

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 *Ermeneigildo 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.