

“Visite São Paulo” aparece em etapas da Fórmula Truck

- > Ação promocional da SPTuris será realizada em seis provas da categoria;
- > Resultado da pesquisa feita durante a etapa São Paulo foi entregue ao prefeito Kassab na última semana. Turistas avaliaram a cidade e movimentaram R\$ 12 milhões.



Fórmula Truck 2010 em Interlagos (SP). Foto: Jefferson Pancieri/SPTuris

A Prefeitura de São Paulo, por meio da São Paulo Turismo (SPTuris – empresa municipal de promoção turística e eventos), está realizando uma ação promocional do destino São Paulo bem diferente e que agora chega a Argentina. Durante a Fórmula Truck, que acontece em Buenos Aires em 19 de setembro, cinco caminhões vão disputar a prova com a frase “Visite São Paulo” exposta no para-brisa.

Depois de Buenos Aires, a ação – que começou na etapa São Paulo, no Autódromo de Interlagos, em 25 de julho, e também já passou por Londrina, no último dia 22 de agosto – segue para as provas de Santa Cruz do Sul (17 de outubro), Curitiba (14 de novembro) e Brasília (5 de dezembro).

A iniciativa é resultado de uma parceria com a organização da prova – que é a mais importante categoria de caminhões do mundo – e teve custo zero para a cidade.

“E além do impacto no público presente nos circuitos e da veiculação na imprensa em geral, as provas são transmitidas pela Rede Bandeirantes para vários países, multiplicando o alcance da divulgação”, comemora Luiz Sales, diretor de Turismo e Entretenimento da SPTuris.

Pesquisa traça perfil dos visitantes e mostra avaliação da cidade

O Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, núcleo de estudos e pesquisas da SPTuris, realizou uma pesquisa com cerca de 800 pessoas durante a etapa de São Paulo da Fórmula Truck.

O resultado da pesquisa foi entregue ao prefeito Gilberto Kassab na semana passada pela diretor de Eventos da SPTuris, Everaldo Júnior, a presidente da prova, Neusa Félix, e representantes da diretoria da TV Bandeirantes.

Com um público presente de 50 mil pessoas, a pesquisa apurou que 34,4% do público são turistas (17,2 mil), oriundos principalmente de cidades do Interior de São Paulo.

Esses visitantes gastaram, em média, no período, cerca de R\$322,93, sendo R\$92,80 especificamente no evento. Isso gerou uma receita para a cidade de R\$12 milhões, considerando os gastos dos turistas com ingressos, alimentação, entretenimento e compras.

O público predominante da Fórmula Truck foi masculino (70,6%). A faixa etária predominante é de 30 a 39 anos (32,4%), seguida de pessoas com 25 a 29 anos (26,4%). Em relação ao nível de escolaridade, predomina o ensino médio, com 42,2%, seguido de pessoas com ensino superior completo – 24,4%.

A renda mensal predominante é de 5 a 10 salários mínimos, de 30,5% do público; seguido de 26,5% com renda de 3 a 5 salários. A maioria é de assalariados, 68%, seguidos pelos autônomos, que representam 8,4%.

Foi constatado também que apenas 2,1% se hospedaram em casa de amigos ou parentes, com uma permanência média de 1,7 dias. Todo o restante não se hospedou na cidade. A chegada a São Paulo foi de carro, por 50% dos entrevistados. De ônibus fretado, vieram 33,3%, e de trem, 10,4%. 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.

Quanto às compras, 33% dos gastos foram com vestuário; 16% com telefone celular, 12% com perfumaria, 10% com eletroeletrônicos, 8% com livros, 6% com jóias e bijuterias, 6% com relógios e óculos, 3% com brinquedos e 2% com CDs e DVDs.

Avaliação da cidade pelos turistas da F-Truck em 2010

(Critério: mínimo de 1 para “aquém das expectativas” e máximo de 5 para “muito além das expectativas”. Os percentuais citados são aqueles que obtiveram a maioria das notas dos entrevistados).

Compras: 70% deram nota 5

Cultura e entretenimento: 51,4% deram nota 5

Gastronomia: 45% deram nota 5

Centrais de Informação Turística: 30,8% deram nota 5

Táxi: 54,2% deram nota 4

Hospedagem: 44% deram nota 4

Sinalização turística: 34% deram nota 4

Hospitalidade: 30% deram nota 3

Sensação de segurança: 26,9% deram nota 3

Limpeza urbana: 25,5% deram nota 3
Transporte público: 36,4% deram nota 2

Considerando a opinião dos turistas em relação a São Paulo, notamos que a cidade foi bem avaliada em praticamente todos os itens: compras, cultura e entretenimento, gastronomia, Centrais de Informação Turística (CITs), táxi, hospedagem, sinalização turística, hospitalidade, sensação de segurança e limpeza urbana. Apenas o transporte público recebeu nota 2 a maior parte do público.

Quanto à avaliação do evento, a maioria 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.

Informações à imprensa:

Gerência de Comunicação – São Paulo Turismo (SPTuris)

Lilian Natal Guevara | Jony Favaro | Nara Sá

Contato: (11) 2226-0409 ou imprensa@spturis.com

Visite: www.spturis.com | www.cidadedesaopaulo.com | www.anhembi.com.br

Press kit online: www.imprensa.spturis.com

Pedido de fotos: fotos@spturis.com