

SÃO PAULO FASHION WEEK - 2019

Pesquisa de Perfil de Público | Audience Profile Survey

Núcleo de pesquisa e inteligência de mercado da SPTuris, o Observatório de Turismo e Eventos (OTE) realizou entre os dias 15 e 18 de outubro um levantamento de perfil de público na São Paulo Fashion Week (SPFW) - 2019, por meio de entrevistas com os frequentadores do evento, realizado no Parque do Ibirapuera.

As entrevistas tiveram como foco principal as características sócio-demográficas e os hábitos de consumo dos visitantes durante o período da SPFW, além de uma avaliação do próprio evento.

O perfil predominante do público da SPFW 2019 pode ser definido pela seguinte persona: mulher (67,0%), brasileira (100,0%), paulistana (81,0%), idade entre 18 e 24 anos (31,2%).

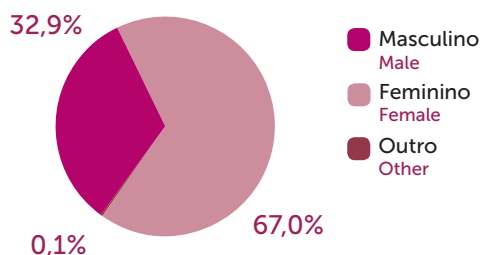
SPTuris Research and Market Intelligence Center, the Tourism and Events Observatory (OTE) carried out an audience profile survey in the São Paulo Fashion Week (SPFW) 2019, between October 15 and 18, through interviews with the attendants at the Ibirapuera Park.

The interviews focused mainly on the socio-demographic characteristics and consumption habits of visitors during the SPFW, as well as an evaluation of the event itself.

The predominant public profile of the SPFW 2019 can be defined by the following persona: woman (67,0%), Brazilian (100,0%), paulistana (81,0%), age between 18 and 24 years (31,2 %).

Fonte / Source: São Paulo Turismo, 2019
Amostragem total / Total sampling:
1202 entrevistados / interviewed

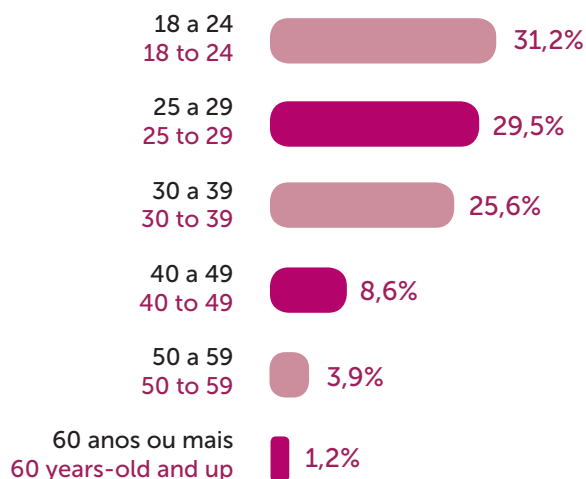
GÊNERO | GENDER



PAÍS DE RESIDÊNCIA COUNTRY OF RESIDENCE

País Country	%
Brasil Brazil	100,0

FAIXA ETÁRIA | AGE GROUP



ESTADO DE RESIDÊNCIA STATE OF RESIDENCE

Estado State	%
São Paulo São Paulo	91,1
Rio de Janeiro Rio de Janeiro	2,2
Minas gerais Minas gerais	1,9
Paraná Paraná	1,1
Santa Catarina Santa Catarina	0,9
Outros estados Other states	2,7

CIDADE DE RESIDÊNCIA
CITY OF RESIDENCE

Cidade City	%
São Paulo São Paulo	81,0
Rio de Janeiro Rio de Janeiro	2,1
Guarulhos Guarulhos	0,9
Campinas Campinas	0,8
São Bernardo do Campo São Bernardo do Campo	0,7
Belo Horizonte Belo Horizonte	0,7
Diadema Diadema	0,6
Florianópolis Florianópolis	0,6
Americana Americana	0,5
Curitiba Curitiba	0,5
Osasco Osasco	0,4
Sorocaba Sorocaba	0,4
São José do Rio Preto São José do Rio Preto	0,4
Outras Others	10,4%

MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA CHEGAR
AO EVENTO* | TYPE OF TRANSPORT USED TO
REACH THE EVENT

Categoria Category	%
Metrô Subway	13,7
Carro Car	22,0
Táxi de app App cab	59,2
Ônibus Bus	11,6
Carro alugado Rented car	2,6
A pé On foot	1,9

COMO ACESSOU O EVENTO? | HOW DID YOU
ACCESS THE EVENT?

Item Item	%
Convidado Invitation	44,5
Funcionário Staff	32,1
Estudante Student	14,3
Jornalista Journalist	6,7
Outros Others	2,3

* Múltiplas respostas / Multiple choices

AValiação do evento de acordo com as afirmações:
EVENT EVALUATION ACCORDING TO THE SENTENCES:

Categoria Category	Sim Yes	Não No	N.A. N.A.
A localização do evento é ótima. The location of the event is great.	90,3%	9,7%	0,0%
Cheguei ao evento com facilidade. I arrived at the event easily.	86,6%	13,4%	0,0%
A circulação pelo evento está fácil. Circulation through the event is easy.	95,6%	4,4%	0,0%
Sinto-me seguro dentro do evento. I feel safe in the event.	97,9%	2,1%	0,0%
O evento é bem organizado. The event is well-organized.	87,8%	12,2%	0,0%
A sinalização do evento está bem posicionada. The event signage is well-positioned.	57,9%	42,1%	0,0%
A prefeitura deve continuar investindo em eventos como este. The city should continue to invest in events like this.	98,1%	1,9%	0,0%

**Questões apenas para não residentes
da cidade de São Paulo**
**Questions only for non-residents
of São Paulo city**

É A PRIMEIRA VEZ QUE VEM À SÃO PAULO?
IS THIS YOUR FIRST TIME IN SÃO PAULO?



SE SIM, VOLTARIA MAIS VEZES?
IF YES, WOULD YOU RETURN?



ALÉM DA SPFW, QUE OUTRAS ATIVIDADES REALIZOU NA CIDADE? | *BESIDES THE SPFW, WHAT OTHER ACTIVITIES DID YOU DO IN THE CITY?

Item	%
Nenhuma / None	33,8
Gastronomia / Gastronomy	43,4
Compras / Shopping	36,0
Teatro / Cinema / Show / Theater / Cinema / Show	17,5
Vida noturna / bares / Night life / bars	26,3
Visita a parentes e amigos / Visit to relatives and friends	18,0
Parques / áreas verdes / Parks / green areas	17,5
Museus / Museums	19,3
Passeios turísticos / Sight seeing	14,5
Negócios / outros eventos / Business / other events	24,1
Outros / Others	1,8

* Múltiplas respostas / Multiple choices

ONDE ESTÁ HOSPEDADO?
WHERE ARE YOU STAYING?

Categoria / Category	%
Hotel / Flat / Hotel / Flat	25,4
Casa de amigos e parentes / Friends or relatives house	22,4
Casa própria / Own house	1,8
Bate volta / Sem acomodação / Without accommodation	44,7
Hostel / Albergue / Hostel	3,5
App (Airbnb, 5º andar, etc.) / App (Airbnb, 5º andar, others)	2,2

COMO CHEGOU À CIDADE DE SÃO PAULO?
HOW DID YOU GET TO SÃO PAULO CITY?

Item	%
Carro / Car	32,0
Avião / Airplane	34,6
Trem / Train	1,3
Ônibus fretado / Chartered bus	6,1
Ônibus intermunicipal / Intercity bus	18,9
Outros / Others	7,0

4

MÉDIA DE PERNOITES EM SÃO PAULO
AVERAGE OVERNIGHT STAY IN SÃO PAULO

R\$ 1.971,00

GASTO TOTAL MÉDIO DO TURISTA DO EVENTO NA
CIDADE** | AVERAGE TOTAL SPENT OF THE
TOURIST IN THE CITY

** Gastos incluem somente hospedagem, alimentação, transporte na cidade, lazer e compras / Expenses include only lodging, food, transport in the city, leisure and shopping.

AValiação da cidade de acordo com os seguintes pontos:
CITY EVALUATION ACCORDING TO THE FOLLOWING POINTS:

Categoria Category	Positivo Positive	Negativo Negative	N.A. N.A.
Gastronomia Gastronomy	92,1%	1,8%	6,1%
Vida noturna Night life	84,2%	2,2%	13,6%
Cultura Culture	86,8%	3,5%	9,6%
Compras Shopping	90,4%	2,6%	7,0%
Hospedagem Accommodation	84,6%	4,4%	11,0%
Diversidade Variety	93,0%	2,2%	4,8%

CONSIDERAÇÕES FINAIS
FINAL CONSIDERATIONS

A pesquisa na São Paulo Fashion Week (SPFW) 2019, realizada pelo Observatório de Turismo e Eventos (OTE) da São Paulo Turismo (SPTuris) entre os dias 15 e 18 de outubro, indica que o evento foi um sucesso. No total, foram entrevistadas 1202 pessoas no Pavilhão das Culturas Brasileiras, no Parque do Ibirapuera.

Trata-se de um evento majoritariamente local, com mais de 80% do público composto por Paulistanos, especialmente convidados, trabalhadores, estudantes e jornalistas do setor. Mais de 85% das pessoas disseram que o evento é bem organizado, sendo a localização, a circulação e a segurança também muito bem avaliados.

Os turistas do evento são especialmente valiosos para a cidade, visto que apresentam um elevado gasto total médio, chegando a quase R\$2.000. Além disso, TODOS os turistas entrevistados que vieram à cidade pela primeira vez afirmaram que voltariam, o que não é de se espantar visto que mais de 90% dos mesmos avaliam a gastronomia, a variedade e a diversidade de São Paulo positivamente.

Por fim, quase 100% dos entrevistados disseram que a prefeitura deve continuar apoiando o evento.

The research at the São Paulo Fashion Week (SPFW) 2019, conducted by the Observatory of Tourism and Events (OTE) from São Paulo Turismo (SPTuris) between October 15 and 18, indicates that the event was a success. In total, 1202 people were interviewed at the Pavilhão das Culturas Brasileiras, inside the Ibirapuera Park.

This is a mostly local event, with more than 80% of the audience composed of Paulistanos, especially guests, staff, students and journalists of the sector. More than 85% of people said the event is well-organized, with location, circulation and safety highly rated.

Tourists of the event are especially valuable to the city, as they have a high average total spending, reaching almost R\$2,000. In addition, ALL tourists interviewed that came to the city for the first time stated that they would return, which is not a surprise since more than 90% of them evaluate the gastronomy, variety and diversity of São Paulo positively.

Finally, almost 100% of respondents said the city should continue to support the event.

Aspectos metodológicos

A margem de erro relativa considerada na pesquisa foi calculada considerando a média e o erro padrão. Devido a amostra de 1202 entrevistas foi considerada a aproximação pela normal para calcular os intervalos de 95% de confiança. O erro padrão foi calculado considerando a fórmula abaixo, onde s representa o desvio padrão amostral e n representa o número total de respondentes.

The relative margin of error considered in the survey was calculated considering the mean and standard error. Due to a sample of 1202 interviews the approximation by normal was considered to calculate the 95% confidence intervals. The standard error was calculated considering the formula below, where s represents the sample standard deviation and n represents the total number of respondents.

$$\text{Erro padrão} = \frac{S}{\sqrt{n}}$$

Sendo assim, a margem de erro para esta pesquisa é de 2 pontos percentuais para mais ou para menos.

Therefore, the margin of error for this research is 2 percentage points for more or less.

Créditos | Credits

Prefeitura de São Paulo

Prefeito | *Major*: Bruno Covas

Secretaria Municipal de Turismo

Secretário | *Secretary*: Orlando Faria

São Paulo Turismo

Presidente | *CEO*: Osvaldo Arvate Junior

Gerente de Pesquisa / *Research Manager*: João Carlos de Oliveira

OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS TOURISM AND EVENTS OBSERVATORY

Analista | *Analyst*: Andrezza Serra

Técnicos | *Technicians*: Davi Melão e Janaina Machado

Elaborado pela Equipe Técnica do Observatório de Turismo e Eventos em outubro de 2019
São Paulo Turismo S/A
observatoriodoturismo.com.br

Av. Olavo Fontoura, 1209 – Portão 35 – Anhembi – Santana - São Paulo – SP – 02012-021
Tel.: (11) 2226-0409 - pesquisa@spturis.com
Visite: spturis.com / cidadedesapaulo.com

O objetivo da São Paulo Turismo é promover a Cidade de São Paulo de forma independente e sem nenhum vínculo com os estabelecimentos mencionados.
As informações que constam nesse material estão sujeitas a revisões sem aviso prévio.

*Research by the Tourism and Events Observatory in October 2019
São Paulo Turismo S/A
observatoriodoturismo.com.br*

*Av Olavo Fontoura, 1209 - Portão 35 - Anhembi - Santana - São Paulo - SP - 02012-021
Tel.: (+55 11) 2226-0409 / pesquisa@spturis.com
Visit: spturis.com / cidadedesapaulo.com*

*The purpose of São Paulo Turismo is to promote the city of São Paulo independently and without any link with the mentioned establishments.
The information in this material are subject to revision without notice.*