

DOMINGO - 5 DE JANEIRO DE 1992

O ESTADO DE S. PAULO - 1

O Brasil que anda e vence a recessão

Economia
A crise foi contornada com sucesso pela agricultura, fábricas de ônibus e cerveja, e redes de fast food

Apesar da recessão, que vem encolhendo o conjunto da economia desde o ano passado e deverá se aprofundar pelo menos no primeiro trimestre deste ano, existem setores que conseguem passar ao largo da crise, exibindo uma expansão que contrasta com o quadro geral de desalento. Entre os setores que continuam indo em frente e prometem um bom desempenho em meio ao quadro sombrio esperado para 1992, estão a agricultura, a produção de aves e ovos, a fabricação de ônibus, as redes de franquia, as lojas de fast food e a indústria de cerveja.

Os números da agricultura indicam um crescimento significativo em 1992, com uma safra 14,5% maior do que em 1991, conforme estimativa do Ministério da Economia. A colheita de grãos deve passar de 57,43 milhões de toneladas em 1990, para 65,61 milhões, consequência da liberação maior de recursos para financiamento e também do clima favorável.

Esse crescimento, de acordo com Celsius Lodder, diretor do Departamento de Abastecimento e Preços (DAP), vai facilitar o controle da inflação, já que oferta maior significa preços menores. Para não desestimular o produtor no plantio da safra seguinte, contudo, o governo terá de se preocupar com a compra de grandes volumes para a formação de estoques e evitar quedas drásticas de preços.

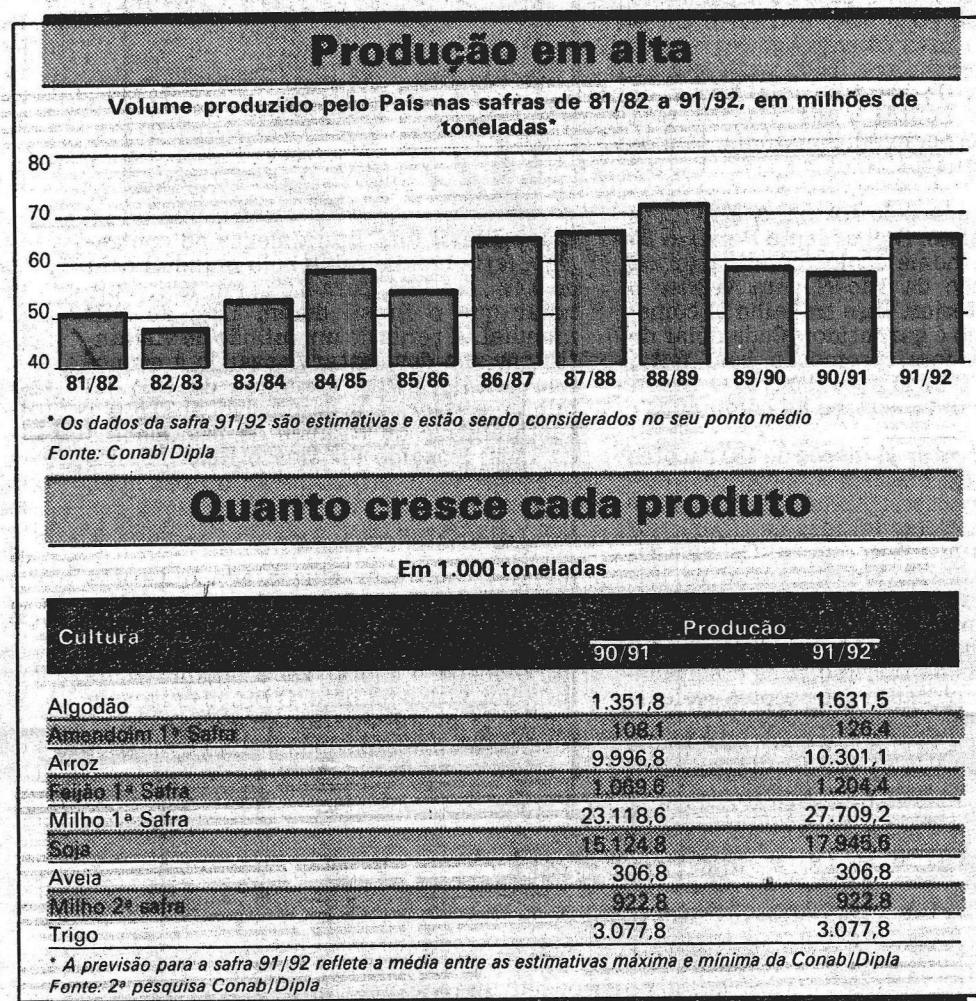
Milho e soja — Uma das culturas que deve apresentar maior crescimento é o milho. A safra 1991/92 deve passar das 24,04 milhões de toneladas colhidas em 1990/91 para 28,63 milhões. Para a soja, as perspectivas também são favoráveis. Apesar da diminuição da área plantada, a produção deve crescer 18%, de 15,12 milhões de toneladas para 17,94 milhões.

Com as grandes altas da carne bovina em 1991, o frango acabou con-

so dos usuários, pelo menos garantiram um clima de prosperidade para os fabricantes de ônibus, que nunca tiveram um ano tão favorável. Produziram 22 mil veículos coletivos, 50% a mais do que em 1990. Para 1992, as perspectivas são ainda mais otimistas. Os empresários contam com a disposição das prefeituras em melhorar os serviços urbanos, por causa das eleições do fim do ano. As exportações também aumentaram 31% em relação a 1990, puxadas pelo crescimento das economias de países como Chile e México.

Outro setor que tem conseguido se manter imune às crises econômicas dos últimos anos, é formado pelas redes de franquia. O número de lojas franqueadas em 1991 chegou a cerca de 41 mil, um crescimento de 39% em relação a 1990. Para este ano, Thomas Teichman, da Francap Sistema de Franchising, estima uma expansão de 40%, liderada pelo segmento de fast food, e seguida pelo de serviços — concessionárias de veículos e postos de combustíveis. Até agora, são mais de 250 marcas que disputam 13 segmentos distintos.

A indústria de cervejas também conseguiu contornar a crise, fechando 1991 com um crescimento de vendas próximo a 8%, em relação ao ano anterior. A Companhia Cervejaria Brahma, detentora de 52,5% do mercado, vendeu 3 bilhões de litros e espera aumentar essa quantidade nos próximos anos, com ou sem recessão. Para garantir as vendas, a empresa se dispôs a corrigir seus preços, neste ano, sempre um ponto porcentual abaixo da inflação do mês anterior. Como prova de confiança no crescimento do mercado, planeja investir US\$ 500 milhões em 1992 e 1993.



quistando mais espaço na mesa do consumidor, levando a avicultura de corte a um crescimento de 11% em relação a 1990, com uma produção de 2,6 milhões de toneladas. Na área de alimentação, as cadeias de lojas fast food também têm motivos para co-

memorar. A principal rede de lanchonetes instalada no País, do Grupo McDonald's, fechou o ano com um faturamento de US\$ 152 milhões, contra US\$ 133 milhões em 1990.

Se os reajustes das tarifas de ônibus urbanos em 1991 pesaram no bol-

■ Mais informações na página 6