

Tabaco, álcool e alimentos: evolução dos preços e prioridades nas políticas públicas

Valter Palmieri Júnior



Redação

Valter Palmieri Júnior

Revisão

Anna Monteiro

Laura Cury

Mariana Pinho

Mônica Andreis

Edição

Juliana Andreis Waetge

Diagramação e Arte

Ronieri Gomes

Sugestão de citação:

Palmieri Júnior, V., ACT Promoção da Saúde. Tabaco, álcool e alimentos: evolução dos preços e prioridades nas políticas públicas. São Paulo: ACT Promoção da Saúde, 2024.

A versão completa deste documento pode ser acessada em **actbr.org.br**.

SUMÁRIO

OBJETIVOS DA PUBLICAÇÃO	4
INTRODUÇÃO	5
PREÇO DO CIGARRO E DOS ALIMENTOS: PRIORIDADES NAS POLÍTICAS PÚBLICAS	6
1. Comprometimento da renda familiar com o cigarro	7
2. Acessibilidade dos cigarros e dos alimentos	10
2.1. Cigarro: diferenciação de preços e produtos	16
PREÇO DA CERVEJA E DOS ALIMENTOS: PRIORIDADES NAS POLÍTICAS PÚBLICAS	23
Consumo de álcool no Brasil e no mundo	23
Produção e consumo de cerveja no Brasil	26
Preços de cerveja e arrecadação tributária	38
CONSIDERAÇÕES FINAIS DESTA NOTA: A DINÂMICA DOS PREÇOS PODE SER ALTERADA?	45

OBJETIVOS DA PUBLICAÇÃO

Esta publicação tem como objetivo avaliar os preços dos cigarros e cervejas no Brasil em relação aos alimentos saudáveis, em um período que abrange de 2011 a 2023. Esse acompanhamento revela uma necessidade de ajuste de políticas públicas para favorecer o acesso a produtos mais saudáveis e não aos nocivos à saúde, como tabaco e álcool. É responsabilidade do poder público implementar e/ou atualizar políticas que gerem benefícios para toda a população, em especial para a parcela com menor poder aquisitivo.

INTRODUÇÃO

“Açúcar, rum e tabaco são mercadorias que em nenhum lugar são necessárias à vida, que se tornaram objetos de consumo quase universal e que, portanto, são sujeitos de tributação extremamente apropriados” (Adam Smith, 1776).

Há mais de 200 anos, muito antes das evidências científicas dos malefícios do tabaco e do álcool à saúde pública, Adam Smith, pioneiro da economia como ciência e que lançou as bases do liberalismo econômico, já afirmava que esses produtos deveriam ser sujeitos a uma forte tributação, que é uma política eficaz para buscar controlar o consumo daquilo que oferece prejuízo à saúde pública e trazer benefícios à economia por meio da arrecadação de recursos e investimento em políticas sociais.

Apesar do cigarro possuir uma carga tributária elevada no Brasil, o preço é historicamente muito baixo em comparação com outros países e, nos últimos anos, tem estado ainda mais acessível, visto que os preços estão estagnados no país desde 2016, devido à falta de reajustes na política de preço mínimo e impostos sobre produtos de tabaco. Essa acessibilidade também ocorre para produtos alcoólicos, como a cerveja. Novas políticas públicas, portanto, devem ser direcionadas no sentido de dificultar a acessibilidade de produtos nocivos, tanto por meio de uma tributação mais elevada quanto com uma política de preços mínimos ajustada regularmente.

A literatura econômica explica que o funcionamento do mercado muitas vezes apresenta falhas ao não conseguir ampliar livremente o bem-estar social, seja pela presença de oligopólios que atuam estrategicamente em defesa de seus interesses, pela presença de externalidades (positivas ou negativas) ou pela assimetria de informações entre os participantes do mercado. Assim, quando um mercado apresenta preços inadequados para o bem-estar social, é papel do Estado, por meio de regulação e políticas públicas, intervir. Isso se aplica a setores como os de tabaco, álcool e alimentos básicos.

No Brasil, os cigarros e as bebidas alcoólicas são drogas lícitas amplamente consumidas. Apesar de inúmeras diferenças e particularidades, ambas apresentaram uma evolução de preço inferior à dos alimentos básicos consumidos pela população nos últimos anos. Esse fato, que será demonstrado no decorrer deste documento, é importante, pois demonstra uma urgente necessidade de revisão de políticas, priorizando ações que visem a promoção da saúde por meio do consumo de produtos saudáveis, e não o oposto.

Para isso, os preços dos produtos de tabaco e álcool precisam ser elevados, ao mesmo tempo em que deveria haver redução dos preços dos alimentos básicos saudáveis (não ultraprocessados). O aumento expressivo nos preços dos alimentos domésticos mais consumidos pelos brasileiros visto nos últimos anos, inclusive, contribuiu para explicar o crescimento da insegurança alimentar no país.

Por essas razões, o objetivo desta nota técnica é avaliar os preços dos cigarros e cervejas no Brasil em relação aos dos alimentos, realizando também comparações com outros países. Esse acompanhamento é crucial, uma vez que é uma responsabilidade central das políticas públicas avaliar a efetividade dos impostos nos preços para controlar o consumo daquilo que gera externalidades negativas (como cigarro e álcool) e favorecer o que gera benefícios para toda a população, principalmente para a parcela com menor poder aquisitivo.

PREÇO DO CIGARRO E DOS ALIMENTOS: PRIORIDADES NAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Como vimos, os preços dados pelos mercados muitas vezes não refletem o interesse público. Justamente nesses casos, é fundamental a adoção de políticas públicas que, de forma direta e indireta, tenham a capacidade de influenciar os preços para atender às prioridades da população.

Os alimentos básicos saudáveis (não ultraprocessados) mais consumidos e importantes para as famílias brasileiras, deveriam ter preços baixos, pois contribuem para a segurança alimentar da população. Já com relação aos produtos de tabaco, é o inverso: eles precisam subir de pre-

ço em ritmo mais elevado que outros bens, já que oferecem externalidades negativasⁱ em grandes proporções.

É por essa razão que vamos buscar analisar a evolução dos preços dos cigarros e dos alimentos de forma comparativa. Nos últimos anos, os preços dos alimentos estão subindo em um ritmo acima da inflação, enquanto com os cigarros acontece o inverso. É necessário expor esses números e compreender a evolução desses preços para, assim, buscar contribuir com formulações de políticas que atendam o interesse público.

1. Comprometimento da renda familiar com o cigarro

Em primeiro lugar, é importante evidenciar o peso do cigarro nas despesas totais das famílias brasileiras. Um estudo de Szklo et al (2024)¹ estimou, a partir da Pesquisa Nacional de Saúde de 2019, a influência que o gasto com cigarros industrializados teve no orçamento familiar nos domicílios com pelo menos um fumante, estratificada por características sociodemográficas. O estudo revelou que os fumantes brasileiros destinaram cerca de 8% do rendimento médio mensal domiciliar per capita para a compra de cigarros industrializados. Entre os fumantes de 15 a 24 anos, o percentual do gasto médio mensal chegou a quase 10% desse rendimento, e ele foi ainda maior para aqueles com ensino fundamental incompleto (aproximadamente 11%), como mostra a Tabela 1.

ⁱ Externalidades negativas referem-se aos custos impostos a terceiros pela produção e oferta de bens e serviços; no caso, custos econômicos diretos e indiretos relacionados ao uso de tabaco que recaem sobre a sociedade e sistema de saúde.

Tabela 1

Proporção do gasto médio mensal dos fumantes para compra de cigarros industrializados relativo ao rendimento médio mensal domiciliar *per capita*, segundo características sociodemográficas. Indivíduos com idade ≥ 15 anos. *Pesquisa Nacional de Saúde*, Brasil, 2019.

Características sociodemográficas	Rendimento médio mensal domiciliar <i>per capita</i> (A) * [R\$]	Gasto médio mensal com cigarro industrializado (B) ** [R\$]	Proporção do gasto com cigarro sobre o rendimento domiciliar <i>per capita</i> (A/B) [% (IC95%)]
Total	1.378,17	107,28	7,8 (7,4-8,2)
Sexo			
Masculino	1.404,38	114,98	8,2 (7,8-8,6)
Feminino	1.342,26	96,81	7,2 (6,8-7,6)
Faixa-etária (anos)			
15-24	871,08	83,71	9,6 (8,3-11,0)
25-59	1.359,54	104,30	7,6 (7,1-8,1)
60 ou mais	2.023,79	116,64	5,8 (5,1-6,4)
Escolaridade			
< Ensino Fundamental completo	868,95	94,78	10,9 (10,2-11,6)
< Ensino Médio completo	983,74	102,11	10,4 (9,5-11,3)
Ensino Médio completo	1.447,03	122,21	8,4 (7,7-9,2)
> Ensino Médio completo	3.460,83	128,61	3,7 (3,3-4,1)
Orientação sexual ***			
Heterossexual	1.370,80	108,30	7,9 (7,5-8,3)
Homossexual ou bissexual	1.864,90	88,80	4,8 (3,4-6,1)
Região			
Norte	869,62	85,52	9,8 (8,5-11,2)
Nordeste	896,45	82,32	9,2 (8,3-10,0)
Centro-oeste	1.379,63	101,39	7,4 (6,5-8,1)
Sudeste	1.575,89	117,38	7,5 (6,8-8,1)
Sul	1.510,90	115,60	7,7 (7,2-8,0)

IC95%: intervalo de 95% de confiança.

Nota: todas as análises foram realizadas considerando os pesos amostrais dos indivíduos.

* Rendimento médio mensal domiciliar (R\$) que inclua pelo menos um fumante (exclusive o rendimento das pessoas cuja condição na unidade domiciliar era pensionista, empregado doméstico ou parente do empregado doméstico) dividido pelo número de moradores no domicílio;

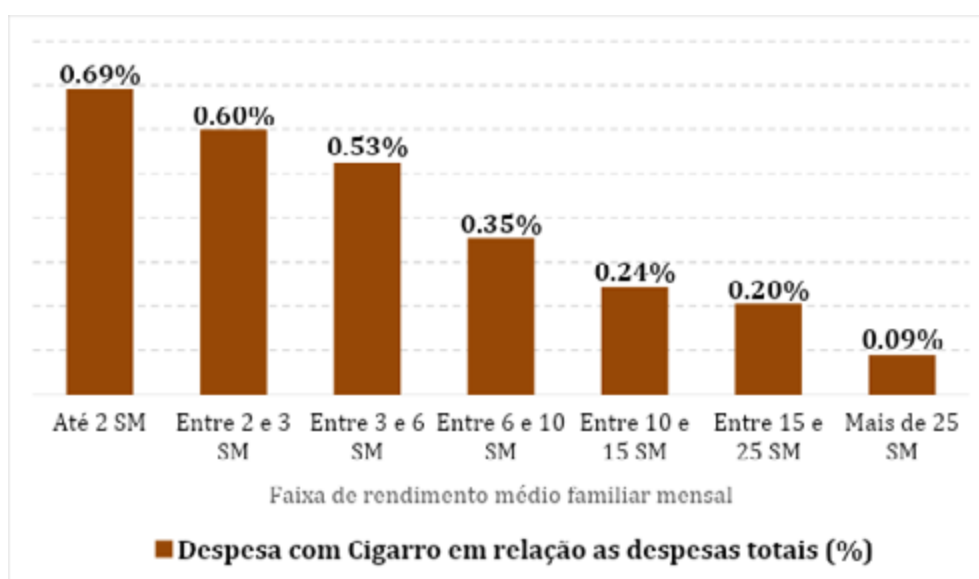
** Calculado a partir do preço pago (R\$) pelo cigarro na última compra multiplicado pelo consumo médio mensal de cigarros;

*** 2,6% dos fumantes de cigarro industrializado foram excluídos da análise pois não sabiam a sua orientação sexual ou se recusaram a responder.

Fonte: Szklo et al. Op. cit.

Em outra estimativa, elaborada pelo autor desta nota, vê-se que, quanto menor a renda da família, maior a importância do cigarro nas despesas familiares (Gráfico 1). A porcentagem é bem inferior porque a Pesquisa de Orçamentos Familiares do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (POF/IBGE), utilizada como fonte dos dados, considera o gasto com consumo de cigarros como média geral das famílias, incluindo as que não fumam. Por essa razão, o cálculo do estudo de Szklo é mais próximo da realidade da proporção de gastos com cigarro de quem realmente fuma. Mesmo assim, o Gráfico 1 mostra algo importante, que é o peso maior do consumo do cigarro nos gastos gerais das famílias com menor poder aquisitivo. É justamente por isso que políticas que elevam o preço do cigarro diminuem relativamente mais a demanda das pessoas mais pobres ou com acesso restrito a recursos, como os jovens, pois diminui a acessibilidade, colaborando assim com a saúde da família e a saúde pública.

Gráfico 1. Despesa com cigarro em relação às despesas totais (POF/IBGE 2018) – Valor por faixas de rendimento familiar (SM = salário mínimo)



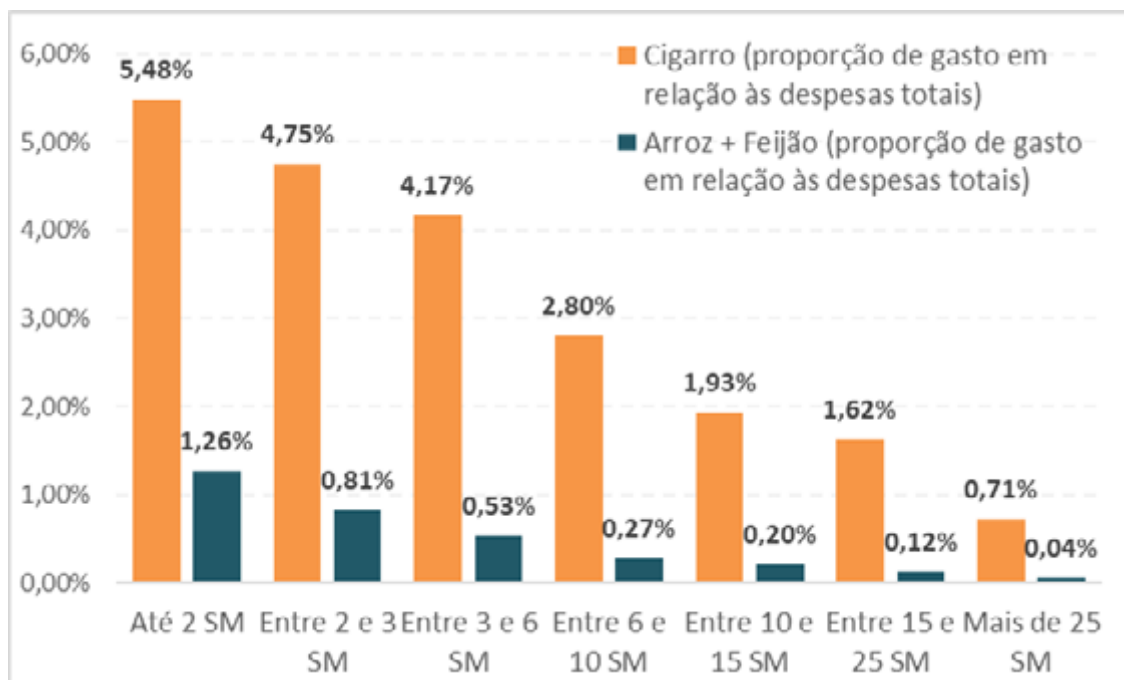
Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar (POF)/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Outro estudo, realizado pela Universidade Católica de Brasília, mostrou que impostos mais altos sobre o tabaco levam à redução de despesas e uma vida mais longa, saudável e produtiva. Para cada aumento de 10% no preço, os fumantes de classes sociais desfavorecidas têm ganhos

de renda líquida de cerca de R\$ 39 mensais, além de benefícios sociais significativos ao reduzir gastos com tabaco e medicamentos².

Segundo a Pesquisa Nacional de Saúde, a prevalência de fumantes adultos no Brasil em 2019 era de 12,6%. Isso significa que, se as famílias que recebem até dois salários mínimos possuem essa proporção de prevalência, o gasto com o cigarro como proporção de todas as despesas passa a ser maior, já que, como mencionado anteriormente, a POF considera a despesa média familiar com cigarro incluindo famílias que fumam e quem não fumam. Fazendo o cálculo apenas para quem fuma, portanto, a proporção subirá de 0,69% para 5,48%, valor extremamente elevado, principalmente se levarmos em consideração que é 4,35 vezes maior que o gasto com arroz e feijão. O Gráfico 2 mostra, por faixas de rendimento, a despesa média mensal familiar per capita com arroz e feijão e com cigarro.

Gráfico 2. Despesa média mensal familiar per capita com arroz e feijão e com cigarro, por faixa de rendimento (2018).



Fonte: POF/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr. Para o cálculo do gasto relativo com o cigarro, foram utilizados os dados da POF, mas multiplicados por 6,75 (=100/14,8), porque o IBGE calcula o gasto per capita familiar e em 2018, ano da pesquisa, apenas 14,8% da população fumava. Esse cálculo foi realiza-

do para que a comparação se torne mais fidedigna, uma vez que de uma forma geral, todos os integrantes de uma família consomem arroz e feijão, mas o mesmo não acontece com o cigarro.

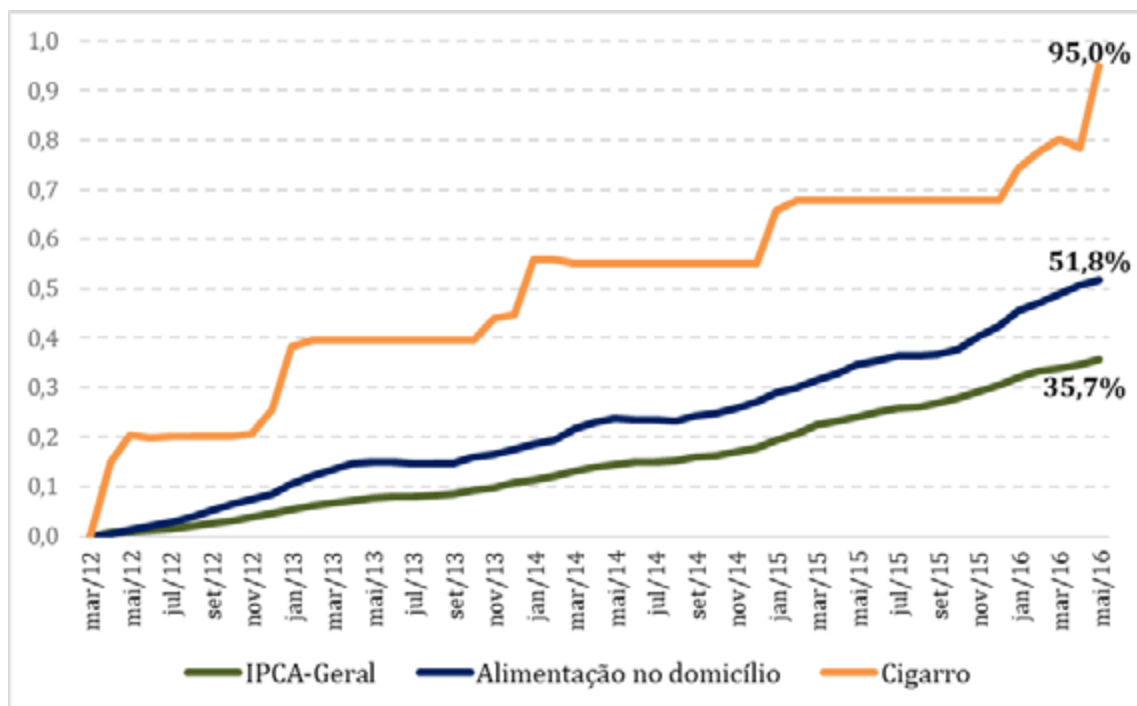
2. Acessibilidade dos cigarros e dos alimentos

Para ilustrar como os cigarros vêm se tornando mais acessíveis em relação aos alimentos desde que a política de preços e impostos de produtos de tabaco deixou de ser reajustada, vamos supor, por exemplo, que uma pessoa comprava um maço de cigarros por dia dezembro de 2016 pagando o preço mínimo de R\$ 5,00. O gasto mensal com cigarros, portanto, seria de R\$ 150. Considerando os preços do Procon (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor)³ para o arroz, isso daria para comprar 57,4 quilogramas de arroz agulhinha. Hoje, com o mesmo valor, poderiam ser comprados apenas 32,5 kg, pois o preço do arroz, assim como de outros alimentos essenciais, subiu bastante no período - diferente do tabaco, visto que o preço mínimo do cigarro permanece R\$ 5,00 até hoje.

Os Gráficos 3 e 4 representam a inflação acumulada (inflação geral, medida pelo IBGE), de alimentos domésticos (representados pelos principais alimentos consumidos pelos brasileiros dentro do lar) e de cigarros. No Gráfico 3, a periodização se refere ao início da política de implementação do preço mínimo dos cigarros (em abril de 2012) até o último reajuste (realizado em maio de 2016). Nesse período, os preços dos cigarros subiram em um ritmo quase três vezes superior ao aumento do IPCA-Geral (IPCA= Índice nacional de preços ao consumidor amplo). No Gráfico 4, que representa a inflação acumulada nos últimos 7 anosⁱⁱ, a inflação dos alimentos domésticos foi superior ao IPCA-Geral, enquanto com os cigarros o fenômeno foi o contrário, com um aumento bem menor. **Na prática, esses dados revelam que o cigarro ficou relativamente mais barato que outros produtos nos últimos anos, principalmente em relação aos alimentos mais consumidos pelas famílias brasileiras.**

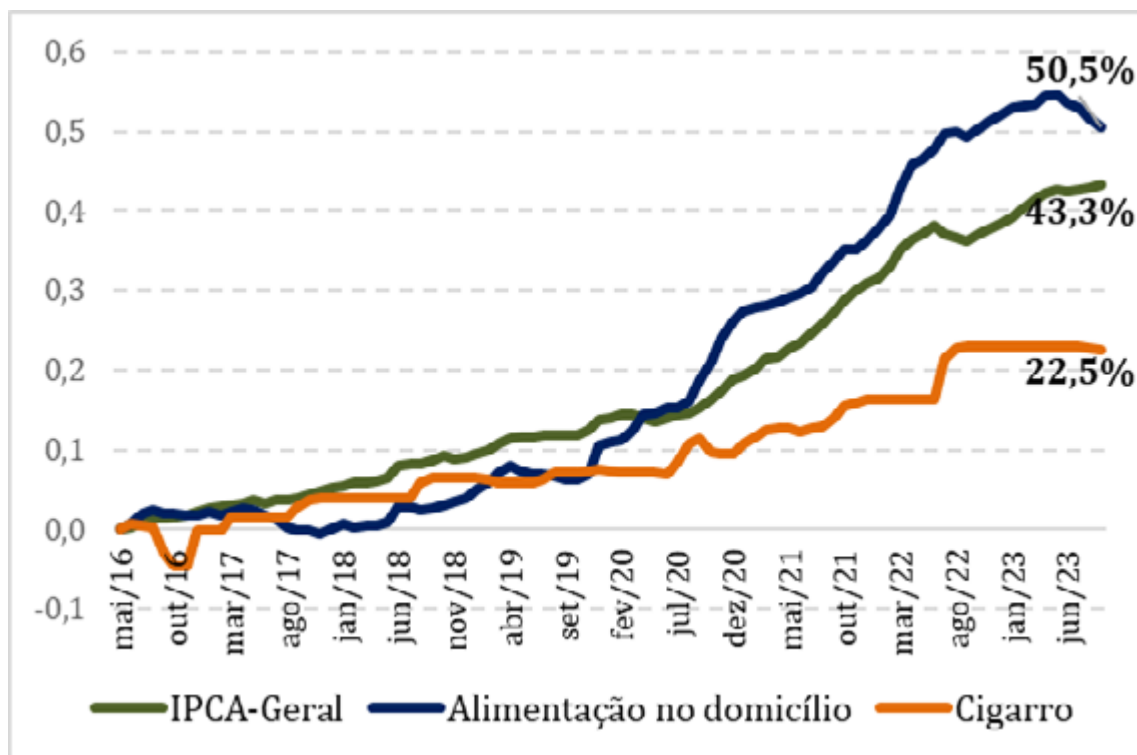
ii Contabilizamos desde maio de 2016 pois o último aumento do preço mínimo do cigarro foi em maio de 2016.

Gráfico 3. Inflação acumulada no Brasil – IPCA-Geral, alimentos domésticos e cigarros (março de 2012 a maio de 2016)



Fonte: IPCA/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

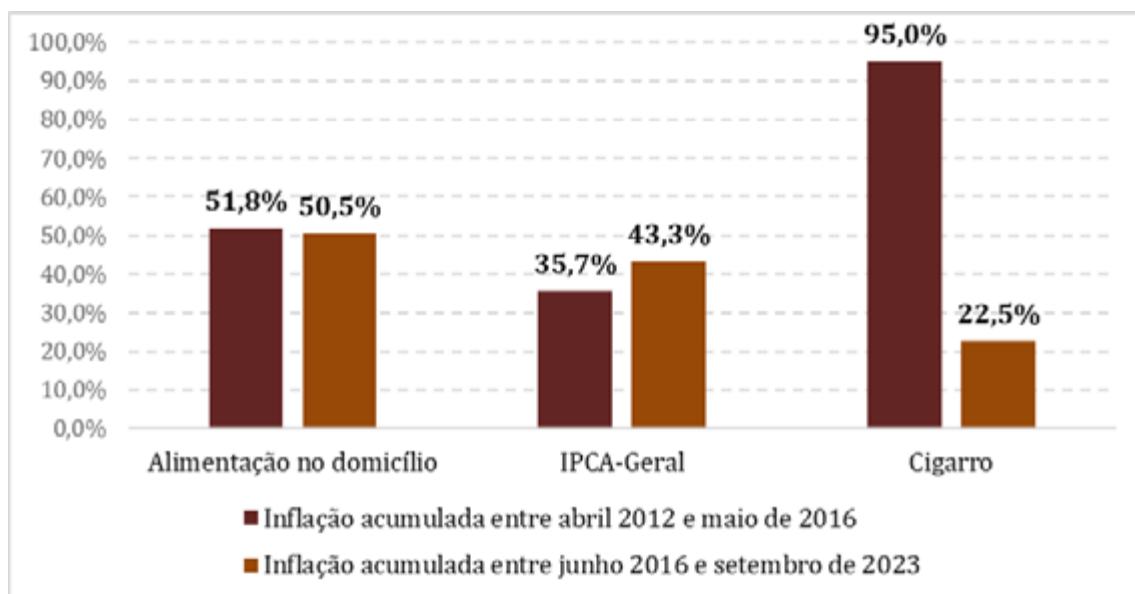
Gráfico 4. Inflação acumulada no Brasil – IPCA-Geral, alimentos domésticos e cigarros (maio de 2016 a agosto de 2023)



Fonte: IPCA/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

No Gráfico 5, temos a síntese dos dois gráficos anteriores, o que deixa ainda mais evidente que nos últimos sete anos os preços dos cigarros estão se comportando de modo muito diferente do que ocorreu entre 2012 e 2016, quando foram realizados reajustes regulares no preço mínimo.

Gráfico 5. Inflação acumulada: comparação entre cigarros, alimentos domésticos e IPCA nos últimos 11 anos



Fonte: IPCA/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Uma outra forma de percebermos o quanto o cigarro se tornou mais acessível é comparar o preço do cigarro (pelo valor mínimo legal) com o valor da cesta básica (medida pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos - DIEESE). **Entre 2016 e setembro de 2023, o preço da cesta básica do DIEESE aumentou 64,6%, enquanto o valor mínimo do cigarro permanece o mesmo⁴.**

Tanto na Tabela 2 como no Gráfico 6, nota-se que a cesta básica teve um aumento nos preços em um ritmo muito mais elevado que o preço do cigarro, que ficou estagnado, principalmente após 2018, quando era possível comprar 72,2 maços de cigarro com o valor de uma cesta básica - em 2023, é possível comprar 133,8, ou seja, 73,3% mais. **A comparação tem a finalidade de evidenciar que nos últimos anos as políticas públicas não estão conseguindo fazer com que as mer-**

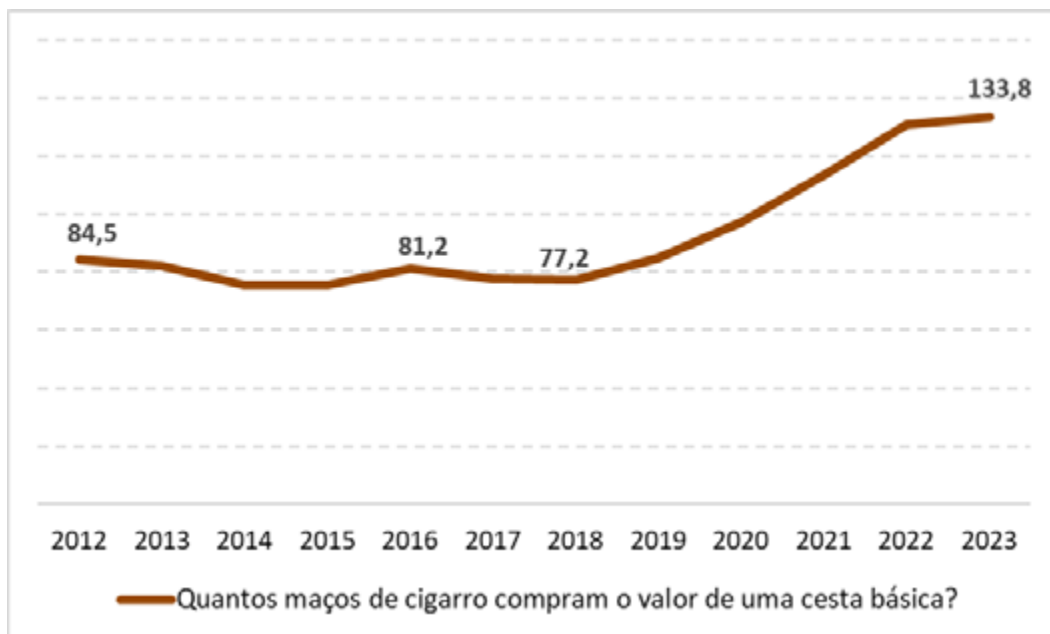
cadornias mais prejudiciais para a saúde sejam relativamente mais inacessíveis do que as mercadorias essenciais.

Tabela 2. Valor da cesta básica (DIEESE), preço mínimo do maço de cigarro e a quantidade de maços de cigarro que o valor de uma cesta básica é capaz de comprar (2012-2023)

Ano	Valor da cesta básica do DIEESE (R\$)	Valor mínimo do maço de cigarro (20 unidades) (R\$)	Quantos maços de cigarro são comprados com o valor de uma cesta básica?
2012	253,6	3	84,5
2013	288,0	3,5	82,3
2014	302,9	4	75,7
2015	340,6	4,5	75,7
2016	406,2	5	81,2
2017	388,5	5	77,7
2018	386,2	5	77,2
2019	423,9	5	84,8
2020	485,6	5	97,1
2021	567,4	5	113,5
2022	654,6	5	130,9
2023	668,8	5	133,8

Fonte: Receita Federal e DIEESE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Gráfico 6. Quantos maços de cigarro são comprados com o valor de uma cesta básica?



Fonte: Receita Federal e DIEESE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

A seguir, a Tabela 3 mostra a evolução dos preços de todos os itens da cesta básica, calculada pelo Procon e pelo DIEESE, nos últimos sete anos. Foram retirados os itens ultraprocessados da lista porque, embora eles sejam muito consumidos por algumas famílias, não devem ser incentivados por políticas públicas, já que também causam prejuízos à saúde. Quase todos os itens listados apresentaram um aumento significativo nos últimos sete anos.

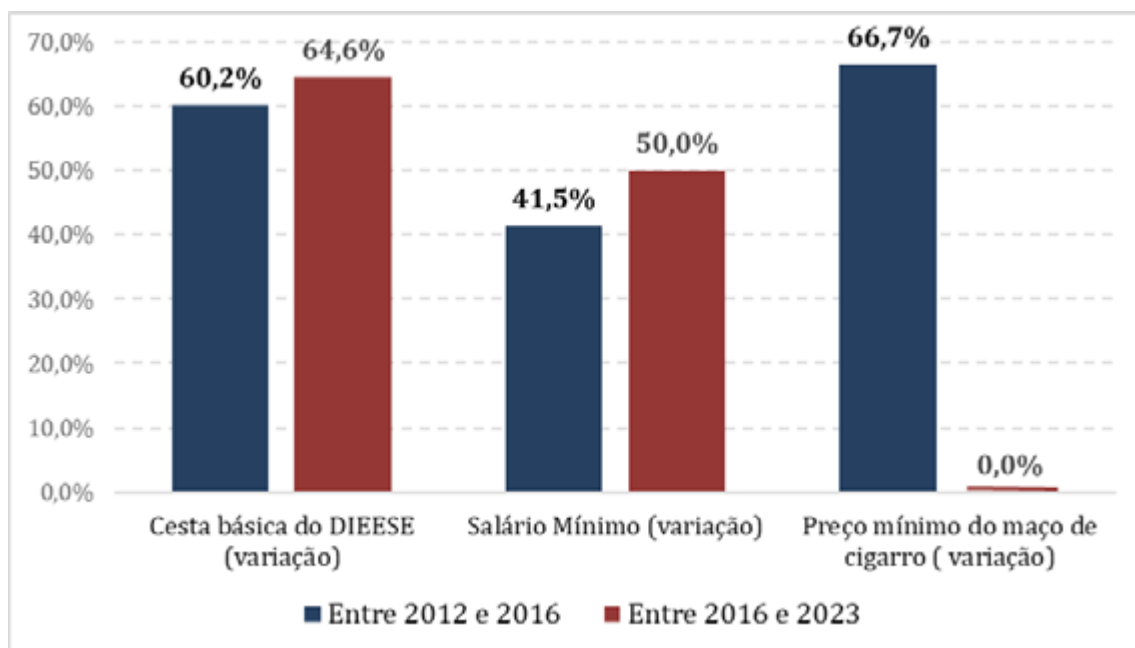
Tabela 3. Preços dos itens da cesta básica (sem ultraprocessados), Procon/DIEESE (2016 a 2023)

Alimentação	set/16	set/23	Varição
Arroz (5 kg)	R\$ 13,2	R\$ 21,8	65,5%
Feijão carioca (kg)	R\$ 9,6	R\$ 7,0	-26,9%
Açúcar refinado (5 kg)	R\$ 13,1	R\$ 21,3	62,9%
Café em pó (500g)	R\$ 7,7	R\$ 14,4	87,1%
Farinha de trigo (kg)	R\$ 2,9	R\$ 5,3	84,8%
Farinha de mandioca torrada (500g)	R\$ 3,8	R\$ 6,6	77,1%
Batata (kg)	R\$ 3,1	R\$ 5,5	76,1%
Cebola (kg)	R\$ 1,8	R\$ 5,1	177,6%
Alho (kg)	R\$ 27,6	R\$ 32,6	18,2%
Ovos brancos (dúzia)	R\$ 5,5	R\$ 12,6	128,4%
Leite UHT (litro)	R\$ 3,1	R\$ 4,9	60,1%
Pão francês (Kg)	R\$ 10,0	R\$ 16,6	66,5%
Macarrão com ovos (500g)	R\$ 1,9	R\$ 3,8	96,4%
Carne de primeira (kg)	R\$ 20,6	R\$ 38,1	84,9%
Carne de segunda sem osso (kg)	R\$ 15,9	R\$ 29,6	86,2%
Frango resfriado inteiro (kg)	R\$ 5,8	R\$ 9,1	55,6%
Óleo de soja (900 ml)	R\$ 3,2	R\$ 5,9	85,0%
Soma	R\$ 148,7	R\$ 240,2	61,6%

Fonte: Procon/DIEESE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Uma outra maneira de pensar o problema é por meio de uma comparação em termos de salários mínimos - afinal, é a forma de medir o poder de compra da população. Nota-se, no Gráfico 7, que entre 2016 e 2023 o salário mínimo subiu mais do que entre 2012 e 2016, assim como o valor da cesta básica. O preço mínimo do cigarro, no entanto, teve movimento contrário. Entre 2012 e 2016, a política que estabelecia os preços mínimos teve efeito justamente porque os aumentava em um ritmo superior aos salários mínimos. Sem atualização do valor desde então, essa política perdeu eficácia. **Por isso, é fundamental uma atualização do valor e uma garantia de ajustes regulares nos preços mínimos, pelo menos acima do IPCA-Geral.**

Gráfico 7. Variação acumulada do salário mínimo, da cesta básica e do preço mínimo do cigarro (de 2012 a 2016 e de 2016 a 2023)



Fonte: Receita Federal, IPEADATA e DIEESE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

2.1. Cigarro: diferenciação de preços e produtos

Quanto mais baixo é o valor mínimo, maior é a acessibilidade do cigarro, especialmente para os jovens e a população de baixa renda. É fundamental, entretanto, esclarecer que existe uma grande escala de preços diferenciados de cigarros no Brasil: as duas maiores fabricantes de cigarros no Brasil (e no mundo), a BAT Brasil e a Philip Morris, comercializam no país diversas marcas, e cada uma tem versões distintas. Ambas praticam a estratégia de diferenciação de preços, que é uma forma de atender diferentes segmentos para ampliar as margens médias de lucro e atender a um número maior de consumidores, tanto em idade e preferências como em poder aquisitivo.

Na Tabela 4, mostramos os preços de todas as marcas que atualmente a BAT Brasil e a Philip Morris comercializam no Brasil. O preço médio foi calculado pela média de todas as Unidades da Federação e de todas as diferentes versões de cada marca, pois em alguns casos há diferenças de preços praticados. Percebe-se que ambas as empresas possuem marcas/versões com o preço mínimo (R\$5,00), mas também apresentam versões que são mais que o dobro desse valor.

A observação dessa ampla diferença de preços de cigarros no Brasil é fundamental pois revela a necessidade de diversas políticas públicas para tornar o cigarro menos acessível, não somente para quem consome cigarros com valores mais baixos, mas também para o segmento com maior poder aquisitivo que consome os produtos com preços mais altos. A política de preço mínimo, por exemplo, afeta relativamente mais o mercado/segmento de cigarros mais baratos. Para cigarros mais caros, considerando a hipótese de que o público de maior poder aquisitivo seja o principal demandante, a menor acessibilidade poderia ser obtida por meio da ampliação da tributação.

Tabela 4. Preços médio das marcas de cigarro das duas principais fabricantes (2023)

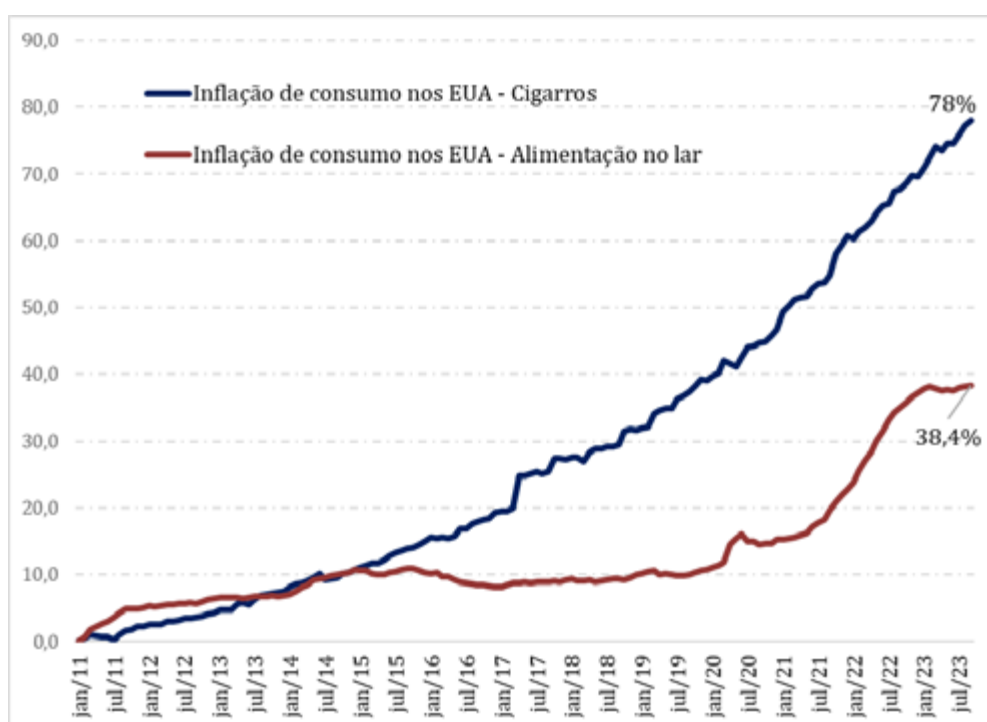
Fabricantes/marcas de cigarro	Preço médio 2023 (Em R\$)
Souza Cruz S/A (BAT Brasil)	
Dunhill	11,3
Kent	9,3
Lucky Strike	9,1
Rothmans	6,7
Versão Mais Cara	
Dunhill Master Blend Ks Nr Hlb	12,1
Versão Mais Barata	
Rothmans Of London 1890 White Classic Red	5
Philip Morris Brasil Indústria e Comércio Ltda	
A Sampoerna	12,4
Chancellor	12,3
Chesterfield	6,6
L&M	7,8
Luxor Harmony	8,5
Marlboro	10,0
Parliament	12,4
Shelton	8,5
Versão Mais Cara	
Sampoerna Kretek Menthol Select Ks E Parlamient Night Blue Ks	12,4
Versão Mais Barata	
Chesterfield Full Colour Azul Ks	5

Fonte: Receita Federal do Brasil. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

2.2. Evolução dos preços dos cigarros e alimentos: EUA x Brasil

Como abordado anteriormente, é importante compararmos a evolução dos preços dos cigarros em relação aos alimentos porque isso revela a eficácia (ou não) das intervenções públicas nos preços relativos. Nos Estados Unidos (EUA), por exemplo, percebemos que os preços do cigarro sobem em ritmo superior aos dos alimentos. O Gráfico 8 mostra dados da Bureau of Labor Statistics da inflação de consumo dos EUA, tanto do cigarro como da alimentação doméstica. A principal conclusão é que, a partir de meados de 2015, os preços dos cigarros evoluíram em um ritmo muito superior à inflação da alimentação doméstica, o que é melhor para a saúde pública e qualidade de vida da população.

Gráfico 8. Inflação de consumo nos EUA: evolução dos preços dos cigarros em relação à alimentação no lar (janeiro de 2011 a setembro de 2023)



Fonte: U. S. Bureau of Statistics. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

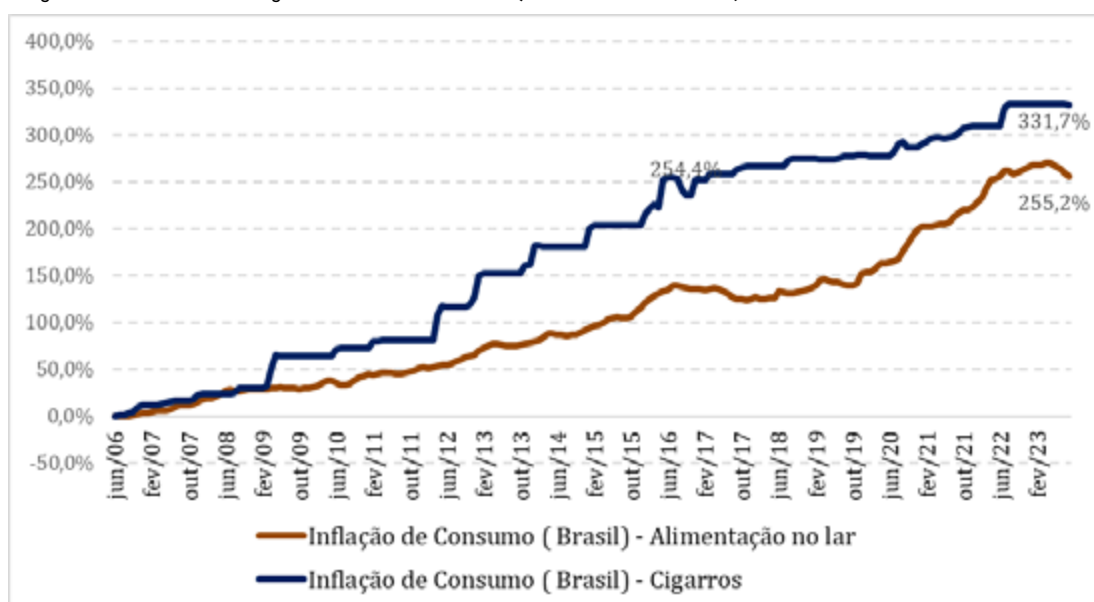
Uma das razões para o aumento do preço do cigarro nos EUA no período é a política de preço mínimo, que é realizada por estado. Em Nova York, por exemplo, de acordo com o Department of Taxation and Finance, o preço mínimo atualmente é de US\$ 14,19 (na capital) e US\$ 12,52 (fora da cidade de Nova York)⁵, convertendo em Reais o valor é de

R\$71,8 na capital e R\$63,3 fora da cidade de Nova York. O preço mínimo dos cigarros foi um componente central do pacote legislativo do tabaco do prefeito Bill de Blasio, assinado em agosto de 2017, que fez com que em Nova York se tornasse a cidade com o cigarro mais caro no país, aumentando de US\$ 10,5 para US\$ 13,0 (na taxa de câmbio atual o valor em Reais seria de R\$53,1 para R\$65,8) em Isso significa que, desde 2017 até hoje, o preço mínimo aumentou 35% (lembrando que, no Brasil, o valor está congelado desde 2016 em apenas R\$ 5,00).

Além disso, se considerarmos o período de 1997 a 2023 nos EUA, os preços médios dos cigarros aumentaram 487,49%, uma taxa média de inflação de 7,05% ao ano que é muito superior à inflação geral, de 2,54%. Isso significa que, para uma compra equivalente, um cigarro que custasse 1,3 dólares em 1997 custaria quase 7,64 dólares em 2023. Nesse exemplo, caso os preços dos cigarros apenas acompanhassem a inflação geral entre 1997 e 2023, o preço seria de apenas US\$3,22, ou seja, aproximadamente a metade.

Avaliando outro período, desde janeiro de 2011 o cigarro acumulou uma inflação de 78% nos EUA, enquanto os alimentos domésticos ficaram em 38,4% - praticamente a metade do valor. Isso provoca uma diminuição da acessibilidade do cigarro no país. Voltando ao Brasil, como vimos, o processo é inverso: desde meados de 2016 a inflação de cigarros é baixa, principalmente quando comparamos com a inflação de alimentos domésticos, como pode ser visto no Gráfico 9.

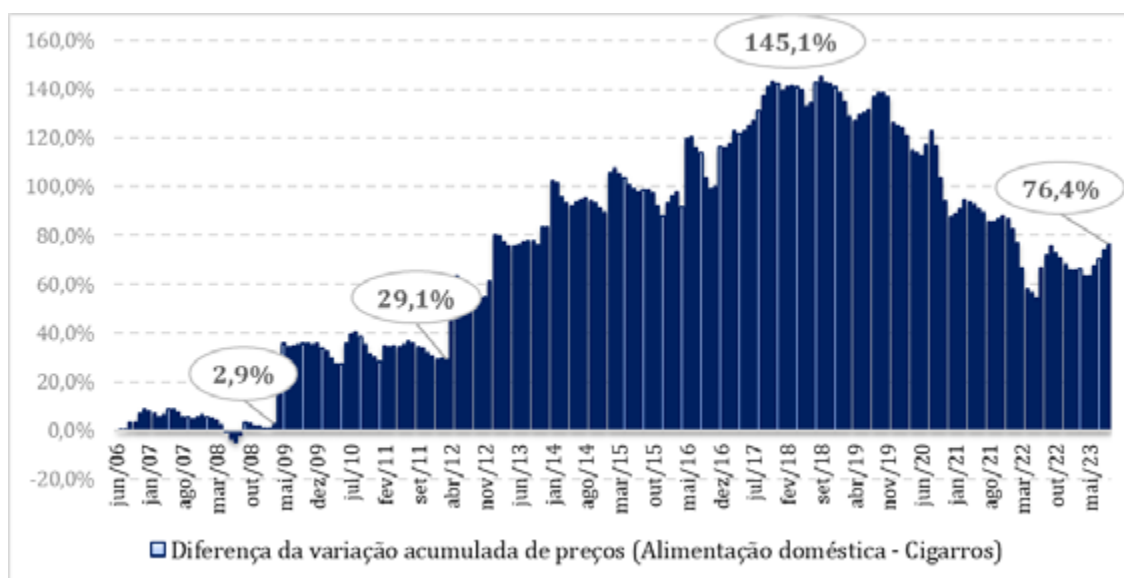
Gráfico 9. Comparação entre a inflação acumulada de cigarros em relação a alimentação doméstica (2006 a 2023)



Fonte: IPCA/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Entre 2009 e 2018, os alimentos domésticos subiram de preço no Brasil em um ritmo muito superior aos cigarros, acumulando uma diferença de preço de 145%. Desde meados de 2018 o que ocorre é o processo contrário, os cigarros estão cada vez mais baratos em relação aos alimentos.

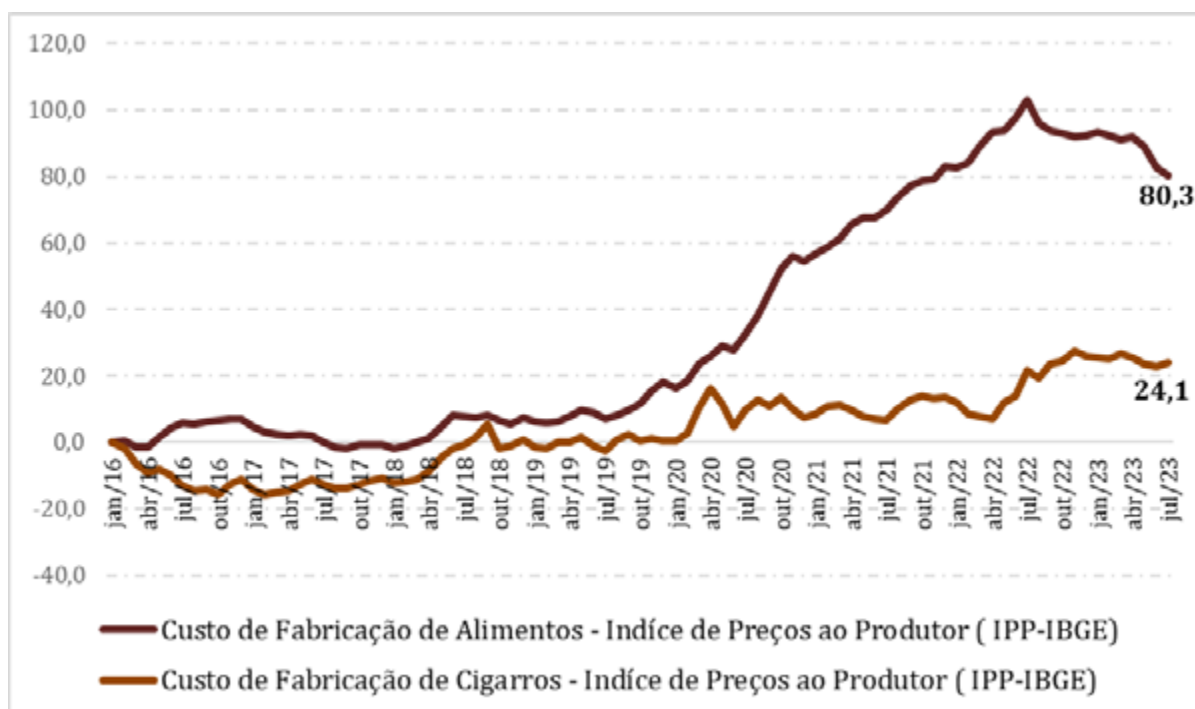
Gráfico 10. Evolução da diferença acumulada de preços entre a alimentação doméstica e de cigarros no Brasil



Fonte: IPCA/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

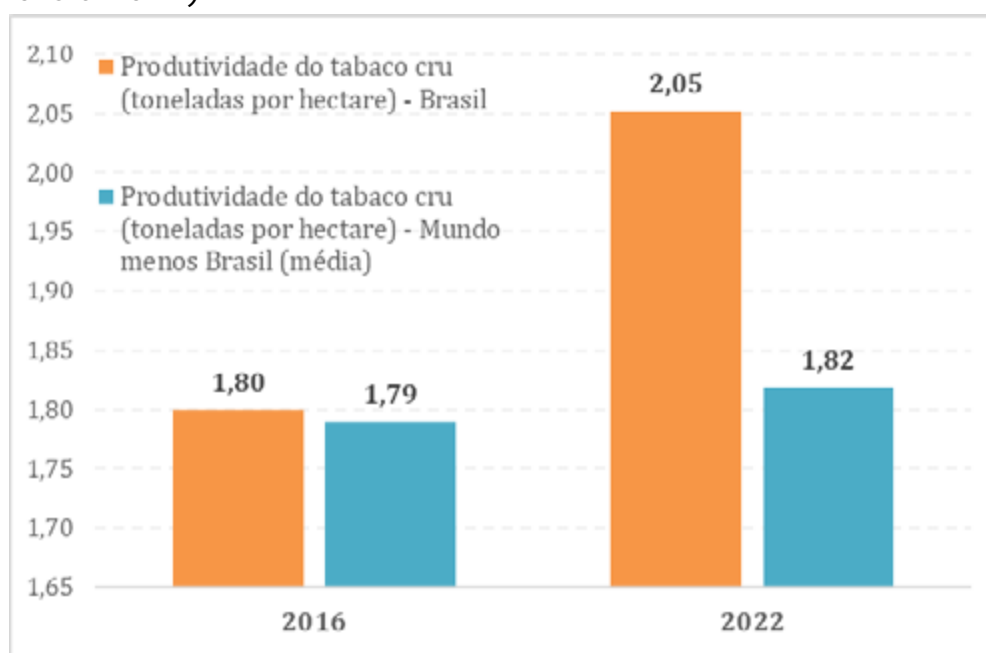
Entre 2016 e 2020 (ver gráfico 11), os custos de fabricação de cigarros foram extremamente baixos - na verdade, acumularam um crescimento nulo. No período total, o aumento de custo foi de menos de um terço em comparação com os custos do setor de alimentos. Esse é um fato que ainda necessita ser mais investigado para se compreender a razão desse comportamento e como isso é repassado para o preço final do cigarro. Uma das hipóteses é que o aumento da produtividade brasileira de tabaco cru entre 2016 e 2022 (aumento de mais de 14%), que pode ser visto no Gráfico 12, contribuiu para que o custo pouco se elevasse ao longo desse período em relação a outros setores. Porém, já é possível adiantar que é necessário considerar políticas públicas que visem ampliar o custo de fabricação dos cigarros, que são muito baixos no país, uma vez que uma das razões do preço do cigarro ser muito baixo é devido ao seu custo de fabricação reduzido.

Gráfico 11. Evolução do custo de fabricação de cigarros e alimentos (janeiro de 2016 a junho de 2023)



Fonte: IPP/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Gráfico 12. Mudanças na produtividade do tabaco cru no Brasil e no mundo (2016 a 2022)



Fonte: FAO Stat. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Em resumo, as análises realizadas revelam a urgente necessidade de ajustes de preços de cigarros, tanto por meio de impostos como do aumento do preço mínimo, para cumprir as medidas previstas no Artigo 6 da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT) e, assim, priorizar a saúde da população brasileira e não o consumo de produtos com elevadas externalidades negativas, como é o caso dos cigarros.

PREÇO DA CERVEJA E DOS ALIMENTOS: PRIORIDADES NAS POLÍTICAS PÚBLICAS

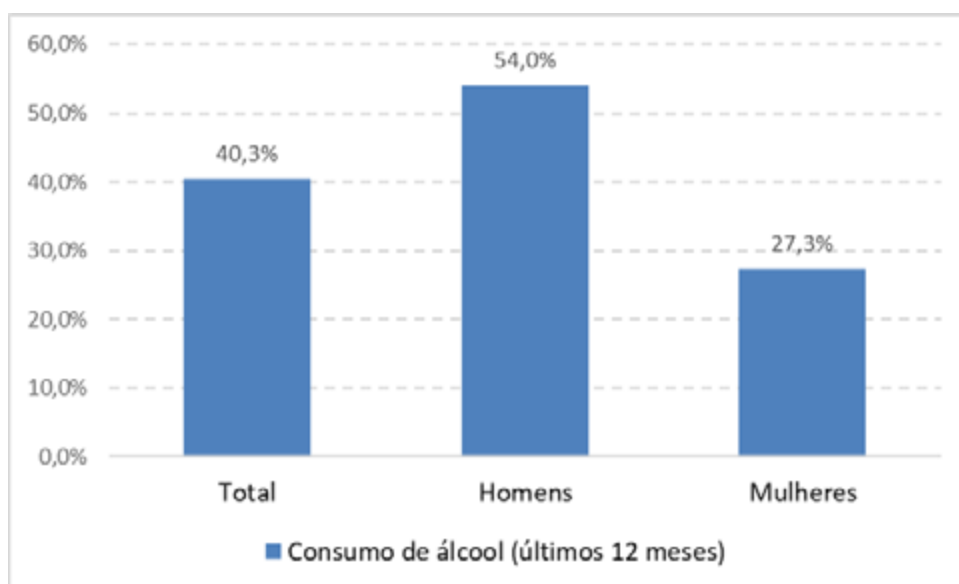
Nesta seção serão analisados os preços da cerveja e sua evolução nos últimos anos no Brasil em comparação com os alimentos, de forma similar ao que foi feito na seção anterior com os cigarros. Antes de adentrarmos nessa temática, no entanto, é necessário compreender as peculiaridades desse setor para um maior aprofundamento sobre o comportamento da produção e do consumo no país nos últimos anos.

Consumo de álcool no Brasil e no mundo

O Brasil apresenta um consumo médio de álcool superior à média global, com projeções indicando um aumento contínuo até 2025⁶. Segundo a OMS, aproximadamente 40% da população brasileira consumiu álcool no último ano. Quando considerado apenas o consumo masculino, esse índice sobe para 54% (Gráfico 14). Dos 188 países analisados, o Brasil está na 81ª posição entre os que mais consomem. Um aspecto particularmente preocupante é o elevado percentual de pessoas acima de 15 anos, principalmente do sexo masculino, que beberam excessivamente nos últimos 30 dias (Gráfico 15), o que significa quatro doses ou mais em uma única ocasião para homens, e cinco doses ou mais para mulheres. O consumo entre homens no Brasil supera a média mundial em 50,3%, enquanto entre mulheres excede em 41,4%, segundo dados da OMS (Gráfico 16). Dados mais recentes do COVITEL (2022) revelam que 26,6% dos homens e 15% das mulheres possuem consumo abusivo de álcool⁷.

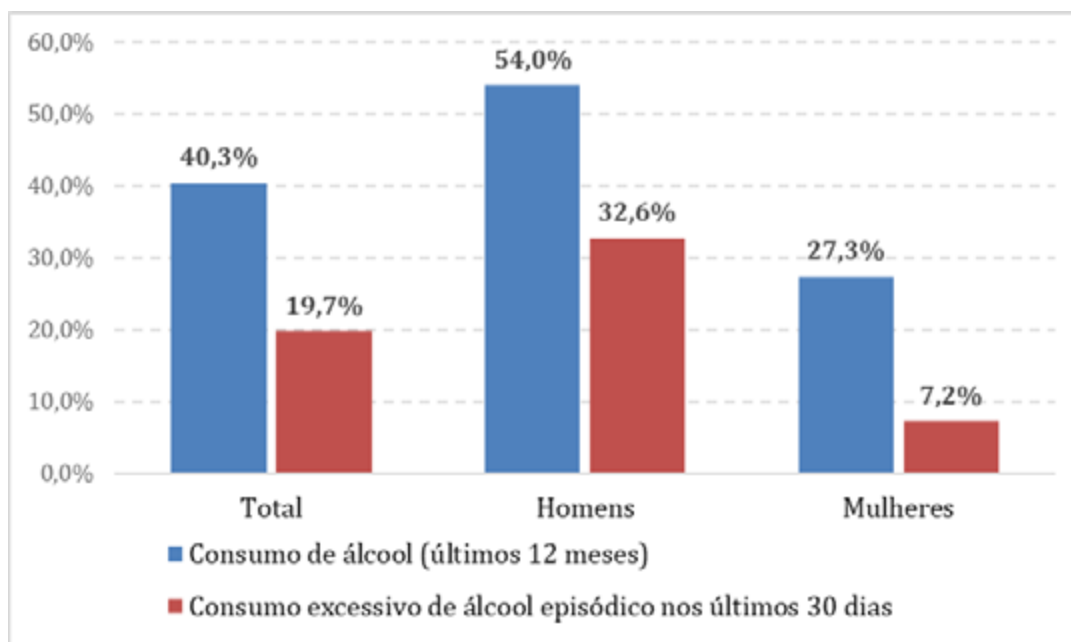
Embora os inquéritos frequentemente foquem no consumo “abusivo” de álcool, é crucial reconhecer, com base em evidências científicas livres de conflitos de interesse, que não existe um nível de consumo de álcool que seja considerado seguro para a saúde. De fato, estudos indicam que mesmo o consumo leve ou moderado está associado a um aumento, por exemplo, no risco de desenvolvimento de câncer. Desde 2012, a Agência Internacional de Pesquisa em Câncer (IARC), classifica o álcool como um carcinógeno, enfatizando os riscos que qualquer quantidade de álcool pode representar à saúde humana⁸.

Gráfico 13. Consumo de álcool nos últimos 12 meses, homens e mulheres (2016)



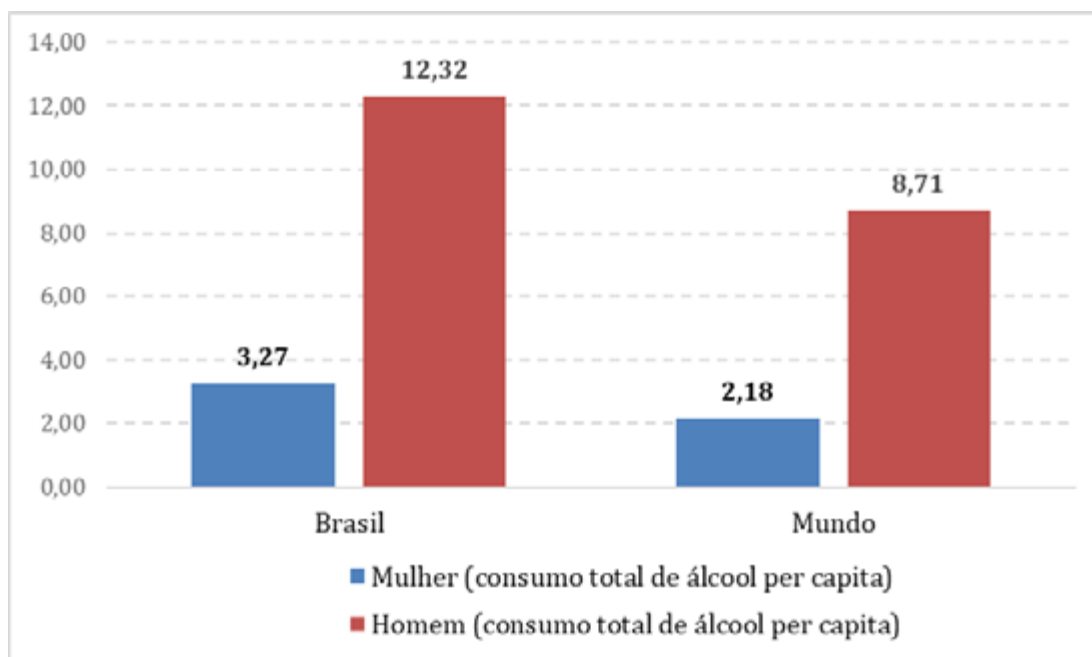
Fonte: Observatório Global de Saúde – Organização Mundial da Saúde (OMS). Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Gráfico 14. Consumo de álcool nos últimos 12 meses e consumo excessivo nos últimos 30 dias, homens e mulheres (2016)



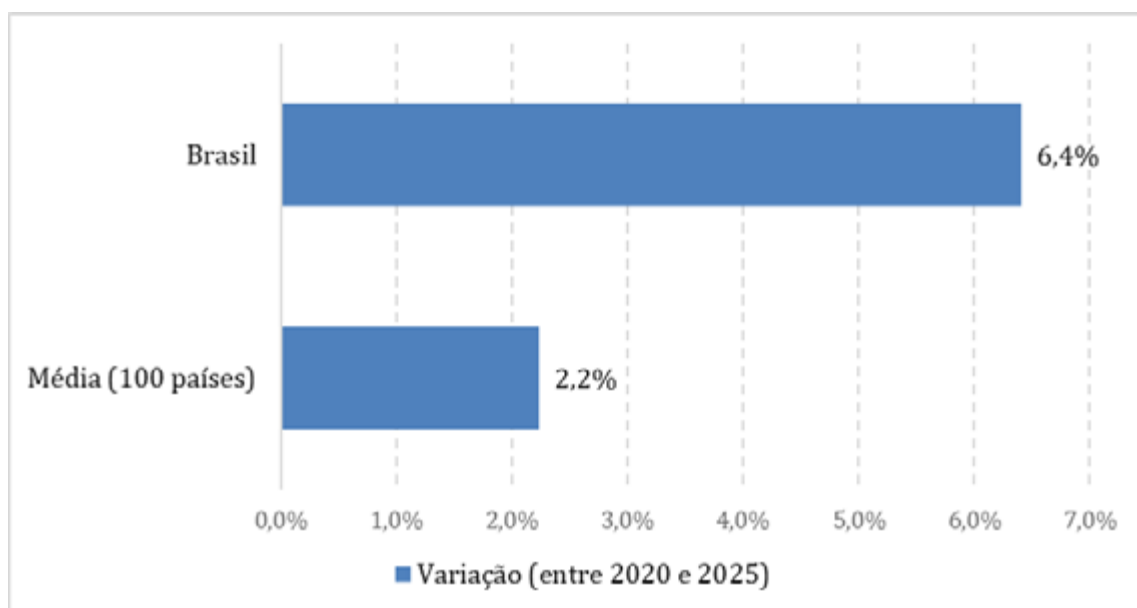
Fonte: Observatório Global de Saúde – Organização Mundial da Saúde (OMS). Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Gráfico 15. Consumo total de álcool (em litros): comparação do Brasil com a média mundial (2019)



Fonte: Observatório Global de Saúde – Organização Mundial da Saúde (OMS). Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Gráfico 16. Expectativa do crescimento do consumo de álcool no Brasil e na média mundial (100 países - 2020 a 2025)



Fonte: Observatório Global de Saúde – Organização Mundial da Saúde (OMS). Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Produção e consumo de cerveja no Brasil

Até o momento, os dados apresentados foram referentes ao consumo de álcool em geral, sem distinguir os tipos de bebidas. No caso do Brasil, o consumo de cerveja é cada vez mais representativo, sendo o único entre os grupos de bebidas alcoólicas que cresceu nos últimos anos. É fundamental destacar que evidências científicas apontam que o etanol presente no álcool é o agente causador de prejuízos à saúde, o que indica que qualquer bebida alcoólica, independentemente da marca, preço ou qualidade, carrega riscos associados.

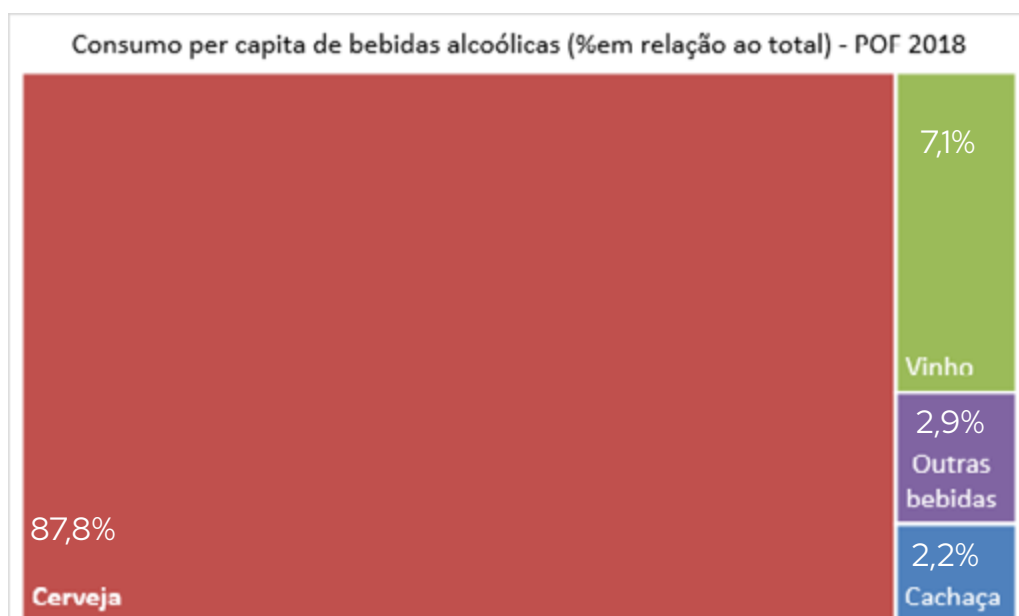
Por isso, é importante analisarmos com maior detalhamento o mercado de cervejas em específico, tanto em termos de produção quanto de consumo. Em 1970, o consumo de álcool pela cerveja no Brasil representava apenas 22,3% do total, mas ele cresceu rapidamente em duas décadas, indo para 58,5% em 1991. Em 2003, a participação da cerveja foi reduzida para 46,5%, mas o valor voltou a subir e, atualmente, a par-

ticipação da cerveja no mercado brasileiro representa cerca de 90% do consumo, segundo dados do IBGE⁹.

Uma das possíveis explicações da queda relativa na década de 2000 pode ser explicada justamente pelos preços. Neste ano, a cerveja consumida fora de casa teve um aumento de 18,17%, o que é significativo em tão pouco tempo, enquanto o vinho, por exemplo, praticamente não teve alteração de preço (queda de -0,04%). Esse fenômeno indica que os preços influenciam consideravelmente a demanda por bebidas alcoólicas.

Os dados da POF 2018 também confirmam que a cerveja é a bebida alcoólica mais consumida no Brasil, representando 87,8% do consumo (em litros) de todas as bebidas com álcool. O vinho é a segunda bebida mais consumida, com 7,1%, seguida pela cachaça, com 2,2%, e as demais bebidas, como uísque, rum, conhaque e outras, com apenas 2,9%.

Gráfico 17. Consumo per capita de bebidas alcoólicas no Brasil (em litro), por tipo de bebida - porcentagem em relação ao total (POF 2018)



Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar – POF/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Ao examinar os dados da POF de 2002, 2008 e 2018, constata-se que a cerveja foi o único tipo de bebida alcoólica que registrou crescimento

no Brasil durante esse período, com um aumento de 29,2% entre 2002 e 2018 (Tabela 5). Essa tendência ressalta a importância de investigar mais detalhadamente o consumo de cerveja no país. A cachaça, por sua vez, apresentou a maior queda no consumo, com uma redução de 32,4%. Esses dados sugerem que, embora a cerveja tenha um teor alcoólico mais baixo, ela constitui uma parcela significativa do consumo de álcool, o que implica a necessidade de ajustar a política tributária para desincentivar seu consumo, em vez de focar exclusiva ou demasiadamente em bebidas de maior teor alcoólico.

Tabela 5. Consumo de bebida alcoólica no Brasil por tipo (2002, 2008 e 2018)

Bebidas alcoólicas	Aquisição domiciliar per capita anual (em litros)			Variação entre 2002 e 2018
	2002	2008	2018	
Total	5,67	6,80	6,72	18,6%
Cerveja	4,57	5,63	5,91	29,2%
Vinho	0,65	0,73	0,48	-26,4%
Cachaça	0,22	0,19	0,15	-32,4%
Outras bebidas	0,24	0,25	0,20	-17,0%

Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar – POF-IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

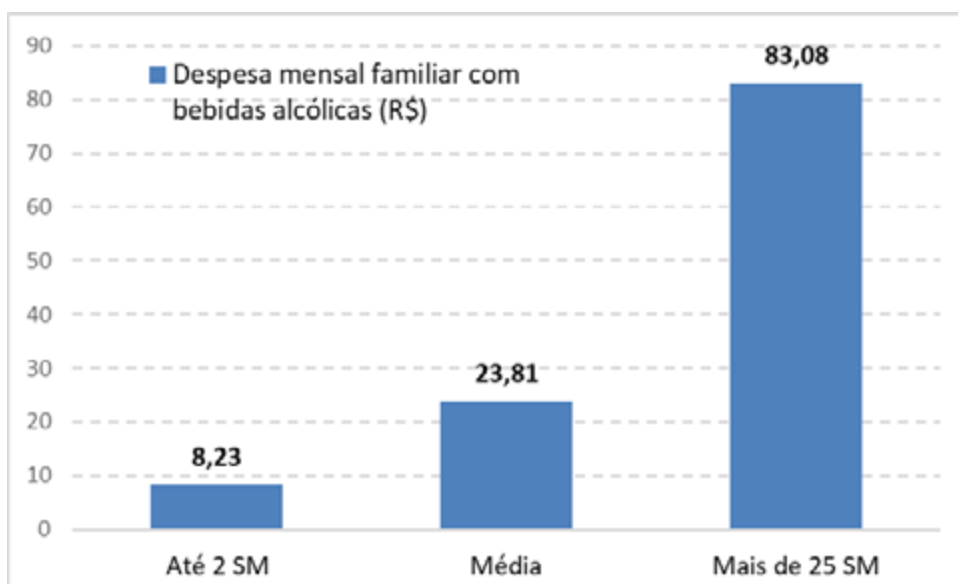
Outro fator capaz de explicar o grande aumento no consumo da cerveja no Brasil é a força da indústria cervejeira, que se beneficia de estratégias eficazes, recursos robustos de marketing e capacidade logística, além de criar estratégias de diferenciação de produtos e preços para atender a uma demanda ampla e diversa. A título de exemplo, conforme o Valor 1000¹⁰ de 2023, o faturamento da Ambev, maior produtora de cerveja do Brasil, é de R\$ 79,7 bilhões, enquanto a Cia. Müller de Bebidas, maior empresa de bebidas no Brasilⁱⁱⁱ, teve no mesmo ano um faturamento de R\$ 823,8 milhões. Embora a Cia. Müller apresente um faturamento con-

iii Como cachaça 51, conhaque Domus e vodca Polak. A 51 é a cachaça mais vendida no Brasil e no mundo.

siderável, a Ambev alcança um faturamento 96 vezes maior, refletindo sua capacidade superior de atender à demanda do mercado.

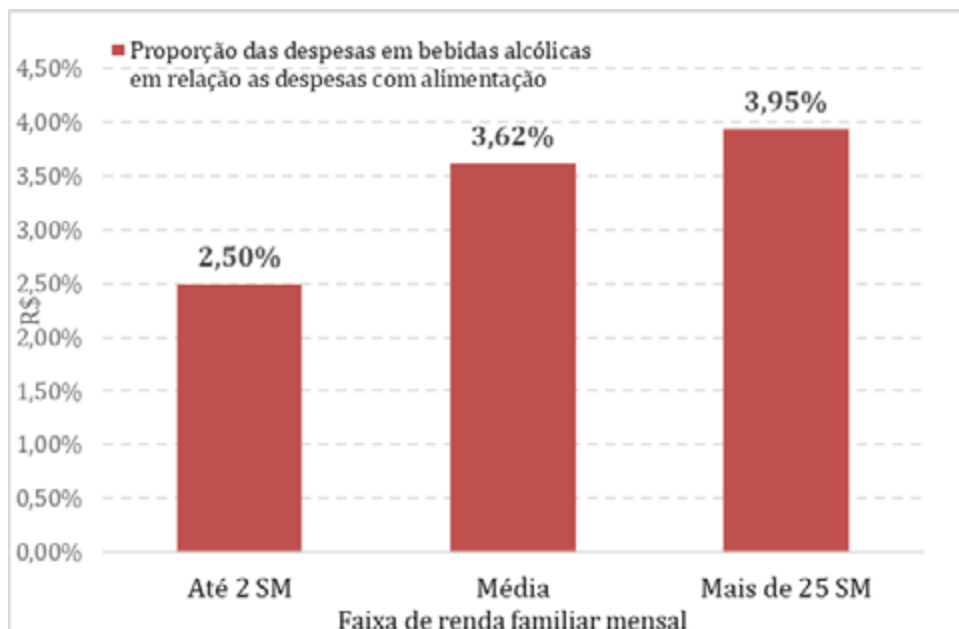
Quanto maior a renda, maior é a proporção dos gastos com álcool em relação ao total de despesas com alimentação, diferente do cigarro, que é justamente o contrário. Isso sugere que o aumento da renda familiar leva a um crescimento proporcionalmente maior no consumo de álcool em comparação ao de alimentos, refletindo uma elasticidade-renda da demanda especialmente elevada para o álcool. Portanto, se a renda familiar aumentar, é provável que o consumo de álcool também cresça significativamente.

Gráfico 18. Despesas com bebidas alcoólicas no Brasil conforme a faixa de rendimento (POF 2018)



Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar – POF-IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Gráfico 19. Proporção das despesas com bebidas alcoólicas em relação às despesas com alimentação (POF 2018)



Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar (POF/IBGE). Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Um padrão interessante se destaca ao comparar o consumo de álcool dentro e fora do domicílio. Em média, segundo os dados da POF-IBGE, o consumo doméstico é mais elevado. No entanto, famílias de baixa renda tendem a consumir uma proporção maior fora do domicílio, enquanto as de renda mais alta consomem significativamente mais dentro de casa. Isso indica que a elasticidade-renda do consumo de álcool é mais acentuada para o consumo doméstico. Em relação à alimentação, a relação é inversa. Uma hipótese para o maior consumo de álcool fora do domicílio entre as famílias de menor renda é que beber em ambientes sociais tende a ser encarado como um “bem básico”, valorizado culturalmente e fortemente incentivado por campanhas publicitárias, que promovem a bebida como um elemento essencial da socialização.

Especificamente em relação à cerveja, mais da metade do volume consumido pelos brasileiros é adquirido e consumido fora de casa, representando 51% do total. Esse cenário é ainda mais acentuado entre os adolescentes, onde 65,4% do consumo de cerveja ocorre fora do ambiente domiciliar (cálculo a partir dos dados da POF). Em relação às bebidas destiladas, 44,1% são consumidos fora do ambiente doméstico,

enquanto as outras bebidas alcoólicas (vinho, cachaça, por exemplo) 40,1%, números menores que o da cerveja (51%).

Tabela 6. Consumo de bebidas alcoólicas dentro e fora do domicílio, por faixa de rendimento (POF 2018)

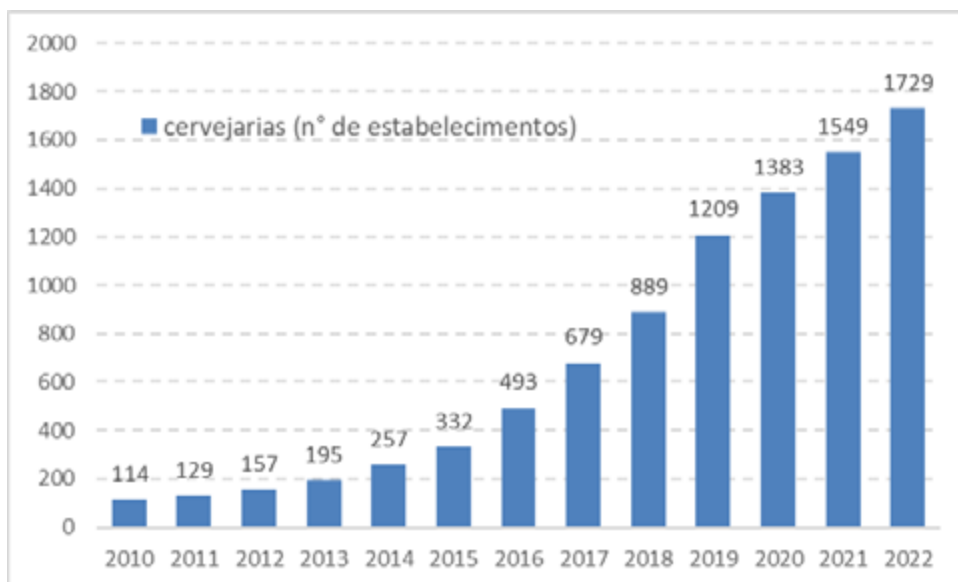
Tipo de consumo	Faixa de rendimento familiar		
	Até 2 SM	Média	Mais de 25 SM
Bebida alcoólica no domicílio (em R\$)	3,36	13,78	60,38
Bebida alcoólica fora do domicílio (em R\$)	4,87	10,03	22,7
Proporção das despesas de cerveja em relação ao total de bebidas alcóolicas (%)	73%	75%	66%

Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar – POF-IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

É importante compreender as mudanças no consumo e na produção de forma integrada. Como destacado anteriormente, o mercado de cervejas, principalmente das artesanais, expandiu-se significativamente no país nos últimos anos, e esse crescimento é claramente demonstrado pelo aumento expressivo no número de cervejarias (Gráfico 21).

A secretaria de defesa agropecuária, do Ministério da Agricultura e Pecuária, oferece cursos de gestão gratuitos para estimular o crescimento do número de cervejarias e de exportações. **Entre 2010 e 2017, o número de registros de cervejarias aumentou impressionantes 486%, demonstrando um crescimento substancial em apenas sete anos, tendência que persiste. No mesmo período, o número de buscas por “cervejas artesanais” no Google (segundo o Google Trends)¹¹ cresceu uma média de 582,24%, refletindo um crescimento significativo tanto na oferta quanto na demanda.**

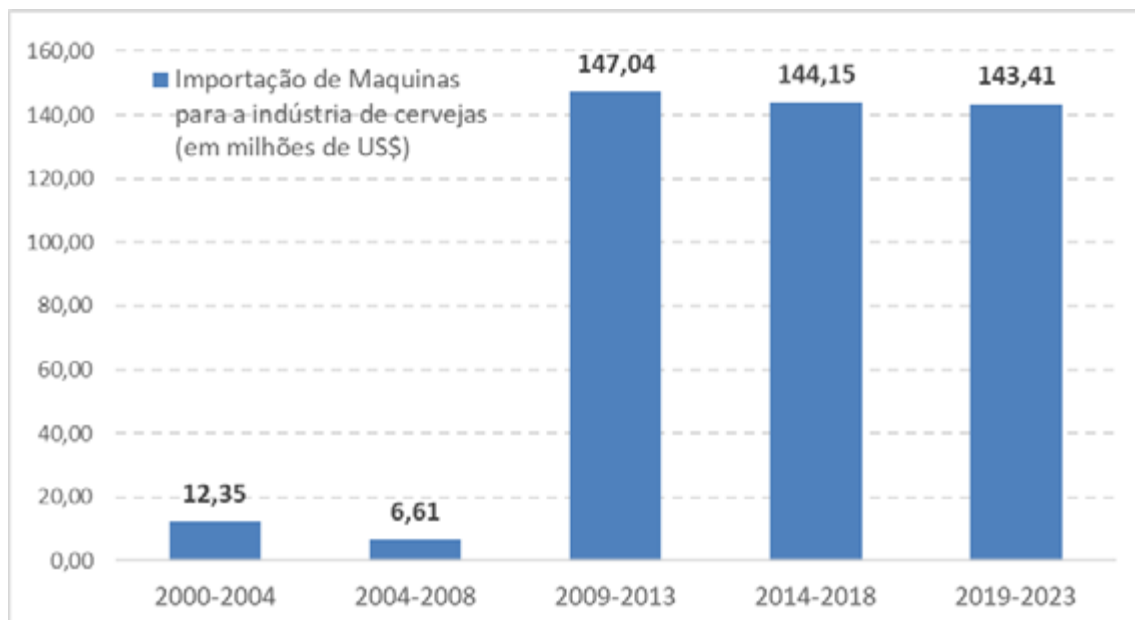
Gráfico 20. Crescimento do número de cervejarias registradas no Brasil (2010 a 2022)



Fonte: Anuário da Cerveja 2022/Ministério da Agricultura e Pecuária, Secretaria de Defesa Agropecuária. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

De acordo com o Observatory of Economic Complexity (OEC)¹², em 2021 o Brasil foi um dos maiores importadores de máquinas de cervejaria, respondendo por 3,84% das importações globais e ficando atrás apenas de Estados Unidos, México, França e Vietnã. No ano 2000, em comparação, o Brasil estava em 15º lugar, com apenas 1,22% do total. Esse aumento significativo nas importações de equipamentos e máquinas indica um esforço considerável para expandir a produção de cerveja no país ao longo dos anos (Gráfico 22).

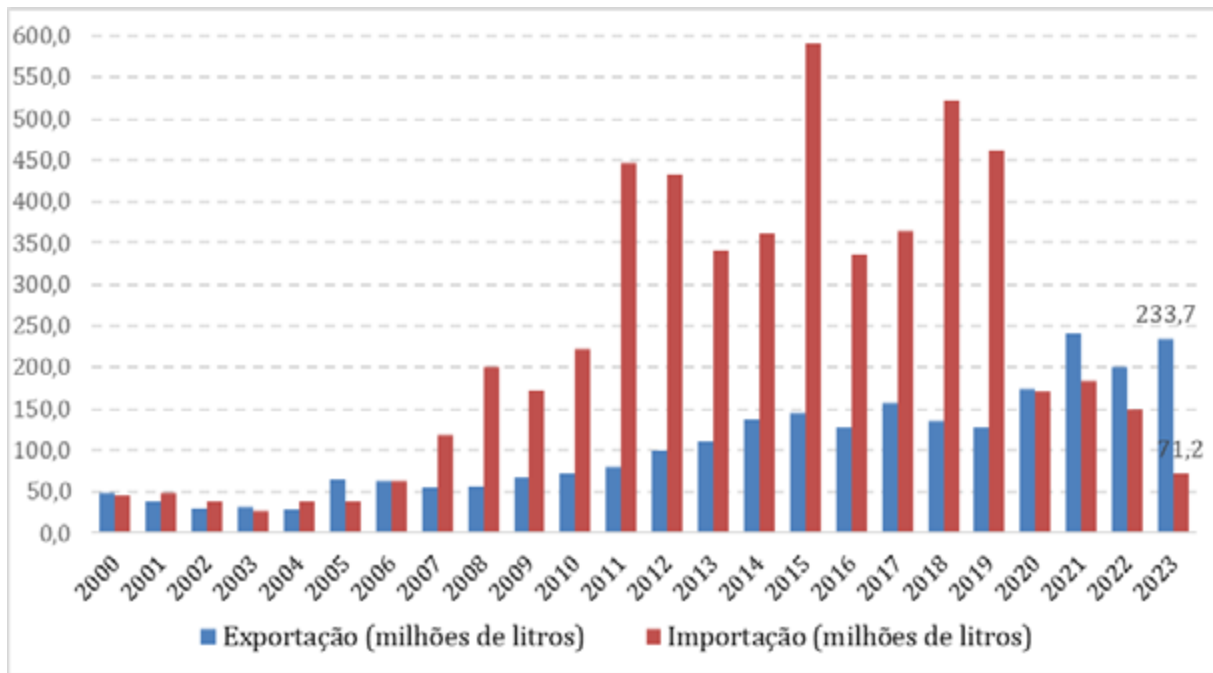
Gráfico 21. Importação de máquinas para a indústria cervejeira (2000 a 2023)



Fonte: Comex Stat. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

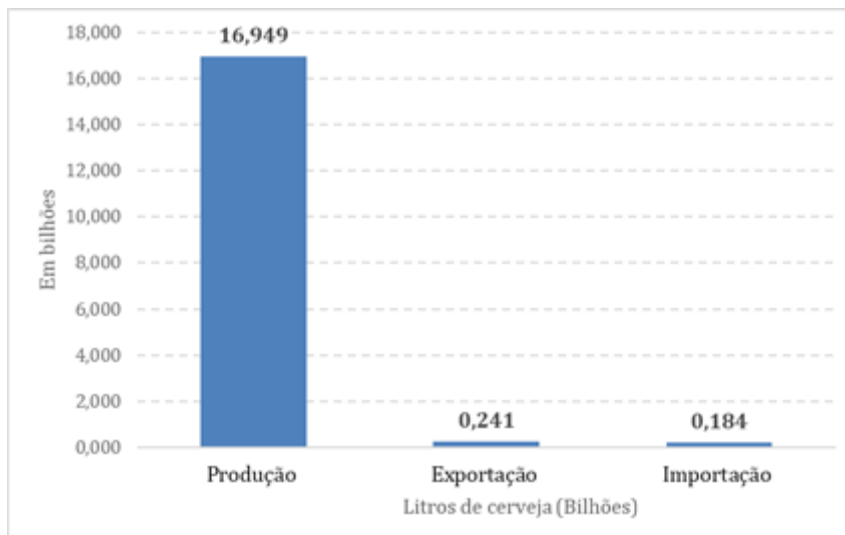
Dados sobre a exportação e a importação de cervejas também são importantes para compreender o mercado de cervejas no Brasil. Dados do Comex Stat desde 2000 (Gráfico 23) indicam que as importações de cerveja cresceram consideravelmente até 2015, mas que atualmente estão bem abaixo dos níveis daquele ano. Atualmente, as exportações superam as importações, mas ambas são insignificantes quando comparamos com o total de produção interna de cervejas (Gráfico 24). Isso significa que **98,91% do consumo de cervejas no Brasil é atendido atualmente pela produção interna e apenas 1,09% pelo mercado externo, via importação.**

Gráfico 22. Exportação e importação de cervejas no Brasil, em milhões de litros (2000 a 2023)



Fonte: Comex Stat. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

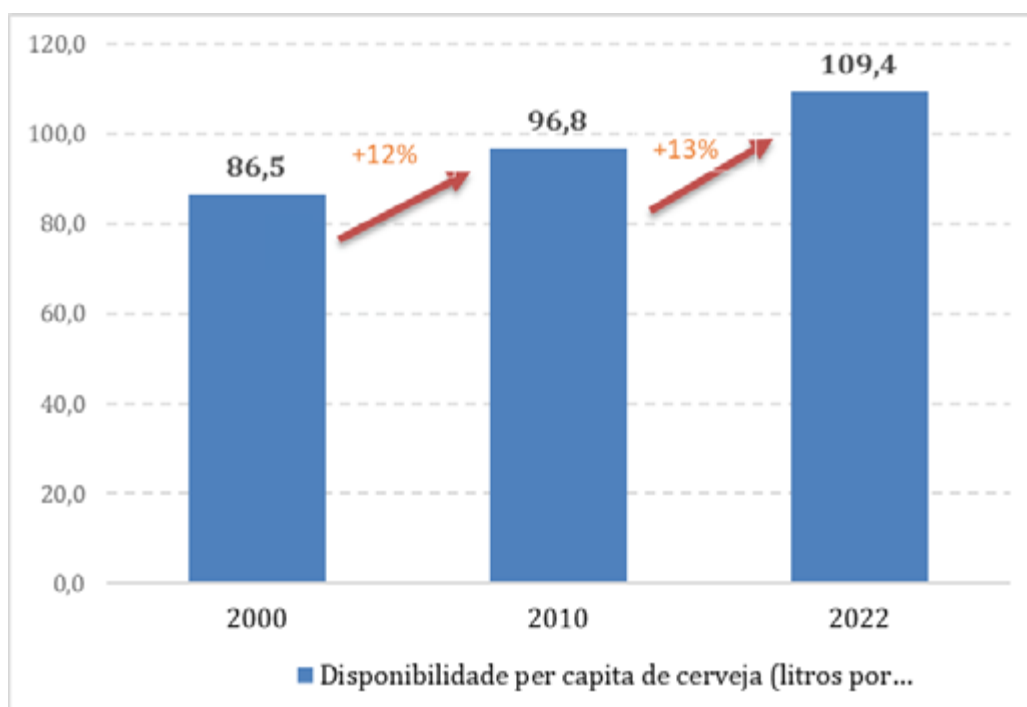
Gráfico 23. Produção, exportação e importação de cervejas pelo Brasil (2022)



Fonte: Comex Stat. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Com os dados de produção, exportação e importação de cerveja, assim como os dados da população adulta do IBGE, é possível calcular a disponibilidade per capita de cerveja (Gráfico 25). Os dados revelam que a disponibilidade (ampliação da capacidade de consumir) de cerveja por adulto no Brasil cresceu 12% de 2000 a 2010 e 13% de 2010 a 2022. Esse aumento contínuo no consumo de cerveja é motivo de preocupação, pois indica uma tendência ascendente.

Gráfico 24. Disponibilidade per capita de cerveja (2000, 2010 e 2022).



Fonte: Comex Stat, FAO Stat e Censo IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

O Brasil se posiciona como o terceiro maior produtor mundial de cerveja, atrás apenas da China e dos EUA, segundo dados da FAO Stat de 2021. Na variação entre 2010 e 2021, percebemos que o país apresentou um crescimento de quase 32%, bem maior que a média mundial, que foi de 4%. Dos 10 maiores produtores de cerveja mundiais, que somam 64,4% de toda a produção, o Brasil foi o terceiro país que apresentou o maior crescimento de produção, atrás apenas do México (grande exportador para os EUA) e do Vietnã (que abriu mais recentemente a economia para o mercado de cerveja). Considerando que as exportações repre-

sentam apenas 1,42% do que é produzido, esse dado reitera o crescimento elevado do mercado interno de cerveja no Brasil.

Tabela 7. Líderes na produção de cerveja no mundo e a variação entre 2010 e 2021

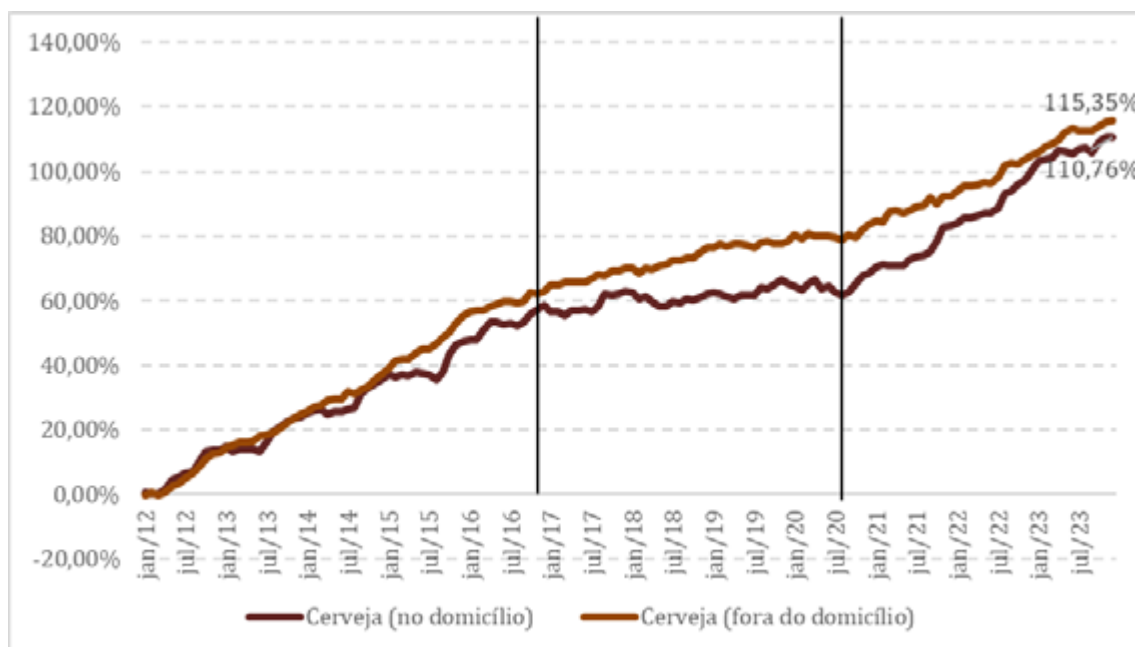
	País	Produção de cerveja (bilhões de litros)		Variação 2010-2021
		2021	2010	
1	China	35,97	44,90	-19,9%
2	EUA	20,42	22,78	-10,4%
3	Brasil	16,95	12,87	31,7%
4	México	13,47	8,07	66,9%
5	Alemanha	8,54	8,90	-4,0%
6	Rússia	8,20	9,83	-16,6%
7	Vietnã	4,20	0,98	327,5%
8	Reino Unido	3,84	4,50	-14,7%
9	Polônia	3,83	3,68	4,0%
10	Espanha	3,81	3,34	14,2%
	Mundo	185,28	178,08	4,0%

Fonte: FAO Stat. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Preços de cerveja e arrecadação tributária

De janeiro de 2012 a 2023, o preço da cerveja teve um aumento acumulado de 115% para a cerveja fora do domicílio e de 110,76% para o consumo doméstico. Nota-se que o aumento mais expressivo foi de janeiro de 2012 até janeiro de 2017, voltando a subir a partir de meados dos anos 2020, ano da pandemia da Covid-19. Uma das hipóteses é que o isolamento e tentativa de controle de ansiedade, causados pela pandemia, contribuíram para o aumento do consumo médio de bebidas alcóolicas.

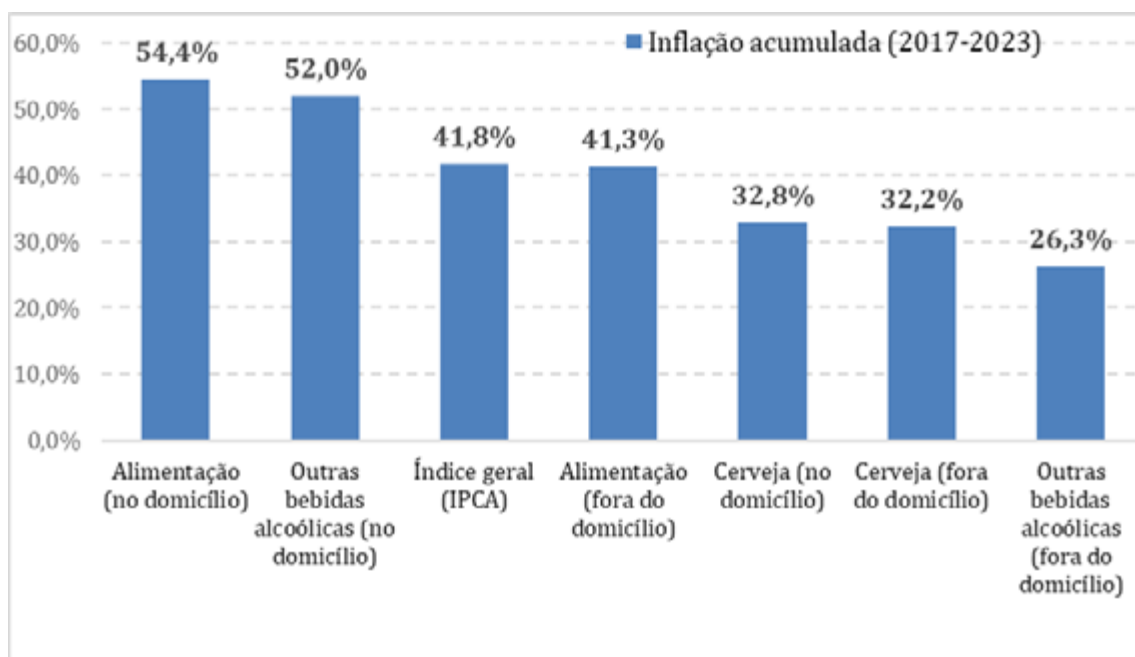
Gráfico 25. Variação acumulada do preço da cerveja no Brasil (2012 a 2023)



Fonte: IPCA-IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Quando comparamos a elevação de preços das cervejas com o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA-Geral) e outros alimentos nos últimos seis anos, percebemos que elas se tornaram relativamente mais acessíveis. **Enquanto o preço da cerveja consumida no domicílio teve um aumento de 32,8%, o aumento do preço da alimentação no domicílio foi de 54,4%. Essa discrepância sugere uma mudança notável na relação custo-benefício da cerveja, um produto nocivo à saúde, em relação aos alimentos, que podem ser essenciais à saúde e à vida humana.**

Gráfico 26. Variação acumulada do preço da cerveja no Brasil, em comparação ao IPCA e os alimentos (2017 a 2023)

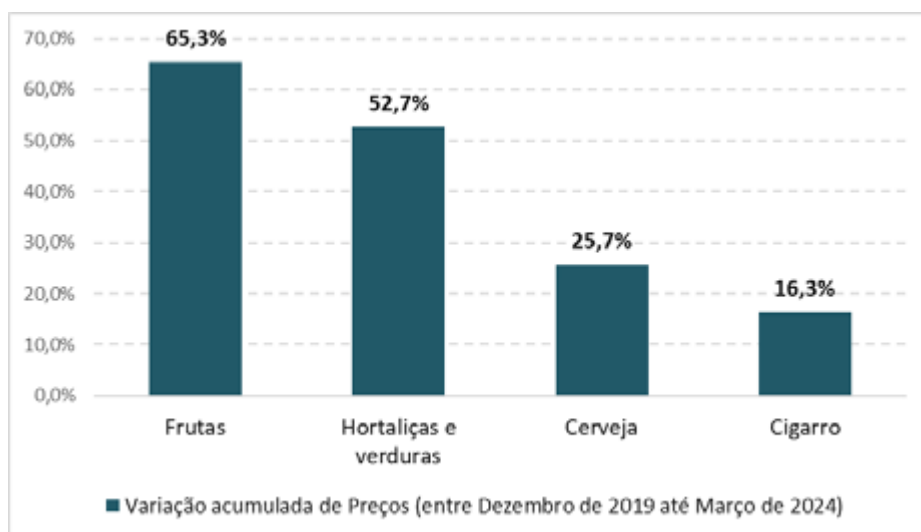


Fonte: IPCA-IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Ao analisar os dados de consumo de alimentação e cerveja no domicílio, observa-se que, desde o final de 2019, e especialmente durante a pandemia da Covid-19, ambos apresentaram uma discrepância significativa no crescimento (Gráfico 28). **Enquanto os preços de alimentos subiram consistentemente, os preços das cervejas subiram em um ritmo muito inferior.**

Entre dezembro de 2019 e março de 2024, de todos os 186 itens de alimentação que são pesquisados mensalmente pelo IPCA/IBGE, 65,1% subiram de preço mais que a cerveja e 81,2% subiram mais do que o cigarro, deixando em evidência mais uma vez a inversão do que seria o mais adequado para a saúde pública, uma vez que os preços mais baixos incentivam o consumo. Comparando com o aumento das frutas, hortaliças e verduras (Gráfico 28), é possível quantificar essa diferença na evolução dos preços nos últimos anos.

Gráfico 27. Variação acumulada de preço para cerveja, cigarro, frutas, hortaliças e verduras (dezembro de 2019 a março de 2024)



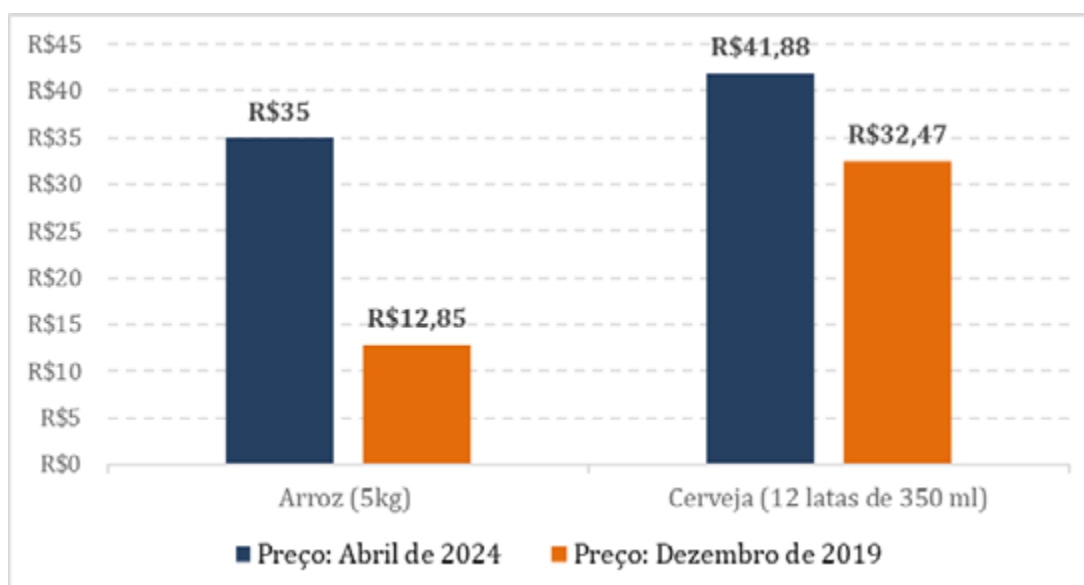
Fonte: IPCA/IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

A análise da evolução dos preços médios do saco de arroz e da cerveja de dezembro de 2019 até 2024 (de acordo com os dados do IPCA-IBGE e preços atuais do supermercado Pão de Açúcar, marcas mais consumidas) revela tendências importantes com implicações para a saúde pública. Durante esse período, o preço do arroz (5kg), um alimento básico e nutricionalmente benéfico, teve um aumento substancial, de R\$ 12,85 para R\$ 32,47. Em contraste, o aumento no preço da cerveja (12 latas), de R\$ 35 para R\$ 41,88, foi menos acentuado, segundo cálculos realizados a partir dos dados da evolução dos preços do IPCA/IBGE e preço atual do Pão de Açúcar online.

Essa disparidade nos aumentos de preços reflete um desafio para as políticas de saúde pública. Idealmente, políticas eficazes deveriam encorajar o consumo de produtos saudáveis, como o arroz, através da manutenção de preços acessíveis, enquanto desestimulariam o consumo de produtos potencialmente nocivos, como bebidas alcoólicas, por meio de aumentos de preços mais significativos.

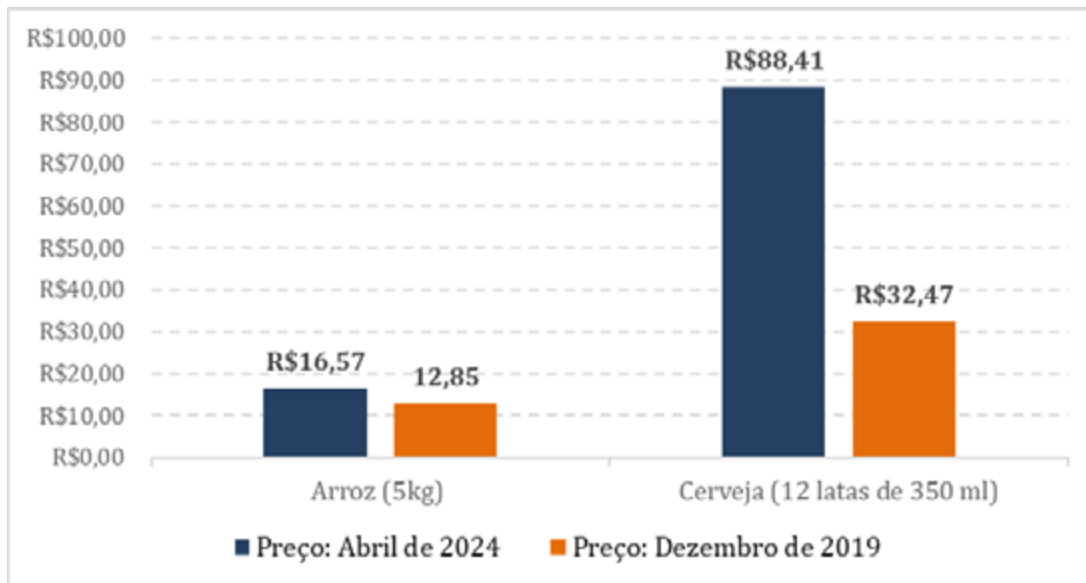
Para ilustrar o impacto dessas tendências de preços, se o arroz tivesse sofrido um aumento proporcional ao da cerveja desde dezembro de 2019, seu preço atual seria de apenas R\$ 16,57. Por outro lado, se a cerveja tivesse seguido a trajetória de aumento do arroz, um pacote de 12 latas de cerveja custaria hoje R\$ 88,41. Essa análise hipotética sublinha a **necessidade de revisar as estratégias de precificação para deixá-las mais alinhadas com os objetivos de saúde pública, enfatizando a promoção de hábitos alimentares saudáveis e a redução do consumo de álcool.**

Gráfico 28. Exemplo da evolução do preço do saco de arroz com a cerveja (desde dezembro de 2019)



Fonte: IPCA-IBGE e preços supermercado Pão de Açúcar das marcas mais consumidas (abril de 2024). Elaborado por Valter Palmieri Jr.

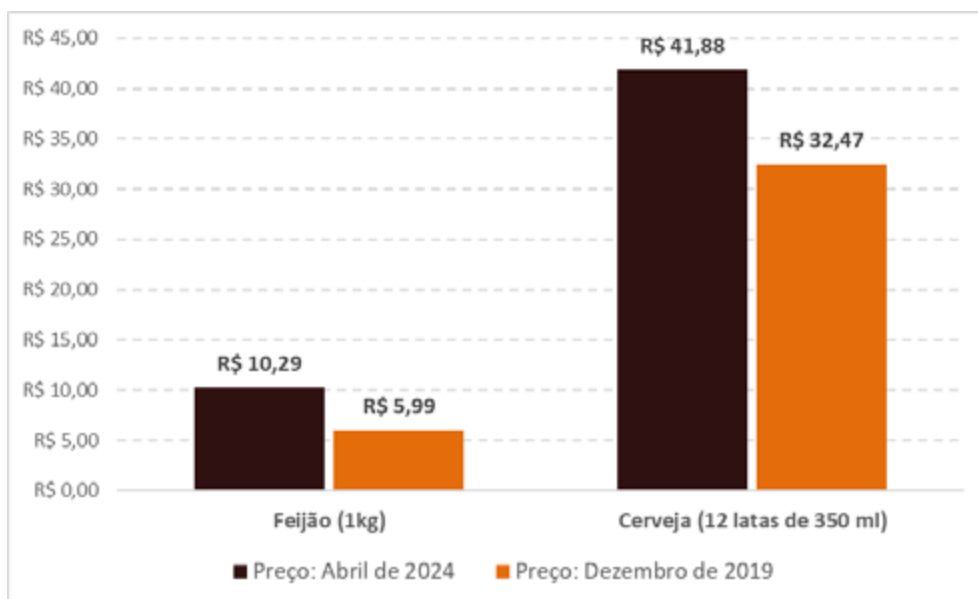
Gráfico 29. Como seriam os preços do arroz e da cerveja se a variação do preço fosse trocada?



Fonte: IPCA-IBGE e preços supermercado Pão de Açúcar das marcas mais consumidas (abril de 2024). Elaborado por Valter Palmieri Jr.

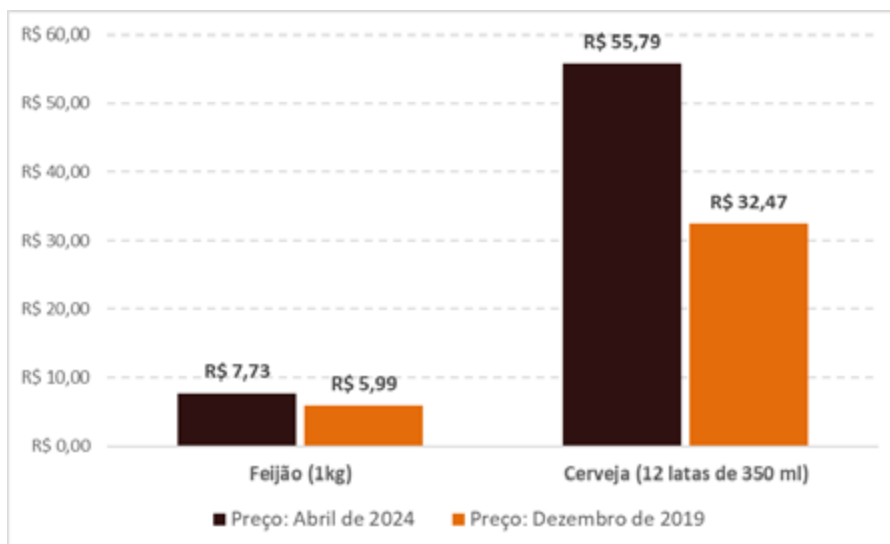
O mesmo exercício pode ser feito comparando o preço da cerveja com o feijão, que subiu 71,80% entre dezembro de 2019 e abril de 2024, segundo o IPCA/IBGE. Embora o aumento tenha sido menor que o do arroz, foi mais que o dobro da elevação da cerveja. O gráfico a seguir mostra os preços do feijão e da cerveja nesse período, seguido por outro em que mostramos o que teria acontecido se a evolução dos preços fosse trocada.

Gráfico 30. Exemplo da evolução do preço do saco de feijão (1kg) com a cerveja (desde dezembro de 2019)



Fonte: IPCA/IBGE e preços do supermercado Pão de Açúcar das marcas mais consumidas (abril de 2024). Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Gráfico 31. Como seriam os preços do arroz e da cerveja se a variação do preço fosse trocada?



Fonte: IPCA/IBGE e preços supermercado Pão de Açúcar das marcas mais consumidas (abril de 2024). Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Em resumo, o preço do arroz hoje seria de R\$ 16,57 (ao invés de R\$ 35) e o feijão de R\$ 7,73 (ao invés de R\$ 10,29), evidenciando o quanto essa inversão de valores teria sido benéfica para a população.

Gráfico 32. Como seriam os preços do arroz e do feijão se a variação do preço fosse trocada?

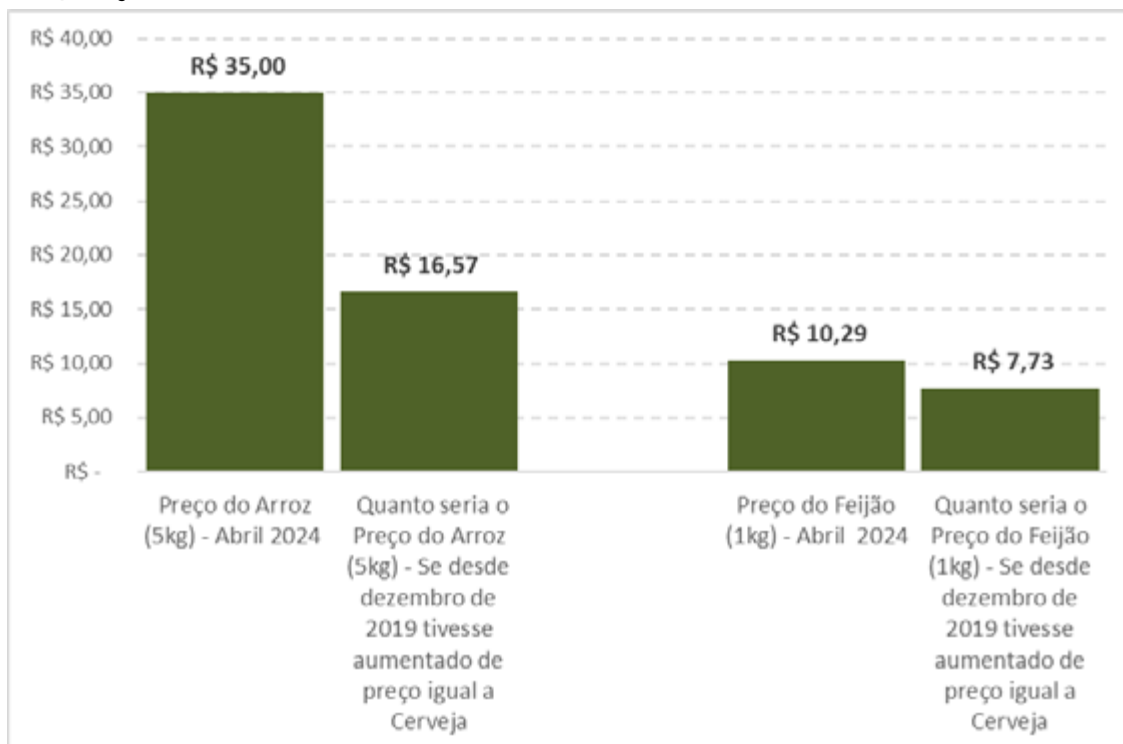
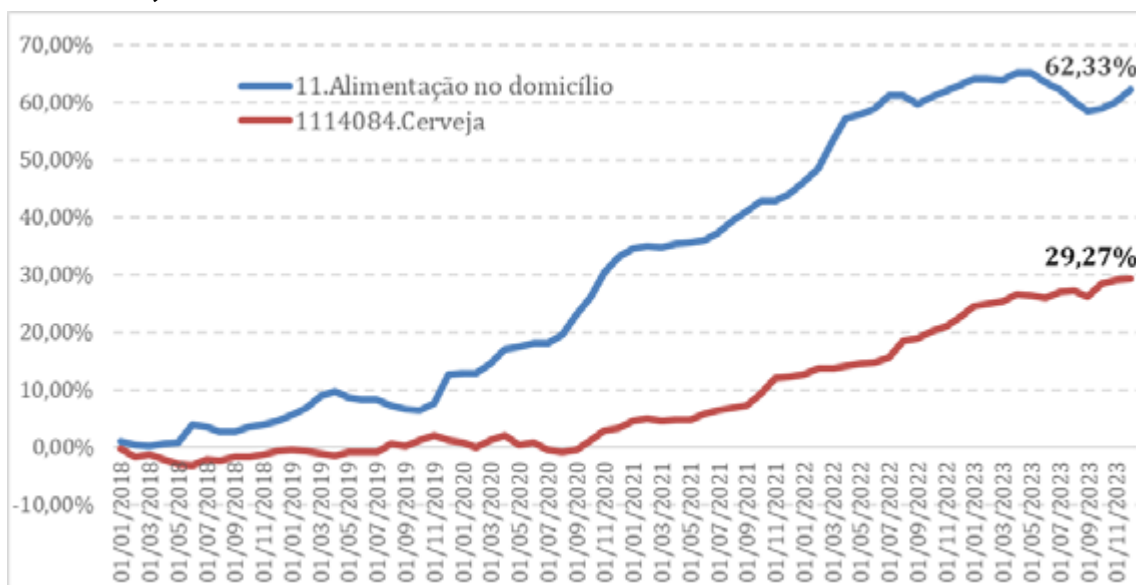


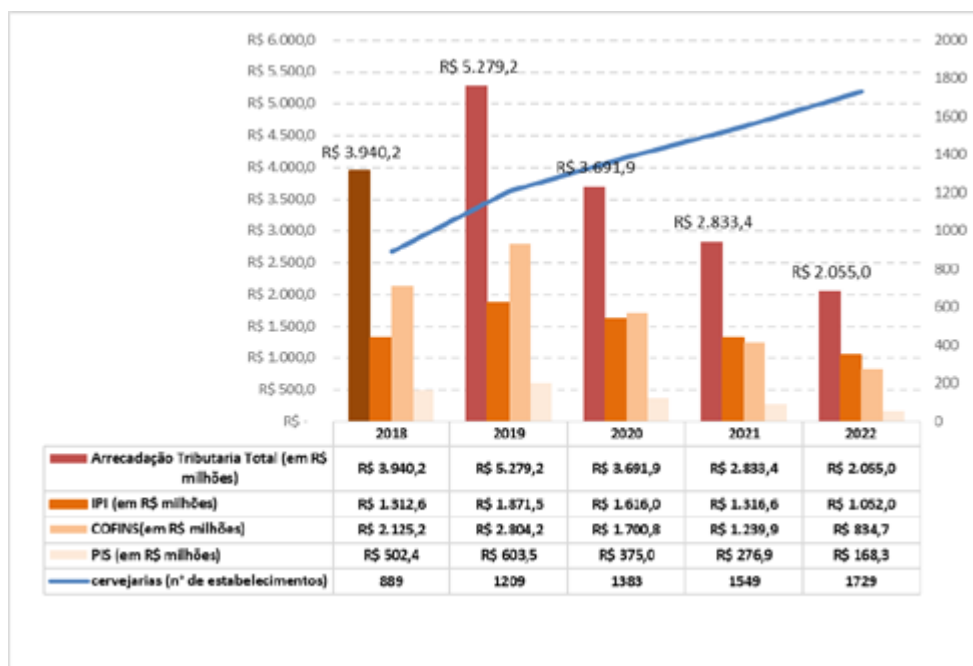
Gráfico 33. Variação acumulada do preço da cerveja e alimentos (no domicílio).



Fonte: IPCA-IBGE. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

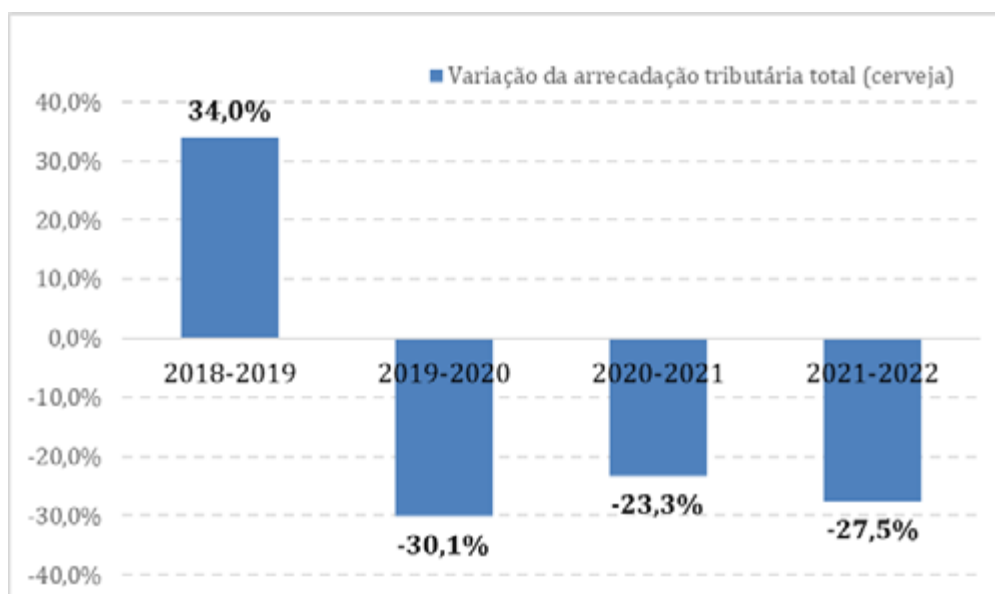
No Brasil, observa-se uma tendência preocupante em relação à arrecadação tributária proveniente das bebidas alcoólicas, que registrou queda nos últimos anos, apesar do aumento significativo no número de cervejarias (Gráficos 34 e 35), fato que não deveria ter ocorrido, sugerindo uma a capacidade do setor de conseguir brechas para pagar menos tributos.

Gráfico 34. Arrecadação Tributária e número de cervejarias (estabelecimentos) - 2018-2022.



Fonte: Receita Federal. Elaborado por Valter Palmieri Jr.

Gráfico 35. Variação da arrecadação tributária da cerveja, segundo a Receita Federal



Desde 2019, a contribuição tributária específica das cervejas diminuiu de maneira notável. Considerando as externalidades negativas geradas pelo consumo de álcool, como problemas de saúde pública e sociais, essa redução na arrecadação se torna particularmente problemática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS DESTA NOTA: A DINÂMICA DOS PREÇOS PODE SER ALTERADA?

Apesar das diferenças significativas entre os mercados de tabaco e de cerveja, ambos tiveram acréscimos de preço modestos no Brasil nos últimos anos, especialmente quando comparados com os preços dos alimentos domésticos. A dinâmica de preços atual não deve ser apenas alterada, ela precisa ser revertida, e um dos mecanismos para isso é por meio da tributação, que pode ser alterada com a atual reforma tributária. Uma maior tributação da cerveja e do cigarro promoveria um aumento direto e praticamente instantâneo dos preços. Além disso, desestimularia a demanda, uma vez que as pessoas consomem menos quando há um aumento no preço de um produto (principalmente de um produto supérfluo, não essencial, como tabaco e álcool).

A política tributária de produtos nocivos deve também se atentar aos insumos básicos para a produção da cerveja e do cigarro (cevada, mal-

te, lúpulo e tabaco cru), pois tão importante quanto a tributação final do produto é o encarecimento do processo produtivo, uma vez que os custos de produção estão totalmente relacionados com o preço final do produto.

Nada justifica que a evolução de preços de produtos como cigarros e cervejas seja tão reduzida frente a produtos essenciais como o arroz e outros alimentos largamente consumidos por brasileiros. Com maior acessibilidade a tabaco e álcool, não somente é facilitada a iniciação do consumo por jovens, como também é sobrecarregado o sistema de saúde, dadas as consequências nocivas do uso regular desses produtos.

A reforma tributária, portanto, traz uma oportunidade de corrigir essas distorções por meio dos impostos seletivos^{iv}, se adequadamente adotados. Prover uma cesta básica saudável, desonerando alimentos essenciais não ultraprocessados e onerando produtos alcoólicos e de tabaco de forma que os preços sejam mais elevados e a acessibilidade reduzida é o caminho para um futuro mais saudável e sustentável.

A estratégia de aumentar os impostos sobre produtos que causam danos à saúde pública e à sociedade está alinhada com práticas globais de saúde pública, e é essencial que os setores responsáveis por externalidades negativas, como tabaco e álcool, contribuam proporcionalmente mais para a arrecadação tributária. Isso se justifica pelo fato de que os custos associados ao consumo – como tratamentos de saúde, custos relacionados à previdência e campanhas de prevenção e conscientização – são frequentemente arcados pela sociedade. Portanto, aumentar a tributação sobre tabaco e álcool pode não apenas servir como um mecanismo de desestímulo ao consumo e de promoção da saúde, mas também ajudar a compensar esses custos. Portanto, é imperativo reformular a política tributária aplicada a produtos nocivos à saúde para alinhar as contribuições do setor com os custos sociais que eles impõem.

^{iv} O princípio da seletividade defende que produtos considerados menos necessários devem ter impostos mais altos, enquanto produtos essenciais devem ter impostos mais baixos. O Imposto Seletivo (IS), que tem sido chamado pela imprensa de “Imposto do Pecado”, visa desestimular o consumo de bens e serviços prejudiciais à saúde ou ao meio ambiente, como cigarros e bebidas alcoólicas.

Referências

- 1 Szklo, A. et al, O que a Pesquisa Nacional de Saúde tem a dizer sobre a influência do gasto com cigarro no rendimento domiciliar? Cad. Saúde Pública 2024; 40(3):e00175423
- 2 Divino J. A., Ehrl P., Candido O. et al. Extended cost-benefit analysis of tobacco taxation in Brazil. Tobacco Control 2022;31:s74-s79
- 3 Núcleo de Pesquisas - EPDC - PROCON/SP, 2024. Disponível em: <https://www.procon.sp.gov.br/>
- 4 Disponível em <https://www.dieese.org.br/cesta/>, 2024.
- 5 Minimum Wholesale and Retail Cigarette Prices for Certain Standard Cigarette Brands. Department of Taxation and Finance - New York State, 2024. Disponível em: https://www.tax.ny.gov/pubs_and_bulls/publications/pub-509.htm
- 6 Segundo a base de dados do Observatório Global de Saúde da Organização Mundial da Saúde (OMS). Disponível em: <https://www.who.int/data/gho>.
- 7 Inquérito Telefônico de Fatores de Risco para Doenças Crônicas não Transmissíveis em tempos de pandemia - Covitel: relatório final/Vital Strategies Brasil...(et al.).1ed. São Paulo: Vital Strategies, 2022.
- 8 World Health Organization, No level of alcohol consumption is safe for our health, 2003. Disponível em: <https://www.who.int/europe/news/item/04-01-2023-no-level-of-alcohol-consumption-is-safe-for-our-health>
- 9 Pesquisa Industrial Anual -ibge, 2024. Produção e vendas dos produtos e/ou serviços industriais, segundo as classes de atividades e os produtos - Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/7752>
- 10 Ranking anual do Valor Econômico, Valor 1000, 2023. Disponível em <https://valor.globo.com/valor-1000/>.
- 11 Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/>
- 12 A.JG Simoes, CA Hidalgo. The Economic Complexity Observatory: An Analytical Tool for Understanding the Dynamics of Economic Development. Workshops at the Twenty-Fifth AAAI Conference on Artificial Intelligence. (2011).