

Descubra quem é o turista que vem a negócios e eventos ou por lazer e cultura à São Paulo

Levantamento traça perfil dos visitantes na capital paulista, com indicadores como principais procedências, gasto médio, entre outros detalhes.



À esquerda, Gisele e Roberto, turistas de negócios. À direita, María e Lukas, que viajaram a São Paulo por lazer. Imagem: reprodução/ Observatório do Turismo.

Gisele e Roberto são colegas de trabalho que costumam viajar de duas a três vezes ao mês por motivos profissionais. Atuam há quase cinco anos cada um numa empresa do interior do estado e chegaram à capital de carro para participar de uma feira de negócios. Ambos estão na faixa etária dos 30 aos 39 anos, vão ficar três dias na cidade e gastar entre R\$ 500 e R\$ 600 por dia.

Já a argentina María, de 25 anos, conheceu o alemão Lukas, de 29, em um hostel localizado na Vila Madalena, famoso bairro paulistano conhecido pelos bares e noite badalada. Eles preferem se hospedar nesse tipo de estabelecimento para gastar menos e permanecem cerca de uma semana na cidade, com gasto médio diário de R\$ 190 cada. Combinaram de fazer um city tour por São Paulo junto com outros amigos, além de aproveitar a rica oferta gastronômica e a agitada vida noturna paulistana.

Os quatro personagens citados são fictícios, mas representam o perfil geral dos dois principais tipos de turistas que visitam a cidade de São Paulo todos os anos: aqueles que viajam para fazer negócios ou participar de eventos, e os que visitam por lazer e cultura. Para criar esse “avatar” dos turistas, o Observatório do Turismo, núcleo de estudos e pesquisa da São Paulo Turismo (SPTuris, empresa municipal de turismo e eventos), aplicou questionários em hotéis, eventos profissionais e Centrais de Informação Turística (CITs).

Segundo o secretário especial para Assuntos de Turismo e presidente da SPTuris, Wilson Poit, o levantamento dessas informações contribui no planejamento de ações para melhorar a receptividade dos visitantes. “Sabemos que cerca de 75% dos turistas em São Paulo são motivados por viagem de negócios ou participação em feiras,

congressos e convenções. Mas também temos um público crescente muito forte, que é o turista de lazer e entretenimento, mais econômicos no quesito hospedagem, porém, com tempo de permanência mais longo na cidade, que gosta de conhecer atrativos culturais, sair à noite para os bares e casas noturnas, movimentando toda a cadeia turística”, enfatiza.

Um dos projetos recentes da empresa para acolher ainda melhor os visitantes foi a inauguração de dez novas CITs antes da realização da Copa Mundo. “Duas são fixas, no Aeroporto de Congonhas e no Terminal Tietê, e outras oito itinerantes, com três vans e cinco segways, que permitem atendermos um grande público durante um evento ou num ponto turístico bastante visitado”, exemplifica Poit.

Gastos durante a visita

Cada grupo de turista possui comportamento distinto quando se trata na divisão dos gastos durante uma viagem. Gisele e Roberto, por exemplo, utilizam o táxi como principal meio de transporte na cidade, enquanto os mais jovens Lukas e María preferem locomover-se de ônibus e metrô.

Normalmente, os dois que são colegas de trabalho têm os gastos da viagem custeados pela própria empresa, por isso, aproveitam para conhecer novos restaurantes e fazer compras em São Paulo. Gisele costuma gastar, em média, R\$ 600 por dia, e Roberto cerca de R\$ 500. Por sua vez, María e Lukas, visitantes de lazer, dão preferência a uma programação com atividades mais baratas e fazem questão de aproveitar a vida noturna paulistana, com gasto médio diário de R\$ 190 cada um.

“São Paulo recebeu mais de 13 milhões de turistas em 2013, com gasto médio de R\$ 534 por dia. Este ano, até por conta da Copa do Mundo, o número pode subir para 15 milhões de visitantes e uma receita com o turismo para a cidade na ordem de R\$ 11 bilhões”, aponta o presidente da SPTuris.



Mais mulheres de negócios

O Observatório do Turismo também levantou nos hotéis paulistanos um aumento médio de 5,2% de hóspedes do sexo feminino que visitam São Paulo por negócios ou eventos, no período entre 2011 e 2013. Além disso, elas costumam gastar em três principais atividades, compras, gastronomia e vida noturna.

Assim como Gisele, a maioria é brasileira e viaja sozinha ou com companheiros de trabalho. “É uma ótima oportunidade para a hotelaria e outros estabelecimentos da cidade oferecerem serviços personalizados a esse público específico de mulheres de negócios”, destaca o Poit.

Para fazer consulta dos relatórios na íntegra, faça download no site: www.observatoriodoturismo.com.br.