



MEDEIROS, Delma. Magashopping vira nova atração turística: maior da América Llatina, Shopping parque D. Pedro atrai gente de todo o País; muitos vêm apenas para conhecer o empreendimento. Correio Popular, Campinas, 27 abr. 2003.

DELMA MEDEIROS
Da Agência Anhangüera
delma@rac.com.br

Mais que um centro de compras, o Shopping Parque D. Pedro, inaugurado há pouco mais de um ano, se transformou em um ponto de atração turística da cidade, atraindo moradores da região de Campinas e até de outros estados, como Minas Gerais e Paraná. As características especiais do centro de compras temático, concebido como um parque natural, respondem pela circulação mensal de 1,8 milhão de pessoas no local, o equivalente a 60 mil por dia.

A mineira Dalva de Souza Campos, de Pouso Alegre, afirma que sempre vem a Campinas "dar uma passadinha" pelo shopping. "Gosto muito daqui; é bonito e amplo", afirmou. Na última visita, levou a filha Adriana para conhecer o local. "Gostei demais. É muito bonito, com muitas lojas e praça de alimentação variada", aprovou Adriana.

Conhecer o maior shopping da América Latina foi o que motivou também o grupo paulistano de terceira idade a incluir o D. Pedro na visita feita à cidade. O grupo, que fretou um ônibus para a viagem, participou de uma missa na Igreja Maria Porta do Céu e depois foi conhecer o shopping. "Viemos almoçar e também conhecer o lugar", contou Aída Lopes, explicando que tinha ouvido falar e estava curiosa para conhecer o local. "Adorei. É muito bonito. Virei outras vezes, porque hoje o tempo foi curto e não deu para conhecer tudo", completou Arcângela Júlia

dos Santos, apoiada pelo casal Alice e Pedro Rizzo, todos de São Paulo.

Pesquisas sobre o público visitante revela que, durante a semana, 60% dos frequentadores são moradores de Campinas, contra 40% da região. "Nos finais de semana, esse índice se inverte, com 60% de visitantes de fora e 40% de Campinas", informou o superintendente do Parque D. Pedro, Wagner Geraldês.

A surpresa, segundo ele, é que do total de visitantes de outras localidades, 9% são paulistanos. "Do restante, a maioria é da macrorregião, mas recebemos também visitantes de locais mais distantes e até de outros estados", comentou. Ele informou que o D. Pedro recebe um público mensal estimado em 1,8 milhão de pessoas.

Apesar de não ser mais uma novidade para os campineiros e moradores da região, as visitas ao centro de compras são incluídas até em pacotes de hotéis da cidade e região. Geraldês contou que o The Royal Palm Plaza, por exemplo, costuma programar essas visitas nos pacotes de eventos como congressos, simpósios e outros.

Para o superintendente, além do *pool* de 368 operações (das quais 6% não localizadas) e área de lazer privilegiada – com 34 lojas de *fast food*, sete restaurantes, duas boates, um cinema multiplex com 15 salas e boliche, com estacionamento gratuito e segurança garantida por monitoramento por câmeras 24h e vigias à noite –, o Parque D. Pedro tem parceiros exclusivos como a megastore de cultura Fnac.

PASSEIO

O casal Sueli e Jair Mandro, na companhia dos filhos

Daiane e Daniel, de Charqueada (SP), programou a visita ao shopping como o passeio familiar do fim de semana. "Ouvimos falar muito do Parque D. Pedro e estávamos curiosos para conhecer", disse Jair. Priscila Souza Nunes, de Sumaré, aproveitou a necessidade de comprar ovos de Páscoa para conhecer o shopping. A animação de sua filha Aline, brincando com a água da fonte, dispensava comentários.

Priscila confessou que achou tudo muito bonito, mas a grande extensão se revelou um problema. "Acabei me perdendo e nenhum guarda sabia me informar qual a saída mais próxima para o ponto de ônibus da Ouro Verde", reclamou.



Excursão da terceira idade ao shopping: centro de compras registra turismo inusitado



Grupo da terceira idade em frente a uma das entradas do D. Pedro: atraindo curiosos