

Uma praia bem paulistana

Raul Sulzbacher

“Yes, São Paulo também tem sua praia! Na metrópole de muitas credenciais, seus mais de 80 shoppings fascinam gente de todos os cantos durante os sete dias da semana. São mais de 30 milhões de pessoas que frequentam mensalmente esses paraísos das compras, que fazem da cidade uma referência mundial.

O passeio no shopping é um dos roteiros obrigatórios para paulistanos e visitantes. Essa paixão vem de anos e já gerou importantes mobilizações. Em 1986, o São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPCVB) apoiou a campanha de abertura do comércio aos domingos, pleiteada por empresários dos shopping centers, superintendentes de estabelecimentos comerciais e lojistas. Uma conquista para o consumidor e também para a atividade econômica da cidade.

É curioso lembrar como o comércio aos domingos, hoje parte do nosso dia a dia, encontrou à época forte resistência de diversos setores da sociedade. Para alguns, a medida geraria desagregação familiar, pois o domingo deve ser dedicado à família. Os religiosos apontavam que as pessoas trocariam a missa pelo consumo. E muitos defendiam os direitos dos funcionários que teriam que trabalhar aos domingos. Após 25 anos, não imaginamos mais o passeio dominical sem uma paradinha no shopping. São possibilidades de compras e entretenimento capazes de divertir crianças, jovens, adultos e a terceira idade.

Mas, em se tratando de consumo, temos muitas outras praias. São mais de 240 mil lojas e 59 ruas de comércio especializado, desde roupas de luxo, comércio popular, eletrônicos, móveis, instrumentos musicais, noivas, carros e motos. Toda essa oferta atrai os mais de 11,7 milhões de visitantes que vêm para cá anualmente a negócios, que aproveitam a estada na metrópole para as compras. No mês de dezembro, o turismo muda completamente. Saem os engravatados e chegam visitantes, de todo o País e até do exterior, para as tradicionais compras de fim de ano.

Segundo o Observatório do Turismo e pesquisa da SPTuris realizada no segundo semestre do ano passado, 7,3% dos gastos dos 11,7 milhões de visitantes que vêm a São Paulo correspondem a compras. Trata-se também da principal atividade secundária dos visitantes hospedados em hotéis da cidade (54,7%), seguida por lazer e negócios.

Acostumados a receber tantos visitantes, os estabelecimentos comerciais são diversificados e criativos. Lembrando também que toda essa infraestrutura do comércio existente na capital possibilita a criação de milhares de empregos diretos e indiretos. Vamos às compras!”

Raul Sulzbacher - Vice-presidente financeiro do São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPCVB) e presidente da Câmara dos Dirigentes Lojistas do Shopping Center Iguatemi - raul@rauls.com.br

Fonte: Propmark, São Paulo, 8 ago. 2011, p. 26.