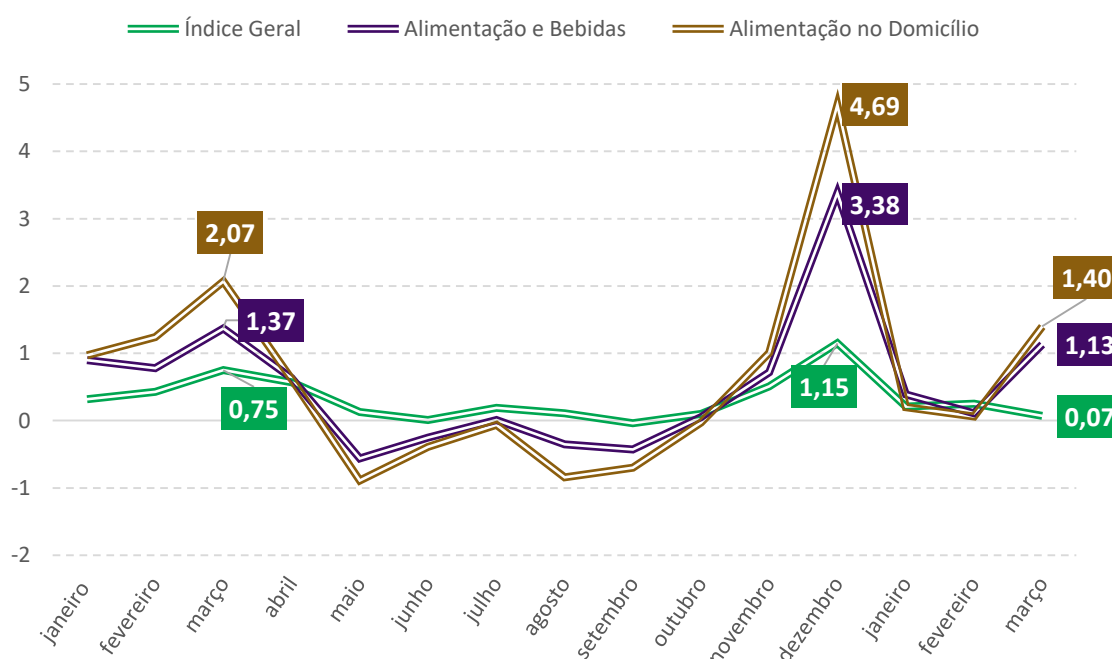


IPCA de março é o menor do Plano Real

Crise causada pelo novo coronavírus alterou os hábitos de consumo dos brasileiros e gerou alta de 1,4% nos preços dos alimentos consumidos no domicílio na 2ª quinzena de março

O Índice de Preços ao Consumidor (IPCA) de março, divulgado hoje pelo IBGE, é o menor para o mês em 25 anos. No 1º trimestre de 2020, o IPCA subiu apenas 0,53% e nos últimos 12 meses (de abril a março) apenas 3,3%. No mesmo período do ano passado, as altas foram de 1,51% e 4,58% respectivamente. Já os preços dos alimentos consumidos no domicílio aceleraram em março, com alta de 1,4%, depois de subirem apenas 0,06% em fevereiro e 0,20% em janeiro. (Gráfico 1)

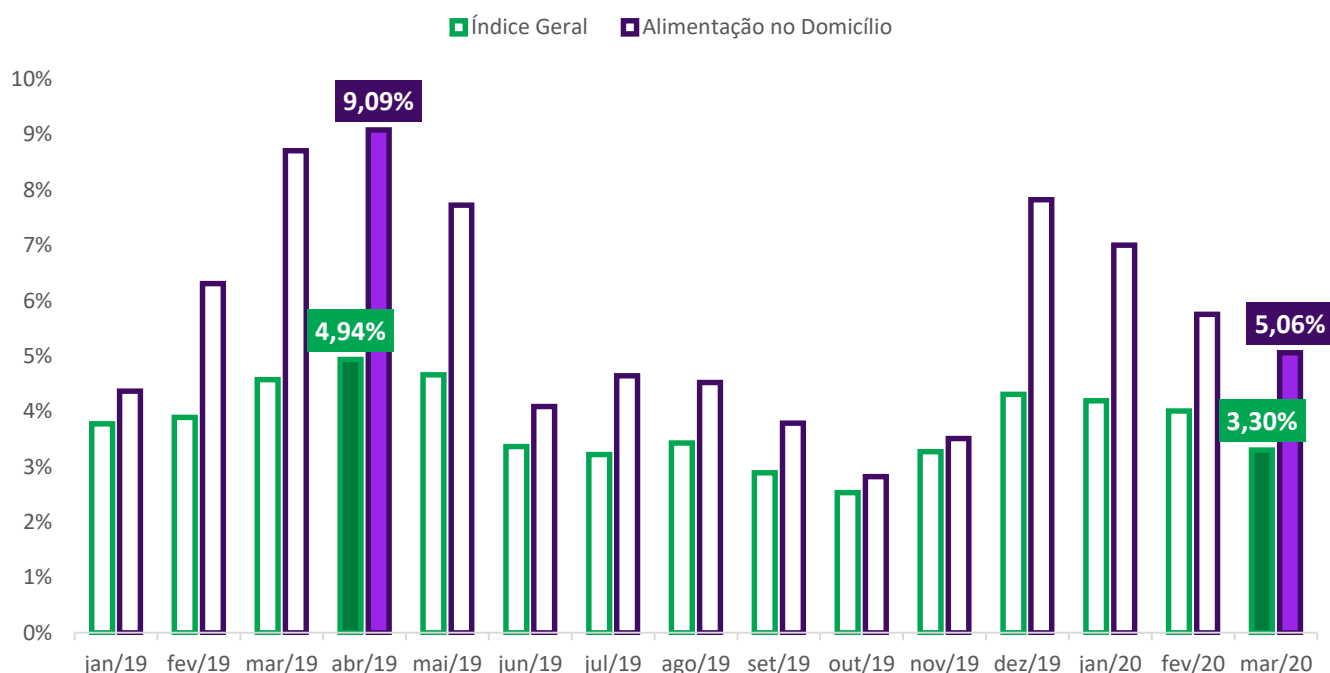
**Gráfico 1- Índice de Preço ao Consumidor Amplo (IPCA)
Índice Geral e Alimentação no Domicílio (%) – Mensal em 2019 e 2020**



Fonte: IBGE. Elaboração: SUT/CNA.

Em geral, esse salto deriva de dois efeitos conjuntos. Por um lado, a menor oferta sazonal de tubérculos, raízes e legumes; e por outro, o aumento da demanda de leite longa vida, arroz, ovos e limão pelo fato das pessoas permanecerem mais em casa em função das medidas de saúde pública adotadas no combate ao COVID-19. Na medida que ficou evidente que a rede de abastecimento está funcionando - uma vez que a produção, distribuição e venda de alimentos é atividade essencial - a demanda por esses produtos vem se normalizando, mas essa descompressão nos preços só será captada pelo IPCA de abril.

Gráfico 2- Índice de Preço ao Consumidor Amplo (IPCA) Índice Geral e Alimentação no Domicílio – Acumulado em 12 meses



Fonte: IBGE. Elaboração: SUT/CNA.

Abaixo os produtos que apresentaram as maiores altas e as maiores quedas de preço em março de 2020, e os respectivos impactos no IPCA.

Figura 1- PRINCIPAIS VARIAÇÕES DE PREÇOS DE ALIMENTOS NO IPCA DE MARÇO/2020

Principais Altas		
Produto	Var. %	Impacto no IPCA
1-Tubérculos, raízes e legume	14,1%	0,09p.p.
Cenoura	20,4%	0,02p.p.
Cebola	20,3%	0,01p.p.
Tomate	15,7%	0,04p.p.
Batata-inglesa	8,2%	0,01p.p.
2-Frutas	2,7%	0,02p.p.
manga	11,6%	0,01p.p.
limão	5,3%	0,01p.p.
3-Ovos de galinha	4,7%	0,01p.p.
4-Leite longa vida	1,8%	0,01p.p.
5-Arroz	1,6%	0,01p.p.

Fonte: IBGE. Elaboração SUT/CNA.

Principais Quedas		
Produto	Var. %	Impacto no IPCA
1- Carnes	-0,30%	-0,01p.p.
Contra-filé	-2,37%	-0,01p.p.
Carne de porco	-1,06%	-0,01p.p.
2- Maçã	-3,10%	-0,01p.p.
3- Queijo	-0,55%	-0,01p.p.
4- Feijão-carioca	-1,29%	-0,01p.p.
5- Laranja lima	-9,83%	-0,001p.p.

Principais Altas de Preço:

Tubérculos, raízes e legumes – A alta de 14,1% nos preços desse grupo de alimentos reflete, em geral, condições típicas da menor oferta sazonal e pouco está relacionada ao distanciamento social. A exceção é a **batata-inglesa**, cujo aumento da demanda levou a um aumento de 8,2% no preço em março, embora já se observe alguma reversão nos primeiros dias de abril. Em março, os preços foram inflados também pela oferta reduzida, em função da desaceleração da safra “das águas”, principalmente no Sul de Minas Gerais (MG).

Cenoura – Apesar da redução na demanda nos grandes centros consumidores do país, o preço da cenoura foi sustentado pela menor oferta já verificada no cerrado de MG e GO em decorrência das fortes chuvas de verão e alta amplitude térmica nos últimos meses, que reduziu a qualidade e volume produzido.

Cebola – A redução da demanda verificada pela pandemia provocada pelo novo coronavírus não foi suficiente para promover a redução do preço da cebola no atacado. Os preços foram sustentados pela oferta reduzida no País diante da redução dos estoques no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, redução da importação de cebolas da Argentina e entressafra e chuvas no Nordeste.

Tomate – para o tomate o efeito de aumento de preço era esperado no período pelas características sazonais de produção. No entanto, ele ainda foi freado pela redução da demanda nas primeiras semanas de intensificação da pandemia de Covid-19.

Frutas – A alta média nos preços das frutas, em março, foi de 2,7%. Destaque para as altas de 11,6% no preço da manga, e de 5,3% no do limão. Enquanto este último refletiu a demanda aquecida por produtos ricos em vitamina C, a oferta reduzida de manga na região nordeste já apontava para o encarecimento da fruta em março. Mesmo com a baixa procura pela fruta, a escassez do produto levou à alta de 11,6% no seu preço.

Ovos de galinha – Diante da incerteza em relação à renda e empregos os brasileiros aumentaram o consumo de ovos, uma proteína de alto valor biológico e mais barata que as carnes, e de fácil preparo. Esse aumento de demanda pressionou os preços para cima, uma vez que a produção não consegue se ajustar à demanda rapidamente.

Leite longa vida – A demanda por leite UHT nos supermercados apresentou uma elevação no mês de março, fato que culminou na valorização do produto. Do dia 2 a 27, o preço nominal do leite UHT recebido pelas indústrias em negociações no Estado de São Paulo saltou 24,7%. Tal valorização reduziu os estoques desse produto nos pátios das grandes indústrias e acabou influenciando nas negociações com o varejo.

Arroz – O aumento médio de 1,6% no preço do arroz em março reflete o aumento da demanda observada com o distanciamento social. Muitos consumidores optaram por estocar o produto em casa.

Principais Quedas de Preço

Carnes – Os efeitos e as incertezas da crise do coronavírus na renda das famílias já vem apresentando reflexos na menor demanda por produtos de maior valor agregado, como as carnes. Nesse contexto, o mercado de carne bovina tem “andado de lado”, sem muita variação nos preços, com produtor, indústria e varejo se adaptando à menor demanda no mercado interno. Muita compra da “mão pra boca” no mercado bovino, ou seja, restringindo a oferta de carne nos mercados e comprando apenas o suficiente pra manter os estoques.

Carne de porco – A menor demanda de restaurantes e do mercado de alimentação fora do lar em geral (*food service*) afetou o consumo de carne de porco que tem nesse mercado uma fatia importante de sua demanda. Os preços da carne de porco, que caíram 1,06% em março, devem continuar pressionados enquanto a demanda não se normalizar.

Maçã – A redução de 3,1% no preço deriva da combinação de dois elementos: oferta ampliada pelo atual período de safra, e menor demanda com o fechamento de restaurantes e escolas, que são fortes compradores da fruta.

Queijo – O mercado de queijos vem sofrendo com a restrição do volume de vendas (*food service*), operando bem apenas em super/hipermercados nos primeiros dias da quarentena. Após o movimento inicial de compras, a demanda por esse produto começou a cair e como as indústrias maiores seguiram operando elas foram perdendo o fluxo de venda, aumentando seus estoques e com isso forçando negociações a valores menores com as redes de supermercado para manterem uma fonte de receita. No caso dos queijos nobres, a situação é ainda mais dramática com pouquíssimas vendas.

Feijão - A leve redução de preço ainda é resultado da entrada no mercado da safra das águas. Embora os preços do produto tenham reagido à maior demanda no início do distanciamento social, logo recuaram uma vez que a oferta está bem ajustada à demanda, e à proximidade do início (em abril) da segunda safra, quando há colheita do produto em praticamente todas as unidades da federação.

Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA:

Bruno Barcelos Lucchi - Superintendência Técnica

Natália Sampaio Sene Fernandes - Superintendência Técnica Adjunta

Renato Conchon – Coordenador do Núcleo Econômico

Ana Lígia Lenat – Assessora Técnica

Isabella Bianchi – Estagiária

Lilian Azevedo Figueiredo – Coordenadora de Produção Animal

Maciel Silva – Coordenador de Produção Vegetal

Paulo André Camuri – Assessor Técnico

Ricardo Nissen - Assessor Técnico

Thiago Rodrigues – Coordenador do Projeto Campo Futuro