O vaivém dos cigarros brasileiros

Os números preliminares da Associação Brasileira da Indústria do Fumo (Abifumo) para a produção brasileira de cigarros do ano passado informam que ela foi 7% inferior à do exercício precedente, alcançando 170 bilhões de unidades. Como a exportação manteve-se praticamente inalterada – 72 bilhões de unidades de 1997 –, conclui-se que o consumo interno aparente, 98 bilhões de unidades, ficou em seu nível mais baixo desde o início dos anos 80.

Na realidade, porém, o quadro foi muito diferente. O tradicional contrabando de cigarros se incumbiu de garantir oferta e consumo internos muito maiores do que os informados pelos números oficiais.

Obviamente, os dados relativos ao comércio ilegal se originam de observação informal, o que significa que não se pode ter nenhuma segurança a respeito. Mas a indústria cigarreira admite que 2/3 dos cigarros exportados pelo Brasil são contrabandeados de volta, o que explica por que o Paraguai é o nosso maior cliente.

Essa suposição indicaria que o consumo interno real de cigarros em 1998 teria chegado a pouco mais de 158 bilhões de unidades, 60% a mais do que o consumo interno aparente.

É muito provável que essa distorção detectada desde 1992 desapareça das estatísticas brasileiras do setor cigarreiro em 1999, porque desde o início do ano está em vigor um imposto de 150% sobre o cigarro brasileiro exportado para a América do Sul e o Caribe.

matéria-prima. Além do mais, o campo está ciente da melhoria que a desvalorização cambial trouxe aos negócios de exportação, subentendendo-se aí maior capitalização das empresas adquirentes de fumo.

A manutenção dessa postura dependerá de dois fatores. Um deles é o clima que, apresentando baixo teor de umidade, poderá colaborar para que o produto bem armazenado não se altere.

O outro fator é a capacidade dos fumicultores para sustentar essa queda-de-braço com as empresas. A rigidez na classificação do fumo já fora acentuada na compra da safra 1997/98. É de supor que a capitalização no campo esteja longe de ser suficiente para garantir a sustentação continuada desta estratégia.

E-mail: irene@fgv.br

Conjuntura

INDICADOR DO MILHO FGV/BM&F

'Just in time'

Compras de lotes pequenos, diretamente ao produtor: essa é a postura dos compradores no início do ano

ROGÉRIO FERREIRA DE SOUZA

O mês de abril está apontando um cenário de preços mais baixos para o milho no mercado interno. Mesmo sendo um período típico de colheita de safra, em que os preços têm comportamento baixista, outros fatores vêm contribuindo para acentuar essa tendência.

Há aceleração na colheita. Historicamente, a logística é a favor da cultura da soja. Este ano, com os preços da soja em queda e com uma tendência de não-recuperação no preço, muitos produtores estão acelerando a entrada da soja afim de aproveitar melhores preços. Assim, para receber a soja, o mercado despeja o milho, aumentando a oferta. Os compradores de milho, acreditando em preços ainda mais baixos, evitam compras excessivas e a formação de estoques no médio e longo prazos.



A postura do agente comprador está praticamente determinando a tendência dos preços nesses três primeiros meses do ano. Compras de lotes pequenos, compras diretamente ao produtor e compras de balcão. Ou seja, o mercado não está absorvendo o milho disponível com tanta intensidade como se esperava.

No mercado futuro do milho realizado na BM&F, os contratos para o curto prazo – abril e maio – estão com preços altos em relação ao mercado físico, devendo se ajustar à medida que o mercado assimilar a tendência de baixa para o período.

Já para os contratos mais longos, há indefinição, uma vez que falta liquidez para esse tipo de contrato. A indefinição em grande parte está relacionada à política cambial, já que alguns agentes acreditam em ajuste no câmbio para o próximo semestre.

Outro aspecto que está sendo levado em conta pelo mercado é a possibilidade de aperto na oferta no segundo semestre, já que com o câmbio alto eleva-se o custo da importação do milho. No ano passado, as importações tiveram um papel importante no abastecimento interno, equilibrando o mercado. No ano em curso os consumidores provavelmente não terão mais a alternativa de produtos importados.

E-mail: roger@fgv.br