

# OBSERVATÓRIO DO TURISMO DA CIDADE DE SÃO PAULO®

*São Paulo Turismo*



RELATÓRIO EVENTO:  
***Virada Cultural 2010***

# PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO / Social & demographic profile

## GÊNERO / Gender



## IDADE / Age

De 18 a 24 anos / 18 to 24 years old	<b>33,9%</b>
De 25 a 29 anos / 25 to 29 years old	<b>21,8%</b>
De 30 a 39 anos / 30 to 39 years old	<b>19,8%</b>
De 40 a 49 anos / 40 to 49 years old	<b>11,4%</b>
De 50 a 59 anos / 50 to 59 years old	<b>9,0%</b>
60 anos ou mais / 60 years old and older	<b>4,0%</b>

## INSTRUÇÃO / Level of Education

Básico / Elementary	<b>1,2%</b>
Fundamental / Fundamental	<b>4,7%</b>
Médio / Secondary	<b>37,6%</b>
Superior incompleto / Incomplete higher	<b>22,9%</b>
Superior completo / Graduated	<b>28,0%</b>
Pós-graduado / Postgraduate	<b>5,6%</b>

## RENDA MENSAL / Monthly Income

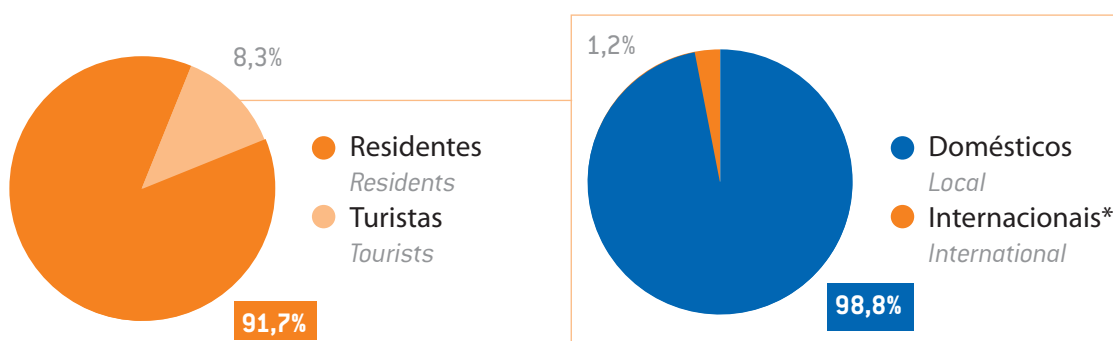
Até 1 SM / Less than 1 MW	<b>5,1%</b>
De 1 a 3 SM / 1 to 3 MW	<b>27,5%</b>
De 3 a 5 SM / 3 to 5 MW	<b>26,9%</b>
De 5 a 10 SM / 5 to 10 MW	<b>24,8%</b>
De 10 a 15 SM / 10 to 15 MW	<b>8,8%</b>
De 15 a 20 SM / 15 to 20 MW	<b>3,4%</b>
De 20 a 25 SM / 20 to 25 MW	<b>1,7%</b>
Acima de 25 SM / More than 25 MW	<b>1,9%</b>

## OCUPAÇÃO / Professional Status

Assalariado / Employed	<b>39,6%</b>
Funcionário público / Civil Servent	<b>7,6%</b>
Profissional liberal / Professional person	<b>8,4%</b>
Autônomo / Self-employed	<b>14,4%</b>
Estudante / Student	<b>15,9%</b>
Empresário / Business owner	<b>5,3%</b>
Aposentado / Retired	<b>3,8%</b>
Desempregado / Unemployed	<b>5,0%</b>

# PERFIL DOS TURISTAS / Tourists profile

## PROCEDÊNCIA DO PÚBLICO / Origin of the audience



\*Tendo a Virada Cultural como motivação de visita secundária

## MOTIVO DA VIAGEM / Travel Motivation

Virada cultural / Virada Cultural	<b>64,3%</b>
Lazer / Leisure	<b>13,9%</b>
Negócios / Business or work	<b>7,0%</b>
Visita amigos/parentes / Visiting friends	<b>13,9%</b>
Saúde / Health care	<b>0,9%</b>

## FREQUÊNCIA DE VISITA / Frequency of Visits

Primeira vez / First time	<b>6,3%</b>
Diária / Daily	<b>7,2%</b>
Semanal / Weekly	<b>16,2%</b>
Mensal / Monthly	<b>30,6%</b>
Semestral / Semiannual	<b>20,7%</b>
Anual / Annual	<b>18,9%</b>

PRINCIPAIS PROCEDÊNCIAS / *Country of Origin*

INTERNACIONAIS / *International*

## Argentina, Estados Unidos e Chile



ESTADOS / *States*

São Paulo, Minas Gerais, Paraná,  
Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul



CIDADES DE SP / *Cities of São Paulo*

Osasco, Santo André, Jundiaí,  
Campinas e Guarulhos



GASTOS E PERNITES NA CIDADE / *Spending and Number of Nights in the City*

● TURISTAS DOMÉSTICOS  
*Domestic tourists*

**R\$ 747,00**

**3,6 dias**

*Gastos totais / Total spendings*

*Pernoites / Nights in the city*

● TURISTAS INTERNACIONAIS  
*International tourists*

**R\$ 1545,00**

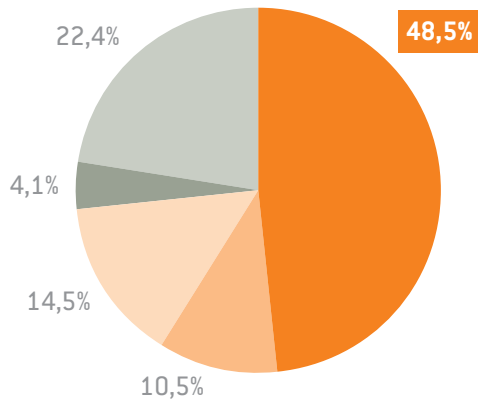
**5,2 days**

RECEITA COM TURISMO / *Tourism income*

# R\$ 142 milhões\*

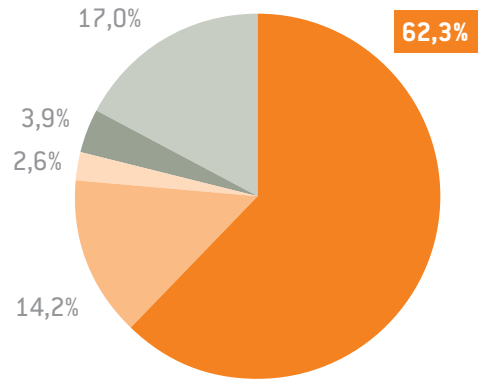
\*Gastos dos turistas com hospedagem, alimentação, entretenimento, transporte e compras na cidade

## DIVISÃO DOS GASTOS Spending breakdown



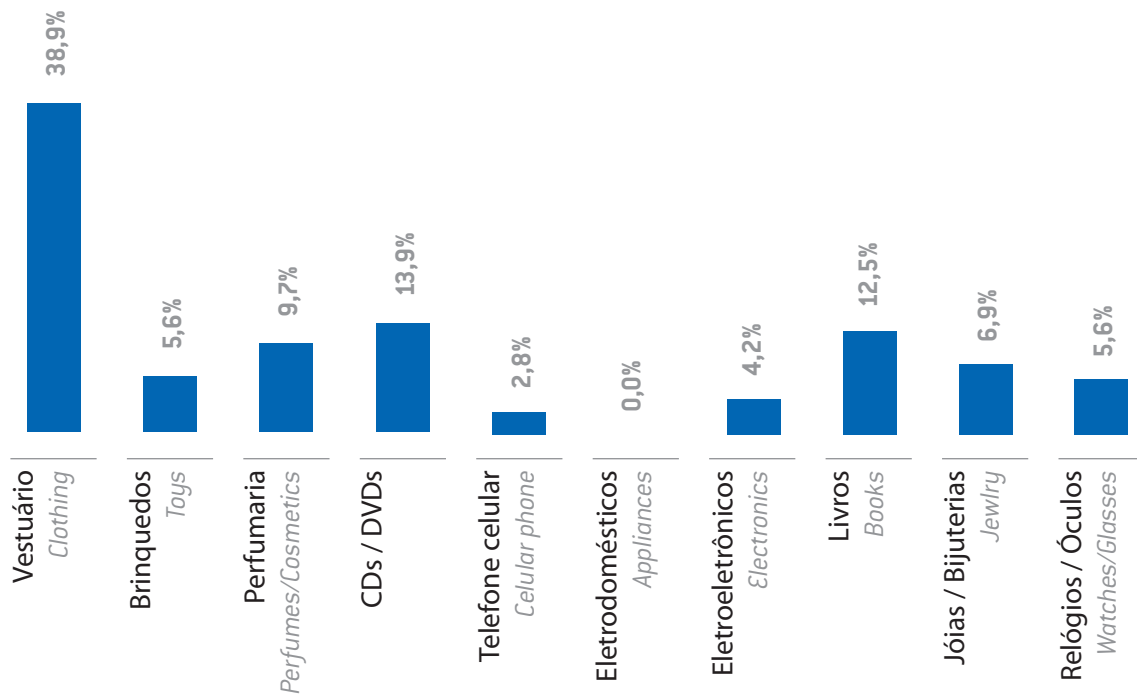
- Hospedagem / Accomodation
- Alimentação / Food
- Lazer / Leisure
- Táxi/transporte / Transportation
- Compras / Shopping

## MEIO DE HOSPEDAGEM Accommodation facilities

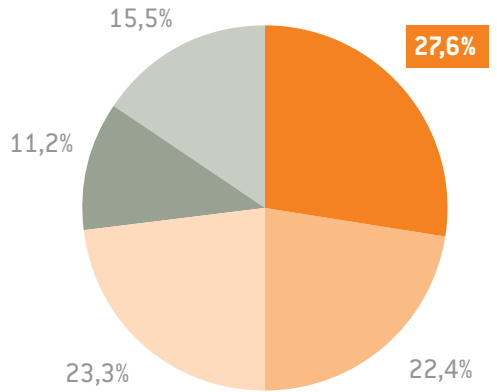


- Casa de amigos/Parentes / Friend's/relative's home
- Hotel/Flat / Hotel/Flat
- Albergue/Hostel / Inn/Hostel
- Pensão / Bed & Breakfast
- Casa Própria / Own Home

## ITENS DO GASTO DE COMPRAS / Shopping Items

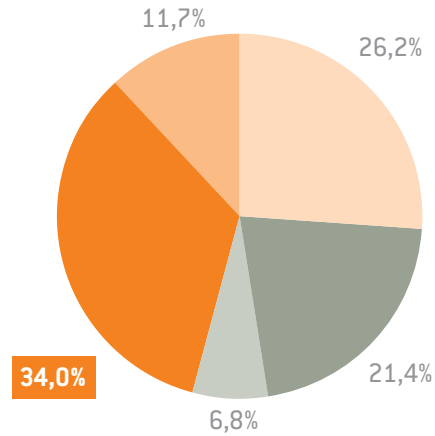


**MEIO DE TRANSPORTE**  
*Means of transportation*



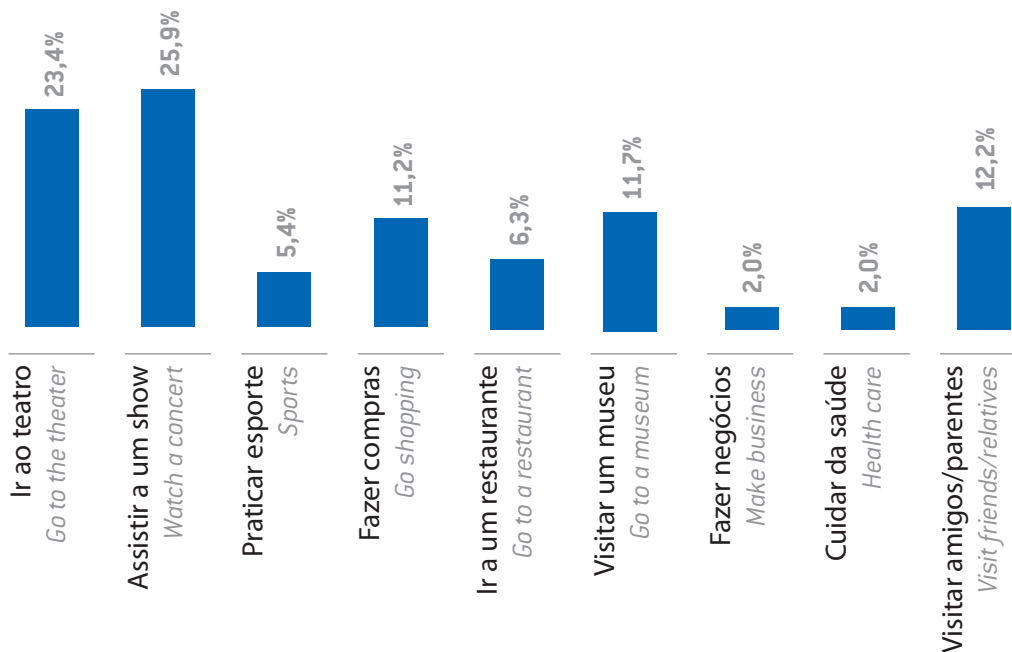
- Carro / Car
- Avião / Airplane
- Ônibus intermunicipal / Intercity bus
- Ônibus fretado / Chartered bus
- Trem / Train

**O QUE PODERIA MELHORAR NO TURISMO DA CIDADE**  
*What could be improved in the city's tourism*



- Acessibilidade/transporte / Transportation
- Agências receptivas / Receptive Agencies
- Divulgação/promoção / Promotion
- Atrativos turísticos / Tourist attractions
- Serviços turísticos / Tourist services

**O QUE FARIA SE FICASSE MAIS UM DIA NA CIDADE**  
*What would you do if stayed one more day at the city*



**ÍCONE DE SÃO PAULO / São Paulo's icon**

**Avenida Paulista**

**ATIVIDADES CULTURAIS QUE MAIS PREFERE NA CIDADE / Cultural activities in the city that most prefer**

**Shows, teatro, cinema, virada cultural e museus**

# AVALIAÇÃO DA CIDADE / Evaluation of the City

LEGENDA / directions

1  
MUITO ABAIXO DAS  
EXPECTATIVAS

2

3

4

5

6

7

MUITO ACIMA DAS  
EXPECTATIVAS

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

	1	2	3	4	5	6	7
Hospedagem / Accommodation	4,7%	4,7%	1,6%	12,5%	25,0%	26,6%	25,0%
Transporte público / Public transportation	5,8%	7,8%	9,7%	19,4%	23,3%	20,4%	13,6%
Táxi / Taxi	1,6%	9,5%	9,5%	22,2%	19,0%	15,9%	22,2%
CITs / TICs	6,7%	13,3%	25,6%	20,0%	15,6%	8,9%	10,0%
Cultura e entretenimento / Culture and entertainment	1,8%	3,6%	7,3%	2,7%	20,0%	24,5%	40,0%
Gastronomia / Food	2,0%	2,0%	5,9%	10,8%	12,7%	16,7%	50,0%
Compras / Shopping	4,0%	5,1%	3,0%	12,1%	10,1%	13,1%	52,5%
Limpeza urbana / City sanitation	23,1%	18,5%	19,4%	8,3%	14,8%	9,3%	6,5%
Sensação de segurança / Security	8,2%	14,5%	18,2%	20,0%	15,5%	13,6%	10,0%
Hospitalidade / Hospitality	5,3%	4,4%	8,8%	23,0%	21,2%	20,4%	16,8%
Sinalização turística / Tourist signs	7,5%	11,2%	12,1%	16,8%	18,7%	15,9%	17,8%

# AVALIAÇÃO DO EVENTO / Evaluation of the Event

## AVALIAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO DO EVENTO / Evaluation of the Event

	1	2	3	4	5	6	7
Acesso ao palcos / Access to the stages	4,6%	4,5%	8,5%	11,5%	21,3%	19,8%	29,9%
Circulação / Circulation	3,1%	4,6%	10,9%	12,7%	23,6%	18,8%	26,2%
Conforto / Comfort	9,5%	8,6%	15,7%	18,1%	21,9%	11,5%	14,8%
Banheiros / Restrooms	24,9%	16,7%	17,4%	12,0%	12,1%	6,4%	10,5%
Limpeza / Sanitation	23,4%	16,6%	15,3%	12,7%	15,6%	7,6%	8,9%
Sensação de segurança / Security	7,4%	6,1%	11,4%	14,9%	19,5%	16,9%	23,9%
Alimentação / Food	6,4%	7,5%	12,4%	14,9%	22,3%	15,5%	21,0%
Postos de informação / Information	11,0%	7,0%	13,6%	12,7%	16,4%	15,3%	24,0%
Virada Cultural / Virada Cultural	1,1%	1,4%	2,1%	6,0%	12,7%	20,8%	55,8%

## ***Créditos da Pesquisa Virada Cultural :***

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

**Presidente da São Paulo Turismo (SPTuris) / *President of São Paulo Turismo*:** Caio Luiz de Carvalho

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

**Diretor de Eventos (SPTuris) / *Event 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:** Mário La Torre Filho

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

**Estagiários / *Trainees*:** Carol Matsubara e Lyvia Passareli

Agradecimentos especiais ao Complexo Educacional FMU e aos Professores Celso Ramos de Oliveira, Pedro Campaña e Júlio César Butuhy, além dos 200 alunos dos cursos de Eventos, Lazer, Hotelaria e Turismo. E também, à Fundação do Desenvolvimento Administrativo - FUNDAP.

*Special thanks to the FMU, to the teachers Celso Ramos de Oliveira, Pedro Campaña and Júlio César. Also, to the Fundação do Desenvolvimento Administrativo - FUNDAP.*