

Focos de expansão

• A recessão de 99 tem ilhas de prosperidade. Áreas inteiras da economia não viram a cara da recessão. A agricultura cresce e encomenda cada vez mais. A New Holland vendeu em abril 25% mais tratores. A área de telecomunicações deve ter R\$ 10 bilhões de investimentos este ano, na previsão da Lucent. A fábrica da Azaléia na Bahia tem hoje 1.200 funcionários a mais do que tinha no ano passado. E o setor de petróleo deve viver um boom.

— O clima entre os associados é de otimismo — diz Antonio Correia Lacerda, economista da Abinee, Associação Brasileira da Indústria Eletro-Eletrônica.

A razão: as vendas e encomendas na indústria, destinadas às empresas de energia elétrica e de telecomunicações, superaram em abril e maio o movimento do mesmo período do ano passado em todos os segmentos.

Na área de telecomunicações, houve um período de paralisia logo após a privatização. Era a época da repactuação dos contratos. Agora, tudo revisto, as operadoras retomaram os pedidos.

— Pelas minhas contas os negócios com telecomunicação terão investimentos de R\$ 10 bi este ano. Fechamos para este ano encomendas no valor de R\$ 500 milhões — conta o presidente da Lucent no Brasil, José Roberto Ferraz de Campos.

O executivo explica que depois da primeira fase de investimentos obrigatórios as telefônicas vão entrar numa segunda fase de forte competição, o que deve levar a novos investimentos.

No setor de energia, empresas de geração, transmissão e distribuição também estão encomendando mais. No setor de petróleo deve começar agora, com a abertura da exploração e produção, uma fase de forte investimento.

José Guilherme Reis, economista-chefe da CNI, tem um quadro claro desta diferença de ritmo na economia. Áreas inteiras em recessão, faturando menos e demitindo e outros setores da economia que passam por um processo de recuperação. Na lista de quem cresce estão todos os setores que giram em torno da agricultura: implementos agrícolas, fertilizantes e defensivos, por exemplo. Além disso, estão crescendo parte do ramo de eletroeletrônicos, aços, calçados, têxteis, telefonia, e até as autopeças.

— A tendência é uma melhora gradual. Os números de março e abril são de certa forma um desafogo do pouco consumo de janeiro e fevereiro. Minha expectativa é que o último trimestre deste ano supere o último trimestre do ano passado — diz o economista.

A Azaléia, líder de mercado de calçados esportivos e femininos, manteve seus planos de investimento, apesar da turbulência, e não se arrepende. A planta industrial que começou a funcionar no Sul da Bahia já tem 1.200 funcionários a mais que o ano passado. A indústria de calçados produziu, em 98, 350 milhões de pares para o mercado interno e 150 milhões para a exportação. Hoje, nas contas do setor, o mercado interno vai se manter estável e as exportações devem crescer no mínimo 10%, mas podem chegar a um crescimento de 25%.

— Há dois movimentos em curso — explica Gumerindo Neto, diretor de marketing da Azaléia. — No mercado interno aumentou muito a procura por calçados mais baratos, valores abaixo de R\$ 20. Os pre-

ços estão caindo em média 15%. E o mercado externo voltou a encomendar. Tanto os Estados Unidos quanto a Europa — diz o executivo.

Nas empresas que fornecem para a agricultura é mais forte a sensação de crescimento. A New Holland vendeu no ano passado cinco mil tratores e colheitadeiras para os agricultores. Este ano estima vender mais de seis mil.

— Em janeiro todo mundo pensou no pior. A primeira coisa que passa pela cabeça, no meio de uma crise, é cortar 10% em tudo. Mas já em abril vendemos 25% mais que no ano passado. O câmbio foi desvalorizado para aumentar as exportações, mas pelo menos aqui na nossa empresa o que estamos sentindo é uma queda generalizada nas vendas para toda a América Latina. O que compensa é o aumento do movimento dentro do país, principalmente por causa das culturas de soja e arroz — conta Francesco Pallaro, diretor comercial da montadora.

Em 98 as empresas de defensivos agrícolas faturaram R\$ 2,2 bilhões. Este ano devem faturar 10% mais. Quando veio o aumento do dólar as empresas só conseguiram repassar parte da desvalorização, porque o agricultor não aceitou novas tabelas. O dólar médio no setor ficou em R\$ 1,60. Depois do susto de janeiro três setores se destacaram e estão impulsionando as vendas a novos patamares. Laranja, que viu o preço internacional quase dobrar, está retomando a colheita e espera uma safra recorde. A soja e o milho, que estão em fase de plantio, e os hortifrutigranjeiros que passam por forte expansão do consumo.

— Os hortifrutigranjeiros continuam a crescer a uma taxa de 20% a 30% ao ano — conta Luiz Carlos Louzano, gerente de marketing da área de biotecnologia da Cyanamid. — A população está exigindo verduras de qualidade.

Isto é reflexo de uma radical mudança de hábitos de consumo alimentar que está ocorrendo no país.

— Nunca se consumiu tanto tomate para molho neste país. O setor de saladas semiprontas está em forte expansão.

Não há dúvida que o país está em recessão, mas desta vez não é uma queda generalizada. Há setores em recessão, outros em crescimento e outros que ensaiam uma recuperação.

Os eletroeletrônicos de consumo são um exemplo. Os números da Eletros mostram vendas 30% menores do que no passado. Mas em maio os brasileiros compraram 27 mil televisões a mais do que em abril. Um aumento de 9,2%. Em abril, as vendas de ar-condicionado foram 16,5% maiores do que em março, as de micro-onda cresceram 15,4% e as de aspirador de pó, 25%.

— É impressionante a vitalidade da economia brasileira, espanta-se Amaury Bier, secretário executivo do Ministério da Fazenda. Ninguém esperava que ela fosse reagir assim.