

IBOVESPA E MERCADO INTERNO

*** Roberto Rodrigues**

O primeiro semestre do ano passado foi desastroso para as empresas listadas na Bovespa: o valor das suas ações caiu bastante em consequência da crise financeira global desencadeada no final de 2008. Aliás, as bolsas de valores do mundo todo tiveram o mesmo problema, e muitas delas com quedas mais acentuadas do que a brasileira.

No entanto, a recuperação no segundo semestre foi notável. O IBOVESPA, principal índice de ações do Brasil e que mede a variação média do nosso mercado, teve uma valorização, ao longo do ano todo, de 82,6% em reais, e de 145,2% em dólares, tendo sido a maior valorização do mundo. Isto mostra que de fato a crise não afetou nossa economia com a mesma intensidade do ocorrido nos países ricos e também revela o entusiasmo dos investidores – nacionais e estrangeiros – com nosso desenvolvimento.

Há um dado interessante neste temário: as ações das empresas ligadas ao agronegócio tiveram valorização média de 165,25% no ano de 2009, mais do que o dobro do IBOVESPA. Este ganho médio só foi menor do que os da construção civil, com aumento de 221,36% o do setor eletroeletrônico, com 188,19%, segundo a Economatica.

Vale a pena notar que estes 2 setores são predominantemente voltados para o mercado interno, confirmando a melhoria da renda do consumidor brasileiro e o acesso ao mercado de novas e significativas parcelas da população. Isto compensou, ao menos em parte, a redução das exportações que se deveu exatamente à crise global. Em 2008, exportamos 71,8 bilhões de dólares do agronegócio e em 2009 o valor caiu para 64,8 bilhões, ou 9,8% a menos, embora os volumes tenham sido 7,74% maiores.

Haveria também relação com as empresas do agronegócio? Em outras palavras, os produtores de bens consumidos internamente tiveram valorização maior que os exportados? Aparentemente sim!

As empresas listadas do setor que mais se valorizaram foram: Frigorífico Minerva, com 247%, Fertilizantes Heringer, com 200%, Indústria de Laticínios LAEP, com 207%, Açúcar Guarani, com 173%, Marfrig, com 161% e Brasil Ecodiesel, com 150%.

À exceção da Guarani, cujo produto, o açúcar, teve um espetacular aumento de preço no ano passado em função da queda da produção indiana, abrindo mercados para o Brasil lá fora, praticamente todas as outras empresas são mais voltadas para o mercado interno.

Os setores de leite, fertilizantes e biodiesel são quase inteiramente destinados aos consumidores brasileiros. Já os frigoríficos, exportadores em tempos de bonança, perderam competitividade externa em função do câmbio, e ganharam internamente.

Fica evidente que o mercado interno está puxando para cima a economia agroindustrial brasileira, o que é um ótimo indicador para o futuro: com a recuperação do mercado externo, é provável que as exportações voltem a

crescer este ano. O dólar parou de cair. Isso tudo, mais o mercado interno, muda para melhor o cenário agrícola em 2010.

Coordenador do Centro de Agronegócio da FGV, presidente do Conselho Superior de Agronegócio da FIESP e Professor de Economia Rural da UNESP/Jaboticabal