

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DA CIDADE DE SÃO PAULO®

São Paulo Turismo



RELATÓRIO EVENTO:
Fórmula Truck 2010

FÓRMULA TRUCK

Fonte: São Paulo Turismo, 2010
Questionários aplicados: 739
Público estimado no evento: 50.000

PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO / Social & demographic profile

GÊNERO / Gender



IDADE / Age

De 18 a 24 anos / 18 to 24 years old	21,7%
De 25 a 29 anos / 25 to 29 years old	26,4%
De 30 a 39 anos / 30 to 39 years old	32,4%
De 40 a 49 anos / 40 to 49 years old	10,6%
De 50 a 59 anos / 50 to 59 years old	7,2%
60 anos ou mais / 60 years old and older	1,7%

INSTRUÇÃO / Level of Education

Básico / Elementary	2,2%
Fundamental / Fundamental	12,8%
Médio / Secondary	42,2%
Superior incompleto / Incomplete higher	15,0%
Superior completo / Graduated	24,4%
Pós-graduado / Postgraduate	3,3%

RENDA MENSAL / Monthly Income

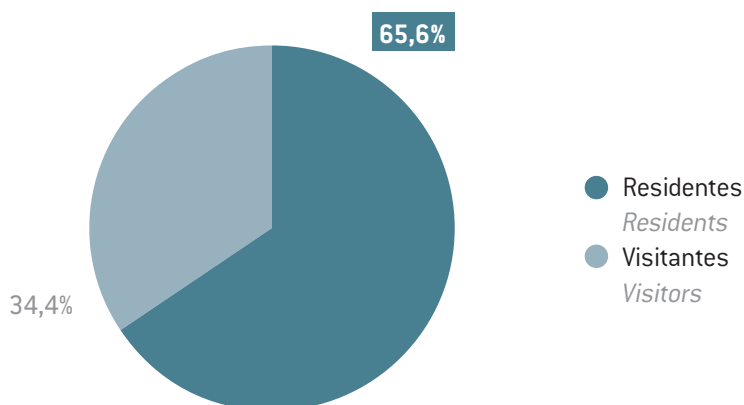
Até 1 SM / Less than 1 MW	2,8%
De 1 a 3 SM / 1 to 3 MW	25,1%
De 3 a 5 SM / 3 to 5 MW	26,5%
De 5 a 10 SM / 5 to 10 MW	30,5%
De 10 a 15 SM / 10 to 15 MW	7,3%
De 15 a 20 SM / 15 to 20 MW	4,5%
De 20 a 25 SM / 20 to 25 MW	2,2%
Acima de 25 SM / More than 25 MW	1,1%

OCUPAÇÃO / Professional Status

Assalariado / Employed	68,0%
Funcionário público / Civil Servent	2,8%
Profissional liberal / Professional person	5,0%
Autônomo / Self-employed	8,4%
Estudante / Student	5,1%
Empresário / Business owner	5,6%
Aposentado / Retired	1,7%
Desempregado / Unemployed	3,4%

PERFIL DOS VISITANTES / Visitors profile

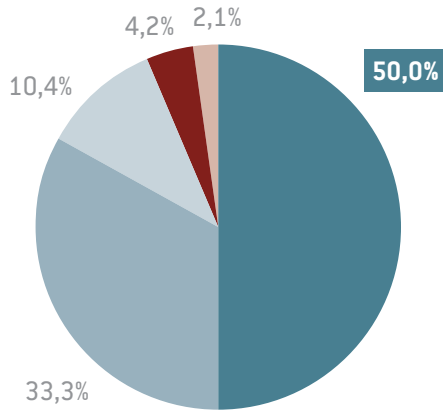
PROCEDÊNCIA DO PÚBLICO / Origin of the audience



MAIORES EMISSORES DE VISITANTES / Main Cities of Origin of Visitors

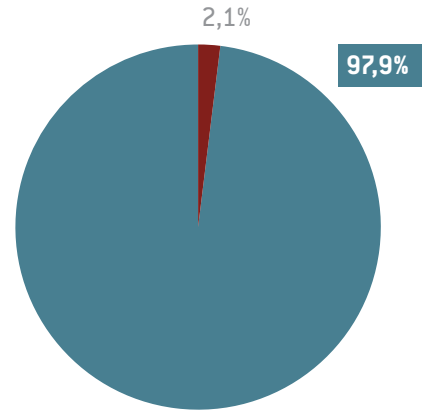
**São Bernando do Campo, Santos, Santo André,
Campinas e Diadema**

MEIO DE TRANSPORTE
Means of transportation



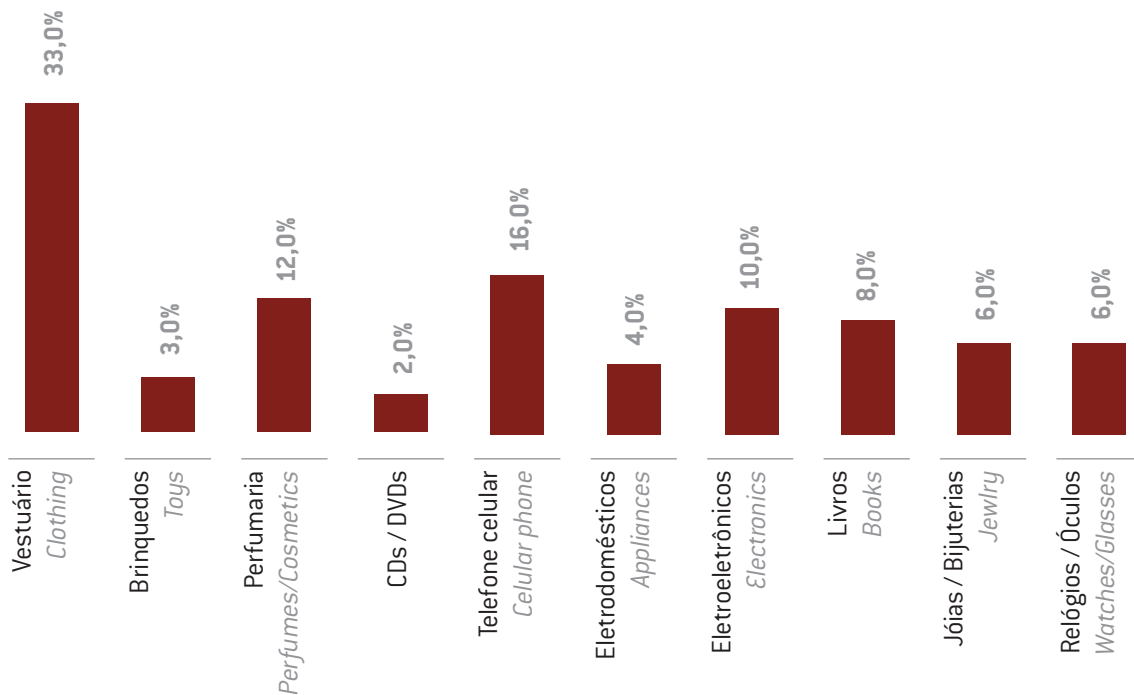
- Carro / Car
- Ônibus fretado / Chartered bus
- Trem / Train
- Ônibus intermunicipal / Intercity bus
- Avião / Airplane

MEIO DE HOSPEDAGEM
Accommodation facilities



- Não se hospedou / Not accommodated
- Casa de amigos/Parentes / Friend's/relative's home

ITENS DO GASTO DE COMPRAS / Shopping Items



TOTAL DE VISITANTES / Visitors Total

17 mil

GASTOS NO PERÍODO E PERNOITES NA CIDADE / Spendings and Number of Nights in the City

R\$ 322,93 1,7 dia

RECEITA COM TURISMO / Tourism income

R\$ 12 milhões*

*Gastos dos turistas com ingressos, alimentação, entretenimento, transporte e compras na cidade

AVALIAÇÃO DA CIDADE / Evaluation of the City

LEGENDA / directions

1	2	3	4	5
RUIM	REGULAR	BOM	MUITO BOM	EXCELENTE

AVALIAÇÃO DA CIDADE DE SÃO PAULO / Evaluation of the City of São Paulo

	1	2	3	4	5
Hospedagem / Accommodation	0,0%	0,0%	25,0%	44,0%	31,0%
Transporte público / Public transportation	9,0%	36,4%	21,2%	18,2%	15,2%
Táxi / Taxi	4,2%	20,8%	8,3%	54,2%	12,5%
CITs / TICs	7,7%	19,2%	15,4%	26,9%	30,8%
Cultura e entretenimento / Culture and entertainment	2,7%	0,0%	13,5%	32,4%	51,4%
Gastronomia / Food	5,0%	7,5%	10,0%	32,5%	45,0%
Compras / Shopping	0,0%	5,0%	7,5%	17,5%	70,0%
Limpeza urbana / City sanitation	21,5%	17,6%	25,5%	15,7%	19,6%
Sensação de segurança / Security	25,0%	21,2%	26,9%	15,4%	11,5%
Hospitalidade / Hospitality	4,0%	18,0%	30,0%	28,0%	20,0%
Sinalização turística / Tourist signs	12,8%	14,9%	12,8%	34,0%	25,5%

AVALIAÇÃO DO EVENTO / Evaluation of the Event

AVALIAÇÃO DO CIRCUITO FÓRMULA TRUCK / Evaluation of the Truck Racetrack

	1	2	3	4	5
Visibilidade / Visibility	1,7%	5,6%	15,6%	29,1%	48,0%
Conforto / Comfort	5,6%	10,1%	20,1%	28,5%	35,8%
Circulação / Circulation	3,4%	5,7%	18,9%	32,6%	39,4%
Banheiros / Restrooms	9,9%	14,1%	22,5%	26,1%	27,5%
Limpeza / Sanitation	6,7%	9,5%	18,4%	30,7%	34,6%
Sensação de segurança / Security	2,3%	2,8%	13,6%	33,5%	47,7%
Alimentação / Food	5,5%	5,5%	22,7%	25,8%	40,5%
Postos de informação / Information booths	5,2%	6,5%	20,3%	22,2%	45,8%

AVALIAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO DO EVENTO / Evaluation of the Event

	1	2	3	4	5
Divulgação / Promotion	4,5%	8,5%	11,9%	32,8%	42,4%
Venda de ingresso / Ticket sale	1,75	6,0%	15,4%	35,0%	41,9%
Sinalização / Sign posting	2,0%	3,0%	17,0%	31,0%	47,0%
Acesso ao circuito / Access	2,0%	4,0%	10,0%	31,0%	53,0%
Local apropriado / Location	1,0%	2,0%	8,0%	28,0%	61,0%

CONSIDERAÇÕES DA PESQUISA / *Research highlights*

Do público total do evento, estimado em 50 mil pelos organizadores, cerca de 17 mil são oriundos de outras cidades. Os principais pólos emissores de visitantes foram Santos e Campinas, além da Grande São Paulo, com destaque para São Bernardo, Santo André e Diadema. Tal preponderância, é provável, se dê pela existência nesta região de uma forte indústria automobilística, além do fato de estarem estas cidades geograficamente próximas ao Autódromo de Interlagos.

Os meios de transporte mais utilizados foram os carros particulares, seguidos de ônibus fretados e trem. Este último merece destaque, uma vez que há uma estação da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM) a cerca de 500 metros do autódromo — o que contribui também para a vinda de pessoas da Grande São Paulo, além da própria Capital.

Dos visitantes que se hospedaram na cidade, em casas de parentes ou amigos, a média de permanência em São Paulo foi de 1,7 dia. O gasto médio destes espectadores foi de R\$ 322,93 no período, sendo R\$ 92,80 específicos no evento. Além de assistir à prova, este visitante fez compras na cidade, sendo que boa parte optou por itens de vestuário. A receita total com turismo gerada pela Fórmula Truck em São Paulo foi de R\$ 12 milhões, considerando os gastos dos turistas com ingressos, transporte, alimentação, entretenimento e compras.

De forma geral, o público predominante da Fórmula Truck foi masculino, assalariado e com ensino médio completo. A faixa etária estendeu-se dos 18 aos 39 anos, e a renda mensal entre 1 e 10 salários mínimos.

Sugestões — Considerando a opinião dos turistas com relação à São Paulo, notamos que a cidade foi bem avaliada em praticamente todos os itens: hospedagem, táxi, sinalização turística, Centrais de Informação Turística (CITs), cultura e entretenimento, gastronomia, compras, limpeza urbana, sensação de segurança e hospitalidade.

Quanto à avaliação do evento, a maioria do público considerou todos os itens do circuito da prova (visibilidade, conforto, circulação, banheiros, limpeza, sensação de segurança, alimentação e postos de informação) e da organização do evento (divulgação, venda de ingresso, sinalização, acesso ao circuito e local apropriado) como excelentes. As sugestões levantadas ativeram-se a itens específicos, como a ampliação de pontos de informação, sinalização do evento, pontos de venda de alimentos e bebidas, vagas e organização do estacionamento. Em síntese, a avaliação geral do evento foi extremamente positiva.

The Formula Truck total attendance, estimated by organizers at 50,000, had about 17,000 people from other cities. The main cities of origin of those visitors were Santos and Campinas, and the Greater Sao Paulo, especially São Bernardo, Santo André and Diadema. This is likely due to the existence of a strong auto industry in this region, besides the fact that these cities are geographically close to the Interlagos race track.

The means of transportation most used to get to the circuit were private cars, followed by charter bus and train. The latter deserves emphasis, since there is a station of Metropolitan Trains Company (CPTM) about 500 meters from the race track - which also contributes to the arrival of people in Greater São Paulo, besides the capital.

Visitors who stayed in the city at the homes of relatives or friends had an average length of stay in Sao Paulo of 1.7 days. The average spending of spectators at the city was R\$ 322.93 in the period, being R\$ 92.80 at the event.

Besides watching the race, this visitor made purchases in the city, and many opted for clothing items. Total revenue from tourism generated by Formula Truck in Sao Paulo was R\$ 12 million, considering the expenditure of visitors with tickets, transportation, food, entertainment and shopping.

In general, the Formula Truck audience was predominantly male, wage worker and with a high school degree. The age range extended from 18 to 39 years, and the monthly income was between 1 and 10 minimum wages.

Suggestions - *Considering the view of tourists in relation to São Paulo, we note that the city was thoroughly evaluated in virtually all items: accommodation, taxi, tourist signs, Tourist Information (CITs), culture and entertainment, shopping, urban sanitation, sense of security and hospitality.*

As for the evaluation of the event, most of the public considered all the items in the race track (visibility, comfort, circulation, toilets, cleanliness, sense of security, food and information points) and the organization of the event (disclosure, ticket sale, signaling, access to the circuit and site of the event) as excellent. The suggestions raised by the participants fall into specific items, such as the expansion of information points and direction signs at the event, food and drinks tents sales, and arrangement of parking spaces. In general, the overall evaluation of the event was extremely positive.

Créditos da Pesquisa Formula Truck:

Prefeito da Cidade de São Paulo / Mayor of the City of São Paulo: Gilberto Kassab

Presidente em Exercício da São Paulo Turismo (SPTuris) / Acting President of São Paulo Turismo: Tasso Gadzanis

Diretor de Turismo e Entretenimento (SPTuris) / Tourism & Entertainment Director: Luiz Sales

Diretor de Eventos (SPTuris) / Events Director: Everaldo Teixeira Dourado Junior

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DA CIDADE DE SÃO PAULO (SPTURIS)

Coordenação geral / Coordination: Beatriz Lage

Coordenação técnica / Technical Coordination: Fabio Montanheiro

Projeto gráfico / Graphic design: Rene Perol

Diagramação / Diagramming: Mário La Torre Filho

Textos / Texts: Andrezza Serra

Equipe técnica / Technical team: Mário La Torre Filho, Andrezza Serra, Sérgio Porto

Estagiários / Trainees: Carol Matsubara e Lyvia Passareli

Elaborado pela Equipe Técnica da Diretoria de Turismo da São Paulo Turismo - São Paulo Turismo S/A - Empresa Oficial de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo.

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

Av. Olavo Fontoura, 1209 - Portão 35 - Parque Anhembi - Santana - São Paulo - SP - 02012-021 - Tel.: [11] 2226-0469 - pesquisa@spturis.com

Visite: www.spturis.com e www.cidadedesao paulo.com

O objetivo da São Paulo Turismo S/A é promover a cidade de São Paulo de forma independente e sem nenhum vínculo com estabelecimentos mencionados.

As informações que constam nesse material, vigentes em agosto de 2010, estão sujeitas a atualizações e/ou revisões posteriores.