# Turismo de compras na região da R
# ua 25 de Março movimenta R$ 5 bilhões em dezembro na capital

*Cerca de 70% dos turistas que frequentam a região nessa época são motivados por revenda de produtos.*

Comércio na Rua 25 de Março. Foto: Caio Pimenta/SPTuris

Dezembro é um dos meses mais movimentados no comércio para as compras de festas de fim de ano e Natal. E a região da Rua 25 de Março, famosa via paulistana que conce ntra grande diversidade de lojas e produtos a preços acessíveis, costuma ficar bastante agitada nessa época.

Conforme dados levantados pelo Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, núcleo de estudos da São Paulo Turismo (SPTuris, empresa municipal de turismo e eventos), apenas os turistas que frequentam a região em dezembro geram movimentação econômica da ordem de R$ 5 bilhões na capital paulista. O montante não leva em conta compras de moradores da capital paulista, nem da Região Metropolitana de São Paulo, de cidades como São Bernardo do Campo, Santo André, Guarulhos e Osasco.

Segundo o secretário especial para Assuntos de Turismo e presidente da SPTuris, Wilson Poit, esses números mostram a importância do segmento de turismo de compras. “Além do comércio popular da 25 de Março, Brás, Bom Retiro e rua Santa Ifigênia, ainda tem o segmento de luxo de ruas como a Oscar Freire e renomados shoppings, que atraem especialmente os turistas nacionais. São Paulo é a cidade brasileira com maior capacidade de atração de visitantes motivados por compras. Todos tem um parente ou amigo que vem ao menos uma vez por ano com esse objetivo”, afirma.

De acordo com o levantamento, considerando apenas a Rua 25 de Março, 70% dos turistas estão na região motivados por revenda de produtos e o gasto médio dos compradores para negócios, somente com compras, é de R$ 1.150.

O lestudo ainda aponta que 97,5% das pessoas que foram ao Mercado Municipal também visitaram a Rua 25 de Março e a grande maioria é formada por brasileiros. “Como o Mercadão é muito próximo da rua e um dos pontos turísticos mais visitados da cidade, muita gente que vai fazer compras acaba indo pra lá para almoçar ou comer um lanche”, destaca Poit.

“Além disso, ali perto também é possível conhecer o Mosteiro São Bento e outros atrativos da região do centro histórico. Toda essa oferta também atrai turistas de lazer, que não vão apenas para fazer compras. São Paulo é sinônimo de negócios, de entretenimento, de compras, de cultura, de gastronomia. São Paulo é tudo isso!”, completa.

**Perfil do comprador**

Os dados do Observatório revelam que o público que frequenta a Rua 25 de Março é bastante dividido em relação ao gênero, com proporção de praticamente a metade para cada: 50,5% são mulheres e 49,5% são homens. A maioria das pessoas é de cidades do interior do Estado de São Paulo, totalizando 72,2%.

Em relação à idade, das pessoas que foram ao Mercado Municipal e também fizeram compras na Rua 25 de março, 28,4% está na faixa etária de 30 a 39 anos e 21,3% possui de 40 a 49 anos. Os salários mensais predominantes são de R$ 1.867 R$ 3.110 (27,5%) e de R$ 3.111 a R$ 6.220 (25,8%).

Quem faz compras na Rua 25 de Março muitas vezes também não se hospeda na cidade (43%). Quem pernoita em São Paulo, no entanto, normalmente se hospeda na casa de amigos e parentes (24%) e ou em hotéis (22%), com destaque para os econômicos.

Em outro levantamento, que abrangeu visitantes em geral, quase 31% veio a São Paulo motivado pelas compras, seguido por lazer com 29,5% e negócios com pouco mais de 22%. A capital paulista também tem outros locais de interesse para os turistas que querem gastar. Cerca de 15% dos visitantes que vão às Centrais de Informação Turística (CITs) administradas pela SPTuris procuram informações sobre compras. Desse grupo, quase 50% estão interessados em shoppings, em torno de 25% em ruas de comércio especializado e 20% em feiras de arte e antiguidades.

Este e outros estudos estão disponíveis no site www.observatoriodoturismo.com.br.