

## **Na Oscar Freire, apreensão. Na 25, o inimigo ainda é a China**

*Enquanto o varejo de luxo sente o sumiço dos clientes, o popular se mantém*

A crise mundial começou a prejudicar a economia real brasileira. Mas o impacto ainda não é forte nem igual em todos os lugares. Nos últimos três dias, o Estado percorreu duas conhecidas ruas de comércio de São Paulo, a Oscar Freire, que concentra um grande número de grifes e produtos de luxo, e a 25 de Março, grande centro de comércio popular.

Se as duas já eram contrastantes pelos produtos que ofereciam, a reação de ambas à crise as tornou ainda mais diferentes. Enquanto a 25 de Março continua abarrotada de gente, a Oscar Freire viu seus consumidores tornarem-se muito cautelosos.

"Tanto o movimento quanto o tíquete médio caíram", conta Elizângela Leão, subgerente da loja da marca esportiva Reebok na Oscar Freire. "Faz três anos que a loja abriu e é a primeira vez que o movimento cai nesta época. Em geral, os meses fracos são janeiro e fevereiro, não setembro e outubro."

Ela acredita, no entanto, que seja apenas cautela dos clientes. "Uma vez passada a onda forte da crise, eles voltam." Na sexta-feira, a cena mais freqüente era ver as pessoas observando as vitrines e seguindo em frente.

"Você percebe que os clientes estão receosos", diz Mickey Cinerman, proprietário da Presentes Mickey. "Com a queda das bolsas, muita gente perdeu dinheiro que tinha aplicado e agora está esperando para ver o que vai fazer. As compras ficaram para depois." Ele afirma que apenas as vendas por lista de casamento continuam estáveis. "As pessoas continuam casando e os convidados têm de comprar presentes."

Mesmo que a crise fique menos intensa, Cinerman afirma que o recente aumento do dólar terá impacto sobre os preços. "Todos os fornecedores estão reajustando tabela e, pelo menos em parte, precisamos repassar ao consumidor." Para ele, será impossível, com essa crise, o governo manter a meta de inflação em 4,5% neste ano. "Mas só ao longo dos próximos 30 dias vamos poder ter uma idéia do que aconteceu."

A subgerente da grife Canal, Melissa Cardiel, diz que a principal perda foi na clientela de fora. "Os estrangeiros sumiram", conta. "Acho que, com essa crise, eles preferiram ficar em casa a gastar dinheiro passeando por aqui."

Apesar do sumiço da clientela, as lojas da região ainda não estão tomando as medidas previstas por muitos economistas, como juros maiores e, especialmente, prazos menores. Em todas as lojas consultadas, as formas de pagamento e os prazos continuavam os mesmos. "A gente busca até facilitar para o cliente comprar", diz Melissa.

### **EMPURRA-EMPURRA**

Se na zona oeste havia espaço para olhar vitrines, no centro da cidade a 25 de Março continuava a balbúrdia de sempre. As calçadas tomadas pelos camelôs e a rua cheia de pedestres, amontoados ao redor dos carros e se empurrando para entrar nas lojas.

"Não sentimos diferença nenhuma no movimento", diz o gerente da Aslan Aviamentos, Cristiano Francisco. "A China ainda é um incômodo muito pior para nós do que os EUA", comenta, apontando para os camelôs na rua.

No Armazinhos Fernando, uma das maiores lojas da região, o gerente Ondamar Ferreira afirma que houve até um aumento no número de clientes em relação ao ano passado. "Eu acho que essa crise até pode afetar o Brasil, mas não sei como nem quando. Por enquanto, está tudo normal e nossas perspectivas para o fim do ano são excelentes." Segundo ele, outubro é o melhor mês do ano para a loja, por causa do Dia das Crianças. "Só perde para o Natal."

Havia, sim, reclamações, mas esparsas. "Aqui o movimento diminuiu uns 30% nas duas últimas semanas", diz o gerente da Global Shoes, Davi Oliveira. "Mas eu só vou ficar preocupado se essa baixa continuar depois do dia 7, quando todo mundo já recebeu o salário. Até lá, pode ser só que as pessoas querem saber se a crise afeta o bolso delas."

Os mais preocupados eram os lojistas que trabalham com importados. "Já fiz os pedidos de Natal, agora vou ter que correr para negociar o preço", diz Teresa Lee, gerente da Selina, loja de bijuterias voltada para atacadistas. Todos os produtos vêm do exterior, negociados em dólar. "O jeito é repassar o preço; aí, pode ser que a crise tenha algum efeito."

**Fonte: O Estado de S.Paulo, São Paulo, 5 out. 2008, Economia & Negócios, p. B8.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais