



OBSERVATÓRIO DO TURISMO DA CIDADE DE SÃO PAULO®

São Paulo Turismo



RELATÓRIO EVENTO:

Britney Spears

Britney Spears

Questionários aplicados: 440

Local: Anhembi

Público estimado: 30.000

18/11/2011

Créditos

Prefeito da Cidade de São Paulo: Gilberto Kassab

SÃO PAULO TURISMO (SPTURIS)

Presidente: Caio Luiz de Carvalho

Vice-Presidente: Tasso Gadzanis

Diretor de Ações Estratégicas e Comunicação: Luiz Sales

Diretor de Eventos: Everaldo Teixeira Dourado Junior

Diretor de Marketing e Vendas: Milton Longobardi

Diretor Administrativo Financeiro e de Relacionamento com os Investidores: Egydio Bianchi

Diretor de Representação dos Empregados: João Batista de Godoy

Diretora de Turismo e Entretenimento: Luciane Leite

Diretor de Infraestrutura: Antônio de Pádua Perosa

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DA CIDADE DE SÃO PAULO (SPTURIS)

Coordenação Geral: Beatriz Lage

Coordenação Técnica e Diagramação: Fabio Montanheiro

Projeto Gráfico: Rene Perol

Equipe Técnica: Andrezza Serra, Mário La Torre Filho e Sérgio Porto

Estagiários: Danilo Sert e Stela Ribas

Agradecimentos pela participação dos colaboradores da Diretoria de Ações Estratégicas e Comunicação da SPTuris e da equipe de alunos e docentes dos Cursos Superiores de Tecnologia em Eventos, Gestão do Turismo e Hotelaria do Complexo Educacional FMU.

Novembro/2011

O objetivo da São Paulo Turismo S/A é promover a cidade de São Paulo de forma independente e sem vínculo com os estabelecimentos mencionados. As informações que constam nesse documento, vigentes em novembro de 2011, estão sujeitas a atualizações e/ou revisões posteriores.

Maiores Informações:

Av. Olavo Fontoura, 1209 – Portão 35 – Parque Anhembi – Santana - São Paulo – SP – 02012-021

Tel.: (11) 2226-0626 – pesquisa@spturis.com

Visite: spturis.com e cidadedesaopaulo.com

Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo: observatoriodoturismo.com.br

APRESENTAÇÃO

A São Paulo Turismo (SPTuris) vem desenvolvendo, desde 2005, uma série de pesquisas exploratórias visando identificar segmentos de demanda diferenciados.

O núcleo de estudos e pesquisas que coordena anualmente este trabalho é o **Observatório do Turismo**, acompanhando grandes feiras de negócios e eventos diversos na cidade de São Paulo, como Carnaval, Virada Cultural, Fórmula Indy 300, GP Brasil de Fórmula 1, entre outros.

Sabedor de que o campo musical, em particular, os shows que ocorrem em São Paulo têm exercido grande influência na vida da população e na geração de recursos, o Observatório iniciou uma série de investigações com essa demanda. Para tanto selecionou alguns espetáculos na capital, prevendo aplicação de questionários específicos junto ao respectivo segmento de moradores e visitantes.

O objetivo foi de conhecer o comportamento desse público, identificando o gênero, a faixa etária, a ocupação, os gastos e os pernoites na cidade, além de uma avaliação da cidade de São Paulo.

O show de música pop da **Britney Spears** foi um dos principais alvos desta série de pesquisas que, na Arena do Anhembi, no dia 18 de novembro de 2011, contou com uma parceria de pesquisadores, alunos e professores integrantes dos Cursos Superiores de Tecnologia, Gestão de Eventos e Hotelaria do Complexo Educacional FMU.

Encontram-se assinalados, a seguir, os resultados dessa pesquisa de gênero musical que compreende um *mix* de espetáculo no palco, visual e empatia do artista com seus fãs

PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO / *Social & demographic profile*

GÊNERO / *Gender*



IDADE / *Age*

De 18 a 24 anos / <i>18 to 24 years old</i>	75%
De 25 a 29 anos / <i>25 to 29 years old</i>	14%
De 30 a 39 anos / <i>30 to 39 years old</i>	4%
De 40 a 49 anos / <i>40 to 49 years old</i>	1%
De 50 a 59 anos / <i>50 to 59 years old</i>	1%
60 anos ou mais / <i>60 years old and older</i>	-

MENORES DE 18 ANOS / *Under ages (18 years): 5%*

RENDA MENSAL / *Monthly Income*

Até 1 SM / <i>Less than 1 MW</i>	1%
De 1 a 3 SM / <i>1 to 3 MW</i>	13%
De 3 a 5 SM / <i>3 to 5 MW</i>	20%
De 5 a 10 SM / <i>5 to 10 MW</i>	37%
De 10 a 15 SM / <i>10 to 15 MW</i>	15%
De 15 a 20 SM / <i>15 to 20 MW</i>	5%
De 20 a 25 SM / <i>20 to 25 MW</i>	3%
Acima de 25 SM / <i>More than 25 MW</i>	6%

INSTRUÇÃO / *Level of Education*

Básico / <i>Elementary</i>	-
Fundamental / <i>Fundamental</i>	4%
Médio / <i>Secondary</i>	45%
Superior incompleto / <i>Incomplete higher</i>	32%
Superior completo / <i>Graduated</i>	17%
Pós-graduado / <i>Postgraduate</i>	2%

OCUPAÇÃO / *Professional Status*

Assalariado / <i>Employed</i>	35%
Funcionário público / <i>Civil Servent</i>	3%
Profissional liberal / <i>Professional person</i>	3%
Autônomo / <i>Self-employed</i>	7%
Estudante / <i>Student</i>	46%
Empresário / <i>Business owner</i>	2%
Aposentado / <i>Retired</i>	-
Desempregado / <i>Unemployed</i>	4%

PERFIL DO PÚBLICO / *Public profile*

TOTAL DE VISITANTES DURANTE TODO O EVENTO /
Visitors Total During the Event

15,4 mil*

* INCLUINDO REGIÃO METROPOLITANA / *Including metropolitan area*

PROCEDÊNCIA DOS TURISTAS /
Origin of Tourists

100% brasileiros

MÉDIA DE GASTOS E PERNOITES NA VIAGEM /
Spending and number of nights in the travel

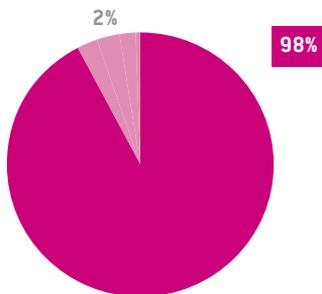
R\$ 900,00

Gastos no período / Total spendings

2,5

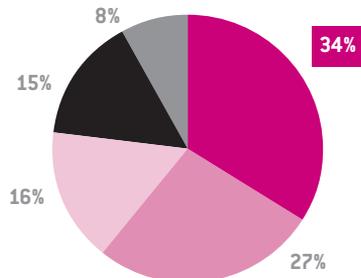
Pernoites / Nights in the city

MOTIVO DA VIAGEM /
Travel motivation



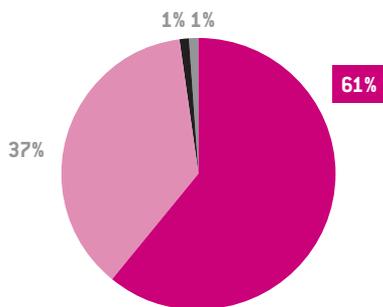
- Show / Show
- Outros / Other

DIVISÃO DOS GASTOS /
Spending breakdown



- Lazer / Leisure
- Hospedagem / Accomodation
- Compras / Shopping
- Alimentação / Food
- Táxi/transporte / Transportation

HOSPEDAGEM EM SÃO PAULO /
Means fo stay in São Paulo



- Casa de amigos ou parentes / Friends' or relatives' home
- Hotel / Hotel
- Hostel / Hostel
- Casa própria / Owned home

RESUMO / Summary

INSTRUÇÃO:

Médio

GÊNERO:

Masculino

OCUPAÇÃO:

Estudante

RENDA MENSAL:

de 5 a 10 S.M.

FAIXA ETÁRIA:

18 a 24 anos

PROCEDÊNCIA:

Residente

MEIO DE TRANSPORTE:

Ônibus

Hospedagem:

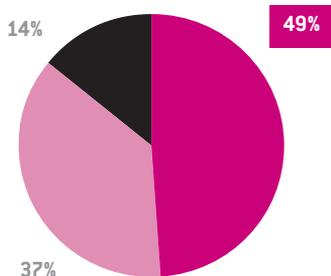
Amigos e parentes

PRINCIPAIS ESTADOS EMISSORES DE TURISTAS:

Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina e Amazonas

PROCEDÊNCIA DO PÚBLICO /

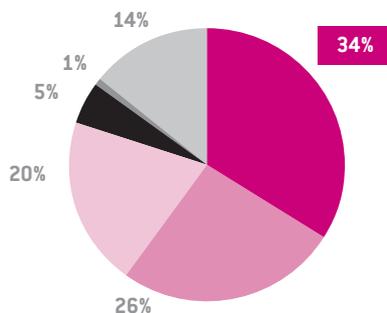
Origin of the audience



- Residentes / Residents
- Turistas / Tourists
- Visitantes da Grande São Paulo / Great São Paulo's visitors

CHEGADA À ARENA ANHEMBI /

Arrival at Anhembi Arena



- Ônibus / Bus
- Carro / Car
- Metrô / Subway
- Trem / Train
- A pé / By feet
- Outro / Other

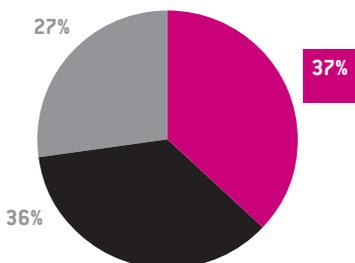
PERFIL DO PÚBLICO / Public profile

MÉDIA DE GASTOS NO EVENTO /
Average spendings in the event

R\$ 202,00

gastos totais / Total spendings

TIPOS DE GASTOS NO SHOW /
Spendings during the show

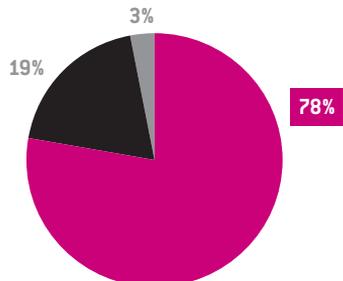


- Bebidas / Beverages
- Alimentação / Food
- Material da cantora / Singer's material

Avenida Paulista, Vila Madalena, Estação da Luz e Mercadoão

atrativos mais visitados por turistas na
permanência em São Paulo / Touristic sights
visited by tourists during their stay in São Paulo

ACOMPANHANTES NA VIAGEM /
Traveled with



- Amigos/parentes / Friends/Relatives
- Sozinho / Alone
- Excursão para o show / Show excursion

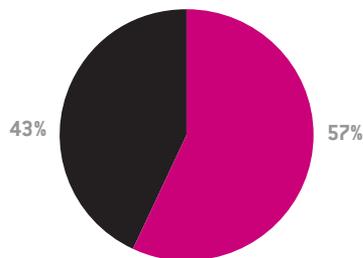
JÁ VEIO À CIDADE OUTRAS VEZES PARA ASSISTIR
SHOWS MÚSICAIS ?

/ Have you ever been to the city before to watch
musical concerts ?

Sim/ Yes	52%
Não / No	48%

SE SIM, JÁ FICOU MAIS NA CIDADE ALÉM DA DATA
DO SHOW?

/ If so, have you ever stayed longer in the city
beyond the concert date?



- Não / No
- Sim / Yes

AVALIAÇÃO DA CIDADE / *Evaluation of the city*

	Excelente	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	N/A
Hospedagem / <i>Accommodation</i>	26%	19%	8%	2%	1%	44%
Transporte público / <i>Public transportation</i>	18%	25%	18%	8%	3%	28%
Táxi / <i>Taxi</i>	29%	15%	14%	8%	1%	33%
Centrais de Informação turística / <i>Tourist information</i>	19%	12%	10%	6%	5%	48%
Atrativos culturais / <i>Cultural attractions</i>	57%	16%	4%	1%	1%	21%
Opções gastronômicas / <i>Dining options</i>	58%	12%	8%	1%	1%	20%
Opções de compras / <i>Shopping</i>	72%	9%	3%	1%	1%	14%
Limpeza urbana / <i>City cleanliness</i>	14%	22%	30%	18%	10%	6%
Sensação de segurança / <i>Sense of security</i>	8%	18%	30%	23%	16%	5%
Hospitalidade da população / <i>Inhabitants' hospitality</i>	30%	33%	18%	8%	5%	6%
Sinalização Turística / <i>Tourist signs</i>	29%	33%	17%	9%	5%	7%

DESTAQUES

- Predominam visitantes do Sul e Sudeste do País, em especial Minas Gerais (5%), Paraná (3,9%) e Santa Catarina (1,6%), sendo o Estado de São Paulo o maior emissor (80%);
- O público predominante é masculino (62%);
- A faixa etária encontra-se entre 18 a 24 anos (75%); e 5% são menores de idade;
- Renda familiar dos entrevistados entre 3 e 10 salários mínimos (57%) e entre 10 e 20 salários mínimos (20%); observa-se que 6% tem renda familiar acima de 25 salários mínimos
- 46% do público são estudantes; e 35% assalariados;
- 54% utilizaram ônibus ou metrô para chegar ao local do show;
- 96% dos entrevistados vieram motivados pelo show musical;
- 61% hospedaram-se em casas de amigos ou parentes;
- 2,5 dias de permanência média na cidade de São Paulo;
- O gasto durante o período de estada em São Paulo foi de R\$ 900,00 (hospedagem, lazer, transporte, alimentação, compras);
- Para 82% dos entrevistados, o gasto apontado acima se refere a somente 1 (uma) pessoa;
- A maioria do público (78%) veio para o show com amigos ou familiares;
- 52,0% já estiveram em São Paulo para assistir a outros shows, sendo que destes, 43% ficaram na cidade além do dia do evento;
- Visitaram a Avenida Paulista (16%), Estação da Luz (15%), Vila Madalena (14%) e Mercado Municipal (11%);
- O gasto médio apontado no dia do evento foi de R\$ 202 despendidos principalmente com alimentação, bebidas, além de material do show;
- Sugestões sobre a cidade apontam que deve ser aprimorada a atenção quanto à sensação de segurança e limpeza urbana.
- Os itens da cidade com melhor avaliação do público foram as opções de compras, gastronomia e atrativos culturais/entretenimento;
- Foram poucas as críticas quanto à infraestrutura do evento, entre elas, organização da fila, banheiros e lixeiras.



São Paulo
turismo•
www.spturis.com



PREFEITURA DE
SÃO PAULO