de fantasias.

O carnaval de BH tem um forte caráter de economia colaborativa: a maioria dos visitantes se hospeda com amigos e usa transporte compartilhado. Isso indica oportunidades de parcerias entre a prefeitura e o setor hoteleiro, especialmente considerando que a média de permanência é de quatro dias e meio.

Quanto ao Transporte, os apps de mobilidade foram os mais populares para locomoção dos foliões na cidade durante o Carnaval, num preço consideravelmente aceitável, já que a maioria relatou gasto baixo no uso de meios de transportes.

O insight mais importante: visitantes que se hospedam em hotéis ou pousadas por 4 a 5 noites gastam, em média, R\$1.096 apenas com hospedagem. Se conseguirmos aumentar em 30% o número de turistas nesse perfil no próximo carnaval, o gasto total com hospedagem poderia crescer cerca de 20%, mostrando o enorme potencial econômico do turismo em Belo Horizonte.

4. Avaliação do evento

Os foliões avaliam o evento de forma muito positiva, mas identificam pontos críticos como preço e infraestrutura de banheiros que são aspectos fundamentais para a experiência. E acreditamos que a segurança pode melhorar!

5. Comunicação e patrocínio

A Prefeitura e a Ambev lideram como principais marcas associadas ao evento. Porém 23% do público não sabe ou não respondeu quem é o patrocinador, o que chama atenção para melhor divulgação dos mesmos.

Enquanto a maioria das pessoas que moram em BH já sabem do evento – e marcam presença. Boca a boca ainda é o principal canal de divulgação — mais forte que redes sociais. Isso é um insight valioso para marketing e parcerias.

SLIDE 6 - VALOR GERADO - 2 MIN

Concluimos que esses dados ajudam a prefeitura e patrocinadores a entender melhor o público, aprimorar a estrutura e fomentar o turismo para este evento.

Nossas recomendações práticas são:

- Fortalecer parcerias com redes hoteleiras e apps de transporte.
- Criar campanhas digitais segmentadas para visitantes de MG e SP.
- Melhorar a infraestrutura sanitária e controle de preços.
- Valorizar o “boca a boca” com estratégias de engajamento comunitário.

SLIDE 7 - REFLEXÃO CRÍTICA - 1 MINUTO

Durante a análise, identificamos algumas limitações importantes.

- Por exemplo, em 2019 também foi aplicado um questionário, mas houve uma alta taxa de não resposta, o que nos impediu de comparar os dados daquele ano com os de 2023.
- Além disso, percebemos um viés temporal: a maior parte das respostas foi coletada nos dois primeiros dias do evento, embora o questionário contemplava quatro dias.
- Isso pode ter afetado a percepção do evento, já que não sabemos exatamente como os dados foram coletados — horários, cansaço ou desatenção dos foliões podem ter influenciado nas respostas.

Essa experiência nos mostrou que dados de qualidade dependem de coleta estruturada e do engajamento real das pessoas. E é justamente por isso que **(no próximo slide)** apresentamos nossa proposta de melhorias.

SLIDE 8 - NOSSA PROPOSTA

Nossa proposta é aplicar o questionário em diferentes momentos do carnaval: início, meio e fim.

- No começo, o folião está mais disposto e pode avaliar expectativas, transporte, recepção e hospedagem.
- No meio, ele já tem experiência para comentar sobre segurança, estrutura e organização.
- No final, pode falar sobre satisfação geral e intenção de retornar ou recomendar o evento.

Além disso, nosso projeto de engenharia de dados pode servir à prefeitura e patrocinadores para melhorar avaliações, atrair visitantes e impulsionar hospedagem, transporte e comércio local.

SLIDE 9 - FIM

Agradecemos pela atenção de todos, e ficamos a disposição para as considerações!