

OS EFEITOS DA REDUÇÃO DO ICMS DA CESTA BÁSICA

*Alfredo Meneghetti Neto**

A discussão a respeito de incentivos tributários aos produtos da cesta básica é bem antiga no Brasil, já dura 25 anos. A Constituição de 1967 previa que os estados isentariam os gêneros de primeira necessidade do ICM. Contudo a versão final da Constituição de 1969 não manteve esse dispositivo.

Em janeiro de 1990, o Governo de São Paulo implementou uma lei que reduzia o ICMS da cesta básica. Mais tarde, outros estados também seguiram o exemplo. Avaliar os efeitos dessa lei na economia tornou-se um dever, que inclusive está determinado pelas Constituições Federal e Estadual. O artigo nº 41 da Constituição Federal, por exemplo, estabelece a obrigatoriedade de se reavaliarem todos os incentivos fiscais de natureza setorial. Também o artigo nº 149 da Constituição Estadual obriga o Orçamento a apresentar um demonstrativo dos efeitos decorrentes de subsídios de natureza tributária.

Nesse sentido, a idéia deste estudo é avaliar os efeitos na economia da lei que reduz o ICMS de vários produtos da cesta básica. O primeiro item investiga os efeitos sobre os preços da cesta básica. No segundo, averigua-se como os três níveis de comercialização (produtor, atacado e varejo) vêm se comportando nos últimos anos. No terceiro item avaliam-se as perdas da receita em função dessa lei, e, por último, discute-se o papel das Câmaras Setoriais.

1- Efeitos nos preços da cesta básica

Na literatura revisada, podem-se destacar três estudos que se referem à tributação dos bens de consumo essenciais, mais especificamente à isenção do ICMS (e não à redução). Dois deles procuram calcular a perda de arrecadação do ICMS: Ueda e Torres (1984) e Longo (1984). O outro discute o ponto de vista dos beneficiários de uma possível isenção tributária aos gêneros de primeira necessidade. É o estudo de Sanson (1991). O autor enfatiza que duas situações podem ocorrer em caso de isenção de um determinado imposto. Em primeiro lugar, pode provocar uma diminuição dos preços das mercadorias, beneficiando o

* Economista da FEE e Professor da PUC-RS.

O autor agradece os comentários de vários colegas do Núcleo de Estado e Setor Financeiro, de Vivian Fürstenau, de Paulo Roberto Nunes da Silva, como também dos participantes da Comissão de Economia e Desenvolvimento da Assembleia Legislativa — presidida pelo Deputado Estadual Mário Limberger. Os erros que eventualmente tenham permanecido são de inteira responsabilidade do autor.

consumidor. Em segundo lugar, os preços podem não ser influenciados (pela redução dos tributos), mas isso pode tornar viável certas indústrias, aumentar a rentabilidade das firmas, etc. Talvez as evidências mais importantes desse estudo estejam em duas tabelas: uma da distribuição da carga do ICM e a outra da participação dos gastos alimentares no total da renda. Estão reproduzidas nas Tabelas 1 e 2.

Tabela 1

Carga do ICM, por classe de renda, no Brasil — 1975

(%)

SALÁRIOS MÍNIMOS	CARGA DO ICM
Até 2	16,4
De 2 a 20	9,8
De 20 a 50	6,4
Mais de 50	4,4

FONTE: SANSON, J.R. (1991). Incidência tributária e os gastos em alimentos. *Análise Econômica*, Porto Alegre: UFRGS, v.9, n.16, p.107-123.

NOTA: A tabela foi simplificada para um melhor entendimento. É importante salientar que o ICMS incide sobre produtos, como alimentação, vestuário, eletrodomésticos, e também sobre serviços, tais como luz e telefone.

Tabela 2

Participação dos gastos alimentares, por classe de renda, no total da renda, no Brasil — 1975

(%)

SALÁRIOS MÍNIMOS	PARTICIPAÇÃO DA ALIMENTAÇÃO
Até 2	63
De 2 a 5	52
De 5 a 10	50
De 10 a 20	28
Mais de 20	19

FONTE: SANSON, J.R. (1991). Incidência tributária e os gastos em alimentos. *Análise Econômica*, Porto Alegre: UFRGS, v.9, n.16, p.107-123.

Pela Tabela 1, pode-se concluir que a isenção total do ICMS traria benefícios relativamente maiores para as classes de rendas mais baixas. Em outras palavras, a total eliminação do ICMS levaria a ganhos de renda real de 16,4% para as famílias de até dois salários mínimos e de 4,4% para quem ganha mais de 50 salários mínimos.

A Tabela 2 deixa claro que a participação dos gastos com alimentação é decrescente conforme se avança para as faixas de rendas mais altas. Assim, quem ganha até dois salários mínimos gasta 63% com alimentação, e a classe mais alta gasta 18,6% com alimentação.

Combinando as duas tabelas, tem-se que, para quem ganha até dois salários mínimos, a isenção do ICMS sobre a cesta básica levaria a ganhos de renda real de 10% (ou seja, 63% sobre 16,4%). Assim, Sanson (1991) sustenta que a isenção do ICMS da cesta básica teria efeito significativo sobre a renda real das famílias mais pobres, logicamente se os empresários repassassem o benefício aos preços das mercadorias.

Mais adiante, Sanson qualifica essa conclusão argumentando que o financiamento do programa de isenções, por outro lado, também provoca uma perda da receita e, com isso, uma diminuição da oferta de bens públicos. Então, se essa diminuição da oferta é dos bens públicos orientados para as famílias de baixa renda, é possível que o resultado líquido lhes seja desfavorável. Enfatiza Sanson (1991, p.122) que:

"(...) a possibilidade mais pessimista é que as condições de oferta e demanda sejam tais que a redução tributária apenas melhore a remuneração dos insumos sem alterar o preço ao consumidor. Isso, combinado com a redução de algum gasto que favoreça as classes de renda mais baixas, causaria uma transferência de renda normalmente inaceitável do ponto de vista social (...)"

Entretanto o que se quer discutir não é a isenção de ICMS, mas a redução (de 12% para 7%). Assim sendo, procura-se responder a questão: a quem beneficia a redução do ICMS sobre os produtos básicos, o consumidor ou o empresário?

Para responder a esta pergunta, seria necessária uma revisão da teoria da incidência dos impostos, bem como um estudo da elasticidade da demanda e da oferta de cada um dos produtos da cesta básica. Certamente isso seria um trabalho de mais longo prazo. Entretanto, como é urgente uma primeira aproximação a esse problema, podem-se fazer algumas simplificações na análise.

Em relação à teoria da incidência dos impostos, pode-se aceitar a idéia de que a carga tributária que incide sobre os produtos é integralmente paga pelos consumidores. Não existiria a possibilidade — defendida pelos manuais de tributação — de uma parte dessa carga ser paga pelos vendedores e outra pelos consumidores.¹ Essa simplifica-

¹ Uma ótima aproximação teórica a esse respeito pode ser encontrada em Musgrave (1980, p.385). Deve-se, contudo, ter presente que a teoria desenvolvida por ele parte do pressuposto de que existe concorrência perfeita e uma igual incidência da tributação tanto para quem vende como para quem compra. Na realidade, sabe-se que, no Brasil, predominam os oligopólios, e praticamente todos os tributos são pagos pelos consumidores. Isso deixa a análise de Musgrave com limitado poder de explicação.

ção é amplamente aceita na literatura, podendo-se destacar a metodologia das Contas Nacionais do IBGE, como também a dos relatórios do FMI.

O estudo da elasticidade também pode ser simplificado, uma vez que praticamente todos os produtos da cesta básica tendem a ter uma demanda inelástica, isto é, os consumidores não podem deixar de adquirir o açúcar, o feijão, o arroz e a farinha. É óbvio que somente poderiam fazê-lo com substanciais sacrifícios.

Assim, pode-se, então, partir do pressuposto de que o ICMS é um imposto indireto, ou seja, está embutido nos preços das mercadorias e é pago pelo consumidor.

Por outro lado, seria interessante quantificar os tributos que estão embutidos nas mercadorias, que, por sinal, são muitos. Só para se ter uma idéia, comparando-se o Brasil com outros países, aqui em torno de 35% do preço dos alimentos são tributos, enquanto nos Estados Unidos esse percentual é de em torno de 7% e na Alemanha é de 8%. Entretanto, no Brasil, não se sabe quais tributos ou em que proporção estão embutidos nos preços das mercadorias.² Isso desrespeita a Constituição Federal, artigo nº 150, que diz: "(...) a lei determinará medidas para que os consumidores sejam esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre as mercadorias e serviços (...)". Essa lei ainda não foi criada.

Assim, diante de uma infinidade de variáveis que tornam o estudo extremamente complexo, resta uma alternativa mais simples. Sabe-se que, desde janeiro de 1992, vários estados já vêm adotando uma alíquota reduzida do ICMS para os produtos da cesta básica. São eles: Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais e Bahia. Outros estados e a Capital Federal começaram a praticar a redução de ICMS mais tarde. Foi o caso de Brasília, que adotou a redução em maio de 1992, do Rio Grande do Sul, que começou em julho de 1992, e do Rio de Janeiro, que iniciou em outubro de 1992. A idéia é, então, testar se, naqueles estados que reduziram o ICMS da cesta básica, houve diminuição dos preços dos produtos, ou uma menor evolução em relação aos outros.

O DIEESE pode servir de fonte, pois pesquisa mensalmente, em 14 capitais, o custo total de um conjunto de produtos considerados básicos para um trabalhador que recebe um salário mínimo. Esse custo é chamado de ração essencial. Fazem parte dela produtos como carne de gado, leite, feijão, arroz, farinha, pão, café, açúcar, óleo e manteiga.

Então, pode-se comparar a evolução da ração essencial nas capitais que tiveram incentivos com a das outras que não tiveram. Assim, o período observado foi de dezembro de 1991 a outubro de 1992 — justamente para iniciar a análise a partir de um mês em que todas as capitais apresentavam praticamente a mesma alíquota do ICMS sobre a cesta básica.

² Na realidade, é difícil saber com exatidão os custos de um produto. Entretanto existem estimativas que podem ser mencionadas, como, por exemplo, o estudo tributário realizado no começo deste ano, em São Paulo. No caso do arroz, sabe-se que está isento de IPI, mas paga 12% de ICMS, 2% de FINSOCIAL, 0,65% de PIS, e os restantes 85% compreendem: custo da produção, despesas operacionais, mão-de-obra, transporte, encargos sociais, margem de lucro do produtor e do comerciante, contribuição social de 10% sobre o lucro, Imposto de Renda de 30% a 40% sobre o lucro, Imposto de Renda na fonte de 8% sobre o lucro líquido, bem como outros custos e taxas.

Dividiu-se, desse modo, as 14 capitais em dois grupos: no Grupo 1, estão as capitais sem incentivo; e, no Grupo 2, as capitais com incentivo, ou seja: Florianópolis, Curitiba, São Paulo, Belo Horizonte e Salvador. Porto Alegre, Brasília e Rio de Janeiro foram consideradas no Grupo 1 antes do incentivo e no Grupo 2 depois do incentivo.

Chegou-se à conclusão de que a evolução dos preços da ração essencial, de dezembro de 1991 a outubro de 1992, foi maior justamente naquelas capitais onde havia incentivo do ICMS. O Grupo 2 — que reúne as capitais com incentivo — aumentou os preços da ração essencial em 722%. O Grupo 1 — capitais sem incentivo — teve um aumento de 690%. Em outras palavras, mesmo com um ICMS menor sobre a ração essencial, as capitais do Grupo 2 aumentaram mais os preços da ração essencial do que as outras. Isso está demonstrado na Tabela 3 e no Gráfico 1.

Tabela 3

Variação acumulada dos preços da ração essencial
em 14 capitais brasileiras — dez./91-out./92

(%)

CAPITAIS E MÉDIAS	VARIAÇÃO
Florianópolis	797
Porto Alegre.....	764
Recife	752
Curitiba	730
Belo Horizonte	727
São Paulo	719
João Pessoa	714
Vitória	713
Rio de Janeiro	705
Natal	687
Brasília	673
Salvador	664
Fortaleza	654
Belém	619
Média do Grupo 1	(1)690
Média do Grupo 2	(2)722

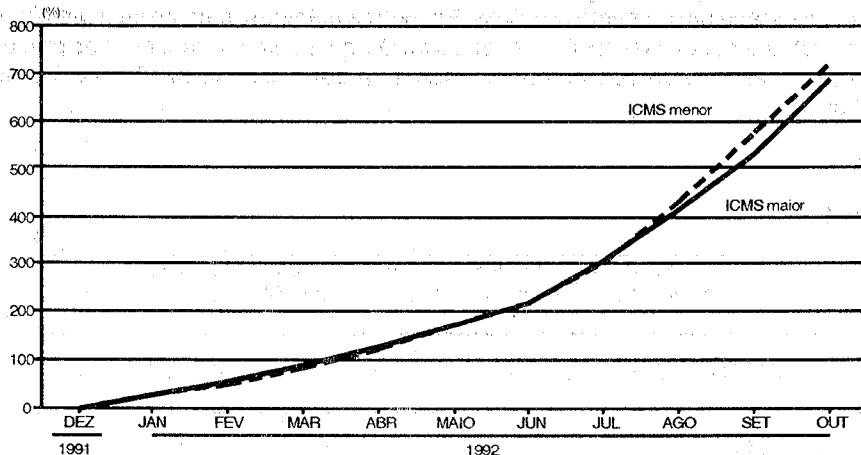
FONTE: DIEESE.

NOTA: Porto Alegre, Rio de Janeiro e Brasília reduziram o ICMS da cesta básica depois de maio de 1992. Brasília implementou-o em maio; Porto Alegre, em junho; e o Rio de Janeiro, em outubro. Por esse motivo, desse período em diante, passaram a integrar o Grupo 2.

(1) Dispõe de um ICMS maior. (2) Dispõe de um ICMS menor.

GRÁFICO 1

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DA RAÇÃO ESSENCIAL EM 14 CAPITAIS BRASILEIRAS — DEZ/91-OUT/92



FONTE: Tabela 3.

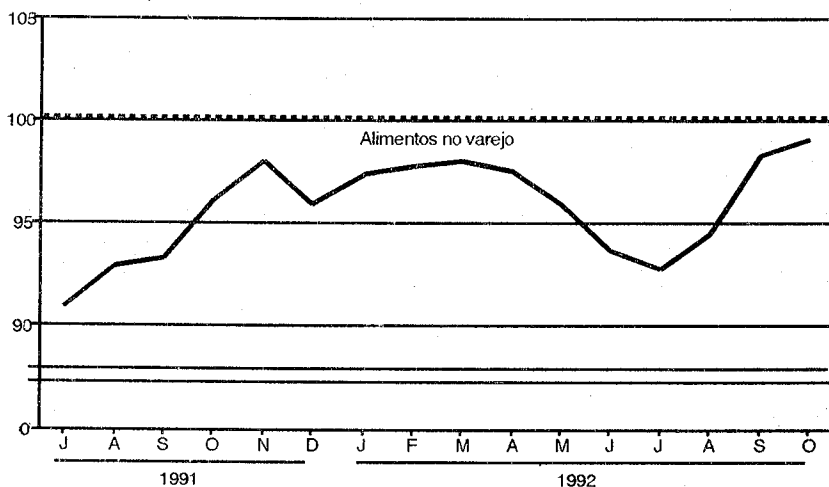
Outra contradição é que, das seis capitais que mais aumentaram os preços da cesta básica no período analisado, cinco delas dispõem de benefícios de redução da alíquota do ICMS: Florianópolis, Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte e São Paulo. Isso indica que a redução do ICMS na cesta básica não teve praticamente alguma influência nos preços. Ao invés disso, houve até efeito contrário, os preços da cesta básica aumentaram mais justamente naquelas capitais com ICMS menor.

Procurando-se verificar o mesmo fenômeno através de outras fontes, foram reunidos dados da FIPE de São Paulo e da FGV. Como esses dois institutos calculam a inflação, a idéia é procurar saber se os alimentos estão pressionando o índice da inflação. Para isso, mede-se a participação do item alimentos tanto no Índice de Preços ao Consumidor (IPC) como no Índice de Preços ao Atacado (IPA). Quando essa participação for igual a 100, os preços dos alimentos acompanharam o índice da inflação (não houve pressão). Caso a participação for superior a 100, os preços dos alimentos estão variando mais do que a própria inflação.

O Gráfico 2 representa essa relação para o IPC. Nota-se que os preços da alimentação não pressionaram o índice da inflação, pelo menos a nível de varejo. Entretanto pode-se ver uma tendência de aumento desde julho de 1992.

GRÁFICO 2

ÍNDICE DE PARTICIPAÇÃO DO ITEM ALIMENTOS NO IPC — JUL/91-OUT/92



FONTE: FIPE.

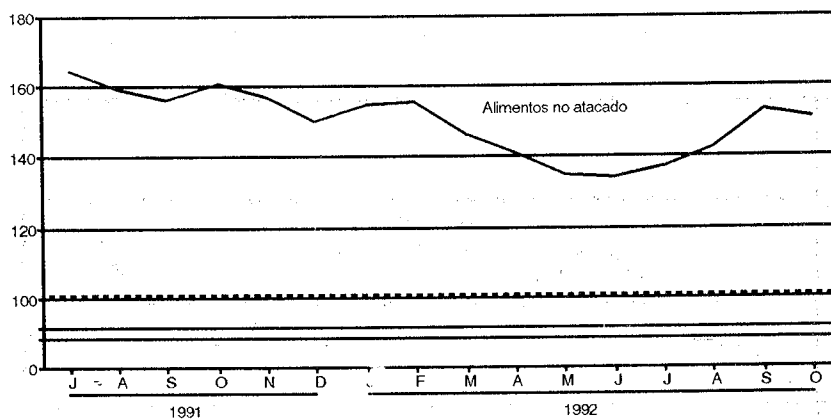
Outro fato constatado é que, comparando-se o mês de julho de 1992 com o mesmo mês do ano anterior, se percebe que o incentivo do ICMS para várias capitais não conseguiu sequer baixar o nível da pressão (que os alimentos exercem no índice) nem suavizar a tendência crescente dos preços dos alimentos. Na realidade, essa tendência sempre ocorre no segundo semestre, em função da entressafra.

Já no caso do atacado, o resultado é diferente. O Gráfico 3 mostra que, em todo o período, o item alimentos foi marcante na formação do IPA, pois sempre ficou acima de 100. Houve, dessa forma, uma excessiva pressão do item alimentos a nível de atacado, o que permite concluir que foi esse nível de comercialização que aumentou a margem de comercialização a partir dos benefícios da lei de redução do ICMS.

Pelos dados da FIPE de São Paulo, também pode-se chegar à conclusão de que o item alimentos vem pesando cada vez mais no índice da inflação, uma vez que esse item inclusive vem ultrapassando as próprias variações do índice, a despeito de todo o incentivo do ICMS realizado pelo Governo de São Paulo. Isso está demonstrado no Gráfico 4.

GRÁFICO 3

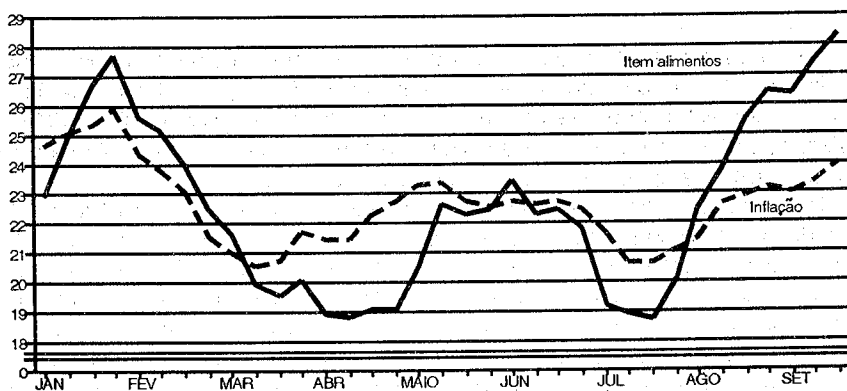
ÍNDICE DE PARTICIPAÇÃO DO ITEM ALIMENTOS NO IPA — JUL/91-OUT/92



FONTE: FGV.

GRÁFICO 4

VARIAÇÃO PERCENTUAL DO ÍNDICE DE INFLAÇÃO E DO ITEM ALIMENTOS EM SÃO PAULO — JAN-SET/92



FONTE: FIPE.

Como explicar, então, a pouca sensibilidade dos preços nas capitais que reduziram o ICMS na cesta básica?

Duas considerações podem ser feitas. Em primeiro lugar, deve-se mencionar o atual estágio da crise brasileira, em que existem grandes dificuldades para toda a sociedade. Isso se traduz pelo enfraquecimento da demanda do consumidor, em função de os reajustes salariais não acompanharem o aumento do custo de vida. Não é à toa que a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), do Ministério da Agricultura, estima que, no ano de 1992, os brasileiros vão consumir menos arroz e feijão. O consumo *per capita* de arroz será de 72kg ao ano, voltando ao nível de 1988, e o de feijão será de 15,6kg ao ano, o pior de 1988 para cá.

Por essa razão, os empresários (tanto os produtores como os comerciantes) tratam de compensar a perda dos ganhos de escala pelo aumento da margem de lucro.

Em segundo lugar, sabe-se que a estrutura do mercado dos produtos básicos (principalmente no atacado) é toda oligopolizada, sendo os empresários do atacado, por essa razão, pouco sensíveis a reduzir preços. Isso já está evidenciado em vários estudos.

Uma vez constatado que a lei da redução do ICMS não beneficiou o consumidor nas capitais em que ela foi implementada, pois os preços não foram reduzidos em 5%, o próximo passo é verificar o comportamento do setor de comercialização no Rio Grande do Sul.³

2. O setor de comercialização de alimentos

O objetivo deste item é apresentar evidências acerca de que nível de comercialização (produtor, atacado ou varejo) tende a liderar os demais em um processo de ajustamento de preços. A idéia também é responder se, uma vez iniciada uma variação de preços, a mesma tende a ser absorvida ou ampliada durante sua propagação aos demais níveis de mercado.

A necessidade de se conhecer essas relações é fundamental, pois se verificam freqüentes alterações de preços relativos da agricultura. Isso é um dos elementos que fazem com que a economia brasileira seja marcada por elevados níveis de inflação. Dessa forma, o conhecimento da transmissão de preços que ocorre no setor de comercialização parece ser oportuno e necessário.

Podem-se destacar vários estudos que privilegiam a evolução de preços no setor de comercialização de alimentos. São eles: Soares (1977), Sayad (1981), Ward (1982), Teixeira (1982), Barros e Martines Filho (1987), Barros (1990), Oliveira (1990) e Aguiar (1992).

³ É importante salientar que, para se saber o reflexo nos preços dos produtos que tiveram redução de 5% do ICMS, deve-se fazer um raciocínio com número-índice. Como a alíquota do ICMS passou de 12% para 7%, então: 112 está para 100, assim como 107 para x. Dessa forma, chega-se à conclusão de que os preços das mercadorias com benefício de ICMS deveriam ser reduzidos em 4,46% para o consumidor final. Logicamente, o resultado seria diferente, caso fosse aplicada diretamente sobre as alíquotas uma regra de três.

É importante salientar que, há 130 anos, já se argumentava que o setor atacadista liderava os demais setores de comercialização. Soares (1977, p.289), por exemplo, em suas **Notas Estatísticas**, aponta a existência de monopólio dos gêneros alimentícios. Demonstra que os produtos da cesta básica sofriam manipulação de preços por parte do atacado.

Praticamente todos os outros estudos revisados repetem e provam a tese de ser o atacado o responsável pela liderança de preços. A única exceção foi o de Sayad (1981, p.591).⁴ A conclusão de Sayad de que o produtor lidera os demais níveis de comercialização não foi bem aceita pela literatura. Teixeira (1982, p.5), por exemplo, argumenta que Sayad não poderia ter considerado que os comerciantes (de todos os níveis de comercialização) possam ter os mesmos poderes para impor margens, pois o controle sobre as informações de mercado é bastante diferenciado. Também Sayad deveria entender que existe uma estrutura de mercado diferenciada para cada um dos produtos.

Nos Estados Unidos, também se observou que o atacado lidera todo o setor de comercialização. Isso foi evidenciado por Ward (1982), que procurou explicar as condições estruturais do mercado de vários produtos, como batata, tomate, alface, pepino, etc. Enfatiza o autor que as variações de preços não são transmitidas através de todo o sistema ao mesmo tempo, geralmente demora um mês. Pondera também que os aumentos dos preços do atacado não são totalmente refletidos no varejo; mas com as diminuições dos preços acontece o contrário, existe reflexo direto.

Nos estudos de Barros e Martines Filho (1987), Barros (1990) e Aguiar (1992), é reforçado o extraordinário grau de concentração que dispõem os setores do atacado e do varejo. Esses autores enfatizam que é o atacadista que tende a iniciar as variações dos preços na maioria dos mercados. Essas variações seriam depois transmitidas tanto ao preço recebido pelo produtor como para o varejo. Eles argumentam que isso se dá porque os atacadistas geralmente trabalham com um único produto, ou com uma variedade muito pequena de produtos, movimentando um volume muito maior do que a maioria dos agricultores e varejistas. Isso permite ao atacadista um maior controle sobre as informações de mercado.⁵ Como ele também comercializa um volume significativamente elevado, o atacadista tem ainda condições de iniciar a alteração do preço, ajustando-o de forma antecipada em relação aos demais agentes.

⁴ Sayad (1981, p.591) desenvolveu um modelo econométrico para explicar o crescimento dos preços nominais nos três níveis de comercialização. Concluiu que, no caso do Rio Grande do Sul, a variância de preços ao nível de produtor foi maior do que nos demais níveis de comercialização. Ajustou uma regressão considerando os preços nominais de oito produtos em função do tempo: frango, banana, tomate, milho, arroz, batata, ovos e feijão. Analisou um cadastro de 1.500 empresas da FIPE-USP. Seus resultados foram todos considerados significativos. Mais adiante, Sayad também acrescenta que o nível de concentração — tanto do atacado como do varejo — é muito alto. Em São Paulo, por exemplo, as quatro maiores empresas do setor atacadista de cereais e farinha dominam 41% do mercado; as quatro maiores do atacado de frutas e legumes dominam 48%; e as quatro maiores de leite e derivados controlam 83%. Da mesma forma, no varejo a concentração é alta. No caso de carnes e peixes, as quatro maiores detêm 77% do mercado. No setor de supermercados, o domínio das quatro maiores empresas do setor é de 47%.

⁵ Aguiar (1992, p.8), a propósito, salienta que o atacadista pode, a cada momento, saber como estão evoluindo as variáveis ligadas à oferta (possíveis quebras de safra, importações, exportações, etc.) ou à demanda de seu produto, podendo, portanto, ter uma idéia segura do sentido que deve ser seguido pelo preço.

No caso dos produtores agrícolas, a situação é diferente, pois eles comercializam individualmente pequenas parcelas do total comercializado no mercado. Por isso, os agricultores não têm condições efetivas de influenciar o preço de seu produto, mesmo que tenham expectativas de que esse preço vá se alterar num futuro próximo.

Por outro lado, no varejo, hoje em dia, predominam os supermercados particularmente nas cidades de médio e grande portes.⁶ Como operam com grandes volumes e com ampla variedade de produtos — o que inviabiliza o acompanhamento da evolução da oferta e da demanda de cada produto —, é de se esperar que os supermercados determinem seus preços aplicando uma margem sobre o custo.

Finalmente, o estudo de Oliveira (1990) remete a uma nova explicação do comportamento do setor de comercialização. Argumenta que a tese de manipulação assumiria maior consistência se o objeto deixar de ser o atacado para, no mínimo, abarcar uma estrutura mais ampla, formada pelo atacado e pelo varejo dos produtos. Isto porque houve um reordenamento estrutural do varejo a partir da ampliação das plantas das unidades varejistas, propiciando ao varejo melhores condições para negociar com o atacado.

De uma forma geral, com a discussão apresentada, pretendeu-se apenas enfatizar as principais evidências relativas aos três níveis de comercialização de alimentos no Brasil.

A seguir, procede-se mais especificamente à análise empírica do setor de comercialização no Rio Grande do Sul. Os sete produtos selecionados neste estudo fazem parte da lista de produtos beneficiados com a redução do ICMS no Rio Grande do Sul, de 12% para 7% de acordo com a Lei nº 9.712/92. São eles: cebola, carne, arroz, batata, tomate, frango e feijão. Cabe salientar também que esses produtos são importantes no dispêndio do consumidor, segundo dados do Estudo Nacional de Despesa Familiar (ENDEF). O período de análise abrange os dois últimos anos: de janeiro de 1991 a setembro de 1992.

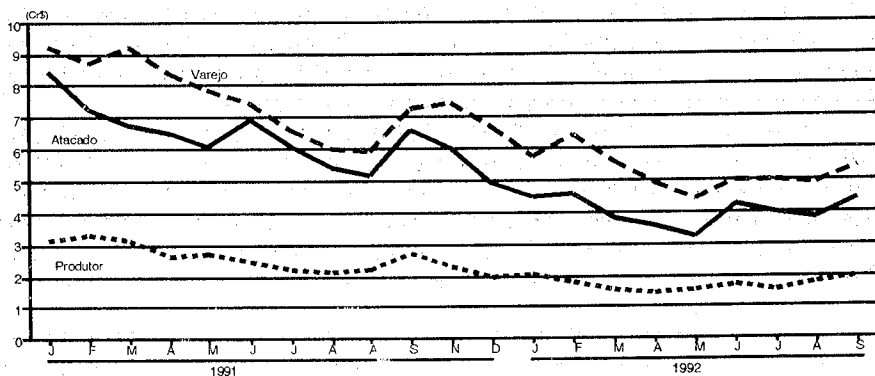
As fontes consideradas variam conforme os níveis de comercialização.⁷ A idéia, então, neste item é reunir dados dos três níveis de comercialização dos sete produtos e desenvolver uma análise gráfica, com a finalidade de investigar a evolução das respectivas margens de comercialização. A seguir, apresentam-se os resultados empíricos. O Gráfico 5 demonstra a evolução dos preços do arroz (deflacionados pelo IGP/DI) nos três níveis de comercialização, no Rio Grande do Sul.

⁶ A propósito, Bradimarte (1992, p.14) enfatiza que, na década passada, o número de supermercados no País passou de 11.885 para 34.005. Esse número caiu nos últimos dois anos, mas foram fechados principalmente supermercados de menor porte, enquanto se fortaleciam as grandes cadeias com maior poder negocial. O autor salienta que a estratégia básica dos grandes supermercados é trabalhar com margens reduzidas de preços nos produtos básicos para atrair a clientela — que, ao percorrer a loja, também acaba seduzida por produtos de maior valor agregado e com margens de lucro maiores.

⁷ Para os preços recebidos do produtor, por exemplo, consideraram-se os dados da EMATER publicados nos informativos mensais. Esses dados são coletados em 117 municípios gaúchos e dizem respeito aos preços médios mensais. No caso dos preços do atacado, a fonte é o Sistema de Informação do Mercado Agrícola (SIMA), do Ministério da Agricultura, em convênio com a Secretaria da Agricultura e com a CEASA. Esses dados foram coletados no dia 15 de cada mês, em Porto Alegre e na Grande Porto Alegre. São preços médios praticados pelos grandes atacadistas, como, por exemplo, Sogenalda, Frangosul, Avipal, Pena Branca, e por diversos engenhos de arroz e distribuidores. Quanto aos preços do varejo, foram considerados os dados que o IEPE levanta para o cálculo do IPC na Grande Porto Alegre, que são publicados mensalmente nos seus boletins.

GRÁFICO 5

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO ARROZ, A NÍVEIS DE PRODUTOR, ATACADO E VAREJO, NO RIO GRANDE DO SUL — JAN/91-SET/92



FONTE: SIMA.

IEPE.

EMATER.

NOTA: Dados deflacionados pelo IGP-DI.

À primeira vista, pode parecer — pelo Gráfico 5 — que as margens de comercialização dos três níveis foram reduzidas nestes dois últimos anos. Entretanto isso não é verdade. O que efetivamente aconteceu foi uma redução em valores reais dos preços do arroz em todos os níveis de comercialização.

Isso ocorreu em função da boa safra de 1992 e, inclusive, já foi constatado em outros estudos.⁸

As margens de comercialização do arroz permaneceram praticamente as mesmas, o que mudou foi o preço real (a base). Assim, por exemplo, em janeiro de 1991, um quilograma de arroz era vendido, a nível de produtor, por Cr\$ 3,18, e o atacadista vendia-o por Cr\$ 8,46 (ou seja, 166% a mais). Praticamente mais de um ano depois, em julho de 1992, o produtor vendia o mesmo produto por Cr\$ 1,55, e o atacadista, por Cr\$ 4,00 (158% de aumento). É fácil, então, concluir que o que efetivamente mudou foi o preço real do produto e não as margens, que ficaram praticamente inalteradas.

⁸ Bradimarte (1992, p. 1), por exemplo, evidencia que o consumidor paga hoje menos pelos alimentos básicos do que há uma década atrás: A cesta básica do trabalhador acompanhada pelo DIEESE, por exemplo, teve uma variação 55,78% abaixo do Índice de Custo de Vida (ICV) no período entre janeiro de 1985 e julho de 1992. Por outro lado, o autor argumenta que o consumidor não percebe isso, uma vez que o salário mínimo se defasou mais ainda: 58,8% abaixo do ICV no mesmo período. Conclui, assim, que a cesta básica está pesando mais hoje no orçamento de quem ganha o salário mínimo.

Três fatos marcantes do mercado do arroz no RS podem ser salientados. Em primeiro lugar, as transmissões de preços ocorrem muito mais intensas no atacado do que no varejo. Isso significa que uma leve variação nos preços do produtor faz os preços no atacado variarem mais que proporcionalmente. Pode-se verificar isso nos meses de maio e outubro de 1991, bem como nos meses de fevereiro e junho de 1992.

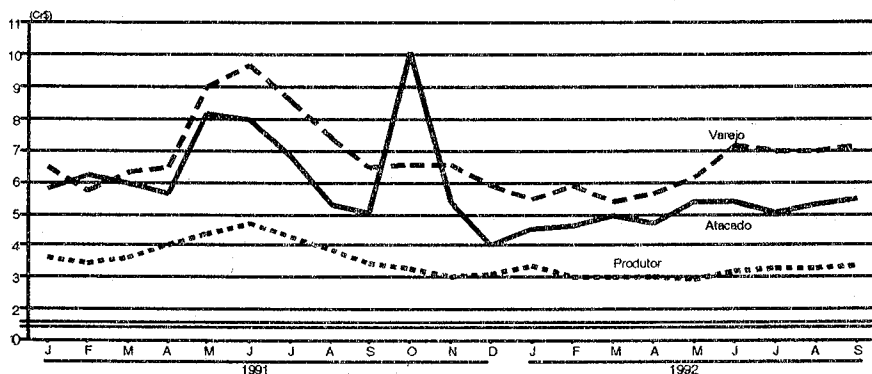
Em segundo lugar, a elevação de preços no atacado do arroz fez os preços do varejo reagirem de três maneiras diferentes nos dois últimos anos. Em junho de 1991, a variação no atacado foi assimilada pelo varejo. Em junho de 1992, o varejo aumentou os preços com menos intensidade do que o atacado. E, finalmente, em outubro de 1991, o varejo reagiu de forma semelhante ao atacado. Concluindo-se, pode-se dizer que as alterações de preços no atacado do arroz quase sempre foram razoavelmente amortecidas quando atingiram o varejo.

Em terceiro lugar, com o incentivo do ICMS em julho de 1992, todos os três níveis aumentaram suas margens de comercialização, sendo que o atacadista foi o que mais expandiu sua margem de lucro.

Os Gráficos 6, 7, 8, 9, 10 e 11 demonstram a evolução dos preços dos demais produtos (deflacionados pelo IGP-DI) nos três níveis de comercialização, no Rio Grande do Sul. Em praticamente todos os produtos, foi o atacado quem liderou os demais níveis nestes dois últimos anos. Isso se deu porque a produção dos demais produtos é toda desenvolvida por minifundiários no Rio Grande do Sul.

GRÁFICO 6

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO FEIJÃO, A NÍVEIS DE PRODUTOR, ATACADO E VAREJO, NO RIO GRANDE DO SUL — JAN/91-SET/92



FONTE: SIMA.

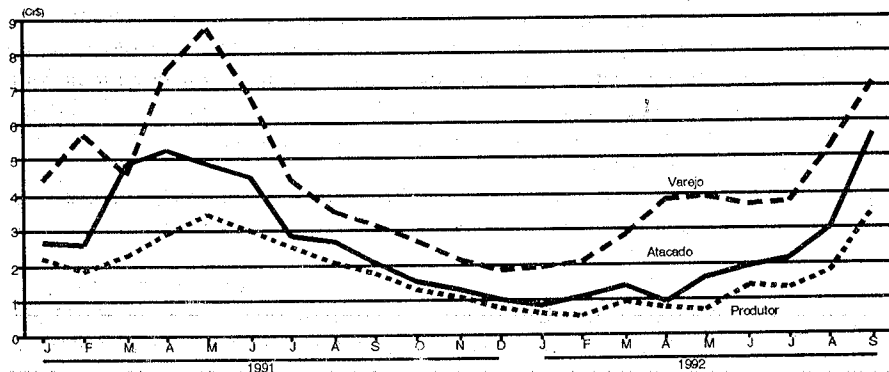
IEPE.

EMATER.

NOTA: Dados deflacionados pelo IGP-DI.

GRÁFICO 7

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DA BATATA, A NÍVEIS DE PRODUTOR, ATACADO E VAREJO, NO RIO GRANDE DO SUL — JAN/91-SET/92



FONTE: SIMA.

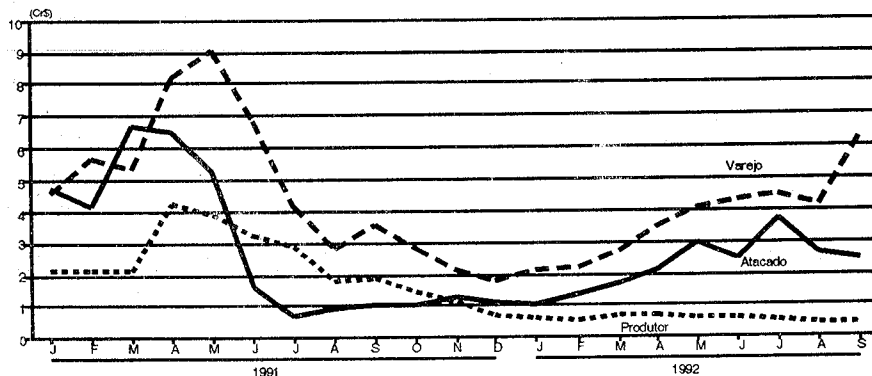
IEPE.

EMATER.

NOTA: Dados deflacionados pelo IGP-DI.

GRÁFICO 8

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DA CEBOLA, A NÍVEIS DE PRODUTOR, ATACADO E VAREJO, NO RIO GRANDE DO SUL — JAN/91-SET/92



FONTE: SIMA.

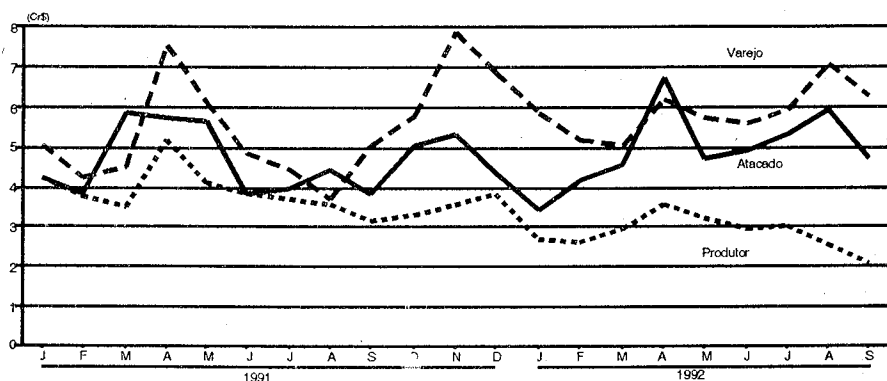
IEPE.

EMATER.

NOTA: Dados deflacionados pelo IGP-DI.

GRÁFICO 9

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO TOMATE, A NÍVEIS DE PRODUTOR, ATACADO E VAREJO, NO RIO GRANDE DO SUL — JAN/91-SET/92

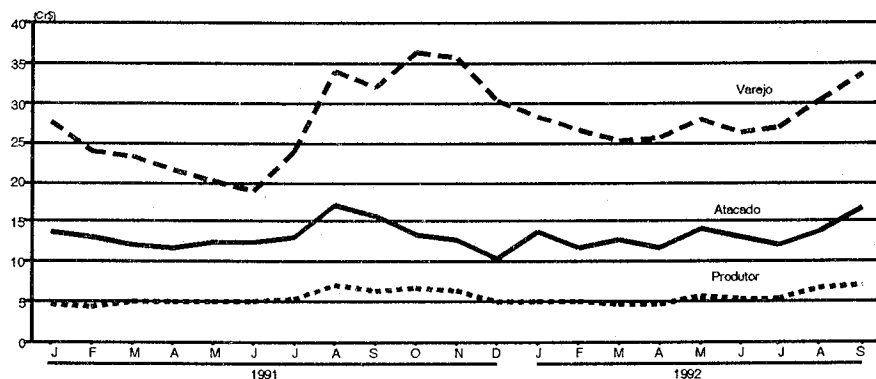


FONTE: SIMA.
IEPE.
EMATER.

NOTA: Dados deflacionados pelo IGP-DI.

GRÁFICO 10

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DA CARNE DE GADO, A NÍVEIS DE PRODUTOR, ATACADO E VAREJO, NO RIO GRANDE DO SUL — JAN/91-SET/92

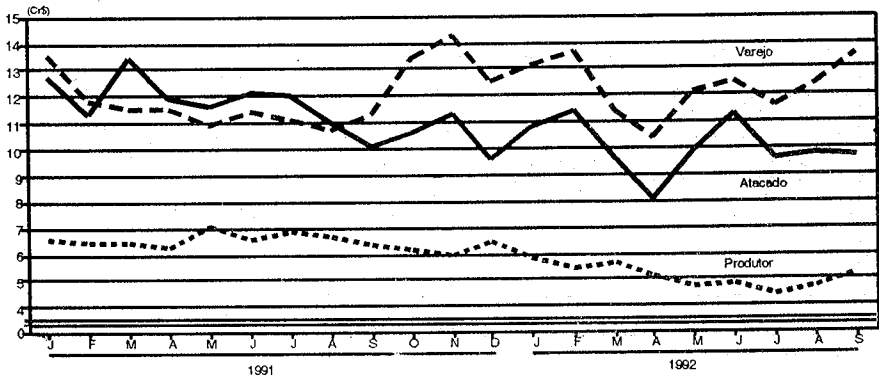


FONTE: SIMA.
IEPE.
EMATER.

NOTA: Dados deflacionados pelo IGP-DI.

GRÁFICO 11

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO FRANGO, A NÍVEIS DE PRODUTOR, ATACADO E VAREJO, NO RIO GRANDE DO SUL — JAN/91-SET/92



FONTE: SIMA.

IEPE.

EMATER.

NOTA: Dados deflacionados pelo IGP-DI.

Como eles comercializam individualmente pequenas parcelas, não têm condições de influenciar o preço de seu produto. Pode-se notar que sempre houve variação de preços do produtor após as variações dos preços do atacado. Isso ocorreu praticamente dois meses após terem havido as variações de preços no atacado. A propósito, o fato de acontecer uma defasagem na transmissão dos preços desses produtos foi evidenciado em Barros e Martines Filho (1987, p.62). Eles concluem que a variação de 10% no preço do atacado teve um efeito de 8,89% sobre o preço do produtor, depois de um mês.⁹

Cabe salientar também que, a exemplo do ocorrido com o arroz, em todos os produtos considerados, os três níveis ampliaram suas margens de comercialização, sendo que o atacadista aumentou suas margens mais do que proporcionalmente, apesar do incentivo do ICMS (jul./92). Isso ocorreu no caso do feijão, da batata e da carne de gado. O único caso em que todos os níveis reduziram suas margens de

⁹ Barros e Martines Filho (1987) chegaram a essa conclusão utilizando modelos econométricos para entender a causalidade entre os preços do atacado e os do varejo. Através do teste econométrico, eles procuraram explicar a variação de preços no atacado de um mês em função da variação de preços do varejo. Salientam que pode ocorrer três situações: ou o atacado influencia o varejo, ou vice-versa, ou ainda existe uma relação bicausal. Seus resultados evidenciam que existe uma forte predominância dos preços do nível de atacado como ponto de origem das oscilações de preços agrícolas.

comercialização foi o do tomate, o que não significa que baixou o preço do produto. No caso do frango, nota-se que, a nível de atacado, houve uma estabilização das margens de comercialização, mas o produtor e o varejo continuaram a expandi-las.

Procurando-se resumir as principais evidências das margens de comercialização de cada um dos produtos, apresenta-se a Tabela 4, a qual mostra as margens históricas de comercialização dos sete produtos analisados.

Tabela 4

Margens de comercialização de alguns produtos
no Rio Grande do Sul — jan./91-set./92

(%)

PRODUTOS	ATACADO	VAREJO	TOTAL DE ACRÉSCIMO PARA O CONSUMIDOR
Cebola	155	108	430
Carne de gado ..	145	109	412
Arroz	142	25	302
Batata	48	83	171
Frango	86	13	110
Feijão	67	19	99
Tomate	46	20	75

FONTE: SIMA/CEASA.
IEPE-UFRGS.

NOTA : As margens de comercialização representam a média dos preços coletados mensalmente no período de janeiro de 1991 a setembro de 1992.

Pode-se notar que, nos últimos anos, em praticamente todos os produtos, o setor atacadista tem superado o setor varejista. A única exceção foi no mercado da batata.

Especificamente no caso da cebola, o setor de comercialização tem permanecido com uma margem de 430% (155% do atacado e 108% do varejo). Logicamente, se o consumidor tivesse condições de adquirir esse produto diretamente do produtor, ele pagaria 430% a menos.

De uma forma geral, todos os produtos analisados têm chegado ao consumidor com um aumento de, no mínimo, 75% até 430%. Isso significa que as margens de comercialização desses produtos podem ser consideradas muito elevadas.

Sobre essa questão, Barros e Martines Filho (1987, p.66) enfatizam que existe uma enorme dificuldade de se estabelecer se o nível da margem de comercialização

de um produto é alto ou baixo. Acrescenta que somente um confronto detalhado da margem com os custos de comercialização de um produto — tendo em conta as perdas e os riscos inerentes ao processo — permitiria uma afirmação fundamentada sobre o assunto.

Revisando-se a literatura, pode-se encontrar o estudo de Melo (1992), que responde esta questão. Ele investiga a relação entre os preços recebidos pelos agricultores na venda dos produtos e os preços por eles pagos pelos insumos. Conclui que, nos últimos anos, houve uma queda significativa nos preços reais de insumos agrícolas (máquinas agrícolas, fertilizantes, defensivos e combustíveis). Argumenta que a agricultura está tendo e deverá continuar a ter melhoria significativa de sua relação de trocas, de um lado, pela elevação dos preços reais recebidos na comercialização de seus produtos e, de outro, pela redução de preços reais dos insumos comprados do setor agroindustrial.

Assim é pertinente indagar se os 430% cobrados sobre o preço do produtor da cebola não podem ser considerados exagerados, uma vez que os custos de comercialização vêm apresentando tendência de queda? ¹⁰

Tendo-se constatado que existem distorções principalmente com as margens de comercialização do atacado no Rio Grande do Sul, o próximo passo é procurar saber quais têm sido as perdas para o Tesouro Estadual em função da lei de redução do ICMS.

3 - As perdas do Tesouro Estadual

É importante salientar, antes de tudo, que a redução do ICMS foi somente no mercado interno, isso significa dizer que não houve redução de alíquotas para as operações interestaduais. Na realidade, isso pode ser pertinente para a análise da arrecadação proveniente do arroz, por exemplo, uma vez que somente cerca de 10% da produção do arroz no Rio Grande do Sul é consumida aqui, o restante é comercializado em outros estados.

Por outro lado, é interessante enfatizar que o Rio Grande do Sul é certamente o estado que mais incluiu produtos na lista da cesta básica. O Quadro 1 permite chegar a essa conclusão.

¹⁰ A propósito, o periódico **Balço Anual** (1992, p.316) informa que, no ano de 1992, o setor atacadista, no Brasil, vem enfrentando o terceiro ano consecutivo de decréscimo nas vendas, em função da queda do poder aquisitivo e do aumento do desemprego. Com isso, esse setor precisou fazer alguns ajustes para aumentar a eficiência, garantir o giro de capital e minorar os prejuízos. Segundo o documento, o setor atacadista vem concentrando seus negócios na área de alimentação, eliminando as vendas de eletrodomésticos e material de construção. Na realidade, essa constatação pode reforçar a hipótese básica deste estudo, que destaca o setor atacadista de produtos básicos como o que mais tem liderado os demais níveis de comercialização, tanto no Rio Grande do Sul como no Brasil.

Pode-se também questionar a presença de produtos na lista da cesta básica do Rio Grande do Sul que sequer figuram como produtos básicos nos levantamentos de preços do DIEESE e do IEPE-RS. Podem-se citar cinco deles: pasta de frutas, conservas de frutas, fubá, mel e peixe.

Quadro 1

Produtos beneficiados com redução do ICMS nos Estados do Rio Grande do Sul, de Santa Catarina, do Paraná, de São Paulo, de Minas Gerais, da Bahia e do Rio de Janeiro — 1992

PRODUTOS	RS	SC	PR	SP	MG	BA	RJ
Açúcar	*	*	*				*
Arroz	*	*	*	*	*	*	*
Banha	*	*	*				
Batata	*		*				
Biscoitos	*						
Café	*	*	*				*
Carne de gado e aves	*	*	*	*	*	*	*
Cebola	*	*					
Chá	*	*					
Charque				*			
Conservas de frutas	*						
Erva-mate	*	*	*				
Farinha	*	*	*	*		*	*
Feijão	*	*	*	*	*	*	*
Frutas	*		*				
Fubá	*						
Hortaliças	*						
Leite	*		*			*	
Manteiga	*	*	*				
Margarina	*	*	*				
Massas	*	*	*			*	
Milho					*		
Mel	*	*	*				
Óleo	*	*	*			*	*
Ovos	*		*				
Pão	*	*	*			*	*
Pasta de frutas	*						
Peixe	*		*		*		
Sal	*	*	*			*	
Verduras	*						
Vinagre	*		*				

FONTE: Centro de Orientação, Atualização e Desenvolvimento Profissional.

Outro fato importante é que a maioria dos outros estados reduziram o ICMS de poucos produtos. No caso de São Paulo, por exemplo, existe redução do ICMS desde janeiro de 1990, entretanto somente para cinco produtos.

A Tabela 5 permite visualizar as perdas para o Tesouro Estadual causadas pela implementação da lei que reduz o ICMS da cesta básica. Organizando-se os dados do ICMS arrecadado segundo os setores ligados a cesta básica, pode-se notar que o Tesouro Estadual vem perdendo substanciais recursos em praticamente todos eles. Tomando-se o período de janeiro a outubro de 1992 em relação ao mesmo período do ano anterior (para evitar a sazonalidade), verifica-se que o ICMS perdeu 8%.

Tabela 5

Desempenho setorial do ICMS arrecadado no período de janeiro a outubro de 1992 em relação ao mesmo período do ano anterior, no Rio Grande do Sul (%)

SETORES DA ECONOMIA GAÚCHA E PRODUTOS	VARIAÇÃO REAL ACUMULADA
Total da indústria de transformação	-6,4
Produtos lácteos	-42,0
Café, chá e erva-mate	-12,1
Farinha e cereais	-10,0
Total da indústria de beneficiamento	-17,5
Carne e miúdos	-11,2
Peixes	-22,3
Arroz	-21,3
Produtos alimentares	-10,8
Total do comércio atacadista	9,3
Produtos lácteos	12,0
Legumes e hortaliças	-7,4
Arroz	-2,6
Total do comércio varejista	-19,6
Mercados, armazéns, padarias e fruteiras	-21,8
Supermercados	-19,8
Total do ICMS	-8,0

FONTE: Secretaria da Fazenda. Superintendência da Administração Tributária. Assessoria Econômica.

As perdas são mais pronunciadas no comércio varejista (-19,6%), na indústria de beneficiamento (-17,5%) e na indústria de transformação (-6,4%). O único setor que contribuiu no ano de 1992 mais do que no ano anterior foi o atacadista. Aliás, isso está perfeitamente coerente com o que se viu no item anterior, pois é justamente o setor que vem apresentando uma liderança frente aos demais em termos de formação de preços.

Também vale destacar que, se for considerado somente o mês de outubro de 1992, isoladamente, em relação ao mesmo mês do ano anterior, os resultados são praticamente os mesmos: perda em quase todos os setores relativos à cesta básica. As únicas exceções são: o comércio atacadista de carnes e miúdos e a indústria de beneficiamento do peixe. Esses dois setores tiveram uma arrecadação real superior em outubro de 1992 em relação a outubro de 1991.

Uma vez constatado que não houve benefício ao consumidor, que o atacado ampliou suas margens de comercialização e que o Tesouro Estadual vem perdendo ICMS, o próximo passo é questionar o papel das Câmaras Setoriais como uma alternativa para futuras negociações.

4 - Câmaras Setoriais

Em primeiro lugar, é importante salientar que a experiência das Câmaras Setoriais é bem recente no Brasil, entretanto, em outros países da Europa, como na Áustria, é uma idéia utilizada há bastante tempo.¹¹

Mas já se nota que, aos poucos, o papel das Câmaras Setoriais vem sendo ampliado no Brasil. Quando as Câmaras foram criadas — ainda na gestão da ex-Ministra da Economia Zélia Cardoso de Mello —, o principal tema de debate era a liberação dos preços. Quando o processo de liberação era alcançado, outras questões, como qualidade e produtividade, começavam a ter mais espaço dentro das discussões.

Atualmente, as Câmaras Setoriais vêm tendo bons resultados, pois várias iniciativas de redução de impostos por parte do Governo têm tido resultados significativos nos preços. Um exemplo é o acordo automobilístico fechado em março de 1992. Esse acordo uniu os três grandes segmentos do setor — fabricantes de peças, montadoras e distribuidoras de veículos — aos trabalhadores, ao Governo Federal e ao Governo paulista. Assim, seis interlocutores, de divergentes interesses econômicos, entraram em um acordo de abrir mão de uma parcela de renda, para que o preço final do produto pudesse baixar significativamente.

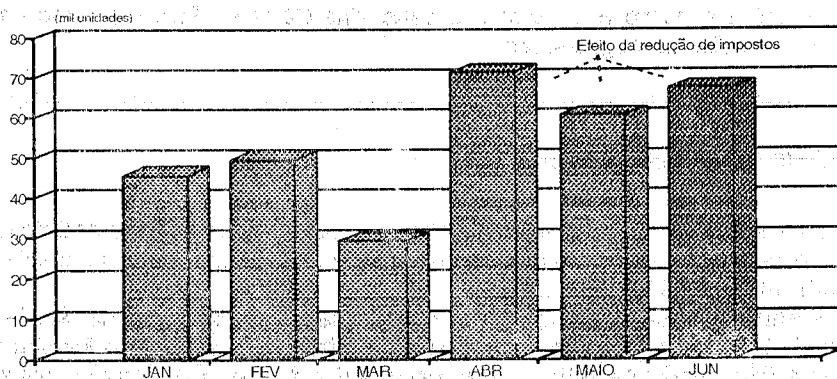
A idéia era a de que uma baixa do preço ocasionaria um grande aumento do volume de consumo, de vendas, de produção e, conseqüentemente, de emprego e de receita para o Governo. Assim, se o aumento da quantidade vendida não compensasse

¹¹ Segundo um estudo da comunidade europeia (Econ. Surv. 1981/82, 1982, p.30), na Áustria existe um fórum de negociação entre o Governo e os empresários denominado de Joint Commission, ou Comissão Geral. Foi criado em 1957 e tem como finalidade reunir representantes do Governo, das associações da indústria, da agricultura e dos trabalhadores, bem como da federação dos sindicatos. Na Áustria, também existe a Lei de Controle de Preços, que confere ao Governo o poder de penalizar os empresários que aumentam mais os preços do que o aprovado anteriormente.

a renúncia de ganho unitário, todos perderiam, e, se compensasse, todos ganhariam. O resultado foi que as vendas mais que dobraram entre março e abril e se mantiveram elevadas nos dois meses seguintes. O acordo resultou efetivamente em redução do preço, em torno de 22%, segundo a ANFAVEA. O Gráfico 12 permite visualizar melhor os efeitos da redução de tributos sobre as vendas.

GRÁFICO 12

COMPORTAMENTO DAS VENDAS DE VEÍCULOS ANTES E DEPOIS DA REDUÇÃO DE IMPOSTOS, NO BRASIL — JAN-JUN/92



FONTE: ANFAVEA.

Nota-se que, no primeiro mês do acordo, abril de 1992, foram vendidos no mercado interno 71.000 veículos, o que significa 142% a mais na comparação com março de 1992. Também os números de maio, junho e julho indicam que não existe tendência de declínio de vendas, pelo contrário, deve permanecer assim enquanto durar o acordo.

A idéia que prevalece agora é que o papel das Câmaras Setoriais será ainda mais reforçado com a criação do Ministério da Indústria e Comércio.¹²

¹² Em outubro de 1992, por exemplo, houve a primeira reunião das Câmaras Setoriais do Governo Itamar Franco: a do setor farmacêutico. Foram reunidos em Brasília associações de laboratórios, da indústria química e de comércio de produtos farmacêuticos, três centrais sindicais, o Conselho Nacional de Medicina, a Federação Brasileira de Hospitais, além de representantes de sete ministérios (GM, 27.10.92, p.3). Em novembro de 1992, houve outra reunião da Câmara Setorial de Cervejas e Refrigerantes. O Governo propôs a redução do IPI, mas exigiu redução de preços (JB, 5/11/92, p.8). Com a criação do Ministério da Indústria e Comércio, o Governo pensa, inclusive, em transferir os Departamentos de Comércio Exterior (DECEX) e da Indústria e Comércio (DIC) para a nova pasta (STENZEL, 1992, p.3).

Até já existem iniciativas estaduais, como, por exemplo, em Minas Gerais. Segundo Rosa (1992, p. 14), no dia 26 de novembro de 1992, foi criada a Câmara Setorial do Trigo, formada pela Secretaria da Agricultura, por indústrias alimentícias, moinhos, cooperativas, sindicatos, associações e outros órgãos governamentais. Basicamente, os objetivos são estimular a produção naquele estado e definir uma política para o setor.

De uma forma geral, pode-se perceber que as Câmaras tiveram a virtude de juntar numa mesma roda todos os participantes do processo produtivo — empresários, trabalhadores, fornecedores e Governo —, obrigando-os a raciocinar objetivamente sobre os problemas do setor e a repartir incumbências.

Por esse motivo, o exemplo dos automóveis representa uma alternativa real à política recessiva de estabilização e deve ser estendido a outros setores da economia, como o da comercialização de alimentos básicos. Dessa forma, é bastante provável que haveria um efeito mais forte nos preços da cesta básica, se, além da redução de impostos, um acordo fosse estabelecido reunindo os vários interlocutores dos setores da agroindústria e da agropecuária com o Governo Federal e o Governo gaúcho.

5 - Conclusão

É válido recordar que o objetivo deste trabalho consiste em saber os efeitos na economia decorrentes da lei de redução do ICMS sobre a cesta básica.

Parece evidente que, se o Governo gaúcho diminuiu parte dos custos dos três níveis de comercialização — reduzindo o ICMS de 12% para 7% —, esse benefício deveria ser repassado também para os preços pagos pelo consumidor. Entretanto isso não aconteceu, segundo dados do DIEESE, da FGV e da FIPE. Naquelas capitais onde a Lei foi implementada, os preços da cesta básica, além de não terem diminuído, ao contrário, aumentaram ainda mais.

No caso dos produtos analisados no Rio Grande do Sul, observou-se uma forte predominância do nível de atacado, como ponto de origem das oscilações de preços agrícolas. O atacado desempenha esse papel principalmente no caso do arroz, do feijão, da cebola, do tomate, da carne de gado e do frango. Num único caso, o nível do varejo deu origem a oscilações de preços no setor de comercialização. Foi no mercado da batata.

Com relação ao nível de varejo, cujo papel parece ser relativamente passivo na transmissão de preços na maior parte dos casos, pode-se supor que simplesmente ele repassa os aumentos que vêm do atacado. Isso não quer dizer que o setor de supermercados não seja extremamente concentrado no Rio Grande do Sul. Certamente o Febematti, o Zaffari, o Real, o Econômico e o Carrefour devem controlar muito mais da metade do mercado.

Os produtores agrícolas com certeza são os que menos condições têm de influenciar o preço de seu produto, pois comercializam individualmente pequenas parcelas do total comercializado no mercado. Os resultados encontrados neste estudo mostram que seus preços se modificaram quase sempre após as variações dos preços dos demais níveis.

O fato de ser o nível de atacado quem toma, em geral, as iniciativas em relação às mudanças de preços fica mais evidente quando se constata que este setor é muito concentrado e geralmente trabalha com um único produto. Esse fato permite ao

atacadista um maior controle sobre as informações de mercado. Sem dúvida, relacionada à questão da transmissão de preços está a questão do controle de preços agrícolas, medida freqüentemente adotada na área econômica. Parece claro que o controle, se adotado, deve ser efetivado no nível de mercado onde se originam os choques de preços: justamente o atacado.

Pode-se concluir que, com a implementação dos benefícios do ICMS sobre a cesta básica, ocorrida em julho de 1992 no Rio Grande do Sul, ao invés de as margens de comercialização dos produtos considerados terem sido reduzidas, ao contrário, elas foram ampliadas. A única exceção foi o caso do tomate, em que todos os três níveis de comercialização reduziram suas margens, o que não significa dizer que seus preços foram reduzidos.

O Rio Grande do Sul é o estado que apresenta a maior lista de produtos da cesta básica contemplados com redução do ICMS. Muitos produtos contemplados, inclusive, nem são considerados básicos, como, por exemplo, o peixe, as pastas de frutas, as conservas de frutas e o fubá.

As perdas para o Tesouro Estadual em função da redução das alíquotas têm sido substanciais. No acumulado do ano (até outubro), o ICMS teve uma perda real de 8% em relação a igual período do ano anterior. Também a arrecadação de todos os setores vinculados à cesta básica apresentou queda.

À medida que se reconhece que a redução do ICMS pouco contribuiu para diminuir, de certa forma, os preços dos produtos da cesta básica, é pertinente indagar se não seria relevante uma ação conjunta dos Governos Estadual e Federal no sentido de reduzir também os impostos como IPI, FINSOCIAL e outros que estão embutidos nos preços das mercadorias. Isso poderia ser conseguido no âmbito de uma Câmara Setorial, o que já vem sendo efetivado inclusive por outros estados, como Minas Gerais.

Provavelmente, pelos resultados obtidos neste estudo, somente através das isenções de todos os impostos indiretos que incidem sobre as mercadorias, como também por meio de um acordo com os vários segmentos do setor (a exemplo do acordo automobilístico), poderiam resultar preços menores para os consumidores. Em outras palavras, um acordo que envolvesse os segmentos da agroindústria e da agropecuária com o Governo Federal e o Governo gaúcho teria efeito mais significativo sobre o preço dos produtos, o que, certamente, faria aumentar a renda real dos consumidores, principalmente os de renda baixa.

De uma maneira geral, o estudo também serviu para mostrar a dificuldade enorme de se levantar os tributos que estão embutidos nos preços dos produtos ou, em outras palavras, de se avaliar a carga tributária que incide nos bens e serviços, no Brasil. Isso inclusive desrespeita a Constituição Federal, artigo nº 150, que determina que os consumidores devem ser esclarecidos sobre os impostos que estão embutidos nos preços das mercadorias. É urgente um esforço nesse sentido.

Bibliografia

- AGUIAR, D. R. D. de (1992). Onde começam e como se transmitem as variações de preços agrícolas. **Preços Agrícolas**, Piracicaba, v.6, n.73, p.1-52, nov.
- BALANÇO ANUAL 1992 (1992). Os efeitos da crise no atacado. São Paulo: Gazeta Mercantil, v.16, n.16, p.316.

- BARROS, G. S. de C. (1990). Transmissão de preços pela Central de Abastecimentos de São Paulo, Brasil. **Revista Brasileira de Economia**, Rio de Janeiro: FGV, v. 44, n.1, p. 5-20, jan./mar.
- BARROS, G. S. de C., MARTINES FILHO, J. G. (1987). Transmissão de preços agrícolas entre níveis de mercado. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 15., Salvador. **Anais ...** Salvador: ANPEC.
- BRADIMARTE, V. (1992). **Caem os preços dos alimentos básicos**. Gazeta Mercantil, São Paulo, 21 out., p.14.
- ECONOMIC SURVEYS 1981/82: Áustria (1982). Paris: OECD, Feb.
- GAZETA MERCANTIL (27.10.92). Governo retoma hoje as reuniões com empresários. São Paulo, p. 3.
- JORNAL DO BRASIL (5.11.92). Cerveja e refrigerante podem baixar. Rio de Janeiro, p. 8.
- LONGO, C. A. (1984). **Finanças públicas**. São Paulo: IPE/USP.
- MELO, F. H. de (1992). Tendências de queda nos preços reais de insumos agrícolas. **Revista de Economia Política**, São Paulo: Brasiliense, v. 12, n.1, p. 141-146, jan./mar.
- MUSGRAVE, R. A., MUSGRAVE, P. B. (1980). **Finanças públicas: teoria e prática**. São Paulo: Campus.
- OLIVEIRA, M. M. (1990). Atacado de produtos agrícolas no Brasil: recolocando o problema da intermediação e das altas de preços. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 28., Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: SOBER.
- ROSA, E. (1992). Minas terá câmara setorial para estimular a produção. **Gazeta Mercantil**, 27 nov., p. 14.
- SANSON, J. R. (1991). Incidência tributária e os gastos em alimentos. **Análise Econômica**, Porto Alegre: UFRGS, v.9, n. 16, p. 107-123.
- SAYAD, J. (1981). Abastecimento urbano e inflação. **Pesquisa e Planejamento Econômico**, Rio de Janeiro: IPEA, v.11, n. 3, p. 563-598.
- SOARES, S. F. (1977). **Notas estatísticas sobre a produção agrícola e carestia dos gêneros alimentícios do império do Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA/INPES. 366p.
- STENZEL, R. (1992). Dorothea ajuda a definir papel das câmaras setoriais. **Gazeta Mercantil**, 9 out., p. 3.
- TEIXEIRA, H. H. L. (1982). **Modelo de desequilíbrio de margens de comercialização agrícola**. Viçosa. (Tese não publicada).
- UEDA, E., TORRES, I. (1984). **Estrutura tributária estadual: potencialidades, adequação e reformas**. São Paulo: IPE/USP. (Relatórios de Pesquisa, 18).
- WARD, R. W. (1982). Asymmetry in retail, wholesale and shipping point pricing for fresh vegetables. **American Journal Agricultural Economics**, Ames: American Agricultural Economics Association, v. 64, n. 2, p. 205-212, May.