

Pesquisa durante Fórmula 1 traçou o perfil do público presente ao evento

A São Paulo Turismo (SPTuris), por meio do Observatório de Turismo e em parceria com os organizadores do Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1, realizou uma pesquisa junto ao público que esteve presente no Autódromo de Interlagos nos dias 23 e 24 de novembro de 2013. Foram entrevistados 983 participantes do evento, procedentes de 18 países, com destaque para Argentina, Uruguai e Chile, e 266 cidades, entre elas Campinas, Brasília e Rio de Janeiro.

Comparada aos resultados obtidos na pesquisa de 2012, com uma abordagem metodológica similar, observou-se que a edição de 2013 despertou atenção ligeiramente maior do público masculino, aumento da faixa etária e instrução superior dos participantes, além de apontar preferência pela hospedagem nos hotéis/flats da cidade (67,7%), com uma opção de “bate-volta” (12,6%) quase que semelhante à “casa de amigos e parentes” (17,5%).

Os brasileiros entrevistados (86,4%), excluídos os residentes em São Paulo (32,8%), confirmaram uma permanência na cidade equivalente a 2,3 dias, em média, com gastos de R\$ 2.444 no período. Os estrangeiros permaneceram 3,58 dias e gastaram R\$ 3.786, incluindo hospedagem, alimentação, compras, lazer e transporte na cidade.

O item: “compras”, além do próprio evento F1, é a atividade preferida pelos turistas pesquisados (19,1%), seguida pela gastronomia local (16,1%), e a vida noturna/bares (12,4%), entre outras.

Os gastos do público durante o evento foram de R\$ 414 e R\$1.097 para os brasileiros e estrangeiros, respectivamente.

O meio de transporte mais utilizado pelos turistas para chegar a São Paulo foi o avião (62,61%), seguido por automóvel (27,07%).

A avaliação da cidade pelos turistas demonstrou grande aprovação. Os itens melhor avaliados foram “gastronomia”, “opções de compras” e “lazer/entretenimento”, com mais de 70% de notas acima e muito acima das expectativas.

Categoria Category	MUITO ACIMA DAS EXPECTATIVAS ABOVE THE EXPECTATIONS			MUITO ABAIXO DAS EXPECTATIVAS BELOW THE EXPECTATIONS				NÃO PODE AVALIAR CAN'T EVALUATE
	7	6	5	4	3	2	1	
Hospedagem (875) Accommodation	26,54	21,4	20,02	5,49	2,06	0,92	0,34	23,23
Transporte Público (849) Public Transportation	12,03	12,26	15,21	9,43	9,55	6,49	5,07	29,96
Táxi (865) Taxi	14,24	19,44	20,49	8,22	3,01	1,74	1,26	31,6
Centrais de Informação Turística (837) Tourist Information Center	11,48	11,6	8,45	8,49	4,07	3,59	3,71	48,61
Lazer/ Entretenimento (864) Leisure/ Entertainment	36,14	19,98	13,05	4,39	2,89	0,46	0,69	22,4
Gastronomia (901) Gastronomy	55,11	21,67	8,33	3,44	1,11	0,67	0,67	9,00
Compras (887) Shopping	48,87	20,99	10,38	2,48	1,81	0,11	0,23	15,13
Limpeza Urbana (912) Urban Cleanliness	11,31	13,06	24,7	17,34	15,48	8,67	5,71	3,73
Sensação de Segurança (909) Safety Perceptivity	11,01	14,1	20,59	16,3	12,67	8,92	12,67	3,74
Sinalização Turística (890) Tourist Signs	16,87	19,24	19,35	14,62	10,24	5,29	5,96	8,43
Hospitalidade do Paulistano (907) Resident's Hospitality	28,26	27,48	20,53	9,27	4,64	2,76	2,1	4,96
AVALIAÇÃO GERAL DA CIDADE (913) GENERAL EVALUATION OF THE CITY	12,83	31,36	33,77	11,4	5,26	1,43	0,33	3,62

Veja a pesquisa na íntegra em www.observatoriodoturismo.com.br.