

SPTuris realiza pesquisa inédita na Rua 25 de março

Pesquisa inédita realizada pela São Paulo Turismo revela o impacto que a rua de comércio popular representa e ainda mostra o perfil do frequentador.

A São Paulo Turismo (empresa municipal de turismo e eventos, SPTuris) realizou por meio do seu Observatório de Turismo e Eventos (núcleo de estudos e pesquisas) um levantamento inédito na região da via de comércio popular mais conhecida da cidade, a Rua 25 de Março. O objetivo do estudo é identificar o perfil do frequentador, medir o impacto do turismo e a movimentação financeira que ocorre ali e que alcança R\$ 120 milhões por dia, podendo chegar a R\$ 300 milhões diários em datas especiais, no Dia das Mães, Parada LGBT, Dia dos Namorados e Natal.

A pesquisa entrevistou mais de 1,4 mil pessoas e mostrou que 76% dos frequentadores são paulistanos, outros 15% de outras cidades do estado de São Paulo e 9% vem de outras regiões do país. Entre os paulistanos, a região leste é a que mais envia compradores (42%); já a zona norte, registra apenas 18,3%. Outro dado interessante revela que as mulheres entre 25 e 39 anos, com ensino médio completo ou superior (72%) são a maioria (67%) e os produtos mais procurados na região são bijuterias (21%), vestuário (16%) e artigos para festa (15%).

Para o secretário municipal para Assuntos de Turismo e presidente da SPTuris, Wilson Poit, a pesquisa vai ajudar a entender melhor quem são essas 400 mil pessoas que frequentam a rua diariamente. “Frequentemente nos procuravam buscando informações sobre a região da Rua 25 de Março e não tínhamos as informações. Era uma demanda reprimida e que agora poderá ser melhor trabalhada”, afirma. Ele ainda ressalta que a fama que local possui é extremamente positiva. “Veja, 95% das pessoas afirmaram na pesquisa que não estavam ali pela primeira vez, e 90% disseram que pretendem voltar em outras ocasiões”, completa. “O local é um grande atrativo da cidade. Que destino no mundo não gostaria de ter um atrativo que pode movimentar mais de R\$ 300 milhões em um dia?”, finaliza Poit.

Motivações – Quem decide ir à região da Rua 25 de Março, em sua maioria, vai para compras pessoais (75%) e somente 5% vão para compras de negócios. Entre as motivações pela escolha da região, as principais são: preço (71%) e variedade de produtos (22%).

A facilidade de acesso também foi citada na pesquisa e o transporte público é o preferido: 40% vão de metrô, 33% utilizam ônibus e apenas 16%, o carro.

Sobre turistas – A maioria dos visitantes que vem para São Paulo realizar compras na região da Rua 25 de Março permanece na cidade em média dois dias e tem um gasto diário de aproximadamente R\$ 100 no local. Boa parte vem de carro (23%), trem (20%) ou ônibus fretado (19%). Entre as atividades realizadas, além das compras na via, estão respectivamente, compras em outros locais (35%), gastronomia (25%), parques ou áreas verdes (6%) e visita a parentes e amigos (5%).

A pesquisa também contou com o apoio da Univinco (União dos Lojistas da Rua 25 de Março) e está disponível na íntegra no site do Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo www.observatoriodoturismo.com.br.

[PORTAL EVENTOS \(05/08/2015\)](#)