70% dos turistas que vêm assistir à Fórmula 1 se programam pela internet

Agências de viagens são a opção procurada por 5,7% dos visitantes que vêm à capital paulista curtir o evento.

São Paulo 18 de setembro de 2013 – A internet é a principal forma de aquisição de informação sobre São Paulo para quem vêm assistir à Fórmula 1 e o site oficial do evento (gpbrasil.com.br) é o meio mais usado para a compra dos ingressos. Cerca de 70,7% dos turistas presentes na corrida em 2012 afirmaram a predileção pela rede on-line em uma pesquisa realizada pelo Observatório do Turismo, núcleo de estudos da São Paulo Turismo (SPTuris, empresa municipal de turismo e eventos).

O levantamento demonstra também que 5,7% dos visitantes preferiram planejar suas viagens com agências e que o perfil dos que as procuraram é bem diferente dos que optaram pela internet. Há, por exemplo, uma predominância maior de estrangeiros entre os que buscaram agências. Entre as maiores procedências estão Montevideo (Uruguai), Buenos Aires (Argentina), Caxias do Sul (Brasil), Goiânia (Brasil) e Lima (Peru). Já entre quem optou por se programar on-line, há mais presença de pessoas de Belo Horizonte, Campinas, Rio de Janeiro, Goiânia e Curitiba, todos do Brasil.

Outra diferença é que os turistas que procuram apoio profissional têm mais disposição para gastar e permanecer mais tempo na cidade. De acordo com o estudo, em média, eles gastaram R\$ 991,74 no período de estadia e permaneceram 3,12 dias, enquanto quem se informou e comprou pela internet gastou R\$ 871,65 e permaneceu 2,7 dias.

O presidente Marcelo Rehder, explica que a aumento de usuários, a facilidade de acesso da banda larga e popularização das grandes redes sociais provocaram uma enorme mudança no modo de fazer turismo. “A atuação do elemento humano continua indispensável, mas há uma procura cada vez maior pela praticidade e instantaneidade proporcionada pela internet, não só na aquisição de ingressos, hospedagem e locomoção, mas também no acesso à informação. Um mercado promissor para profissionais e empresas que optaram por convergir os dois modelos”, afirma.