



Depois do duro primeiro semestre, indústria e comércio acreditam que vendas agora vão melhorar

Economia - Brasil

# Otimismo, cauteloso, está de volta

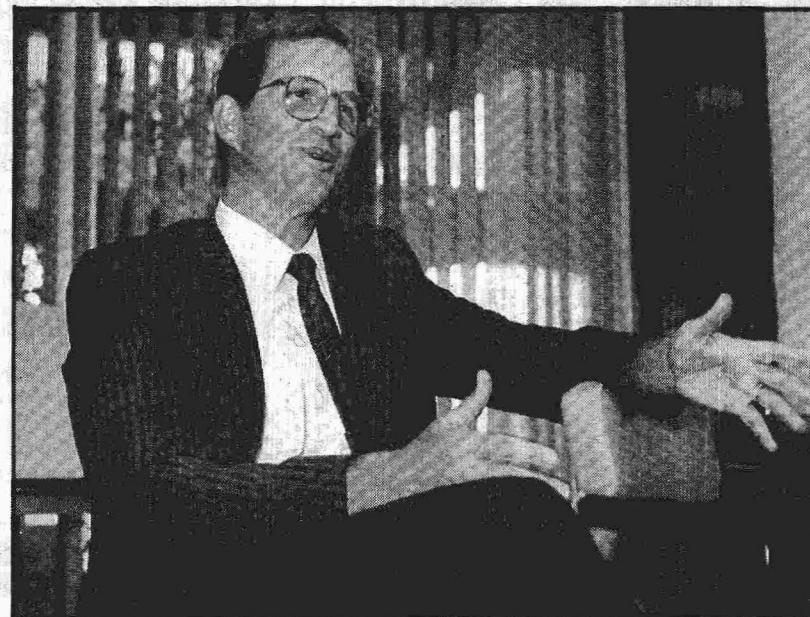
LÁSZLÓ VARGA

**SÃO PAULO** — Após os primeiros seis frustrantes meses de 1992, período no qual a ociosidade média nas fábricas aumentou de 25% para 29%, industriais e comerciantes acreditam que este segundo semestre salvará os negócios. As expectativas não chegam a ser animadoras, mas o tradicional aquecimento das vendas com a antecipação, em agosto, do décimo-terceiro salário, assim como as festas de fim de ano, prometem uma expansão de 5% nas vendas do comércio.

Segundo o diretor da Divisão Química da Rhodia, Carlos Fernando Lima, a reativação econômica compensaria a queda de 7% registrada nos negócios entre abril e junho:

— Ainda não há indícios da retomada dos pedidos, mas podemos ter um aumento de US\$ 250 milhões (cerca de Cr\$ 1 trilhão, ao câmbio paralelo) para US\$ 320 milhões (Cr\$ 1,28 trilhão) no faturamento até o fim do ano — explica Lima. A Divisão Química é responsável por 30% dos US\$ 830 milhões da receita bruta da grupo Rhodia.

Os lojistas já registram leve crescimento nos negócios. De acordo com dados do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) da Associação Comercial de São Paulo, houve um avanço de 4% nas consultas de julho, em relação ao mês passado. Mas os técnicos da Associação ressaltam que a decretação de medidas de ajuste



**‘A safra de grãos, de 70 milhões de toneladas, vai estimular as exportações agro-industriais,’**

Luiz Fernando Furlan, vice-presidente da Sadia

monetário impedirá aumento do volume dos negócios. As 300 mil consultas feitas ao SPC até o dia 11 foram 22% inferiores às registradas em julho do ano passado.

Acredita-se também que o acordo da dívida externa e a decisão do ministro Marcílio Marques Moreira de não dolarizar a

economia favorecem o aquecimento do mercado até o fim do ano.

Até mesmo o Produto Interno Bruto industrial poderá crescer este ano, depois de queda de 2% em 1991, e atingir US\$ 143 bilhões. Para o vice-presidente executivo da Sadia, Luiz Fernan-



**‘Há condições para retomada das atividades, embora o faturamento deva ser menor que o de 1991,’**

Eugenio Staub, presidente do grupo Gradiente

D Furlan, a safra de 70 milhões de toneladas de grãos estimulará as exportações agro-industriais, que são responsáveis por 34% do desempenho industrial brasileiro. Somente no primeiro semestre, a empresa registrou avanço de 30% nas exportações de soja e carne bovina. Entretanto, a leve reativação econômica nos próximos meses não implicará novos projetos de investimentos da Sadia. Segundo o diretor do Departamento de Economia da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), Sérgio Bergamini, os investimentos só serão possíveis em seis meses, porque este é o

prazo previsto para os primeiros resultados do acordo da dívida externa.

As multinacionais confirmam esta previsão. O diretor de Assuntos Corporativos da Colgate, Carlos Eduardo Toro, lembra que US\$ 20 milhões foram destinados este ano a aperfeiçoamentos tecnológicos e adoção de programas para melhorar a produtividade. A empresa espera crescimento de 5% no faturamento anual, totalizando US\$ 210 milhões. Ainda assim, apenas em outubro serão estudados possíveis investimentos para 1993.

— Nós nem temos autonomia para tomar empréstimos no exterior. Além disso, precisamos da autorização da matriz para assinar contratos de compras de máquinas — disse Toro.

Representantes do setor eletrônico, responsável pela demissão de 60% dos 250 mil trabalhadores nos últimos 18 meses, também estão otimistas. Mesmo prevendo faturamento inferior aos US\$ 230 milhões de 1991 e apesar de a crise econômica ter atingido seu momento crítico, o presidente da Gradiente, Eugênio Staub, acredita que há condições para a retomada da atividade produtiva. Staub investiu US\$ 5 milhões no lançamento de quatro novos modelos de TV de alta tecnologia e pretende voltar a fabricar videocassetes em janeiro, depois de ter ficado um ano fora do mercado. Sua estratégia é atingir consumidores de alto poder aquisitivo.