

# CENTRAL DE MONITORAMENTO DO TURISMO PAULISTANO

City of São Paulo Tourism Monitoring Center

Edição / Issue: 7

Fevereiro / February 2015



OBSERVATÓRIO  
DE TURISMO E EVENTOS  
DA CIDADE DE  
SÃO PAULO  
SÃO PAULO TURISMO

São Paulo  
turismo  
www.spturis.com



observatoriodoturismo.com.br

A sétima edição do boletim mensal da Central de Monitoramento do Turismo Paulistano traz informações relevantes do primeiro mês de 2015 para o desempenho do setor turístico na cidade de São Paulo.

O ano começa com expectativas cautelosas, principalmente devido às previsões de alta do dólar, que já estão se confirmando. Todos os setores envolvidos no turismo estão em dúvida sobre "como será" 2015.

Em janeiro, a indústria geral apresentou resultado igual a zero (0,0%) no nível de emprego em São Paulo capital. Este índice, somado ao momento de ajustes econômicos pelo qual passa o país, faz com que as perspectivas sejam de um ano parecido com 2014, com a ressalva de que 2015 pode sofrer as consequências pela "arrumação da casa".

*The seventh edition of the monthly bulletin of the City of São Paulo Tourism Monitoring Center brings relevant information from the first month of 2015 to the performance of the tourism sector in the city of São Paulo.*

*The year begins with cautious expectations, mainly due to the high dollar forecasts, which are already confirmed. All sectors involved in tourism are in doubt "as is" in 2015.*

*In January, the industry had a result equal to zero (0.0%) in employment in São Paulo capital. This index, plus the moment of economic adjustments through which passes the country, make the prospects are a year like 2014, with the exception that 2015 may suffer the consequences for "house's stowage".*

DISPONÍVEIS EM [WWW.OBSERVATORIODOTURISMO.COM.BR](http://WWW.OBSERVATORIODOTURISMO.COM.BR)  
AVAILABLE AT [WWW.OBSERVATORIODOTURISMO.COM.BR](http://WWW.OBSERVATORIODOTURISMO.COM.BR)

PUBLICAÇÕES DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS  
PUBLICATIONS OF THE OBSERVATORY OF TOURISM AND EVENTS

As principais publicações de estudos e levantamentos realizados pelo Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo reunidos em um único local.

*The main publications of studies and surveys conducted by the Tourism and Events Observatory of the City of São Paulo gathered in one place.*



## PRINCIPAIS DADOS/ JANEIRO 2015 - SÃO PAULO DATA HIGHLIGHTS/ JANUARY 2015 - SÃO PAULO COMPARATIVO: JANEIRO 2014/2015 COMPARISON: JANUARY 2014/2015

### MEIOS DE HOSPEDAGEM

MEANS OF ACCOMODATION

**50,38%** ▼ 0,7%

ocupação hoteleira  
50,38%: hotel occupancy

**R\$ 288** ▼ 6,2%

diária média praticada nos hotéis  
288 BRL: hotel average daily rate

**51,71%** ▲ 1,6%

ocupação nos hostels  
51,71%: hostel occupancy

**R\$ 56** ▲ 14,4%

diária média praticada nos hostels  
56 BRL: hostel average daily rate

### IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS - ARRECAÇÃO COM TURISMO

TAX OVER TOURISM SERVICES

**R\$ 23.539.066** ▲ 6,9%

valor de arrecadação em janeiro/ 2015

23,5 million BRL: tax collecting on january 2015

### TRANSPORTES

TRANSPORTATION

**1.802.116** ▲ 2,8%

passageiros nos terminais  
rodoviários do Tietê, Barra Funda e Jabaquara

passengers on Tietê, Barra Funda and Jabaquara bus terminals

**6.151.193** 6,0%

passageiros nos aeroportos  
passengers on airports

### CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA

TOURIST INFORMATION CENTERS

**7.637** ▼ 6,8%

pessoas atendidas  
people assisted

**2.278** ▲ 5,9%

turistas brasileiros  
brazilian tourists

## **MUNDO** **WORLD**

Segundo o Panorama OMT de Turismo Internacional, o Brasil entrou para o grupo dos 10 primeiros países por gasto em turismo internacional, trazendo um aumento de 13%.

O número de viajantes pelo mundo cresceu 4,7% e ultrapassou o número de 1,1 bilhão de viajantes segundo balanço feito pela OMT. Entre janeiro e outubro do ano passado, o volume de turistas estrangeiros pelo mundo atingiu 978 milhões, sendo 45 milhões a mais na comparação com o mesmo período em 2013. O crescimento foi de 8% nas Américas, 5% Ásia e Pacífico e 4% na Europa.

"Nos últimos anos, o turismo tem provado ser uma surpreendente atividade econômica, forte e resiliente, dando uma contribuição fundamental para a recuperação da economia, gerando bilhões de dólares em exportações e criando milhões de empregos", disse o secretário geral da OMT, Taleb Rifai.

According to the UNWTO International Tourism Panorama, Brazil joined the group of 10 countries for spending on international tourism, bringing an increase of 13 %.

The number of travelers around the world grew by 4.7 % and exceeded the number of travelers 1.1 billion second report prepared by the WTO. Between January and October last year, the volume of foreign tourists worldwide reached 978 million, 45 million more compared to the same period in 2013. The growth was 8% in the Americas, Asia and the Pacific 5 % and 4% in Europe.

"In recent years , tourism has proven to be an amazing economic activity , strong and resilient, giving a fundamental contribution to economic recovery, generating billions of dollars in exports and creating millions of jobs," said the Secretary-General of the WTO, Taleb Rifai .

fonte: **Ministério do Turismo e WTTC, 2015**  
source: *Ministry of Tourism and WTTC, 2015*

# 8%

**crescimento das Américas no turismo mundial em 2014**

*8%: growth of the Americas in world tourism in 2014*

# 978 milhões

**turistas estrangeiros no mundo entre janeiro e outubro de 2014**

*978 millions: foreign tourists in the world between january and october, 2014*

## **BRASIL E SÃO PAULO** **BRAZIL AND SÃO PAULO**

Segundo o Ministério do Turismo (MTur), o gasto de estrangeiros no Brasil bateu recorde em 2014. De acordo com os números divulgados pelo Banco Central, este gasto foi de US\$ 203 milhões a mais em comparação com o que foi registrado em 2013. Dessa forma, o turismo foi responsável pela inserção de quase US\$ 7 bilhões no país.

De acordo com o Departamento de Estudos e Pesquisas do Ministério do Turismo, a Copa do Mundo foi um evento fundamental para este fechamento em 2014, uma vez que somente no período do evento, os turistas estrangeiros gastaram US\$ 1,5 bilhão no país.

Com este fechamento em 2014, acredita-se que no verão deste ano os trabalhos temporários no turismo devem bater 35,5 mil postos, de acordo com o levantamento feito pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Além deste panorama, o Brasil é líder em turismo receptivo dentre os países sul-americanos de acordo com estudos da OMT. Segundo o MTur, 97,4% dos viajantes estrangeiros que visitam o Brasil aprovam a hospitalidade do país e 80,2% dos brasileiros que pretendem viajar nos próximos seis meses preferem destinos nacionais.

**Uma vez registrado o crescimento de turistas no Brasil, a cidade de São Paulo mostrou ser um dos principais destinos destes viajantes, sendo o destino mais procurado na agência online Viajanet em 2014. A movimentação no aeroporto de Guarulhos chegou a 39,5 milhões de passageiros em 2014, com crescimento de 10% sobre 2013. O crescimento no número de vôos foi em 7,2%. O Estado também revelou ter o melhor aeroporto do Brasil, o de Viracopos, em Campinas, de acordo com a "pesquisa de satisfação geral do passageiro", encomendada pela Secretaria de Aviação Civil.**

According to the Ministry of Tourism (Tourism Ministry), the foreign spending in Brazil hit a record high in 2014. According to figures released by the Central Bank, this expenditure was more than US \$ 203 million compared to what was recorded in 2013. Thus, tourism was responsible for the insertion of nearly \$ 7 billion in the country.

According to the Department of Studies and Research of the Ministry of Tourism, the World Cup was a key event for this closure in 2014, since only during the event, foreign tourists spent \$ 1.5 billion in the country.

With this closure in 2014, it is believed that this summer temporary work in tourism should hit 35,500 posts, according to the survey conducted by the National Confederation of Trade in Goods, Services and Tourism (CNC).

In this scenario, Brazil is a leader in inbound tourism from the South American countries according to WTO studies. According to the Tourism Ministry, 97.4% of foreign travelers who visit Brazil approve the hospitality of the country and 80.2% of Brazilians who plan to travel the next six months prefer domestic destinations.

Once registered growth of tourists in Brazil , the city of São Paulo proved to be one of the main destinations of these travelers , the most sought after destination in the online agência Viajanet in 2014. The changes in Guarulhos reached **39.5 million** passengers in 2014, with **10%** growth over 2013. The growth in the number of flights was **7.2%** . The state also found to have the best airport in Brazil , the Viracopos, in Campinas, according to the " general satisfaction survey passenger"

## MEIOS DE HOSPEDAGEM DE SÃO PAULO SÃO PAULO'S ACCOMODATION FACILITIES

De acordo com o levantamento mensal realizado pelo Observatório, a taxa de ocupação nos meios de hospedagem paulistanos de janeiro de 2015 teve uma queda de 0,7% em relação ao mesmo mês de 2014. As diárias médias caíram 6,2% no mesmo período.

Os hostels, ao contrário do desempenho dos hotéis, tiveram aumento em seus indicadores: taxa de ocupação de 51,71% e diária média de R\$56. Os dados representaram um crescimento de 1,6% e 14,4%, respectivamente.

Segundo as entidades de classe, como FOHB e ABIH, janeiro é um mês de baixa temporada para São Paulo, visto que a cidade ainda recebe poucos eventos e o período se caracteriza pelo planejamento de novas viagens de negócios.

According to the monthly survey conducted by the Centre, the occupancy rate in São Paulo lodging facilities January 2015 fell by 0.7 % compared to the same month of 2014. The average daily fell 6.2% in the same period.

The hostels, unlike hotel performance, had an increase in their indicators occupancy rate of 51.71% and daily average of R \$ 56. The data represent an increase of 1.6% and 14.4%, respectively.

January is usually applied one month in low season to São Paulo , since the city still receives few events and the period is characterized by planning new business.

# 50,38%

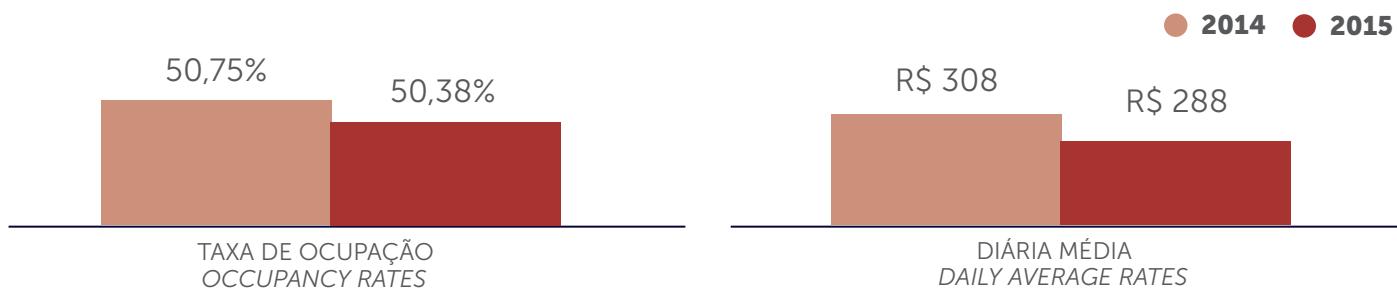
taxa de ocupação registrada em janeiro pela SPTuris  
occupancy rates registered by SPTuris in january

# 1,6%

crescimento da T.O. dos hostels em janeiro  
growth on Occ. rates of hostels accomodations in january

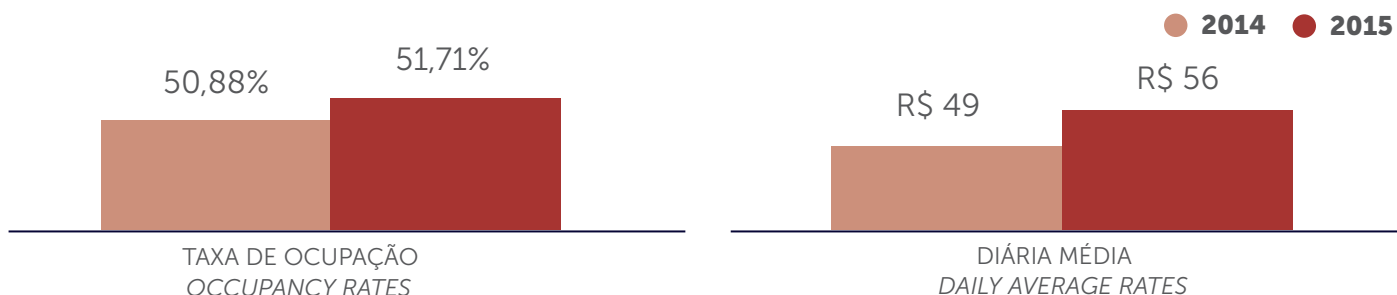
## HOTÉIS - TAXA DE OCUPAÇÃO E DIÁRIA MÉDIA: JANEIRO 2014/2015 HOTELS - OCCUPATION RATES AND DAILY AVERAGE RATES: JANUARY 2014/2015

fonte/ source: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo/ São Paulo Tourism Observatory, 2015



## HOSTELS - TAXA DE OCUPAÇÃO E DIÁRIA MÉDIA: JANEIRO 2014/2015 HOSTELS - OCCUPATION RATES AND DAILY AVERAGE RATES: JANUARY 2014/2015

fonte/ source: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo/ São Paulo Tourism Observatory, 2015



\*fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, 2015

\* source: Observatory for Tourism and Events of the City of São Paulo, 2015

## IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS EM TURISMO TAXES OVER TOURISM SERVICES

Conforme informações obtidas junto à Secretaria Municipal de Finanças, o valor arrecadado em Imposto Sobre Serviços no Grupo 13 (Turismo e atividades correlatas) em janeiro de 2015 representou um montante de R\$ 23,5 milhões, um acréscimo de 7% com relação ao mesmo período de 2014.

A arrecadação de impostos com turismo no município somente representou 2,1% da arrecadação total de ISS em geral em janeiro de 2015.

According to information obtained from the City Department of Finance, the amount collected in Service Tax on Group 13 (Tourism and related activities) in January 2015 represented an amount of R\$ 23.5 million, an increase of 7% over the same period 2014.

Tax collection with tourism in the municipality only represented 2.1% of total revenues in general ISS in January 2015.

# 7%

crescimento do ISS do Turismo: janeiro 2014/2015

7%: growth on Tax on Tourism Services, January 2014/2015

# R\$ 23,5 milhões

arrecadação do ISS do Turismo: janeiro 2015

23.5 BRL millions: collection of Tourism ISS, January 2015

## IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS - TURISMO - JANEIRO 2014/2015 (R\$) TAXES OVER TOURISM SERVICES - JANUARY 2014/2015 (BRL)

fonte/ source: Secretaria Municipal de Finanças/ Secretary of City Finances, 2015

	2014	2015	VARIAÇÃO / VARIATION
JANEIRO JANUARY	22.010.221	23.539.066	+7%

## IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS DA CIDADE DE SÃO PAULO (R\$) TAXES OVER SERVICES (BRL)

fonte/ source: Secretaria Municipal de Finanças/ Secretary of City Finances, 2015

	CIDADE/ CITY	TURISMO / TOURISM	REPRESENTATIVIDADE/ REPRESENTATIVITY
JANEIRO/ JANUARY 2015	1.123.067.264	23.539.066	+2,1%

\*fonte: Secretaria Municipal de Finanças, 2015

\* source: Municipal Secretary of Finance, 2015

## BARES E RESTAURANTES BARS AND RESTAURANTS

A crise hídrica afeta comércio, indústria e agricultura em São Paulo, que já buscam opções e trabalham com cenários de racionamento. As alternativas representam custos adicionais para empreendedores e podem resultar em aumentos no preço final de mercadorias e serviços. Um dos setores mais preocupados é o de bares e restaurantes. O repasse dos custos para o consumidor é praticamente certo, considera a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel). "O mínimo de adequação para a crise exigiu um investimento que era inesperado. No caso de bares e restaurantes, praticamente tudo o que aumenta custos acaba sendo repassado", afirma o presidente da entidade em São Paulo, Percival Maricato.

\*fonte: Abrasel, 2015

\* source: Abrasel, 2015

The water crisis affects trade, industry and agriculture in São Paulo, which already looking for options and work with rationing scenarios. The alternatives represent additional costs for entrepreneurs and may result in increases in the final price of goods and services. One of the most concerned sectors is to bars and restaurants. The transfer of costs to the consumer is virtually certain, considers the Brazilian Association of Bars and Restaurants (Abrasel). "The minimum adequacy to the crisis required an investment which was unexpected. In the case of bars and restaurants, just about anything that increases cost ends up being passed," said the organization's president in São Paulo, Percival Maricato.

**AEROPORTOS**  
**AIRPORTS**

As negociações sobre o reajuste salarial de aeronautas e aeroviários com o Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias (SNEA) marcaram janeiro/2015, incluindo algumas paralisações dos funcionários, que como consequência resultaram em 8% de voos cancelados em todo o país.

Além disso, houve também a divulgação por parte da ABEAR - Associação Brasileira das Empresas Aéreas - dos dados consolidados das quatro principais cias. aéreas nacionais - AVIANCA, AZUL, GOL e TAM - em 2014. O principal resultado foi que, apesar do ritmo menor, a aviação doméstica cresceu 5,7% no ano.

Os aeroportos mostraram, como já é tendência nos últimos meses, crescimento no movimento com relação ao mesmo mês de 2014. Mais detalhes na tabela abaixo.

*Negotiations on the salary increase of airmen and aviators with the National Union of Aeroviárias Companies (SNEA) marked January / 2015, including some downtime of employees, which as a consequence resulted in 8% of flights canceled across the country.*

*In addition, there was also the disclosure by the ABEAR - Brazilian Association of Airline - the consolidated data of the four major stances. national air - AVIANCA, BLUE, GOL and TAM - in 2014. The main result was that, despite the slower pace, the domestic aviation increased by 5.7 % in the year.*

*Airports shown, as is already trend in recent months, growth in motion with the same month of 2014. More details in the table below.*

**MOVIMENTO NOS AEROPORTOS - DEZEMBRO 2013/2014**  
**AIRPORTS MOVEMENT - DECEMBER 2013/ 2014**

<b>GUARULHOS / GUARULHOS AIRPORT</b>	2013	2014	VARIAÇÃO/ VARIATION
<b>Passageiros - TOTAL/ passengers - total*</b>	<b>3.391.000</b>	<b>3.562.000</b>	<b>+5,0%</b>
<b>Aeronaves - TOTAL/ airplanes - total*</b>	<b>26.261</b>	<b>26.671</b>	<b>+1,6%</b>

<b>CONGONHAS / CONGONHAS AIRPORT</b>			
<b>Passageiros - TOTAL/ passengers - total</b>	<b>1.580.776</b>	<b>1.750.659</b>	<b>+10,4%</b>
<b>Aeronaves - TOTAL/ airplanes - total</b>	<b>17.780</b>	<b>18.347</b>	<b>+3,2%</b>

<b>VIRACOPOS / VIRACOPOS AIRPORT</b>			
<b>Passageiros - TOTAL/ passengers - total</b>	<b>828.303</b>	<b>838.534</b>	<b>+1,2%</b>
<b>Aeronaves - TOTAL/ airplanes - total</b>	<b>11.533</b>	<b>11.241</b>	<b>-2,53%</b>

**3 AEROPORTOS 3 AIRPORTS**

<b>Passageiros - TOTAL/ passengers - total</b>	<b>5.800.079</b>	<b>6.151.193</b>	<b>+6,0%</b>
<b>Aeronaves - TOTAL/ airplanes - total</b>	<b>55.574</b>	<b>56.259</b>	<b>+1,2%</b>

\*fonte: ABEAR, Infraero, GRU Airport e Viracopos Aeroportos Brasil, 2015

\* source: ABEAR, Infraero, GRU Airport and Viracopos Aeroportos Brasil, 2015



**TERMINAIS RODOVIÁRIOS  
BUS TERMINALS**

No mês de janeiro, os desembarques de passageiros do terminal rodoviário Tietê tiveram diminuição de 0,2%. Já os terminais rodoviários Barra Funda e Jabaquara apresentaram aumento de 8,9% e 11,6%, respectivamente, se comparados ao mesmo período de 2014. As chegadas de ônibus tiveram variação negativa para Tietê e Barra Funda (0,5% e 0,6%, respectivamente) e positiva para Jabaquara (8,3%). Nota-se que o aproveitamento da disponibilidade de assentos nos ônibus das viagens tem sido melhor.

*In January, the Tietê bus terminal passengers landings had decrease by 0.2%. As bus terminals Barra Funda and Jabaquara increased by 8.9% and 11.6 %, respectively, compared to the same period of 2014. The bus arrivals were down for Tietê and Barra Funda (0.5% and 0.6%, respectively) and positive for Jabaquara (8.3%).*

*Note that the aproveitamento the availability of seats on the buses of viagens have been better.*

**MOVIMENTOS NOS TERMINAIS RODOVIÁRIOS - JANEIRO 2015  
BUS TERMINALS MOVEMENT - JANUARY 2015**

**PASSAGEIROS DESEMBARCADOS / PASSENGER ARRIVALS**

JANEIRO JANUARY	TIETÊ		Variação variation	BARRA FUNDA		Variação variation	JABAQUARA		Variação variation
	2014	2015		2014	2015		2014	2015	
	1.217.196	1.214.941	-0,2%	390.380	425.175	+8,9%	145.200	162.000	+11,6%

**CHEGADAS DE ÔNIBUS / BUS ARRIVALS**

JANEIRO JANUARY	TIETÊ		Variação variation	BARRA FUNDA		Variação variation	JABAQUARA		Variação variation
	2014	2015		2014	2015		2014	2015	
	45.945	45.727	-0,5%	16.431	16.328	-0,6%	7.260	8.100	+11,6%

\*fonte: SOCICAM, 2015

\* source: SOCICAM, 2015

**O SETOR DE EVENTOS  
EVENT INDUSTRY**

As perspectivas para 2015 são melhores do que 2014. O calendário está com "vento a favor", pois neste ano ele é linear sem Copa e eleições. Com isso, a agenda de eventos e congressos da cidade retorna ao ritmo habitual.

*The prospects for 2015 are better than 2014. The calendar is to "tailwind" because this year he is linear without Cup and elections. Thus, the schedule of events and congress center returns to normal rhythm.*

Porém, estar melhor do que 2014 não significa crescimento expressivo do setor. Em pesquisa recente realizada pelo Observatório, 68% dos organizadores de eventos consultados citaram manutenção de contratos já firmados, sem nenhum novo negócio. As empresas que apontaram crescimento para o mercado (28%) estimam aumento entre 5% e 7% das vendas para o ano. As empresas que citaram queda (4%) apontaram a atual situação econômica do Brasil como um obstáculo.

*But being better than in 2014 does not mean significant growth in the sector. In a recent survey conducted by the Centre, 68% of respondents event organizers cited maintenance contracts already signed, no new business. Companies that showed growth for the market (28%) estimate increased from 5% to 7% of sales for the year. Companies that cited fall (4%) indicated the current economic situation in Brazil as an obstacle.*

Esta análise permite avaliar que as empresas que trabalham com feiras voltadas para grandes indústrias, como calçados, maquinário ou alimentação, foram as mais pessimistas. É natural, pois a produção industrial do país está estagnada no momento.

*This analysis allows the evaluation of the companies working with trade shows focused on large industries such as footwear, machinery or power, were the most pessimistic. It is natural, because the country's industrial production is stagnant at the moment.*

O foco em novos negócios para este ano pode ser o de eventos sociais ou voltados para o setor de serviços. Estes setores tendem a sentir tardiamente os efeitos da crise mundial. Já a indústria, sente de imediato a queda no consumo que foi vista nos últimos três meses de 2014.

*The focus on new business for this year may be the social or events geared to the service sector. These sectors tend to later feel the effects of the global crisis. Already the industry, feels immediately the fall in consumption that was seen in the last three months of 2014.*

\*fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, 2015

\* source: Observatory for Tourism and Events of the City of São Paulo, 2015

## CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA TOURIST INFORMATION CENTERS

As Centrais de Informação Turística (CIT) tiveram uma variação negativa de 6,8% no total de atendimentos realizados durante o mês de janeiro, em comparação com o mesmo período do ano anterior. O número de atendimentos à população local caiu 43%, enquanto o atendimento a turistas brasileiros apresentou aumento de 54%.

Os tipos de informação mais solicitadas pelos turistas e moradores que buscaram dicas sobre a cidade nas CITs foram referentes a transporte (21,1%), arte e cultura (18,4%), localização de atrativos (17,4%) e serviços em geral (14,3%).

The Tourist Information Centers had a negative variation of 6.8% of all cases performed during the month of January compared with the same period last year. The number of visits to the local population fell 43%, while the service to Brazilian tourists increased by 54%.

The types of information most requested by tourists and locals who sought advice on the city in CITs were related to transport (21.1%), art and culture (18.4%), attractive location (17.4%) and services in general (14.3%).

### ATENDIMENTOS REALIZADOS EM JANEIRO - COMPARATIVO 2014/2015

PEOPLE ASSISTED IN JANUARY - COMPARISON 2014/2015

	2014	2015	VARIAÇÃO/ VARIATION
Turistas Estrangeiros/ foreign tourists	1.649	2.470	+49,7%
Turistas Domésticos/ Domestic tourists	1.480	2.278	+54,0%
População de São Paulo/ São Paulo residents	5.066	2.889	-43,0%
<b>TOTAL DE ATENDIMENTOS</b> TOTAL ASSISTANCES	<b>8.195</b>	<b>7.637</b>	<b>-6,8%</b>

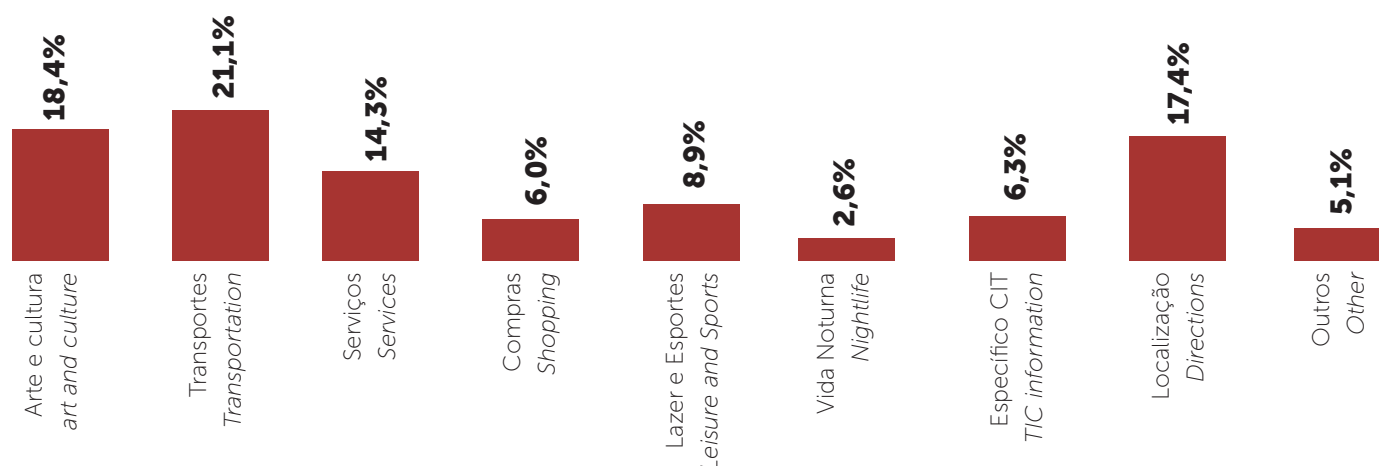
### PRINCIPAIS EMISSORES DE TURISTAS EM BUSCA DE INFORMAÇÕES NAS CENTRAIS - JANEIRO 2015

MAIN ORIGIN OF TOURISTS ASSISTED ON TOURISTS INFORMATION CENTERS - JANUARY 2015

	INTERNACIONAIS INTERNATIONAL	BRASILEIROS BRAZILIAN	PAULISTAS RESIDENTS ON SÃO PAULO STATE
1	Colômbia/ Colombia	São Paulo (SP)	Campinas
2	França/ France	Rio de Janeiro (RJ)	Ribeirão Preto
3	Argentina	Minas Gerais (MG)	São José dos Campos
4	Alemanha/ Germany	Paraná (PR)	Sorocaba
5	E.U.A./ U.S.A.	Rio Grande do Sul (RS)	Santos

### TIPOS DE INFORMAÇÕES PRESTADAS - JANEIRO 2015\*

TYPES OF INFORMATION ASKED BY TOURISTS - JANUARY 2015



\* fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, 2015

\* source: Observatory for Tourism and Events of the City of São Paulo, 2015

## MÍDIAS SOCIAIS - TURISMO EM SÃO PAULO SOCIAL MEDIA - TOURISM IN SÃO PAULO

Segundo levantamentos de postagens de turistas realizadas nas redes sociais sobre a cidade de São Paulo, os principais assuntos mais citados foram os cartões postais paulistanos (37,02%), gastronomia (27,39%) e arte urbana (21,11%). A principal ferramenta utilizada para os posts continua sendo o Instagram (43,95%), revelando uma tendência já consolidada da "postagem-imagem".

Os atrativos mais citados continuam sendo, nesta ordem: Avenida Paulista, Parque do Ibirapuera, Mercado Municipal e o Museu de Arte de São Paulo - MASP.

According to surveys of tourists from posts made on social networks over the city of São Paulo, the main issues were the most cited postcards São Paulo (37.02%), food (27.39%) and urban art (21.11%). The main tool used for posts remains Instagram (43.95%), revealing a central tendency of the "post-image".

The most mentioned attractions remain, in this order: Avenida Paulista, Ibirapuera Park, City Market and the Art Museum of Sao Paulo - MASP.

# 97,23%

**mensagens positivas ou neutras postadas sobre a Cidade de São Paulo nas redes sociais**

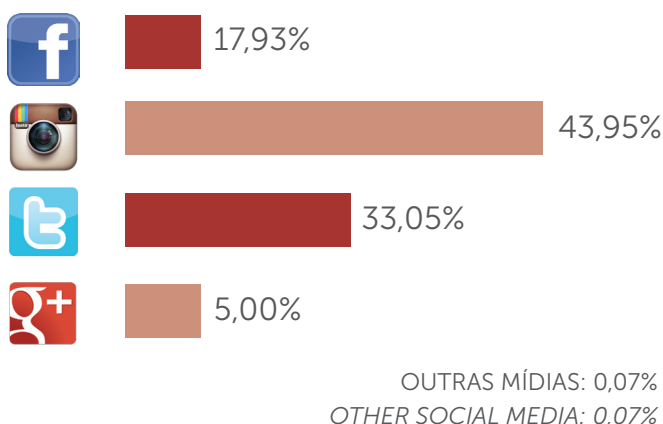
positive or neutral posts about the City of São Paulo in social media

# 37,02%

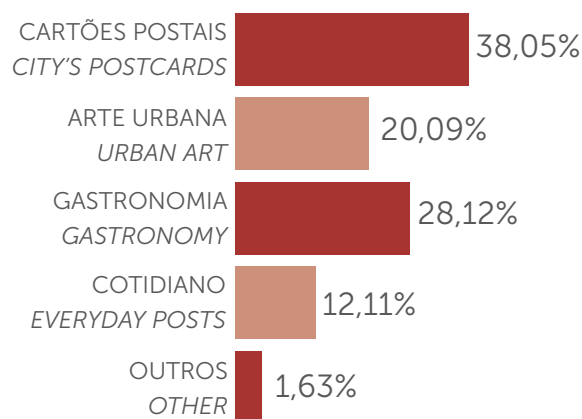
**do total de postagens citam cartões postais da cidade**

of total posts comment about city's postcards

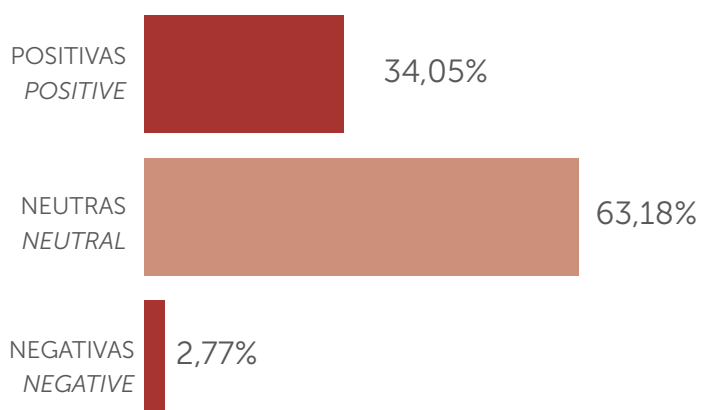
### PRINCIPAL MÍDIA SOCIAL UTILIZADA MOST USED SOCIAL MEDIA NETWORK



### PRINCIPAIS ASSUNTOS MAIN SUBJECTS



### AVALIAÇÃO DAS MENSAGENS MESSAGE EVALUATION



### ATRATIVOS MAIS CITADOS MOST MENTIONED ATTRACTIONS

AVENIDA PAULISTA PAULISTA AVENUE  
PARQUE DO IBIRAPUERA IBIRAPUERA PARK  
MERCADO MUNICIPAL  
MASP SÃO PAULO MUSEUM OF ART  
RUA 25 DE MARÇO 25 DE MARÇO STREET  
PINACOTECA DO ESTADO



## CONSIDERAÇÕES FINAIS FINAL CONSIDERATION

Janeiro de 2015 reflete com naturalidade o período de baixa temporada do turismo paulistano, já consolidado em dados registrados pelo Observatório de Turismo e Eventos em sua série histórica de 10 anos de análises.

Porém, esta baixa temporada já opera em faixas de 20 a 25% acima do registrado nos anos de 2004 e 2005, o que demonstra um crescimento médio anual do turismo paulistano de 3% ao ano.

O mês de fevereiro também faz parte da baixa temporada de turismo na capital paulista e o mês de março inaugura oficialmente o calendário das grandes feiras e eventos da cidade, elevando as chegadas de turistas e ocupação nos meios de hospedagem em cerca de 15%.

As incertezas econômicas para os próximos períodos apontam para a necessidade de fortalecer o turismo doméstico, já que, com a alta do dólar, a tendência é haver uma retração nas viagens internacionais realizadas por brasileiros.

Entre os meses de fevereiro e março, são estimados mais de 570 mil turistas na Cidade de São Paulo.

*January 2015 naturally reflects the period of low season of Sao Paulo tourism, already consolidated in data recorded by the Centre for Tourism and events in their historical series of 10 years of analysis.*

*However, this low season already operates in 20 bands to 25% higher than in 2004 and 2005, which shows an average annual growth São Paulo tourism of 3% per year.*

*The month of February is also on the low tourist season in the state capital and the month of March officially inaugurates the timing of major fairs and city events, increasing tourist arrivals and occupancy at lodging facilities in about 15%.*

*Economic uncertainty in the coming quarters point to domestic tourism, as with the high dollar there tend to be a decrease in international travel by Brazilians.*

*Between the months of February and March are estimated over 570 thousand tourists in the city of São Paulo.*

### São Paulo Turismo

Secretário Especial para Assuntos do Turismo e Presidente da SPTuris/  
Special Secretary for Tourism Affairs and SPTuris President: **Wilson Poit**  
Gerente de Comunicação/ Communication Manager: **Lilian Natal**

### Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo City of São Paulo Tourism and Events Observatory

Chefe de Equipe/ Team Leader: **Fábio Montanheiro**  
Analista Técnica/ Technical Analyst: **Andreza Serra**  
Estagiários/ Interns: **Disney Batista, Raquel Terra, Taynah Caram e/and Thiago Santos**

Av. Olavo Fontoura, 1209 - Portão 35 - Anhembi - Santana - São Paulo - SP - 02012-021  
Tel.: (11) 2226-0626/0623 - pesquisa@spturis.com  
www.observatoriodoturismo.com.br



OBSERVATÓRIO  
DE TURISMO E EVENTOS  
DA CIDADE DE  
SÃO PAULO  
SÃO PAULO TURISMO

São Paulo  
turismo  
www.spturis.com



### Visite/ Visit:

www.spturis.com  
www.cidadedesapaulo.com