

Fonte:<http://ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/6-curiosidades-sobre-a-revenda-de-ingressos-no-brasil/>

- [IBOPE INTELIGÊNCIA no Twitter](#)
- [IBOPE INTELIGÊNCIA no Facebook](#)
- [IBOPE INTELIGÊNCIA no LinkedIn](#)
- [IBOPE INTELIGÊNCIA no Youtube](#)
- [IBOPE INTELIGÊNCIA no instagram](#)

IBOPE

inteligência

- [ELEIÇÕES](#)
 - [Pesquisas](#)
 - [Guia de leitura](#)
 - [Dúvidas frequentes](#)
- [NOTÍCIAS & PESQUISAS](#)
- [INSTITUCIONAL](#)
- [PRODUTOS E SERVIÇOS](#)
- [CONTATO](#)
 - [Fale Conosco](#)
 - [Ouvidoria](#)
 - [Imprensa](#)
 - [Contato](#)
 - [Fact Sheet](#)
 - [Política de Divulgação](#)
 - [Seja um Fornecedor](#)
 - [Trabalhe no IBOPE](#)

1. [Home](#)
2. [Notícias & Pesquisas](#)
3. 6 curiosidades sobre a revenda de ingressos no Brasil

Notícias e Pesquisas

11 Jun2018

Tweet

0
[Comentário](#)

6 curiosidades sobre a revenda de ingressos no Brasil



Pesquisa da StubHub em parceria com o Ibope Inteligência revela comportamento de brasileiros em relação a ingressos para shows e festivais

A revenda de ingressos para shows e festivais é uma realidade bastante difundida no Brasil e, para entender como os brasileiros se comportam em relação aos seus ingressos, a StubHub, maior plataforma de compra e venda de ingressos do mundo realizou com o IBOPE Inteligência uma pesquisa com 1.000 entrevistados de todas as partes do país. 60% deles compraram ingressos para um a três eventos entre abril de 2016 e abril de 2017. Outros 24% compraram ingressos para quatro a seis eventos e os 16% restantes compraram mais de seis ingressos de eventos ao longo do ano. Confira os principais achados:

1- 43% já compraram ingressos para um evento e não puderam comparecer

A porcentagem é ainda maior entre o público jovem, chegando a 50% na faixa de entrevistados de 25 a 34 anos. Destes, 27% venderam seus ingressos, 47% os doaram e 23% não fizeram nada, o que levou o ingresso a ser perdido. *“É muito comum que a venda de ingressos para um evento seja anunciada com muitos meses de antecedência. Neste período, compradores podem ter imprevistos que os impeçam de comparecer e é importante que tenham autonomia em relação ao que fazer com estes ingressos. 23% de ingressos perdidos representam um prejuízo grande para os compradores e assentos vazios para a casa de shows”,* afirma Daniela Marques, gerente de relações públicas da StubHub no Brasil.

2- 83% já compraram ingressos de outra pessoa

Destes, 58% compraram o ingresso pessoalmente – de conhecidos, vendedores conhecidos na internet ou na revenda de rua, potencialmente sem segurança na transação – e 45% online.

3- 32% dos entrevistados procuram alternativas para comprar eventos esgotados

No Brasil, é comum que grandes artistas internacionais tenham seus ingressos esgotados rapidamente, o que leva muitos fãs a procurarem alternativas para a compra conforme o evento se aproxima. A internet – sobretudo por meio de redes sociais e plataformas de compra e venda – é o principal espaço em que compradores buscam essas alternativas.

4- 76% querem ter autonomia em relação a como revender seus ingressos

O sentido de propriedade é forte: além da autonomia sobre a revenda, 71% dos entrevistados acreditam que, ao comprar um ingresso, ele se torna propriedade do comprador, que deve poder, portanto, fazer o que quiser com ele. 67% acreditam que o vendedor deve ser livre para determinar o preço do ingresso.

5- 55% dos entrevistados comprariam mais ingressos se tivessem mais opções de revenda

Entre o público de 25 a 34 anos, a porcentagem cresce para 62%. *“Os fãs brasileiros buscam uma garantia de que não terão seu dinheiro desperdiçado, o que é importante em um cenário em que a venda primária de ingressos é anunciada, às vezes, com mais de um ano de antecedência”,* reforça Daniela.

6- 85% acreditam que plataformas de compra e venda online sejam as opções mais seguras para se comprar ingressos revendidos

Há uma desconfiança em relação a ingressos disponibilizados em redes sociais e na revenda de rua, considerados seguros apenas por 17% e 20% dos entrevistados respectivamente.

Sobre a pesquisa

A pesquisa é uma realização do IBOPE Inteligência encomendada pela StubHub para avaliar o comportamento dos brasileiros em relação à revenda de ingressos para eventos culturais no Brasil. O estudo foi feito entre 17 e 27 de abril de 2017 com 1.000 internautas brasileiros de mais de 16 anos que tivessem comprado ingressos para eventos nos últimos doze meses. A margem de erro da pesquisa é de três pontos percentuais.

DADOS DA PESQUISA

Nome da pesquisa

Comportamento de brasileiros em relação a ingressos para shows e festivais

Margem de erro

3 pontos percentuais.

Tema

Cultura e lazer

Contratante

StubHub

Período

17/04/2017 a 27/04/2017

Local

Brasil

Amostra

1.000 internautas brasileiros de mais de 16 anos que tivessem comprado ingressos para eventos nos últimos doze meses