

Recuperação ainda é incerta

A indústria paulista consumiu no mês passado mais eletricidade do que em janeiro. É prematuro, porém, tomar essa informação como indício de recuperação econômica. Alguma retomada pode estar ocorrendo, mas ainda não há sinais inequívocos dessa mudança. As vendas do comércio varejista continuam muito fracas e, em conjunto, devem ter sido menores que as de fevereiro de 1991, segundo os primeiros cálculos.

Na região da Eletropaulo, o consumo industrial de eletricidade foi 25%, maior do que em janeiro e 11,6%, maior que em fevereiro do ano passado. As outras distribuidoras, Companhia Paulista de Força e Luz (CPFL) e Companhia Energética de São Paulo (Cesp), registraram aumentos, em relação ao nível de janeiro, de 19,7% e de 11,7%, respectivamente. Esses números podem ser explicados tanto pela retomada de atividade de muitas indústrias, depois de férias coletivas, quanto pela necessidade de reposição de estoques de alguns setores. Algumas indústrias de peso, como as montadoras de veículos, consumiram mais eletricidade sem, no entanto, que as vendas de automóveis tivessem crescido. O aumento do desemprego industrial, nos últimos dois meses,

também parece indicar que, pelo menos até o final de fevereiro, havia pouca confiança numa reativação mais sensível dos negócios, que justificasse a retenção de alguns milhares de empregados.

O varejo continuou fraco, segundo a avaliação preliminar dos dados de fevereiro pela Federação do Comércio do Estado de São Paulo. Na região metropolitana, as vendas do comércio, descontadas as características sazonais, devem ter sido iguais às de janeiro. O faturamento das revendedoras de veículos, autopeças e materiais de construção foi 15% menor, segundo essa avaliação. As vendas de bens duráveis recuaram 1% em relação às do mês anterior. Mas houve reações significativas no faturamento das lojas de roupas, tecidos e calçados (mais 19% para todo o grupo) e de não-duráveis (supermercados, farmácias e perfumarias, com alta de 16%). Nos dois casos também houve aumento em relação aos números de fevereiro do ano passado.

Mas o setor do vestuário vinha muito mal e, assim, qualquer reação se expressa em números grandes. O mau desempenho do setor de duráveis mostra que o consumidor continua com o orçamento achata-do.