

ESTADO DE SÃO PAULO

Economia dá sinais de

reativação

Recuperação ainda é lenta, mas já atinge vários setores da indústria e comércio

GLEISE DE CASTRO

Depois da apatia generalizada que se seguiu ao Plano Collor 2, a economia começa a dar sinais de recuperação. É um movimento ainda tênue e restrito a alguns setores, cuja extensão e duração nem economistas nem empresários conseguem prever. Os setores têxtil, alimentício, de produtos de higiene e limpeza, eletroeletrônico e de embalagens começaram a registrar, desde a segunda quinzena de fevereiro, indícios de recuperação das perdas dos últimos meses.

Os consumidores estão voltando a comprar, embora em ritmo ainda lento, mas o suficiente para animar muitos empresários desses setores. Eles apostam também numa possível estabilização em março, quando todos os trabalhadores tiverem recebido seu primeiro salário depois do Plano Collor 2, reajustado pela média dos 12 meses anteriores.

Esse reajuste — calculam — pode representar um ganho em relação a fevereiro se os preços ficarem efetivamente congelados. Há também o rendimento menor do mercado financeiro que deverá desencorajar a poupança. Tudo isso somado resultará — prevêem os empresários — num consumidor com a sensação de mais dinheiro no bolso, desconfiado das aplicações financeiras, e, portanto, com uma predisposição maior de comprar.

“Ainda é cedo para se falar em uma nova tendência”, adverte Emilio Alfieri, assessor-econômico da Associação Comercial de São Paulo. Apesar disso, ele acha que alguns dados positivos começaram a aparecer. As vendas a prazo em São Paulo, por exemplo, praticamente pararam de cair em fevereiro, com uma redução de apenas 0,5% em relação a fevereiro de 1990. E, comparadas a janeiro deste ano, chegaram a registrar um crescimento de 9%.

As vendas à vista, porém, continuam mantendo a tendência de queda, com 20,7% a menos do que em fevereiro de 1990. A disparidade entre os movimentos dos dois tipos de vendas deve-se, na avaliação de Alfieri, ao fato de que as taxas de juros nominais dos crediários caíram pela metade, de cerca de 30% para 15% aproximadamente, o que estimulou a compra a prazo de bens duráveis, como eletrodomésticos e eletroeletrônicos.

A reação no consumo desses produtos já está sendo constatada pela Refrigeração Paraná (Refripar), que comer-

cializa as marcas Climax, Consul, White Westinghouse, Prosdócimo e Sanyo. O crescimento das vendas levou a empresa a operar com sua capacidade máxima — uma produção diária de 4.600 produtos, 12% a mais do que no início de 1990.

A indústria de vestuário também começa a registrar ligeira reação. Na apresentação das novas coleções de inverno, que serão entregues entre este mês e junho, os fabricantes estão tendo a agradável surpresa, segundo Jaime Pasmnik, presidente do Sindicato do Vestuário de São Paulo, de ver ressurgir as compras via pedidos. Antes, a disposição geral dos lojistas era a de adiar os negócios e deixar para comprar o que precisassem de fábricas que produzem para pronta entrega.

Os fornecedores dessa indústria, os atacadistas de tecidos, também acusam uma retomada dos negócios. Segundo Jorge Hamuche, presidente do Sindicato de Comércio Atacadista de Tecidos e Vestuário do Estado de São Paulo, o movimento ascendente das vendas começou depois da segunda quinzena de fevereiro, embora em ritmo bastante lento. Ele estima que durante o mês todo os atacadistas venderam 80% do volume previsto antes da edição do Plano Collor 2.

Uma retomada um pouco mais consistente está ocorrendo nos setores de alimentos e de produtos de higiene e limpeza, o que pode ser constatado até pela reação provocada na indústria de embalagens. Segundo Sergio Habersfeld, diretor-superintendente da Toga Embalagem e presidente do Sindicato de Artefatos de Papel, Papelão e Cortiça de São Paulo, o segmento de embalagens flexíveis, destinadas a esses produtos, registrou crescimento entre 5% e 7% nas encomendas para março, em relação a dezembro, janeiro e fevereiro. Nos demais tipos de embalagem, os negócios continuam parados. De qualquer forma, na opinião de Alberto Barbagallo, diretor da Empax e da Associação Brasileira de Embalagens, esses sinais de recuperação, embora localizados, animam os empresários.

No setor alimentício, as vendas estão superando as previsões feitas antes do Plano. “Ainda não dá para saber quanto cresceram e até onde vai esse movimento, mas é um fato concreto”, diz Alvaro Furtado, secretário-geral do Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Estado de São Paulo. Mais prudente, Sérgio Mendes, diretor-executivo da Associação Paulista de Supermercados (Apas), embora confirme a retomada das compras pelo consumidor, diz que só nos próximos meses será possível dizer se essa reação é ou não uma tendência real de mercado.