OBSERVATÓRIO
DO TURISMO
DA CIDADE DE
SÃO PAULO®

SÃO PAULO TURISMO

Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1™

PESQUISA DE PERFIL DE PÚBLICO 2012

F1™ Brazillian Grand Prix - Audience Profile

©Beto Issa /GP Brasil de F1™

DESTAQUES GERAIS

DO PÚBLICO ENTREVISTADO 2012

AUDIENCE PROFILE HIGHLIGHTS 2012

87,3%
SEXO MASCULINO
OF INTERVIEWED AUDIENCE ARE MALE

34 anos *YEARS*
IDADE MÉDIA
AVERAGE AGE OF INTERVIEWED AUDIENCE

46,6%
ENSINO SUPERIOR COMPLETO
ARE GRADUATED

45,8%
RENDA ACIMA DE 10 SALÁRIOS MÍNIMOS
RECEIPTS ABOVE 10 MINIMMUM WAGES

60,5%
DOS TURISTAS HOSPEDARAM-SE EM HOTÉIS
OF TOURISTS USED HOTELS AS MEAN OF ACCOMODATION

gpbrasil.com.br
PRINCIPAL MEIO DE COMPRA DE INGRESSOS
MAIN TICKET PURCHASE CHANNEL

408
MOVIMENTOS DE HELICÓPTEROS NOS TRÊS DIAS DE EVENTO
HELLICOPTER MOVEMENTS DURING ALL THREE DAYS OF EVENT

11,4%
TURISTAS ESTRANGEIROS
FOREIGN TOURISTS

54,8% *
TURISTAS BRASILEIROS
BRAZILIAN VISITORS

54,6%
CHEGADA À CIDADE DE AVIÃO
PLANE USED AS MEANS OF TRANSPORTATION

36,2%
ASSALARIADOS
COMPANY EMPLOYEES

3 dias *DAYS*
PERMANÊNCIA DO TURISTA NA CIDADE
TOURIST AVERAGE STAY

2.446 BRL
GASTO MÉDIO NA CIDADE DOS TURISTAS ENTREVISTADOS NO GP BRASIL DE F1™
TOURISTS AVERAGE SPENTS IN SÃO PAULO DURING F1 ™ BRAZILIAN GP

* residentes na região metropolitana e outras cidades brasileiras/ *residents at São Paulo metropolitan area and other Brazilian cities*

1.
APRESENTAÇÃO
INTRODUCTION

O Grande Prêmio do Brasil de Fórmula 1™, um dos mais importantes megaeventos turísticos inseridos no calendário da cidade de São Paulo, foi objeto de pesquisa exploratória coordenada pelo Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo® (SPTuris), em 2012, com a investigação do perfil sócio-demográfico do seu público.

A amostra contabilizou 1.217 entrevistas válidas, aplicadas em distintos setores do Autódromo de Interlagos, abrangendo parcela significante de estrangeiros, com metodologia que nos possibilitou identificar características específicas desses turistas, dos demais da Região Metropolitana, do Estado de São Paulo e de outros Estados Brasileiros.

Além da procedência dos entrevistados e baseando-se em um público de 127.398 participantes, esta investigação registrou aspectos relacionados ao gênero, faixa etária, instrução, ocupação, renda, permanência, gastos, meios de hospedagem, meio de transporte, compra de ingressos, percepção e avaliação da cidade, no decorrer dos dias 24 e 25 de novembro.

De forma inédita, a edição de 2012, baseada em números fornecidos pelo Serviço Regional de Proteção ao Vôo em São Paulo (SRPV-SP), também possibilitou um levantamento do movimento de 408 helicópteros que transportaram passageiros nos treinos e na corrida, especificando as principais concentrações de horários e origens dos voos.

A aplicação dos questionários foi desenvolvida por pesquisadores profissionais e as atividades gerais contaram com o apoio da organização do Grande Prêmio Brasil de F1™, que desde 2005 vem colaborando em parceria com o Observatório na construção da série de informações deste grande evento automobilístico na cidade de São Paulo.

The Formula 1™ Brazilian Grand Prix is one of the most important tourist events in São Paulo, and why your audience has been the subject of socio-economic survey, conducted by Tourism Observatory of São Paulo.

This year, 1217 visitors (sample) were interviewed in different sectors of the Autódromo de Interlagos. The methodology allowed the identification of some specific characteristics of respondents: gender, age, education, age, profession, income, expenses, means of accomodation , means of transport, origin country and evaluation of the city of the São Paulo.

This work included the Contribution of two partners, Serviço Regional de Proteção ao Voo em São Paulo (Regional Service Flight Protection in São Paulo), which allowed the dissemination of information about air traffic helicopter that transported the audience to the event, and Formula One Organization who supported the activities of researchers.

2.
PERFIL GERAL
DOS ENTREVISTADOS
AUDIENCE GENERAL PROFILE

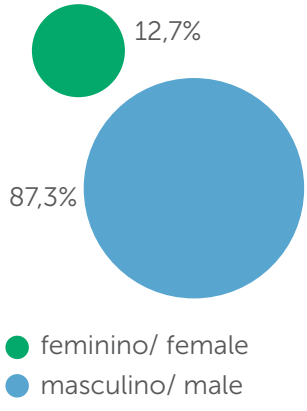
Resultados da pesquisa de 2012 mostram público com predominância do gênero masculino (87,3%); da faixa etária de 30 a 49 anos (57,4%); com superior completo (46,6%); assalariados (36,2%); e renda mensal acima de 10 salários mínimos (45,8%).

Search results for 2012 shows that audience was predominantly male (87.3%), up to 30 to 49 years-old (57.4%), graduated (46.6%), company employees (36.2%) and monthly income above 10 minimum wages (45.8%).

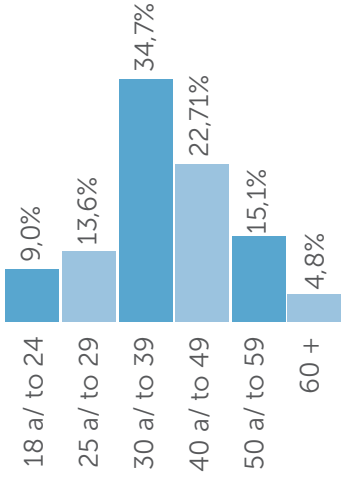
PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DOS ENTREVISTADOS
INTERVIEWED AUDIENCE PROFILE

Fonte/ Source: Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, 2012

Gênero/ *Gender*



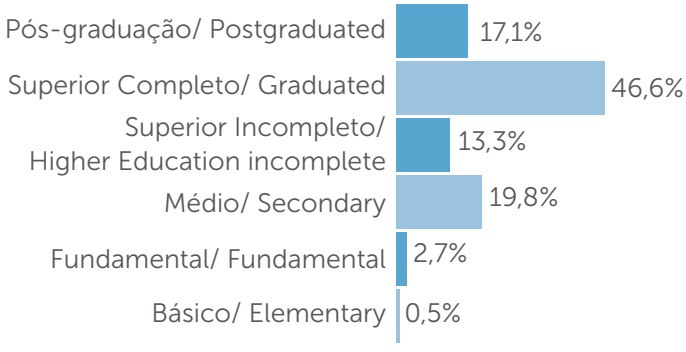
Faixa Etária (anos)/ *Age*



Ocupação (%)/ *Occupation*

Assalariado/ Registered employee	36,2
Funcionário Público/ Civil Servant	10,7
Profissional Liberal/ Freelancer	13,0
Autônomo/ Self-employed	12,2
Estudante/ Student	4,5
Empresário/ Business owner	20,5
Aposentado/ Retired	2,6
Desempregado/ Unemployed	0,3

Grau de escolaridade/ *Level of education*



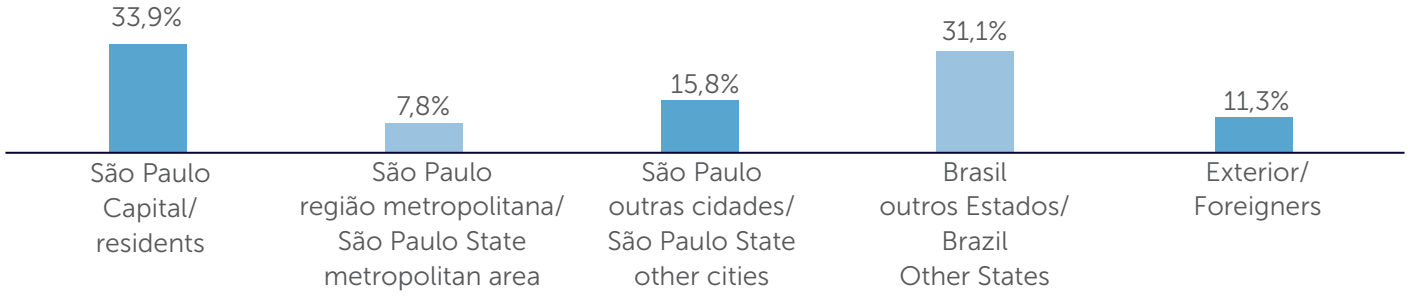
Renda Familiar (%)/ *Monthly income*

Até/ until 622 BRL	0,98
De/ From 623 BRL a/to 1.866 BRL	7,14
De/ From 1.867 BRL a/to 3.110 BRL	14,57
De/ From 3.111 BRL a/to 6.220 BRL	28,43
De/ From 6.221 BRL a/to 9.330 BRL	19,96
De/ From 9.331 BRL a/to 12.440 BRL	11,06
De/ From 12.441 BRL a/to 15.550 BRL	6,6
Acima de/ Above 15.550 BRL	8,2

ORIGEM DO PÚBLICO ENTREVISTADO

AUDIENCE ORIGIN

Fonte/ Source: Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, 2012

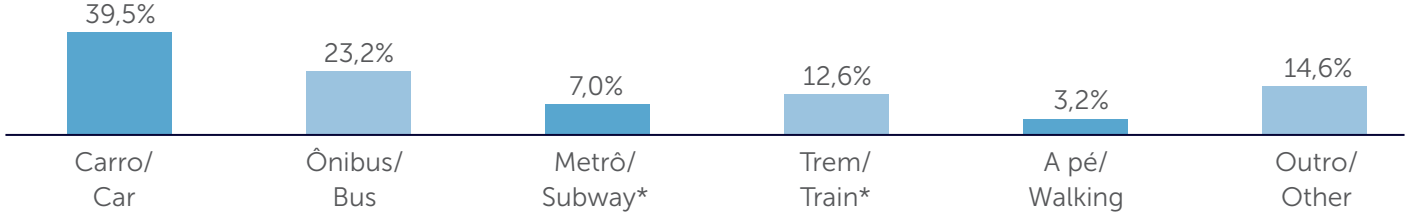


São Paulo região metropolitana/ São Paulo State Metropolitan Area	São Paulo outras cidades/ São Paulo State other cities	Outros Estados Principais cidades/ Ohter brazillian states Main cities	Exterior/ Foreign Countries
Osasco	Campinas	Belo Horizonte	Argentina
São Bernardo do Campo	São José dos Campos	Rio de Janeiro	Chile
Guarulhos	Americana	Goiânia	Uruguai
Santo André	Jundiaí	Curitiba	Colômbia
Barueri	Piracicaba	Salvador	Peru
Cotia	São José do Rio Preto	Porto Alegre	Venezuela

MEIO DE TRANSPORTE PARA CHEGAR AO AUTÓDROMO DE INTERLAGOS

MEANS OF TRANSPORTATION TO ARRIVE AT INTERLAGOS

Fonte/ Source: Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, 2012



*Combinados com outros meios de transporte/ *Combined with other means of transportation*

Além dos residentes (33,9%), observa-se que a maior procedência dos entrevistados é das cidades de outros Estados brasileiros (31,1%), além do Estado de São Paulo (15,8%) e da Região Metropolitana (7,8%). Destaque principal aos argentinos, e visitantes originários de Belo Horizonte, Campinas e Osasco.

O carro continua predominando como o principal meio de transporte para se chegar ao evento (39,5%), embora relativamente com menos participação que 2011 (49,5%).

Regarding the origin of respondents, it is observed that most came from other states (31.1%) and the means of transport used to get to the event is still the car (39.5%).

3.
PERFIL DE VISITA À CIDADE DE SÃO PAULO
SÃO PAULO VISITORS GENERAL PROFILE

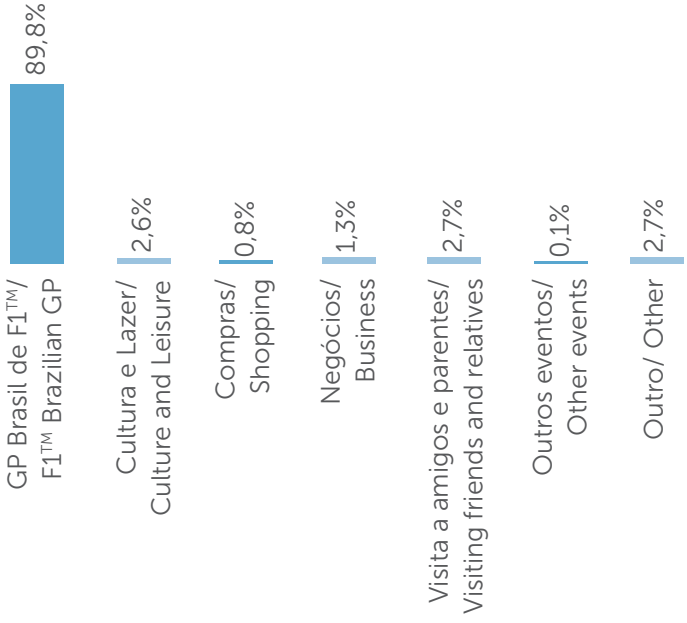
A grande maioria dos visitantes vem à São Paulo assistir ao GP Brasil de F1™ (89,8%) e fica hospedado em Hotéis/Flats (60,5%). É também notada significativa presença de turistas estrangeiros (11,3%), cujos gastos individuais durante a viagem foram 57,4% acima da média dos demais pesquisados, além de uma permanência também superior (4,0 pernoites).

The highest percentage of visitors came to São Paulo to watch The F1™ Brazilian GP (89.8%) and was hosted by Hotels / Flats (60.5%); significant presence of foreign tourists (11.3%), whose individual expenses were 57.4% above the average of the other respondents.

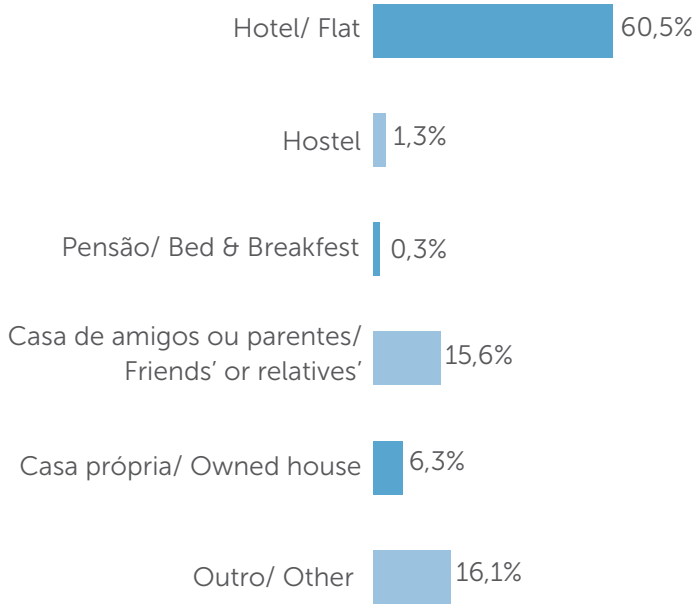
PERFIL GERAL DOS TURISTAS
TOURISTS GENERAL PROFILE

Fonte/ Source: Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, 2012

Motivo da Visita/ *Main reason of your trip*



Onde está hospedado/ *means of accomodation*



GASTOS TOTAIS E PERMANÊNCIA MÉDIA NA CIDADE
AVERAGE SPENT AND STAY IN THE CITY OF SÃO PAULO

Fonte/ Source: Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, 2012

	Estrangeiros/ Foreigners	Média geral/ Average results
Permanência na cidade (dias)/ stay in the city (days)	**4,0**	**2,8**
Gasto médio per capita/ Personal spent in the city	**3.851 BRL**	**2.446 BRL**

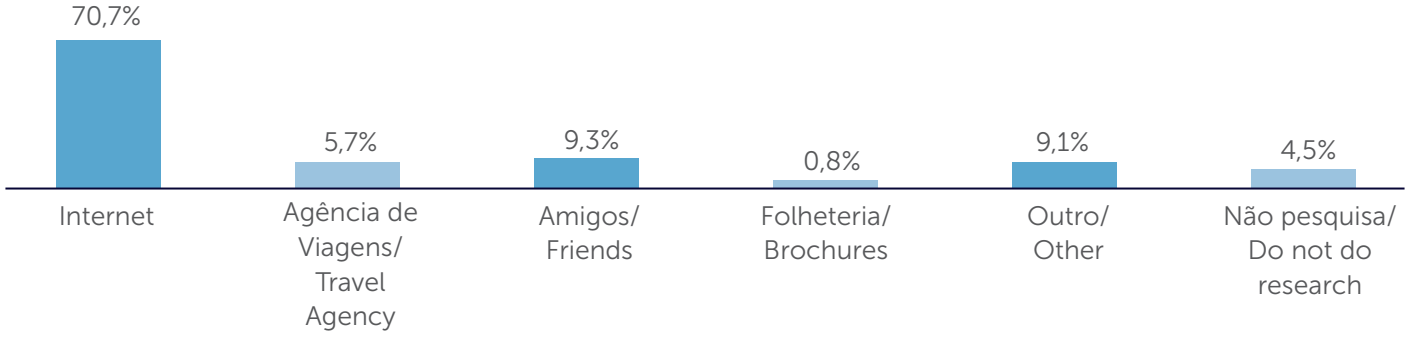
Divisão dos gastos/ *Spendure breakdown* **(%)**

Hospedagem/ Accomodation	49,4
Alimentação/ Food & beverages	13,6
Lazer/ Entertainment	16,5
Táxi e transporte coletivo/ Taxi and public transportation	4,8
Compras/ Shopping	15,7

Meio de transporte para chegar à São Paulo/ *Means of transportation to arrive at São Paulo* **(%)**

Avião/ Plane	54,6
Carro/ Car	34,2
Ônibus Intermunicipal/ Bus	5,4
Ônibus Fretado/ Chatered Bus	3,8
Trem/ Train	2,0

Meio de comunicação para obter informações sobre São Paulo/ *Means of communication to obtain info about São Paulo* **(%)**



Metade dos gastos de turistas que chegam para o GP Brasil de F1™ é destinada à Hospedagem (49,4%), maior este ano do que 2011 (35,2%). Gastos em Lazer/Entretenimento (16,5%) e Compras continuam com valores significantes (15,7%).

A internet é o principal meio de comunicação das informações sobre São Paulo (70,7%); e o site (gpbrasil.com.br) lidera como meio de compras dos ingressos do evento.

Quanto à avaliação da cidade, os entrevistados reconhecem as opções gastronômicas e de compras da cidade como excelentes, atribuindo nota máxima (7) por mais de 50% da amostra investigada (1.217 questionários). Também os atrativos culturais e os meios de hospedagem são bem avaliados; enquanto limpeza e segurança carecem de cuidados. No geral, a cidade de São Paulo tem sua avaliação considerada "acima das expectativas" por 90% dos pesquisados.

Other relevant data relating to expenditures of people / tourists who were at the event: hosting expenses (49.4%), a higher percentage than in 2011 (35.2%), the internet is the primary means of communication (70.7 %); visitors given note 7 options for dining and shopping.

AVALIAÇÃO DA CIDADE DE SÃO PAULO (%)

CITY OF SÃO PAULO EVALUATION

Fonte/ Source: Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, 2012

	Abaixo das expectativas/ *Below the expectations*				**Acima das expectativas/** *Above the expectations*		
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
Hospedagem/ Accomodation	0,6	1,1	2,5	7,9	20,7	28,9	38,2
Transporte público/ Public transportation	3,6	4,9	7,1	11,3	27,0	26,3	19,7
Táxi/ Taxi	2,3	2,7	5,8	13,8	26,7	25,6	23,1
Centrais de Informação Turística/ Tourism Information Center	4,6	4,4	7,3	14,3	28,0	22,8	18,7
Atrativos Culturais e entretenimento/ Cultural atractions ans entertainment	0,3	1,4	3,6	9,7	18,8	28,7	37,5
Opções gastronômicas/ Gastronomy	0,5	0,5	2,9	6,9	13,3	21,6	54,4
Opções de compras/ Shopping options	0,2	1,0	3,9	6,0	11,6	23,8	53,6
Limpeza/ Cleanliness	3,7	6,4	12,9	20,1	26,2	14,9	15,9
Segurança/ Safety sensation	8,9	8,1	13,5	16,4	22,1	14,4	16,6
Hospitalidade/ Hospitality	1,6	2,8	7,3	10,8	23,9	23,8	29,7
Sinalização turística/ Tourism Signs	2,9	3,6	9,3	14,4	21,4	24,4	24,0
Avaliação geral/ General evaluation	0,1	2,2	4,7	12,1	26,8	34,6	19,4

MOVIMENTO DOS HELICÓPTEROS NO AUTÓDROMO DE INTERLAGOS

HELLICOPTER MOVEMENT AT INTERLAGOS

Fonte/ Source: Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, 2012

Data/ Date	Decolagens/ Departures	Pousos/ Arrivals	Cruzamentos sem pouso/ Movement without landing	Total	(%)
22/11/2012	3	3	0	6	1,5%
23/11/2012	16	16	9	41	10,0%
24/11/2012	57	58	7	122	29.9%
25/11/2012	118	117	4	239	58,6%
Total	194	194	20	408	100,0%

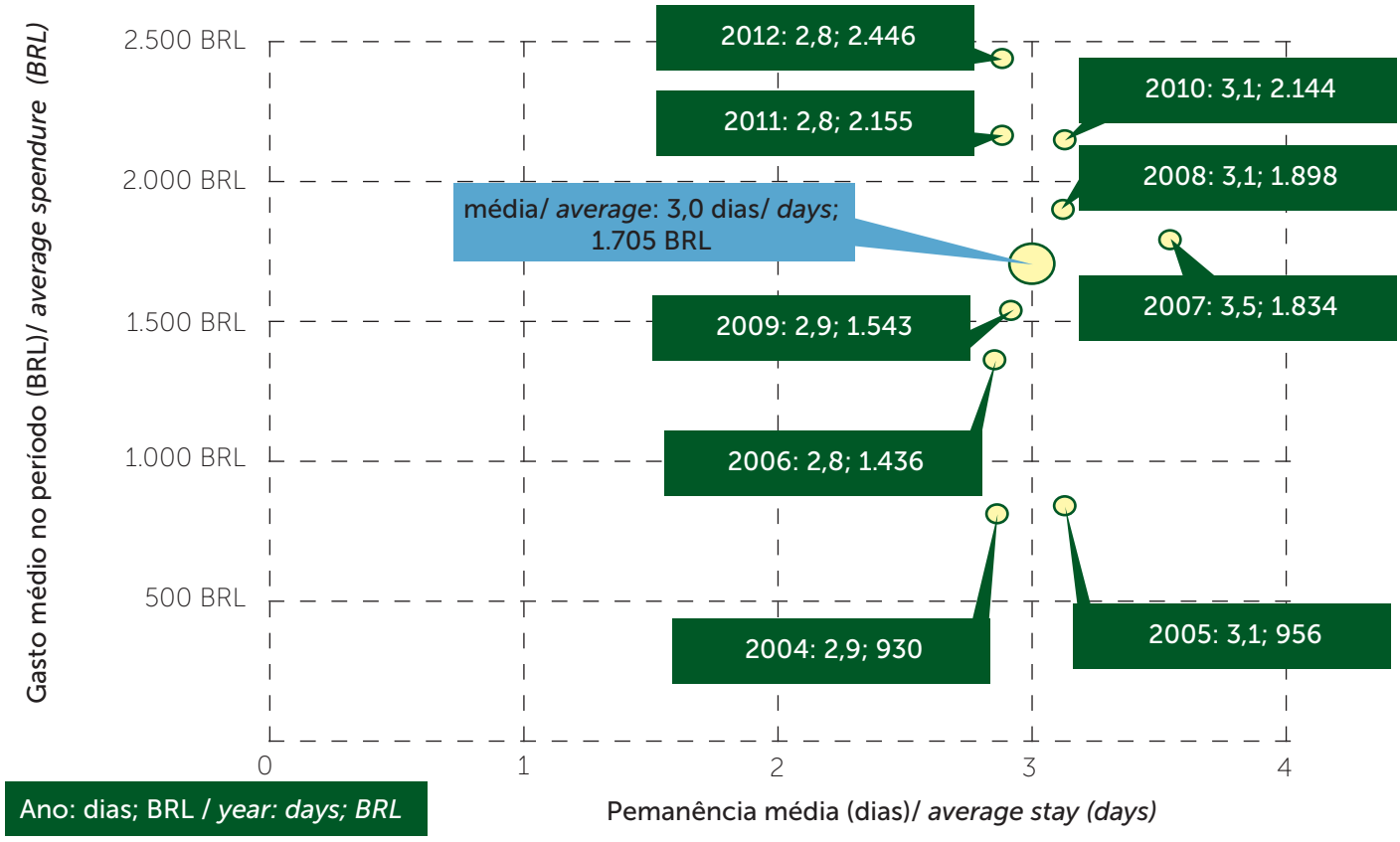
Em 2012, de forma inédita, contando com dados fornecidos pelo Serviço Regional de Proteção ao Vôo de São Paulo (SRPV-SP), observou-se a movimentação dos helicópteros durante o funcionamento da torre de controle em Interlagos. Constatou-se que dos 408 pousos, decolagens e cruzamentos sem pouso das aeronaves, 58,5% ocorreram no dia da corrida.

In 2012, with data provided by the Office of Regional Flight Protection- São Paulo (SRPV-SP), the movement of helicopters during the operation of the control tower at Interlagos was observed. From the 408 landings, takeoffs and intersections without landing of aircraft, 58.5% occurred on race day.

PERMANÊNCIA E GASTO MÉDIO DOS TURISTAS NO PERÍODO: 2004/2012

TOURISTS STAY AND SPENDURES: 2004/2012

Fonte/ Source: Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, 2012



Por fim, complementando análise dos dados, com nove observações da série histórica de pesquisas no GP Brasil de F1™, realizadas pelo Observatório da SPTuris, podemos confirmar que o turista do evento gasta média de R$ 1.705 e permanece 3 pernoites, ou seja, a média de gasto diário é de R$ 568 na cidade de São Paulo.

It can be argued, after nine editions of research such as this, the F1™ Brazilian GP public's spends on average R$ 1.705 during his stay in the city, 3 days on average.

5.
CONSIDERAÇÕES FINAIS - 2012
FINAL CONSIDERATIONS - 2012

O Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1™ , segundo os organizadores do evento contou com um público total de 127.398 participantes nos três dias: sexta, 14.221; sábado, 43.193; e domingo, 69.984. A pesquisa do Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo® buscou oferecer um panorama do perfil dessa demanda que foi ao Autódromo de Interlagos, em São Paulo, prestigiar o automobilismo internacional.

Observa-se que, além dos efeitos emocionais proporcionados pelo evento, há uma vasta movimentação na economia local proveniente dos gastos de turistas nacionais e estrangeiros (hospedagem, alimentação, lazer, transporte, compras), das despesas da organização (uniformes, transportes, assessorias, montagens; comunicação, impostos etc.); de investimentos da Prefeitura (arquibancadas, suporte técnico, reformas, serviços diversos); além dos gastos dos residentes (transporte, alimentação etc.); dos empregos extras e dos efeitos indiretos em outros setores envolvidos (têxtil, papel/gráfica, siderurgia, tecnologia, eletrônica, borracha, petróleo, construção, transporte, aviação, comunicação, hotelaria, aluguel de imóveis, outros). A magnitude econômica que o GP Brasil de F1™ gera é extensa e consolida-se anualmente como um dos mais importantes eventos do calendário oficial da Cidade de São Paulo.

Para acompanhar outras pesquisas, acesse o site: observatoriodoturismo.com.br

The F1™ Brazillian GP, according to organizers of the event, featured a public of 127.398 participants. It is observed that during the period of the event to the city's economy heats up considerably as a result of the spending of domestic and foreign tourists (accommodation, food, entertainment, transportation, shopping, etc.), The residents (transportation, food etc.); expenses in organizing the event (uniforms, transportation, counseling, assemblies stands, communication, taxes etc.). investments Prefectural (technical support, reforms miscellaneous services), employment generation and indirect results of other sectors involved. For all these reasons, the F1™ Brazilian GP holds up, year by year, as one of the most important events of the city of São Paulo.

To follow other researches, visit: observatoriodoturismo.com.br

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

GP Brasil de F1 2012. -- São Paulo : São Paulo Turismo, 2012.
Bibliografia.
1. Turismo - Pesquisas - São Paulo.

12-00100 CDD-338.4791072098161

Índices para catálogo sistemático:
1. PEsquisas : Turismo : São Paulo
338.4791072098161

CRÉDITOS

Prefeito de São Paulo: Gilberto Kassab
Vice-Prefeita de São Paulo: Alda Marco Antônio
Secretário de Governo Municipal: Nelson Hervey Costa

São Paulo Turismo
Presidente: Marcelo Rehder
Vice-Presidente: Tasso Gadzanis
Diretor de Eventos: Everaldo Teixeira Dourado Junior
Diretor de Marketing e Vendas: James Rubio
Diretora de Turismo e Entretenimento: Luciane Leite
Diretor Administrativo Financeiro e de Relacionamento com os Investidores: Arley Ayres
Diretor de Representação dos Empregados: João Batista de Godoy
Diretor de Ações Estratégicas e Comunicação: Luiz Sales
Diretor de Infraestrutura: Antonio Perosa

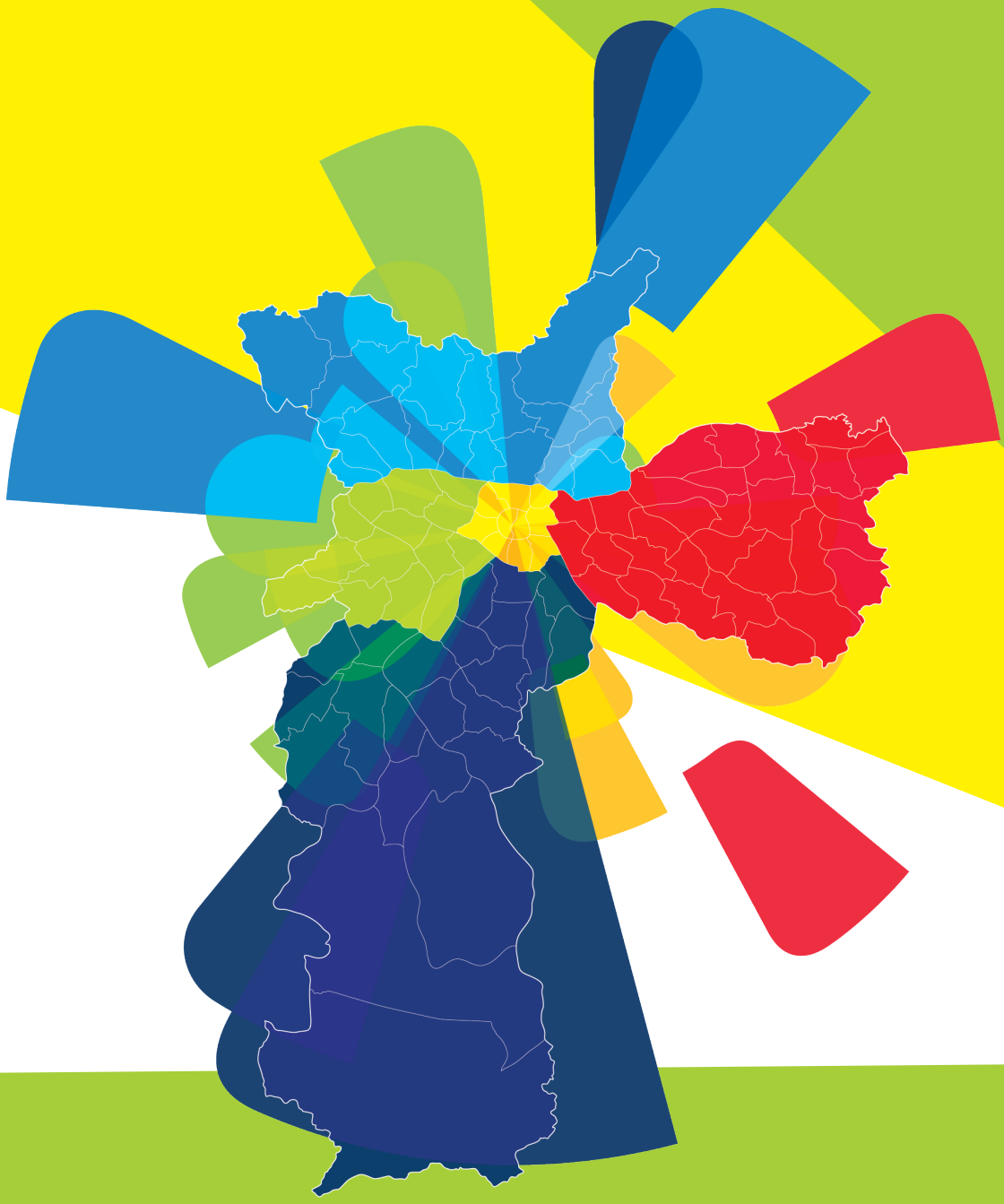
OBSERVATÓRIO DO TURISMO DA CIDADE DE SÃO PAULO®
Coordenação Geral: Beatriz Lage
Coordenação Técnica/ Design/Diagramação: Fabio Montanheiro
Capa: Mylene Cyrino
Equipe Técnica: Andrezza Serra e Mário La Torre Filho
Tradução: Cristina Rollo
Estagiários: Caroline Vicentini, Danilo Popriaga e Janaína Butuhy

Agradecimentos: Organização do GP Brasil de F1™
gpbrasil.com.br

Elaborado pela Equipe Técnica da Diretoria de Ações Estratégicas e Comunicação
São Paulo Turismo S/A - Empresa Oficial de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo
Av. Olavo Fontoura, 1209 – Portão 35 – Parque Anhembi – Santana - São Paulo – SP – 02012-021
Tel.: (11) 2226-0626 – pesquisa@spturis.com
Visite: observatoriodoturismo.com.br

O objetivo da São Paulo Turismo é promover a Cidade de São Paulo de forma independente e sem nenhum vínculo com os estabelecimentos mencionados. As informações que constam nesse material estão sujeitas a alterações sem aviso prévio.

observatoriodoturismo.com.br



SãoPaulo

São Paulo turismo
www.spturis.com

PREFEITURA DE SÃO PAULO