

REAL FRACO AFETA AMERICANOS

Todos os anos, quase um milhão de brasileiros vão aos Estados Unidos para passear e, principalmente, comprar. Famoso pelos gastos exagerados e pagamento em *cash* (dinheiro vivo), o turista brasileiro injetou, só no ano passado, cerca de US\$ 2 bilhões na economia norte-americana. Mas a crise brasileira chegou à terra do Tio Sam.

Como o dólar ficou até 45% mais caro para os brasileiros, o número de viagens para os Estados Unidos está caindo.

Nova York, Orlando e Miami são as cidades que mais sentirão o baque. Fazer compras em Nova York é o programa predileto de 97% dos turistas brasileiros que aterrissam na cidade, segundo dados de 1997 do *New York Convention & Visitors Bureau* (NYCVB).

No ano passado, 333 mil brasilei-

ros — o quinto maior grupo entre os turistas estrangeiros — deixaram quase US\$ 30 milhões em compras na cidade, conforme o NYCVB. Cada visitante tirou do bolso, em média, US\$ 235 por dia, dos quais US\$ 82 foram parar no caixa de lojas de departamentos e restaurantes.

Na Flórida, outro destino concorrido, os brasileiros são o terceiro grupo em números de visitantes, mas os gastadores número um. Em média, torram US\$ 2.370 per capita, quase o dobro do que gastam os japoneses (US\$ 1.143), segundo o Setor de Indústria e Turismo do Departamento de Comércio dos Estados Unidos.

Rene Duvekot, diretor da *Duvekot Services*, empresa de consultoria para companhias que fazem negócios com o Brasil, prevê que a desvalorização do real provocará uma redução no fluxo de turistas brasileiros para os

Estados Unidos. "Com o dólar 45% mais caro, certamente veremos uma queda no turismo", prevê.

Na realidade, alguns brasileiros já cancelaram reservas de passagens aéreas e de hotéis e a preocupação entre os comerciantes norte-americanos está aumentando. Christiane Sesostris, gerente da loja de artigos luxuosos Louis Vuitton, em Miami, diz que notou um declínio de 6% no número de consumidores brasileiros desde setembro passado. "Estou um pouco preocupada porque os brasileiros são bons clientes", diz ela.

Richard Cohen, presidente da Ermenegildo Zegna USA, loja de roupas masculinas italianas, também teme a "quase completa redução de seus negócios com brasileiros". E justifica dizendo que os brasileiros são clientes preferenciais, pois compram artigos de luxo e pagam em dinheiro vivo.