

DIONE FRAGA DOS SANTOS

**ESTRUTURA, CONDUTA E DESEMPENHO DO
MERCADO EXPORTADOR BRASILEIRO DE CAFÉ CRU EM GRÃO
E DE CAFÉ SOLÚVEL**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Curso de Economia Rural, para obtenção do título de “Magister Scientiae”.

VIÇOSA

MINAS GERAIS - BRASIL
NOVEMBRO - 1996
DIONE FRAGA DOS SANTOS

**ESTRUTURA, CONDUTA E DESEMPENHO DO
MERCADO EXPORTADOR BRASILEIRO DE CAFÉ CRU EM GRÃO
E DE CAFÉ SOLÚVEL**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Curso de Economia Rural, para obtenção do título de “Magister Scientiae”.

APROVADA: 03 de maio de 1996.

Joaquim Bento de Souza Ferreira Filho

José Edson Lara

Alberto Martins Rezende

Antônio Carvalho Campos
(Conselheiro)

Danilo Rolim Dias de Aguiar
(Orientador)

**Ficha catalográfica preparada pela Seção de Catalogação e
Classificação da Biblioteca Central da UFV**

T Santos, Dione Fraga dos, 1968-
Estrutura, conduta e desempenho do mercado
S237E exportador brasileiro de café cru em grão e de café
1996 solúvel / Dione Fraga dos Santos. - Viçosa : UFV, 1996.
75p. : il.

Orientador: Danilo Rolim Dias de Aguiar.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de
Viçosa.

1. Café - Comércio internacional. 2. Café solúvel -
Comércio internacional. 3. Organização industrial (Teoria
Econômica). I. Universidade Federal de Viçosa. II. Título.

CDD. 19. ed. 382.4566393

CDD. 20. ed. 382.4566393

Aos meus pais João José dos Santos e Zair Fraga dos Santos, pelo carinho e pela dedicação, ao meu irmão Marco Antônio, pelo incentivo e pela amizade, e à dinda Ném, pela paciência e pela atenção.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal de Viçosa, pela acolhida e pela oportunidade de especialização.

À Coordenação de Aperfeiçoamento do Pessoal de Nível Superior (Capes), pela concessão de bolsa de estudos para elaboração e conclusão deste trabalho.

Ao professor Danilo Rolim Dias de Aguiar, pela amizade e pela dedicação, durante a orientação do trabalho.

Aos professores Antônio Carvalho Campos e Carlos Antônio Moreira Leite, pelas críticas e pelas sugestões, durante a realização do trabalho.

Aos professores Joaquim Bento de Souza Ferreira Filho, José Edson Lara e Alberto Martins Rezende, pela contribuição e pelos valiosos esclarecimentos dados, durante a defesa deste trabalho.

A todos os professores do departamento, pela formação recebida e pela amizade, em especial, aos professores Eryl Cardoso Teixeira, Marília Fernandes Gomes Maciel, João Eustáquio de Lima, Maurinho Luiz dos Santos, Sebastião Teixeira Gomes, José Maria Alves da Silva, José Euclides Alhadadas Cavalcanti e José Norberto Muniz.

À Lília Miranda Monteiro, coordenadora geral de estatísticas do Departamento de Planejamento e Política Comercial, da Secretaria de Comércio

Exterior, pela liberação dos dados solicitados sem os quais não seria possível a realização deste trabalho.

À Rosângela, secretária da Federação Brasileira dos Exportadores de Café (FEBEC), pela sua atenção e pela boa vontade em liberar boletins e relatórios desta instituição.

Aos funcionários e técnicos do Departamento de Economia Rural, em especial, a Isabel, Rita, Rosângela, Eurico, Graça, Helena, Brilhante e Tedinha, pela paciência e pela atenção.

Aos meus colegas de curso Gisela, Frederico, Niraldo, Mamadu, Maria Hélia, Filó, Cláudia, Marli, Walter Curi, Joana, Maurício, Helena, Fabrício, Rubens e Ciconelli.

Aos meus colegas de turma Jaênes, Sinézio, Tatiana, Mônica, Patrícia, Florângela, Neto, Júnior, Adriano, João Marcos e Marcelo José.

Aos meus eternos amigos Gisela, Telma, Maria José, Luciana e Frederico, pelo convívio, pela amizade e pelos bons momentos.

Aos meus amigos Marcelo Marcos, Rodrigo, Vivian, Eliane e Renate, pela amizade e pela boa convivência.

A Daniela, Ivete, Nonato, Martins, Yara e Fernando, pela alegria, compartilhada nos momentos de vitória, pela amizade, pelo carinho e pela atenção.

Aos meus pais Zair e Santos, ao meu irmão Marco Antônio e à minha dinda Cirene, pelo incentivo constante, pela amizade e pelo carinho.

À minha tia Lair e ao meu primo Luciano, pelo carinho, pelo incentivo e pela atenção, durante todos esses anos.

Aos meus tios e primos, em especial, Cecília e Antônio, pelo carinho e pela compreensão.

A Deus, por tudo isso.

BIOGRAFIA

Dione Fraga dos Santos, filha de João José dos Santos e de Zair Fraga dos Santos, nasceu no dia 13 de julho de 1968, em Valença - RJ.

Em fevereiro de 1988, iniciou o Curso de Ciências Econômicas na Universidade Federal de Juiz de Fora - MG, graduando-se em março de 1992.

Em janeiro de 1993, iniciou o Curso de Mestrado em Economia Rural na Universidade Federal de Viçosa - MG, defendendo a tese em maio de 1996.

CONTEÚDO

	Página
LISTA DE QUADROS	viii
LISTA DE FIGURAS	x
EXTRATO	xii
ABSTRACT	xiv
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. O problema e sua importância	1
1.2. Objetivos	7
2. METODOLOGIA	9
2.1. Referencial teórico	9
2.1.1. Teoria da organização industrial	9
2.1.2. A teoria da organização industrial e sua interface com a teoria do comércio exterior	16
2.2. Modelo analítico	17
2.2.1. Indicadores de estrutura	18
2.2.2. Classificação da conduta	23
2.2.3. Indicadores de desempenho	25
2.3. Fonte de dados e procedimentos	26
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO	29

3.1. Aspectos estruturais	29
3.1.1. A indústria exportadora de café cru em grão	30
3.1.2. A indústria exportadora de café solúvel	41
3.2. Conduta	48
3.3. Desempenho	53
3.3.1. Café cru em grão	54
3.3.2. Café solúvel	57
4. RESUMO E CONCLUSÕES	61
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA	65
APÊNDICES	68
APÊNDICE A	69
APÊNDICE B	71

LISTA DE QUADROS

	Página
1. Exportações totais, exportações de café em US\$ milhões FOB e participação relativa (%) do café no valor global da exportação brasileira, 1985-1995	2
2. Exportações brasileiras de café, no período de outubro a setembro de 1988/1989 a 1993/1994 (em 1.000 sacas de 60 kg) ..	2
3. Exportações brasileiras de café, no período de 1991 a 1995 (em US\$1.000 FOB)	3
4. Exportação de café em grão e solúvel, para todos os destinos, nos 12 meses de dezembro/novembro (em 1.000 sacas de 60 kg e % do total), dos países-membros da OIC, 1988/89 - 1993/94	5
5. Evolução da parcela de mercado (em %) das quatro e das oito maiores empresas brasileiras exportadoras de café cru em grão, no período de 1987 a 1994	30
6. Participação de mercado das firmas na indústria exportadora de café cru em grão, no Brasil, 1987 e 1994	32
7. A evolução do índice de Herfindahl-Hirschman na receita de exportação de café cru em grão, no Brasil, de 1987 a 1994	34
8. <i>Turnover</i> entre as firmas brasileiras exportadoras de café cru em grão, no período de 1987 a 1994	37

9. Índice de Hymer-Pashigian do segmento exportador de café cru em grão, no Brasil, de 1987 a 1994	39
	Página
10. Evolução da parcela de mercado (em %) das quatro e das oito maiores empresas brasileiras exportadoras de café solúvel, no período de 1987 a 1994	41
11. Participação de mercado das firmas na indústria exportadora de café solúvel, no Brasil, 1987 e 1994	43
12. A evolução do índice de Herfindahl-Hirschman na receita de exportação de café solúvel, no Brasil, de 1987 a 1994	44
13. <i>Turnover</i> entre as firmas brasileiras exportadoras de café solúvel, no período de 1987 a 1994	46
14. Índice de Hymer-Pashigian do segmento exportador de café solúvel, no Brasil, de 1987 a 1994	48
15. Participação relativa (em %) dos segmentos produtor, exportador e importador de café cru em grão no preço final deste produto, de 1987 a 1992	55
16. Participação relativa (em %) dos segmentos produtor, exportador e importador de café solúvel no preço final deste produto, de 1987 a 1992	59
1A. Preços reais de café cru em grão nos vários segmentos de mercado, de 1987 a 1992, em US\$/kg (quantidades equivalentes)	69
1B. Preços reais de café solúvel brasileiro nos vários segmentos de mercado, de 1987 a 1992, em US\$/kg (quantidades equivalentes)	71

LISTA DE FIGURAS

	Página
1. Modelo de análise de organização industrial	13
2. Evolução da parcela de mercado (em %) das quatro maiores empresas exportadoras de café em grão, no Brasil, de 1987 a 1994	31
3. Evolução do índice de Herfindahl-Hirschman para a indústria exportadora de café cru em grão, no Brasil, de 1987 a 1994	34
4. Parcela de mercado (em %) das maiores firmas brasileiras exportadoras de café cru em grão, no Brasil, de 1987 a 1994	35
5. Evolução do índice de Herfindahl-Hirschman para a indústria exportadora de café solúvel, no Brasil, de 1987 a 1994	44
6. Parcela de mercado (em %) das maiores firmas brasileiras exportadoras de café solúvel, de 1987 a 1994	45
7. Parcela de mercado (em toneladas) das quatro maiores firmas exportadoras de café solúvel, no Brasil, de 1990 a 1994	52
8. Preços mensais de café em grão nos vários níveis de mercado, de 1987 a 1992, em US\$/kg (quantidades equivalentes)	55
9. Participação relativa no preço final dos vários segmentos de mercado de café cru em grão, de 1987 a 1992	56

	Página
10. Preços mensais de café solúvel nos vários níveis de mercado, de 1987 a 1992, em US\$/kg (quantidades equivalentes)	58
11. Participação relativa no preço final dos vários segmentos de mercado de café solúvel, de 1987 a 1992	59

EXTRATO

SANTOS, Dione Fraga dos, M.S., Universidade Federal de Viçosa, novembro de 1996. **Estrutura, conduta e desempenho do mercado exportador brasileiro de café cru em grão e de café solúvel.** Professor Orientador: Danilo Rolim Dias de Aguiar. Professores Conselheiros: Antônio Carvalho Campos e Carlos Antônio Moreira Leite.

A atividade cafeeira foi, ao longo do tempo, a principal fonte de receitas cambiais do Brasil. Aos poucos, foi suplantada por setores industriais e, apenas nos anos 80, pelo complexo agroindustrial da soja. Em 1995, as exportações do segmento cafeeiro responderam por 5,22% do valor total, exportado pelo País. Por ser uma atividade, em grande parte, voltada ao mercado externo, o complexo exportador de café em grão e de café solúvel é afetado pelas alterações, nas regras no mercado internacional do café, e também pelas práticas protecionistas de alguns países consumidores. Está, ainda, exposto aos padrões de consumo externo e à prática competitiva das grandes corporações internacionais, que dominam os mercados da Europa e dos EUA. Este estudo pretende analisar a estrutura e a conduta das empresas exportadoras de café em grão e de café solúvel, buscando um maior entendimento a respeito dos indicadores de desempenho do mercado cafeeiro.

Utilizaram-se medidas de estrutura, especialmente as de concentração, como os índices parciais, relacionados com as quatro e as oito maiores empresas exportadoras de café em grão e de café solúvel, e o índice de Herfindahl-Hirschman. A análise desses índices mostrou que as empresas exportadoras de café em grão configuram uma estrutura pouco concentrada. Já as que exportam o café solubilizado formaram mercado mais concentrado. Paralelamente, nos dois mercados, houve a presença de intensa modificação de posição entre as empresas, evidenciando uma possível desorganização do setor. Os indicadores de desempenho, mais precisamente, as parcelas relativas do exportador, do produtor e do atacadista estrangeiro, para ambos os produtos, mostraram que o segmento mais afetado foi o do exportador brasileiro, que presenciou, durante o período analisado, persistente perda de participação. Alguns aspectos da conduta das empresas, no mercado exportador de café, podem ser ressaltados, como a verticalização de produção, promovida por algumas cooperativas produtoras de café, bem como o início de contratos de transferência tecnológica para as indústrias de café solúvel. Conclui-se que o segmento exportador de café, no Brasil, ressentiu-se de um maior comprometimento de seus agentes econômicos, no tocante à busca de competitividade. Esta busca inclui maiores investimentos nos processos produtivos, de gerenciamento e de estratégias, em nível das empresas exportadoras, visando à obtenção de economias de escala. Além disso, faz-se necessário implementar campanhas publicitárias institucionais, ou não, que colaborem na conquista de novos “nichos” de mercado e que fortaleçam o produto brasileiro, nos mercados já estabelecidos anteriormente.

ABSTRACT

SANTOS, Dione Fraga dos, M.S., Federal University of Viçosa, november 1996.
Structure, conduct and performance of brazilian export market of raw coffee grain and instant coffee. Adviser: Danilo Rolim Dias de Aguiar.
Committee members: Antônio Carvalho Campos and Carlos Antônio Moreira Leite.

Coffee production was, for a long time, the main source of foreign exchange in Brazil. It was gradually superseded by industry and, as early as in the 80's, by the complex of soybean production and industrial processing. In 1995, coffee exports accounted for 5,22% of Brazil's global exports. Because it is an activity mostly aimed at the external market, coffee exporting complex, both in grain and instant coffee, is affected by changes in the regulations of coffee international market and also by the protectionism of some consumer countries. It is also exposed to the standards of the external market and to the competitive practice of the big international corporations which dominate the market in Europe and the USA. This study analyses the structure and conduct of companies exporting coffee grain and instant coffee, in an attempt to better understand the indicators of performance in coffee market. Structure measurements (chiefly those of concentration) such as partial indexes related to the four and eight biggest export companies of coffee grain and instant

coffee, and the Herfindahl-Hirschman index were employed. The analysis those indexes revealed that companies which export coffee grain make up a little concentrated structure. Conversely, those exporting solubilized coffee made up a more concentrated market. Parallel to this, both markets showed an intense shift in the relative position of the companies, highlighting a possible disorganization of the sector. Performance indicators, more precisely the relative share of the exporter, producer, and foreign wholesaler, concerning both products, showed the Brazilian exporter as the worse hit segment, witnessing a persistent fall in participation during the observational period. Some features of companies' conduct, as refers to coffee exports, may be emphasized, such as the vertical approach towards production promoted by some coffee cooperatives, as well as the onset of technology transference contracts for instant coffee industries. It may be concluded that the coffee export segment, in Brazil, suffers from a lack of bigger commitment of economical agents, as refers to the search for competitiveness. This search includes more investment in production processes, management and strategies of export companies, aiming at economy of scale. Furthermore, marketing campaigns aiming at the conquest of new niches and the strengthening of the Brazilian product in previously conquered markets are deemed necessary.

1. INTRODUÇÃO

1.1. O problema e sua importância

A atividade cafeeira foi, durante décadas, a principal fonte de divisas do Brasil. Aos poucos, foi suplantada por setores industriais e, apenas, na década de 80, pelo complexo agroindustrial da soja. Na história recente (Quadro 1), as exportações do complexo cafeeiro apresentaram contínua perda de participação relativa no valor total exportado pelo País.

O segmento exportador de café comercializa o café brasileiro dos tipos arábica e *conilon* sob as formas: cru em grão, solúvel, torrado e moído. Os agentes econômicos, envolvidos na exportação destes produtos, compreendem produtores, firmas e cooperativas, existindo a presença de corretores, especializados no comércio externo do café, que procedem a intermediação entre os fornecedores e os compradores do grão.

Em termos específicos, as exportações brasileiras de café arábica e de café *conilon* representaram, respectivamente, 80,68% e 19,32% do volume total, exportado de café em grão, entre outubro de 1988 e setembro de 1994 (Quadro 2). Com relação às receitas de exportação, o café arábica contribuiu, em média, com 87,20% (US\$ 1,3 bilhão FOB) e o café *conilon* representou cerca de 12,80% (US\$ 194 milhões FOB) do valor da exportação de café em grão, no

período de 1991 a 1995 (Quadro 3). Em 1994, 145 empresas exportaram 15,9 milhões de sacas de café cru em grão. Deste total, 65% foram

Quadro 1 - Exportações totais, exportações de café em US\$ milhões FOB e participação relativa (%) do café no valor global da exportação brasileira, 1985-1995

Anos	Todos os produtos (1)	Produtos básicos (2)	Produtos Industrial (3)	Café			Partic. % café		
				Total (4)	Verde (5)	Solúvel (6)	(4)/(1)	(5)/(2)	(6)/(3)
1985	25.639	8.538	16.821	2.619	2.367	252	10,21	27,72	1,50
1986	22.349	7.280	14.895	2.327	2.006	321	10,41	27,55	2,16
1987	22.224	8.022	18.014	2.169	1.950	210	9,76	24,31	1,17
1988	33.789	9.411	24.079	2.222	2.009	213	6,58	21,35	0,88
1989	34.392	9.599	24.400	1.781	1.560	221	5,18	16,25	0,91
1990	31.390	8.748	22.096	2.253	1.105	147	3,99	12,63	0,67
1991	31.636	8.742	22.465	1.480	1.382	98	4,68	15,81	0,44
1992	36.207	8.875	26.863	1.112	970	142	3,07	10,93	0,53
1993	38.783	9.409	29.067	1.282	1.065	217	3,31	11,32	0,75
1994	43.558	11.058	31.866	2.557	2.218	339	5,87	20,06	1,06
1995	46.506	10.969	34.713	2.426	1970	456	5,22	17,96	1,31

Fonte: 1) Café: a) até 1989: IBC; b) de 1990 a 1995: DTIC/Secex. 2) Exportação global: a) até 1989: Banco do Brasil/Cacex; b) de 1990 a 1995: DTIC/Secex.

Quadro 2 - Exportações brasileiras de café, no período de outubro a setembro de 1988/1989 a 1993/1994 (em 1.000 sacas de 60 kg)

Tipo de Café	Anos					
	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94
Arábica	13.623	14.581	15.347	17.550	13.860	13.460
Conilon	2.871	2.758	4.035	3.688	4.234	3.594
Solúvel *	4.548	5.686	1.676	2.054	2.596	2.783
Torrado *	nd	nd	3,7	9,3	8,7	4,3
Total	21.042,00	23.025,00	21.061,70	23.301,30	20.698,70	19.841,30

Fonte: a) 1988/89: IBC/EE, b) 1989/90 em diante: FEBEC/ Depto. Técnico.

* Em quantidade equivalente a café em grão.

nd = Não Disponível.

Quadro 3 - Exportações brasileiras de café, no período de 1991 a 1995 (em US\$1.000 FOB)

<i>Tipo de Café</i>	<i>Anos</i>				
	1991	1992	1993	1994	1995
Arábica	1.231.699	886.172	888.302	1.917.268	1.706.191
Conilon	150.337	83.828	176.596	301.421	263.371
Solúvel *	97.298	142.178	217.328	339.517	455.994
Torrado *	498	1.322	388	495	nd
Total	1.479.832	1.113.500	1.282.614	2.558.701	2.425.556

Fonte: FEBEC, 1994.

* Em quantidade equivalente a café em grão.

nd = Não Disponível.

exportados pelo porto de Santos, para 66 países, sendo os EUA o principal importador (17,90% do total das exportações brasileiras de café em grão).

As exportações de café solúvel geraram para o Brasil, entre 1991 e 1994, uma receita cambial média de US\$ 250 milhões, cerca de 14,13% da receita total, obtida com a exportação de café no período. Em 1994, 16 empresas exportaram 2,9 milhões de sacas de café solúvel, equivalentes a café em grão. Deste total, 31,48% foram destinados ao mercado da Rússia e 18,32%, ao mercado norte-americano.

As exportações brasileiras de café torrado e moído representaram, entre outubro de 1990 e setembro de 1994, cerca de 0,03% do volume total exportado pelo complexo cafeeiro. Das receitas de exportação do setor, o café torrado e moído gerou, em média, 0,04%. Em virtude da pouca expressividade das exportações de café torrado e moído brasileiro, em termos de volume exportado e de geração de divisas, optou-se, neste trabalho, em analisar somente as exportações de café cru em grão e de café solúvel.

Nos anos recentes, algumas mudanças têm afetado o mercado internacional do café, causando reflexos sobre o segmento exportador do produto no Brasil. Identificam-se, a seguir, dois fatores responsáveis pelas principais alterações, neste mercado.

O primeiro refere-se às mudanças nas regras de mercado, fruto da suspensão das cláusulas econômicas do Acordo Internacional do Café (AIC), em meados de 1989. Com o fim do sistema de cotas de exportação do produto, os países produtores acabaram por desovar seus estoques no mercado externo, comprometendo, ainda mais, a tendência de declínio dos preços do café. O sistema de “livre mercado” fez com que os produtores e os exportadores de café se ajustassem à nova realidade de mercado, redefinindo sua atuação, ou abandonando a atividade. Em 1993, na tentativa de estabilizar as cotações do café, estabeleceu-se a Associação dos Países Produtores de Café (APPC), que intervém no mercado, por meio de planos de retenção.

O segundo elemento está relacionado com a exigência de qualidade dos grãos comercializados, imposta pelos países importadores de café. A crescente demanda por grãos de qualidade foi um dos motivos do impasse no estabelecimento de um novo AIC, em 1989. A preferência por cafés de qualidade já havia sido identificada por alguns produtores, como a Colômbia, o México e alguns países da América Central, que se especializaram na produção de café arábica, tipo “suave”. A postura do Brasil, com relação a esta tendência foi passiva, à medida que a política doméstica do extinto Instituto Brasileiro do Café (IBC) priorizava a quantidade exportada, sem maiores preocupações com a qualidade dos grãos brasileiros, ofertados no mercado mundial. Diante desta política equivocada, os exportadores de café perderam a oportunidade de iniciar o processo de conquista de “nichos” de mercado com um produto de melhor qualidade.

As transformações supracitadas favoreceram a perda de participação das exportações do café no valor total, exportado pelo Brasil, e no mercado mundial do produto. Atualmente, a participação do segmento cafeeiro no valor total das exportações brasileiras tem sido diluída, e a recuperação dos preços e do valor exportado, em 1994, decorreu de fator conjuntural, e não estrutural. A recuperação do preço deveu-se à quebra de safra no Brasil, fruto da geada de 1994 (Quadro 1).

O Quadro 4 mostra a participação relativa das exportações brasileiras de café no volume total, exportado em nível mundial. Responsável por cerca de 80% das exportações mundiais do produto, no início do século, atualmente responde por, aproximadamente, 25%.

Quadro 4 - Exportação de café em grão e solúvel, para todos os destinos, nos 12 meses de dezembro/novembro (em 1.000 sacas de 60 kg e % do total), dos países-membros da OIC, 1988/89 - 1993/94

<i>Exportador</i>	<i>1988/89</i>	<i>1989/90</i>	<i>1990/91</i>	<i>1991/92</i>	<i>1992/93</i>	<i>1993/94</i>
Brasil	17.048	17.505	21.031	19.319	17.500	17.536
%	23,06	21,72	27,70	25,03	23,09	24,50
Colômbia	10.809	13.626	12.652	15.950	13.923	12.303
%	14,62	16,91	16,67	20,66	18,37	17,19
Indonésia	6.100	6.958	6.333	4.411	5.761	5.167
%	8,25	8,63	8,34	5,71	7,60	7,22
Guatemala	2.943	3.393	2.839	3.265	3.766	3.249
%	3,98	4,21	3,74	4,23	4,97	4,54
México	4.110	3.889	3.443	3.411	3.270	3.164
%	5,56	4,83	4,54	4,42	4,31	4,42
Uganda	2.865	2.368	2.042	2.039	1.823	3.095
%	3,88	2,94	2,69	2,64	2,41	4,32
Costa do Marfim	2.797	3.600	4.202	4.014	4.780	2.501
%	3,78	4,47	5,53	5,20	6,31	3,49
Costa Rica	2.325	2.277	2.364	2.387	2.413	2.149
%	3,15	2,83	3,11	3,09	3,18	3,00
Outros 43 países	24.918	26.972	21.011	22.396	22.561	22.425
%	33,72	33,46	27,68	29,02	29,76	31,32
Total	73.915	80.588	75.917	77.192	75.797	71.589
%	100	100	100	100	100	100

Fonte: FEBEC/Depto. Técnico, com base no relatório OIC (EB 3512/94).

Vale ressaltar que, apesar da visível perda relativa de participação do País no mercado internacional de café, o Brasil continua a exercer influência significativa nesse mercado, de modo que, forte queda no volume da produção nacional, decorrente de secas, ou geadas, tende, em parte, a ser compensada por preços mais elevados (GOLDIN e REZENDE, 1993). Este efeito fica claro na safra 94/95.

Os concorrentes brasileiros no mercado internacional de café são países que dependem muito das receitas cambiais, obtidas na exportação do produto para dinamizar suas economias internas. A Colômbia, possuidora de uma cafeicultura eficiente e especializada, na produção de café arábica, possui um sistema de administração, composto pela Federação Colombiana de Cafeicultores e pelo governo, que visa aumentar a produtividade do produtor e a participação nas exportações mundiais. Vale destacar que este país possui uma estratégia de *marketing* bem-definida, ressaltando a qualidade de seus grãos. A Indonésia possui uma cafeicultura caracterizada pelo baixo custo de produção, em que predomina a produção do café *conilon*, e pela ausência de mecanismos de proteção aos produtores. Dessa maneira, o produto indonésio é de pouca qualidade e há pequena utilização de insumos. A cafeicultura mexicana é responsável pela produção dos chamados “outros suaves” e apresenta uma postura nitidamente favorável às reivindicações dos países consumidores, especialmente, dos EUA (BERTONE, 1992). Já os países africanos possuem uma produção diferenciada, que depende do país em questão. Angola e Uganda, produtores de arábica, convivem com o problema da guerra civil, que paralisa sobretudo o transporte e o comércio do café. A Etiópia, reconhecido produtor de café arábica de excelente qualidade, enfrenta o problema da fome, que impede o adequado transporte, pois a maioria dos veículos de carga destina-se a transportar alimentos (VEGRO, 1993).

Além disso, o mercado internacional do café é caracterizado pela existência de um número reduzido de empresas, que controlam cerca de 80% das importações. São elas: General Foods, Procter & Gamble, Coca-Cola, Cargill e Nestlé, podendo-se, ainda, acrescentar as seguintes *trading companies*: Rothos, E. D. e F. Man, Yolkait, Aron, Raigner, Bozzo e Sucden (VEGRO, 1993).

Estas multinacionais procedem à confecção dos *blends*, que melhor satisfaçam as preferências dos consumidores e, ainda, implementam estratégias de *marketing* e realizam pesquisas de novos produtos, no intuito de aumentar seu potencial de ganho nos mercados.

Neste contexto de mudanças no mercado internacional do café, apresentado anteriormente, o estudo de PONCIANO (1995) sugere o aparente mau desempenho do segmento exportador de café brasileiro. Esta interpretação surge dos resultados, encontrados pelo autor para as margens de comercialização, em nível do exportador de café em grão, no período de 1982 a 1992. Resta saber se o desempenho adverso, constatado nesse período é compartilhado pelo segmento exportador de café solúvel. E, ainda, analisar os elementos de estrutura e de conduta, que estão por trás do desempenho da exportação dos dois produtos.

Assim, as questões que suscitam análise são: i) O desempenho insatisfatório do segmento exportador de café em grão também ocorre no mercado exportador de solúvel? ii) Levando em conta que o desempenho decorre, dentre outros fatores, da estrutura do mercado e da conduta das firmas, como pode ser caracterizada e que transformações vem experimentando a estrutura do setor exportador brasileiro de café? Além disso, estaria esta estrutura caminhando no sentido de reverter o mau desempenho recente? iii) As condutas empresariais seriam adequadas? E até que ponto elas poderiam ser alteradas para melhorar o desempenho do setor? iv) Quais as alternativas vislumbradas para que o setor exportador de café no País mantenha e até mesmo conquiste novos mercados? v) De que modo, relações mais estáveis entre as firmas, que exportam café, seriam benéficas para o setor?

1.2. Objetivos

O objetivo geral do trabalho é verificar a estrutura e a conduta das empresas exportadoras de café em grão e de café solúvel, buscando maior compreensão sobre os fatos subjacentes ao desempenho inadequado do

segmento exportador e verificar se o desempenho do mercado de café solúvel é similar ao do mercado de café em grão. Em termos específicos, pretendem-se:

1) verificar a evolução do grau de concentração das empresas exportadoras de café em grão e de café solúvel, no período de 1987 a 1994;

2) analisar as mudanças de posição entre as empresas, no mercado exportador de café em grão e de café solúvel, no período de 1987 a 1994;

3) descrever alguns aspectos de conduta das firmas, que participam desses mercados; e

4) proceder à verificação do desempenho do segmento exportador de café em grão e de café solúvel.

2. METODOLOGIA

2.1. Referencial teórico

2.1.1. Teoria da organização industrial

A base teórica para o desenvolvimento da teoria da organização industrial foi a teoria estática dos preços. O desenvolvimento da teoria da organização industrial aconteceu, como descreve HAY e MORRIS (1986), no século passado, a partir da elaboração da teoria da firma, baseada em Smith e, posteriormente, desenvolvida por Marshall. Este identificou os princípios gerais do comportamento econômico das firmas, inspiradas em duas situações limítrofes, dadas pelas estruturas de concorrência pura e monopólio. Depois vieram os trabalhos de Jevons, Knight, Edgeworth, Sraffa, Robinson, Chamberlin e outros. Cada um deles contribuiu para o desenvolvimento teórico do estudo do comportamento das empresas e de suas decisões de produção, definição de preços, alocação de recursos, eficiência e bem-estar econômico.

SRAFFA (1926), em seu artigo “*As leis de rendimentos em condições competitivas*”, provocou grande impacto ao questionar alguns dogmas basilares da teoria ortodoxa dos preços. Embora Sraffa não tenha desenvolvido, de maneira rigorosa, um modelo alternativo de formação de preço, muitas de suas

idéias e conceitos vêm a configurar os desenvolvimentos recentes da teoria de concorrência imperfeita e oligopolística. SRAFFA (1926) enfatizou idéias como: a diferenciação de produto; as preferências dos consumidores; os gastos de venda; e a noção de que a firma leva em consideração as possíveis reações de seus competidores e resiste em reduzir seus preços.

As críticas sraffianas vieram contribuir, segundo TOLIPAN e GUIMARÃES (1982), para a reconstrução da análise do mercado capitalista, quando absorvidas as críticas a algumas pressuposições. A primeira crítica retoma a discussão da lei dos rendimentos decrescentes, que para SRAFFA (1926) é, no caso geral, incompatível com a análise de equilíbrio parcial. Sua crítica dirige-se a certos princípios marshallianos, como os que definem o preço de equilíbrio, em que o alvo é a curva de custo médio, em forma de U , da qual se deriva a curva de oferta da firma competitiva. A discussão prende-se à análise do equilíbrio parcial, quando a conservação da exigência *ceteris paribus* torna-se inconsistente com a lei de rendimentos decrescentes e com independência da curva de oferta e demanda. Esta inconsistência relaciona-se com a natureza do raciocínio sraffiano, de longo prazo, que não contempla a existência de nenhum fator fixo de produção na firma. A segunda crítica esbarra na lei dos rendimentos crescentes, própria da noção de progresso econômico de Smith, em que a lei não resulta em ganhos de economias internas à firma, pois as mesmas são incompatíveis com as condições de concorrência perfeita. A expansão ilimitada de cada produtor contrapõe-se à hipótese de atomização da produção, que se constitui em um dos princípios da competição perfeita. Portanto, os rendimentos crescentes não podem derivar de economias internas à firma, mas das economias externas. As últimas não se derivariam do progresso econômico, mas de grandes aumentos de produção, em que as economias são externas à firma, mas internas às indústrias.

Com estas duas críticas, Sraffa propõe dois caminhos alternativos: de um lado, assumir rendimentos constantes, como a única maneira de reter a análise concorrencial, que corresponde a retomar a análise clássica do valor e, de outro, aceitar a evidência empírica das economias de escala, abandonando a análise da concorrência perfeita.

De acordo com TOLIPAN e GUIMARÃES (1982), a contribuição sraffiana apóia-se na negação de duas hipóteses cruciais para a concorrência perfeita: a de que o produtor individual não pode afetar, deliberadamente, o seu preço, o qual deve considerar, como um dado independente da quantidade produzida; e a de que o produtor, nestas condições, opera com custos crescentes. O desdobramento direto do artigo de Sraffa foi o desenvolvimento da teoria da concorrência imperfeita, na década de 30.

Tentativas de reestruturar o pensamento neoclássico de preços e das estruturas de mercado ocorreram, simultaneamente, com as obras de Robinson e Chamberlin, em 1933. Para SZMECSÁNYI (1985), o fato de autores de diferentes países estarem trabalhando no mesmo problema científico constituía, à época, um indício de que a teoria vigente não se adequava mais à realidade. A influência sraffiana sobre Joan Robinson é reconhecida pela autora. Porém, no caso de Chamberlin, o artigo dá margem a mais uma coincidência histórica, já que o mesmo reivindica o não-conhecimento do texto de Sraffa.

O trabalho de Chamberlin forneceu uma classificação detalhada das formas principais e auxiliares de estruturas de mercado, examinando, por um lado, as relações teóricas entre as diferentes estruturas industriais e, de outro, o desempenho em termos de preços, propaganda e eficiência. Para HAY e MORRIS (1986), Chamberlin contribuiu para os avanços no campo da organização industrial, em decorrência de sua influência sobre os trabalhos de Mason.

O modelo de MASON (1939) rompeu com o estudo da firma representativa, dentro da análise teórica padrão, defendendo a análise das firmas em seus próprios ambientes. Em outras palavras, em vez de considerar um modelo teórico de estruturas de mercados preestabelecidas e, posteriormente, confrontá-las com uma firma hipotética, procurou combinar estruturas reais de mercado com medidas de desempenho. Segundo PHILLIPS e STEVENSON (1974), Mason enfatizou a necessidade de considerar, dentro do estudo de organização industrial, tanto variáveis endógenas às firmas quanto os fatores exógenos às mesmas. Dessa forma, construiu-se a hipótese de uma linha de causalidade, a partir das estruturas de mercado até o desempenho. Ao fazer

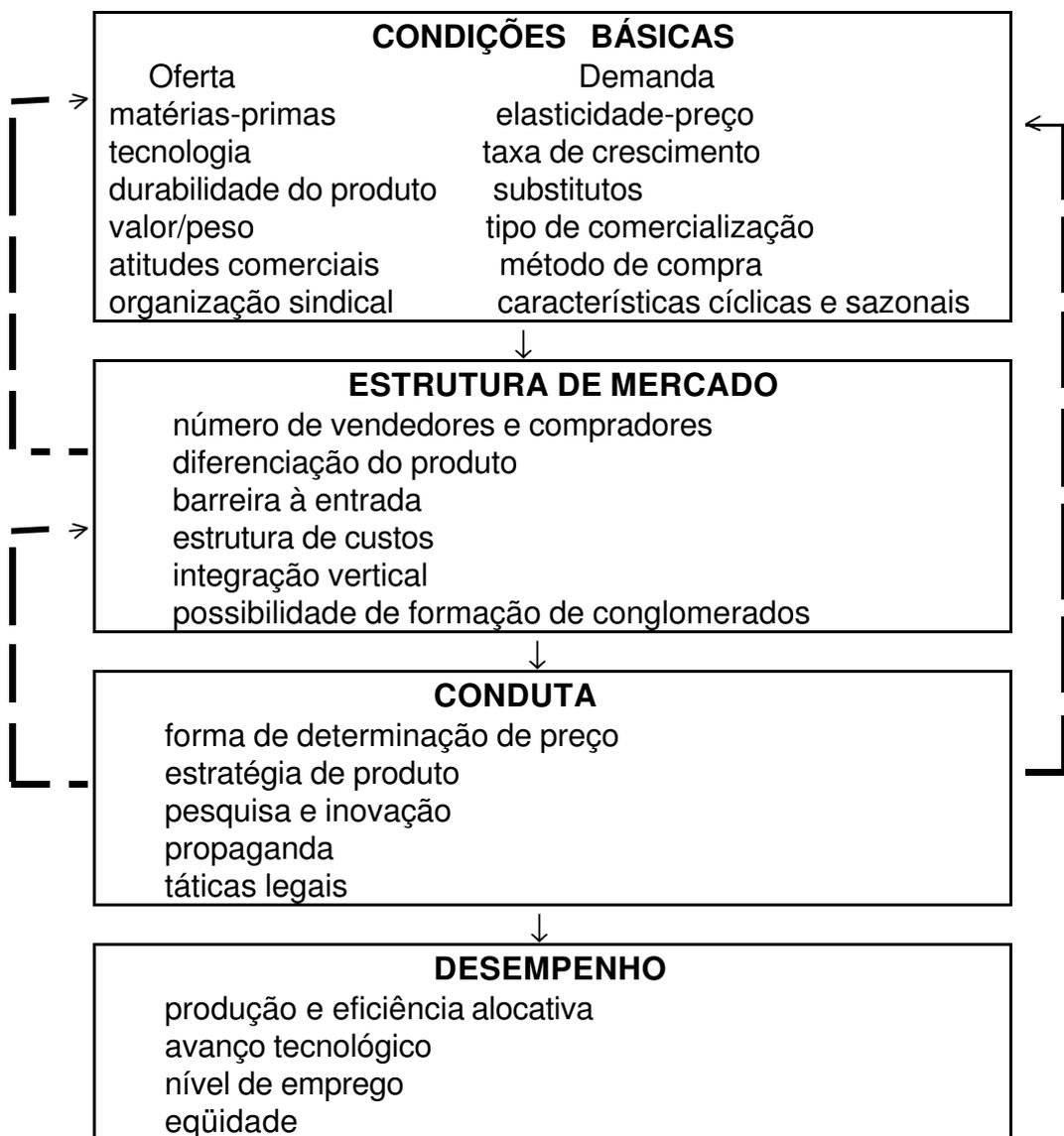
isso, Mason forneceu uma estrutura de análise para a maioria dos estudos de organização industrial.

Assim, a concepção de organização industrial impõe-se com o modelo de estrutura-conduta-desempenho, proposto por MASON (1939) nos anos 30. Este autor pesquisou uma ampla variedade de indústrias, por compreender que a teoria de preços disponível não era hábil em analisar o comportamento das firmas. Seus trabalhos eram direcionados à análise de casos específicos de vários ramos da indústria norte-americana e acabaram sendo fonte de estudos, para que os órgãos públicos pusessem em prática a política antitruste nos EUA.

Tem sido tradicional, no campo da organização industrial, conduzir a maior parte da análise dentro deste arcabouço. Ele se baseia, segundo KOCH (1980), em algumas pressuposições teóricas, como esta: *a estrutura determina a conduta das firmas e o desempenho do mercado*. O modelo tradicional procura explicar o desempenho da firma, em termos de sua conduta dentro do mercado. A conduta da firma, ou seja, as estratégias seguidas pela firma no mercado, é presumida ser dependente da organização estrutural do mercado. O desempenho é o nível de bem-estar da sociedade, proporcionado pelo mercado. Além disso, assume-se que a estrutura de mercado reflete condições básicas de oferta e demanda (a Figura 1 resume esta relação).

Embora predomine o sentido de causalidade entre estrutura, conduta e desempenho, é provável, de acordo com KOCH (1980), que a direção de causação do modelo tradicional assuma duas direções, na maioria dos casos. Admite-se que a estrutura de mercado é caracterizada por fatores tais como: a existência de barreiras à entrada de concorrentes, o número de vendedores e de compradores, a parcela destes no mercado e o grau de diferenciação do produto. A estrutura afeta a conduta, a qual seria caracterizada por: tipo de formação de preços, estratégias de produto, nível de investimento em pesquisa e inovação, entre outros.

Assim, de um lado, as estratégias de definição de preços podem, por si mesmas, resultar em barreiras à entrada de outras firmas no mercado (como admite a teoria de preço-limite), e de outro, o comportamento dos preços pode influenciar as condições básicas de oferta e demanda pela redução do número



Fonte: SHERER e ROSS (1990, p.5).

Figura 1 - Modelo de análise de organização industrial.

de substitutos disponíveis. Ademais, os elementos, que compõem a estrutura de mercado, a exemplo do grau de diferenciação do produto, têm potencial para alterar a elasticidade-preço da demanda. As linhas pontilhadas indicam causalção possível, que é o oposto daquela normalmente implícita no modelo tradicional.

De particular importância, em termos de políticas públicas, é a hipótese concentração-coalizão. Essa hipótese teve sua origem nas teorias de competição imperfeita, desenvolvidas por Chamberlin e Robinson, que sugeriram a possibilidade de que as estruturas de mercado intermediárias, entre competição perfeita e o monopólio, poderiam dar origem a certos padrões de comportamento e de desempenho, associados ao caso extremo de monopólio. Desse modo, em mercados, dominados por poucos grandes vendedores - oligopólios -, a dimensão relativa de cada firma faz com que os ajustamentos de posição, por ela realizados, afetem, perceptivelmente, os preços e os volumes de vendas das demais firmas, exigindo ações que antecipem a reação dos concorrentes. Uma vez reconhecida esta interdependência mútua e sendo pequeno o número de firmas, elas poderão achar praticável o controle do mercado, mediante o estabelecimento de algum tipo de acordo, explícito ou não, visando à implementação de políticas de maximização conjunta de lucros.

Para BRAGA e MASCOLO (1982), a principal implicação da hipótese concentração-coalizão, do ponto de vista empírico, é que o grau de interdependência oligopolista e, por conseqüência, a probabilidade de uma conduta característica de monopólio é determinado pelo grau de concentração da indústria. Espera-se que quanto mais alta for a concentração, maior a possibilidade de que venha a existir, entre as firmas, um acordo de coalizão, tácito ou não, das decisões empresariais.

A partir da hipótese concentração-coalizão, o setor público pode limitar o poder de mercado das firmas, por meio de políticas antitruste. Segundo FARINA (1994), a ênfase econômica destas políticas concentra-se no combate à concorrência desleal e não na transformação de todos os mercados em

estruturas competitivas ideais. Assim, o objeto das políticas antitruste limitar-se-ia às práticas comerciais e não às estruturas de mercado.

FARINA (1990) observa que:

“controlar as estruturas enfrenta pelo menos um grande problema. A teoria econômica não provê uma base sólida para eleger um grau e padrão de concentração de mercado como desejável, especialmente quando se trata de estruturas oligopólicas, as mais comuns no mundo real. Portanto, mesmo que a hipótese da concentração-coalição se verificasse teórica e empiricamente, a atuação sobre as estruturas ainda sofreria a dificuldade de dosar a reestruturação de um mercado ou o limite de sua concentração” (p.457).

O uso indiscriminado do computador e a disponibilidade de acesso a dados estatísticos, nos EUA, fizeram com que o direcionamento da pesquisa, dentro do campo da organização industrial, enfatizasse os estudos econométricos de seção cruzada. Segundo SCHMALENSEE (1982), os estudos eram generalizações qualitativas, que não continham quase nenhuma teoria formal. Autores como Weiss (1971), MacAvoy (1965), Joskow (1973), Douglas e Miller (1975) fazem parte do grupo de autores presos a estudos quantitativos da organização industrial. Os resultados obtidos por esses autores eram insuficientes para se extrair uma descrição da firma. Weiss (1971), citado por SCHMALENSEE (1982), afirma:

“Talvez o próximo passo correto (para a teoria da organização industrial) seja a volta ao estudo da indústria, mas desta vez, com a análise de regressão à mão (p. 398).”

Nas últimas décadas, houve uma mudança no papel e no *status* da teoria formal, dentro da organização industrial que, segundo SCHMALENSEE (1982), pode ser dividida em três momentos. O primeiro, a onda masoniana de estudos de casos, que era explicitamente fruto de uma experiência indutiva, desconfiada da teoria formal recebida. O segundo, caracterizado pela pouca teorização, que se centralizava nos aspectos tecnicistas de análises de seção-cruzada, limitados

a justificações verbais para a inclusão, ou exclusão, de variáveis particulares. E o terceiro, caracterizado pela predominância de textos¹, que refletiam maior preocupação com o caráter formal de análise do comportamento das firmas, utilizando-se do instrumental microeconômico. Na literatura corrente de organização industrial, seja em estudos empíricos, seja nos manuais, a origem da disciplina e o seu respeito à microeconomia tradicional refletem na própria metodologia e na forma de organização: predominam a análise estática, a noção de equilíbrio e o problema de formação de preços, como a questão teórica central. A proposta, a ser seguida para SCHMALENSEE (1982), é a de que a organização industrial deve-se postular, desde o início, com a dinâmica do desequilíbrio e propor, como sua questão teórica central, o crescimento da firma e da indústria.

Além disso, ainda segundo SCHMALENSEE (1982), a organização industrial, como corpo teórico em construção e, ainda, que concebida, num primeiro momento, no contexto de uma economia fechada, deve contemplar o seu desdobramento no caso de uma economia aberta, de modo a computar o movimento de firmas e indústrias nacionais para o mercado externo.

2.1.2. A teoria da organização industrial e sua interface com a teoria do comércio exterior

Uma nova linha de pesquisa, dentro da teoria da organização industrial, surge da preocupação dos estudiosos de comércio internacional e de organização industrial, no sentido de analisar o comércio exterior, focalizando a estrutura dos mercados exportadores e importadores. Questões como a globalização econômica, a desfragmentação das nações socialistas, a livre mobilidade tanto de capital quanto de mão-de-obra, e os problemas de balanço de pagamentos têm suscitado o interesse dos pesquisadores em conhecer o

¹ Segundo SCHMALENSEE (1982), o livro texto básico, nesta etapa da teoria da organização industrial, mais especificadamente, a partir dos anos 70, vem a ser o escrito por Sherer (1970).

potencial de crescimento que algumas firmas obteriam, quando elas ultrapassassem as fronteiras de seus próprios mercados domésticos.

Segundo PAGOULATOS e SORENSEN (1976), a teoria de comércio internacional tem sido desenvolvida, sob algumas pressuposições simplificadoras de competição perfeita e, por isso, tem ignorado muito do progresso, produzido no campo de aplicação da teoria da organização industrial. Em contraste, o estudo desta última tem enfatizado a importância do poder de mercado das empresas em afetar suas decisões, comportamento e desempenho, dentro de um mercado mais amplo, isto é, abrangendo os mercados doméstico e externo.

As razões para esta aparente defasagem de integração, entre a análise estrutural e a teoria de comércio exterior, como descritas por Johnson (1967), citado por PAGOULATOS e SORENSEN (1976), incluem: primeiro, a dificuldade de conciliação do equilíbrio geral, proposta pelos modelos tradicionais de comércio internacional, com a visão da teoria de organização industrial; e, segundo, o fascínio com os problemas teóricos formais, dentro da teoria pura de comércio, tal como a existência de desigualdades e soluções de equilíbrio estável, que excluem relevantes problemas empíricos.

O enfoque relevante da inter-relação da teoria de organização industrial e a de comércio exterior para o presente trabalho é identificar o efeito das estruturas de mercado dos segmentos exportador e importador de café, sobre a conduta e o desempenho das empresas brasileiras, que exportam o produto.

2.2. Modelo analítico

O item anterior apresentou o que a teoria sugere para a relação entre estrutura (e, mais especificamente, concentração) e o desempenho de mercado. Agora, serão discutidos alguns indicadores, que permitem testar essa relação.

A análise do mercado exportador de café será feita, por meio da mensuração de indicadores, que busquem captar características relevantes da estrutura deste mercado, e por medidas de desempenho do mesmo. Os itens,

que se seguem, discutem as principais vantagens e desvantagens das medidas, que serão adotadas.

Será ainda analisada a relação, entre os elementos de estrutura e a conduta de mercado das firmas, sugerida no modelo teórico de organização industrial. A análise do comportamento das firmas no mercado exportador de café será desenvolvida, a partir de uma classificação específica no intuito de caracterizar alguns aspectos relevantes da conduta neste mercado.

2.2.1. Indicadores de estrutura

Medidas de concentração

A concentração, definida como a distribuição do número e o tamanho de compradores e vendedores em um mercado, é a forma mais comum de medir o poder de mercado das firmas.

A construção de índices, que revelam o verdadeiro poder de mercado das empresas, apresenta alguns problemas, como os relacionados por MARQUES e AGUIAR (1993): a escolha da unidade de medida a ser usada; a decisão quanto a incluir nos cálculos todas, ou somente algumas das empresas no mercado; e o significado e a necessidade de se incluir alguma medida de dispersão do tamanho das firmas, junto com o índice escolhido.

O primeiro aspecto relaciona-se com a definição de qual indicador de importância de a firma utilizar. Entre eles estão: valor adicionado, valor dos ativos, vendas, número de empregados, entre outros. O valor adicionado, em geral, não é facilmente disponível. Os ativos apresentam o problema do efeito inflacionário sobre o padrão de acumulação, ao longo do tempo. As vendas são a medida mais facilmente disponível, mas não levam em conta as diferenças de graus de integração vertical, entre as firmas. Por último, o índice de concentração, obtido a partir do número de empregados, ignora as variações da razão capital/trabalho. Muitas vezes, outras medidas são utilizadas, em função de sua disponibilidade, como foi o caso do uso da capacidade de esmagamento de soja por AGUIAR (1994).

Com relação ao número de firmas a incluir, existe uma questão de preferência quanto à natureza dos índices, sejam eles parciais, ou sumários. Os índices parciais indicam a percentagem do valor de mercado, comercializado por um certo número de firmas. Ou seja, estão relacionados com as parcelas de mercado, possuídas pelas principais firmas em um mercado. Assim, as parcelas das quatro, das oito, das 20 ou das 50 maiores firmas, num mercado, são exemplos de índices parciais. Em contrapartida, os índices sumários têm como principal característica a consideração, em seu cômputo, do número total de firmas de um mercado. Entre estes, estão o coeficiente de Gini e o índice de Herfindahl-Hirschman.

Existe um consenso dos autores, em considerar que nenhum índice específico de mercado é capaz de captar todas as nuances sobre o número e a distribuição das firmas no mercado. Se, por um lado, os índices parciais de concentração direcionam a análise, para apenas algumas empresas no mercado, por outro, os sumários ressaltam o papel das pequenas firmas, que estão à margem do mercado.

Para CURRY e GEORGE (1982) embora não exista nenhum índice de concentração ideal, há a possibilidade de especificar um conjunto de propriedades, a serem satisfeitas pelos índices. As propriedades desejáveis para medir o grau de concentração são sugeridas por Hall e Tideman (1967) e Hannah e Kay (1977) citados por CURRY e GEORGE (1982). Estas propriedades são: i) um índice de concentração será uma medida unidimensional; ii) a concentração aumentará, quando a parcela de qualquer firma for incrementada às custas de uma firma menor, isto é, o princípio da transferência; iii) se todas as firmas são divididas por k partes iguais, então o índice de concentração reduzirá pela proporção $\frac{1}{k}$; iv) a medida de concentração estará compreendida entre zero e um²; v) as incorporações (fusões) entre firmas aumentam a concentração; e vi) a mudança aleatória de gosto, por parte dos consumidores, poderá reduzir a concentração.

² Naturalmente, isto não é válido, caso se usem parcelas percentuais.

O primeiro axioma é uma condição sensata, para que o uso do índice seja simples e de clara interpretação. O segundo conduz à importância relativa de cada firma, indicada por sua parcela de mercado. Desse modo, para CURRY e GEORGE (1982), os axiomas (ii) e (vi) são equivalentes, pois, na maioria das vezes, a alteração de preferência, por parte do consumidor, explica a transferência de parcelas, dentro de um determinado mercado. Além disso, a presença do axioma (vi) é desejável, à medida que o índice de concentração escolhido se mostre sensível às modificações de fatores aleatórios. O terceiro segue, como um corolário natural, e o quarto acontece porque todas as firmas participantes do mercado são incluídas na apuração das parcelas.

Dessa forma, o melhor que pode ser feito é projetar uma medida sensível de concentração e advertir quanto ao seu emprego. Para CURRY e GEORGE (1982), o princípio da transferência estendido, por incluir os efeitos das fusões, mostra-se útil em propriedades gerais. Além disso, os axiomas (ii) e (vi) ressaltam a diferença entre as medidas de concentração e as de desigualdade. A primeira reflete a influência da firma sobre seu ambiente comercial, não podendo ser, significativamente, alterado por um grande número de pequenas firmas. Ou seja, estas medidas não são influenciadas pelo número total de firmas, mas pelo número de firmas de tamanho significativo. Em contraste, as medidas de desigualdade comparam o número e as parcelas de mercado das pequenas firmas, confrontando-os com os das grandes empresas.

O índice mais antigo, e comumente utilizado, é a proporção de concentração das k maiores firmas.

$$CRK = \sum_{i=1}^k s_i$$

em que s_i é a parcela de mercado da i -ésima firma e k , o número de firmas.

Apesar da simplicidade de cálculo, este índice torna-se um tanto arbitrário, quando se procede à escolha do número k . Para estudos de concentração agregada k é, freqüentemente, definido em cem. Para casos de concentração de mercado, valores entre três e oito são usualmente empregados.

BAIN (1968) sugere uma classificação dos mercados, a partir dos valores encontrados para a razão de concentração, especialmente, para as quatro e as oito maiores firmas. A classificação estabelece seis tipos de mercados: i) Tipo I, mercado “altamente concentrado”, em que a razão de concentração das quatro maiores firmas (CR4) é maior que 75% e das oito maiores (CR8) é maior que 90%. ii) Tipo II, mercado de “alta concentração”, em que os valores do CR4 estão compreendidos no intervalo: 65% < CR4 < 75%, e os valores do CR8, 85% < CR8 < 90%. iii) Tipo III, mercado de “concentração moderada”, em que os intervalos são: 50% < CR4 < 65% e 70% < CR8 < 85%. iv) Tipo IV, mercado de “baixa concentração”, em que os limites compreendem: 35% < CR4 < 50% e 45% < CR8 < 70%. v) Tipo V, mercado caracterizado pela “ausência de concentração” (CR4 < 35% e CR8 < 45%). vi) Tipo VI, mercados “claramente atomísticos”, em que o CR4 está em torno de 2%.

Outro índice popular é o denominado de índice H, ou de Herfindahl, definido como a soma do quadrado das parcelas de mercado das firmas. Embora usado, nesta forma, por Herfindahl, em 1950, a origem do quadrado desse índice foi usado por Hirschman, em 1945. O índice de Herfindahl-Hirschman (HHI) satisfaz todos os axiomas de Hall-Tideman e Hannah-Kay e depende da parcela de mercado de todas as firmas. O fato de o índice utilizar o quadrado das parcelas faz com que as firmas menores contribuam menos que, proporcionalmente, para seu valor. O índice de Herfindahl-Hirschman pode ser representado, matematicamente, pela seguinte expressão:

$$HHI = \sum_{i=1}^{nl} (x_i / T)^2$$

em que n é o número de firmas da indústria (mercado); x_i , o tamanho (em volume de vendas, valor das vendas entre outras) da firma individual i ; e T , o tamanho total do mercado.

Conforme mostram SHERER e ROSS (1990), o índice de Herfindahl-Hirschman é igual à unidade, sob monopólio, diminuindo quando ocorre um aumento no número de firmas e aumentando, quando existe maior desigualdade,

dado qualquer número de firmas. Ou seja, este índice representa tanto o número de firmas, que participam do mercado, quanto a desigualdade entre elas.

Medidas de Turnover

Turnover é definido como a mudança na posição das grandes firmas, no *ranking* de um dado mercado. Seu emprego fornece uma informação adicional³ às parcelas de concentração das quatro (CR4), das oito (CR8) e das 10 (CR10) maiores firmas. De acordo com KOCH (1980), presumindo que as razões de concentração são uma apropriada *proxy* em mercados competitivos e monopolísticos, torna-se importante verificar as alternativas de estudo, a respeito dos efeitos da concentração sobre os vários aspectos do desempenho, tal como o *turnover*.

A principal razão para devotar atenção para o *turnover* é por ser este um indicador dinâmico de intensidade de competição das firmas, dentro da indústria.

Uma dificuldade, relacionada com o uso do conceito de *turnover*, está na natureza da modificação, entre as empresas, que pode decorrer de uma alteração de posição *per se*, ou em sua identidade, por exemplo. A definição mais comum é a da alteração de posição, entre as empresas líderes, dentro de um mercado. Entretanto, outra definição tem sido, freqüentemente, utilizada, que o relaciona com mudança na identidade do grupo dirigente da firma. A principal preocupação é não subestimar os casos em que: i) duas ou mais firmas, ostensivamente, independentes são controladas por um mesmo indivíduo, família ou outra firma; e ii) ocorrem diretorias interligadas (*interlocking directorates*), em que executivos de várias firmas participam da direção uma das outras.

Para SHERER e ROSS (1990), a mudança de identidade das empresas líderes em uma indústria não é surpresa, porém, quando a modificação, entre elas, é rápida, altas razões de concentração podem enganar e, até mesmo, ocultar a intensidade da competição, por duas razões: primeira, as parcelas de

³ Em contrapartida, autores como Simons e Bonini (1958), citados por HYMER e PASHIGIAN (1962) têm empregado o *turnover* não somente como suplemento às parcelas de concentração mas como substituto às mesmas.

mercado das líderes serão menores, quando computadas num período de cinco anos, em relação àquelas das líderes, identificadas em um intervalo mais curto de tempo, visto que as líderes momentâneas tendem a ser firmas que detêm altas parcelas de mercado, em virtude de fatores casuais; e segunda, indica que a mesma rapidez de alteração seja fruto da luta competitiva por posição. Assim, altos *turnovers* indicariam uma competição dinâmica, dentro da indústria, mesmo quando as razões de concentração sugerissem ausência de competição.

Para HYMER e PASHIGIAN (1962), o fenômeno significativo tanto do ponto de vista econômico quanto estatístico não está associado à alteração, na posição das firmas, mas às modificações que se processam em suas parcelas de mercado. Os autores propõem uma medida alternativa, o índice de instabilidade da parcela de mercado.

O índice de instabilidade de Hymer-Pashigian é definido por:

$$I = \sum_{i=1}^n \left[\frac{a_{t,i}}{A_t} - \frac{a_{t-1,i}}{A_{t-1}} \right]$$

em que n é = número de firmas em cada indústria; $a_{t,i}$ é = tamanho da i -ésima firma no tempo t ; A_t é = tamanho total da indústria no tempo t ; $a_{t-1,i}$ é = tamanho da i -ésima firma no tempo $t-1$; e A_{t-1} é = tamanho total da indústria no tempo $t-1$.

A priori, espera-se encontrar maior estabilidade na parcela de mercado, em indústrias mais concentradas, e vice-versa. Ou seja, em mercados pouco concentrados, as firmas tendem a ter suas parcelas mais freqüentemente alteradas.

2.2.2. Classificação da conduta

De acordo com o modelo teórico, a estrutura de mercado fornece informações, que auxiliam na determinação do comportamento das firmas no mercado. Para subsidiar a análise a respeito da conduta das firmas, num

mercado específico, utilizou-se a classificação de grupos estratégicos, sugerida por CONNOR et al. (1985).

Partindo do conceito de grupos estratégicos de Porter, CONNOR et al. (1985) propõem uma classificação para os mercados agroindustriais. Essa classificação divide-se em quatro grupos:

i) Mercados de produtos vendidos a outras indústrias, caracterizados por produtos de qualidade padronizada, pouca propaganda, compradores bem-informados e produtos caracterizados pelo volume comercializado. Estes fatores, geralmente, resultam em ênfase na eficiência e nos preços baixos.

As indústrias, que produzem produtos padronizados, formam uma estrutura atomística, possuindo pouca, ou nenhuma escolha na determinação de preços. Os produtos transacionados, neste grupo, em geral, pertencem ao mercado de produtos, em que a determinação de preços é fortemente influenciada pelo preço do produto agrícola bruto.

A utilização de propaganda no primeiro grupo estratégico é dificultada por se tratar de produtos homogêneos, em que, na maioria dos casos, não é possível proceder à diferenciação dos mesmos.

ii) Mercados de serviços de alimentação, que caracterizam-se pela ênfase na qualidade dos serviços e nos preços competitivos.

Para os autores, a natureza do comportamento competitivo, neste mercado, depende do produto comercializado e do tipo de estabelecimento, seja um restaurante de *fast food*, ou um restaurante de um hospital. No primeiro caso, preços competitivos, excelência em qualidade dos produtos e serviços tornam-se elementos importantes para os grandes distribuidores. No último, o preço é o fator menos importante por servir consumidores, para os quais, qualidade, crédito e serviço confiável são os elementos principais.

iii) Mercados de produtos de marcas comerciais, caracterizados pelo alto investimento em propaganda e no desenvolvimento de novos produtos.

Nestes mercados, tem-se maior liberdade na determinação de preços, se comparados aos dois grupos anteriores. Na maioria dos casos, os produtos são altamente diferenciados, devido ao investimento em propaganda, e seguem a estratégia de proliferação extensiva de produtos. Estes dois fatores, em

conjunto, têm permitido que as indústrias de marcas comerciais consigam estabelecer barreiras à entrada de outras firmas neste mercado.

iv) Mercados de produtos de marca branca (marca do varejista e não do produtor), genéricos e sem marca, vendidos pelo estabelecimento varejista.

No quarto grupo estratégico, a responsabilidade pela comercialização, ou seja, pelo desenvolvimento de promoções e propaganda é do próprio varejista. Por um lado, isto reduz as despesas e a responsabilidade do produtor, no que diz respeito ao processo de venda. Por outro lado, reduz o poder do fornecedor, que pode ser substituído por outro, sem que os consumidores se dêem conta desta substituição.

A determinação de preços, dentro deste grupo, está sujeito a negociações mais freqüentes, entre compradores e fornecedores. Os fabricantes de produtos de marcas brancas tendem a seguir as variações de preços das marcas líderes, mantendo, contudo, seus preços num patamar inferior aos das marcas líderes, de forma a garantirem sua inserção no mercado.

2.2.3. Indicadores de desempenho

Inúmeras variáveis têm sido utilizadas para representar o desempenho de um mercado. A maioria procura verificar a disponibilidade, a qualidade e os preços dos produtos. Logicamente, maior disponibilidade, maior qualidade e preços menores, ao longo do tempo, indicam maior nível de eficiência e bem-estar. Porém, a seleção dos indicadores de desempenho deve levar em conta características do problema estudado e as limitações de dados e informações.

No caso do estudo de um mercado exportador, é importante conhecer os efeitos distributivos, entre os agentes de mercado, que acompanham os processos de concentração, ou desconcentração dos segmentos de mercado. O aumento da parcela do exportador, no preço final (país importador), seria um indicador de bom desempenho, para o Brasil, mas este aumento tanto poderia decorrer da diminuição da parcela do importador estrangeiro quanto da redução do preço, pago ao agricultor brasileiro. Dessa forma, dois aspectos devem ser

realçados: a evolução da participação dos agentes brasileiros e a distribuição entre estes.

Neste trabalho, são usados indicadores denominados parcelas de comercialização, referentes a níveis específicos de mercado, em que serão calculadas as participações relativas no preço final (atacado, país importador) em cada segmento: produtor, exportador e importador.

O cálculo dessas parcelas segue o método, apresentado por MARQUES e AGUIAR (1993), em que a parcela absoluta é a diferença, entre o preço no nível superior e o preço no nível inferior, ajustados para quantidades equivalentes, e a parcela relativa é a mesma diferença de preços, dividida pelo preço no nível final de comercialização.

Assim, a participação relativa do exportador brasileiro no preço final (PR_{exp}) será definida por:

$$PR_{exp} = \frac{P_{exp} - P_{pro}}{P_{at}}$$

em que P_{pro} é o preço em nível do produtor, P_{exp} é o preço de exportação e P_{at} é o preço em nível do atacado no país consumidor, todos em quantidades equivalentes.

A participação relativa do importador estrangeiro (PR_{imp}), em nível do atacado no país consumidor, obtém-se a parcela, que fica com os importadores.

$$PR_{imp} = \frac{P_{at} - P_{exp}}{P_{at}}$$

A participação relativa do produtor brasileiro no preço final (PR_{pro}) é:

$$PR_{pro} = \frac{P_{pro}}{P_{at}}$$

2.3. Fonte de dados e procedimentos

Os dados, utilizados no presente trabalho, foram obtidos junto à Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), à Federação Brasileira dos Exportadores de Café (FEBEC), aos Anuários Estatísticos do Instituto Brasileiro do Café (IBC) e aos Boletins do Banco Central.

Os dois primeiros órgãos foram responsáveis, diretamente, pelo levantamento de dados sobre receita de exportação e volume exportado de café cru em grão e solúvel por empresas, respectivamente, para os anos de 1987 a 1994 e 1991 a 1994. A partir da primeira série, de oito anos, produziram-se os índices de Herfindahl-Hirschman, as parcela das quatro e das oito maiores empresas (CR4 e CR8) e o índice de Hymer-Pashigian.

A disponibilidade de uma série mais longa de dados sobre receita de exportação, em nível de firmas, proporcionou o seguinte índice de Herfindahl-Hirschman:

$$HHI = \sum_{i=1}^{|n|} (x_i / T)^2$$

em que x_i representa a receita de exportação de café em grão e T , a receita total do setor, entre os anos de 1987 e 1994. Este procedimento também foi seguido para os dados referentes às exportações de café solúvel, no mesmo período. Os índices parciais CR4 e CR8 foram elaborados, a partir das parcelas de mercado de cada firma, tendo por variável a receita de exportação.

O índice de Hymer-Pashigian foi construído por meio da soma dos valores absolutos da diferença entre as parcelas de mercado das firmas de um ano para o outro. Assim, o índice de Hymer-Pashigian pode ser expresso por:

$$I = \sum_{i=1}^n \left[\frac{a_{t,i}}{A_t} - \frac{a_{t-1,i}}{A_{t-1}} \right]$$

em que $a_{t,i}$ é a receita individual das firmas exportadoras de café em grão, no tempo t e A_t é o valor total da receita de exportação do produto pelo setor. Assim como a_{t-1} é a receita de exportação das empresas, no período anterior, e A_{t-1} é a receita total, exportada pelo setor no período anterior. O mesmo procedimento foi adotado para os dados referentes ao café solúvel.

As participações relativas no preço final, em nível do produtor, do exportador e do importador de café cru em grão e de café solúvel, foram obtidas a partir de dados secundários referentes a preços mensais, nos respectivos mercados, no período de 1987 a 1992. As séries de preços foram deflacionadas, pelo índice de preço por atacado, para produtos agrícolas da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e convertidos em dólares de dezembro de 1994.

Em nível do produtor, os preços mensais, recebidos pelos produtores de café em côco, no Brasil, são oriundos da FGV. Os mesmos foram transformados em quantidades equivalentes a café em grão, estabelecendo-se a seguinte relação: um quilo e meio de café em coco origina um quilo de café cru em grão. No caso da transformação de café cru em grão em café solúvel, utilizou-se o fator de transformação, proposto por Junqueira e Canto (1971), citado em BRANDT et al. (1989) de 0,29.

Em nível do exportador, foram utilizados os dados mensais sobre preços de exportação de café cru em grão e de café solúvel, respectivamente, publicados pelo Banco Central e pela FEBEC, em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel (ABICS).

Em nível do importador, utilizaram-se os preços mensais de café cru em grão e de café solúvel, no atacado norte-americano, fornecidos pelo Departamento de Estatísticas dos EUA. A escolha dos EUA para compor a parcela relativa do importador estrangeiro prendeu-se à importância, em termos absolutos e relativos, das exportações de café brasileiro, destinadas a este mercado.

Muito embora PONCIANO (1995) tenha estudado alguns elementos do desempenho do mercado exportador de café em grão, optou-se, aqui, por analisar também o desempenho deste segmento. Com isso, é possível comparar o desempenho do mercado exportador de café em grão, com o mercado exportador de café solúvel, visto que a metodologia, utilizada para analisar os mercados, é rigorosamente a mesma.

O item conduta do modelo teórico estrutura-conduta-desempenho recebeu um tratamento descritivo, procedendo à pesquisa junto às cooperativas

e às entidades representativas do setor, principalmente, a FEBEC. Além disso, realizou-se uma revisão da literatura pertinente.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. Aspectos estruturais

As empresas, que operam no mercado externo de café cru em grão, estão bastante dispersas. Nos últimos sete anos, o número de firmas exportadoras deste produto variou consideravelmente, mostrando tendência de redução. Em 1987, eram 217 firmas credenciadas e, em 1994, somavam 145, apresentando uma redução de 66,82%⁴.

A indústria de café solúvel no País está voltada, principalmente, para o mercado externo. Apenas quatro empresas (Nestlé, Cacique, Arisco e Três Corações) dedicam-se a fornecer o produto ao mercado interno, em que prevalece o hábito do “café coado”. Atualmente, o setor exportador de solúvel é composto de 16 empresas, que, na sua maioria, exportam o produto a granel, não se preocupando em desenvolver marcas específicas.

O levantamento das medidas de concentração da estrutura do mercado exportador de café cru em grão e de café solúvel, no presente trabalho, relaciona três índices, distribuídos em duas categorias: os parciais (CR4 e CR8) e o índice sumário (HHI). Serão apresentados, a seguir, todos os resultados, obtidos para o

⁴ Em 1988, o mercado exportador de café em grão era constituído de 258 empresas; em 1989, 196 ; em 1990, 181; em 1991, 169; em 1992, 175; e em 1993, 149.

setor exportador de café em grão e, posteriormente, os resultados para o setor exportador de solúvel.

3.1.1. A indústria exportadora de café cru em grão

Os índices parciais, apresentados no Quadro 5, avaliam o grau de concentração da indústria exportadora de café em grão. A segunda coluna refere-se à parcela, exportada do produto, feita pelas quatro maiores empresas do mercado⁵. A terceira coluna relaciona a parcela das oito maiores exportadoras do setor.

Quadro 5 - Evolução da parcela de mercado (em %) das quatro e das oito maiores empresas brasileiras exportadoras de café cru em grão, no período de 1987 a 1994

ANOS	CR4	CR8
1987	21,58	37,44
1988	21,95	36,39
1989	26,10	43,57
1990	26,51	41,15
1991	24,77	39,68
1992	23,90	42,26
1993	25,51	41,08
1994	23,38	39,96

Fonte: Dados de pesquisa.

Os dados revelam que esta indústria pode ser classificada, de acordo com BAIN (1968), como uma indústria do tipo V, categoria em que as indústrias possuem mais elementos concorrenciais do que oligopolísticos.

⁵ Os dados de 1994 mostram que as quatro maiores empresas brasileiras, em termos de exportação de café em grão são: *Unicafé* (9,22% da exportação total), *Rio Doce Café S.A.* (5,22%), *Esteve Irmãos S.A.* (4,54%) e *Exp. Café Guaxupé LTDA.* (4,40%).

O exemplo relatado pelo autor refere-se à indústria de farinha de trigo, em que as quatro maiores firmas possuíam cerca de 26,50% e as próximas quatro, 42% para o ano de 1966. O objeto dessa indústria, a moagem de trigo, está próximo ao da indústria exportadora de café em grão, guardando as devidas proporções, pois ela trabalha com produto, que necessita de beneficiamento antes de ser comercializado. Além disso, o mercado norte-americano desse produto, em 1966, era formado por um número grande de firmas, e o trigo era um dos principais produtos para a economia americana.

A grandeza do índice CR4 mostra que o mercado é, relativamente, pouco concentrado e que pouca mudança ocorreu, durante o período de análise (Figura 2). A dispersão das parcelas de mercado, entre as empresas exportadoras de café em grão, contrapõe com a estrutura oligopolizada das indústrias importadoras, em que apenas cinco empresas detêm cerca de 80% dos negócios, realizados com o café.

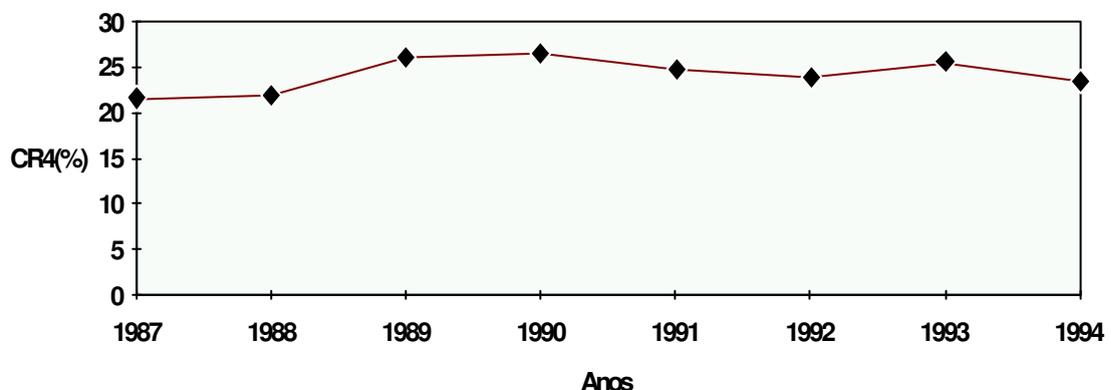


Figura 2 - Evolução da parcela de mercado (em %) das quatro maiores empresas exportadoras de café em grão, no Brasil, de 1987 a 1994.

Para uma verificação mais detalhada das parcelas de mercado da indústria exportadora de café cru em grão, construiu-se o Quadro 6 para os anos extremos da série, 1987 e 1994. Nesses dois anos, notam-se algumas alterações com relação às percentagens das maiores firmas e quanto à média,

alcançada pelas firmas pequenas. Assim, para o ano inicial da pesquisa, a indústria exportadora de café em grão contava com 217 firmas, sendo que a média percentual das exportações das quatro maiores era de 5,40%, enquanto as médias dos demais grupos giravam, em torno de 3,96, 2,45, 0,81 e 0,005%. Dessa forma, as quatro firmas líderes, em 1987, eram mil vezes maiores, em

Quadro 6 - Participação de mercado das firmas na indústria exportadora de café cru em grão, no Brasil, 1987 e 1994

<i>Posição de Mercado</i>	<i>Percentagem nas Exportações Totais</i>		<i>Média</i>	
	<i>1987</i>	<i>1994</i>	<i>1987</i>	<i>1994</i>
1	6,21	9,23		
2	5,57	5,22		
3	5,07	4,54		
4	4,73	4,39		
De 1 até 4	21,58*	23,38*	5,40*	5,85*
5	4,65	4,34		
6	3,97	4,30		
7	3,81	4,16		
8	3,42	3,78		
De 5 até 8	15,85*	16,58*	3,96*	4,15*
9	3,33	3,45		
10	3,30	3,19		
11	3,28	2,99		
12	2,75	2,47		
13	2,67	2,34		
14	2,62	2,14		
15	2,22	2,11		
16	2,13	2,08		
17	1,84	2,06		
18	1,75	1,94		
19	1,73	1,92		
20	1,72	1,75		

<i>Posição de Mercado</i>	<i>Porcentagem nas Exportações Totais</i>		<i>Média</i>	
	<i>1987</i>	<i>1994</i>	<i>1987</i>	<i>1994</i>
De 9 até 20	29,34*	28,44*	2,45*	1,42*
De 21 até 50	24,17*	22,10*	0,81*	1,36*
De 51 até 217	8,79*	--	0,005*	--
De 51 até 145	--	9,06*	--	0,09*

Fonte: Dados de pesquisa.

média, que as menores firmas. Portanto, desde o ano inicial da série, verifica-se a presença de elementos concorrenciais, na indústria exportadora do produto, à medida que as firmas detentoras de maior participação de mercado convivem com um grande número de pequenas firmas.

Para o ano de 1994, a tendência à concorrência, entre as firmas, permanece, porém o número de firmas participantes, dentro da indústria, reduz-se em 49,65%. Os dados disponíveis não permitem afirmar que houve tentativa de absorção dessas firmas, que saíram do mercado, por algum grupo específico que configurasse uma tentativa de ganhar mercado. Porém, vale ressaltar que a detentora do primeiro posto, em 1994, é a mesma que ocupava a primeira posição, em 1987, e teve sua participação no mercado aumentada, em cerca de 48%, passando a controlar 9,23% do mercado. A distância média entre as maiores e as pequenas firmas diminuiu. Agora, em média, as firmas maiores são 65 vezes maiores que as menores. Estes resultados sugerem a inviabilização das firmas menores, que acabaram por sair do mercado, diante das baixas cotações do produto, que vigoraram até 1993.

Para analisar o grau de concentração total, juntamente com a dispersão do mercado exportador de café em grão, calculou-se o índice de Herfindahl-Hirschman (HHI). O HHI, como apresentado no Quadro 7, indica uma distribuição pouco desigual, entre as empresas no mercado, com um grande número de pequenas firmas. Os índices do Quadro 7 sugerem um mercado, em que é bastante improvável o estabelecimento de poder de monopólio, por parte das maiores empresas. Os valores estão, de certa forma, longe do índice para o monopólio (HHI = 1). Em contrapartida, WILLMORE (1985) calcula o HHI, com

base nas receitas de exportação, obtidas pelo segmento de café e plantas processadoras de grãos, em que 431 firmas participavam deste mercado, para o ano de 1978, encontrando o valor de 0,4153. Se comparados aos dados da presente pesquisa, admite-se redução do grau de concentração, ou menor desigualdade do setor, desde 1978. Porém, o fato de estar considerando as plantas processadoras de grãos⁶ pode ser o causador da superestimação do HHI.

Quadro 7 - A evolução do índice de Herfindahl-Hirschman na receita de exportação de café cru em grão, no Brasil, de 1987 a 1994

<i>ANOS</i>	<i>HHI</i>
1987	0,02841338
1988	0,02614321
1989	0,03249290
1990	0,03248984
1991	0,03010442
1992	0,03056365
1993	0,03107951
1994	0,03139602

Fonte: Dados de pesquisa.

A Figura 3 mostra que o HHI obteve um crescimento, em 1989, e, posteriormente, houve uma certa acomodação dos seus valores.

⁶ As indústrias processadoras de soja incluem-se neste setor.

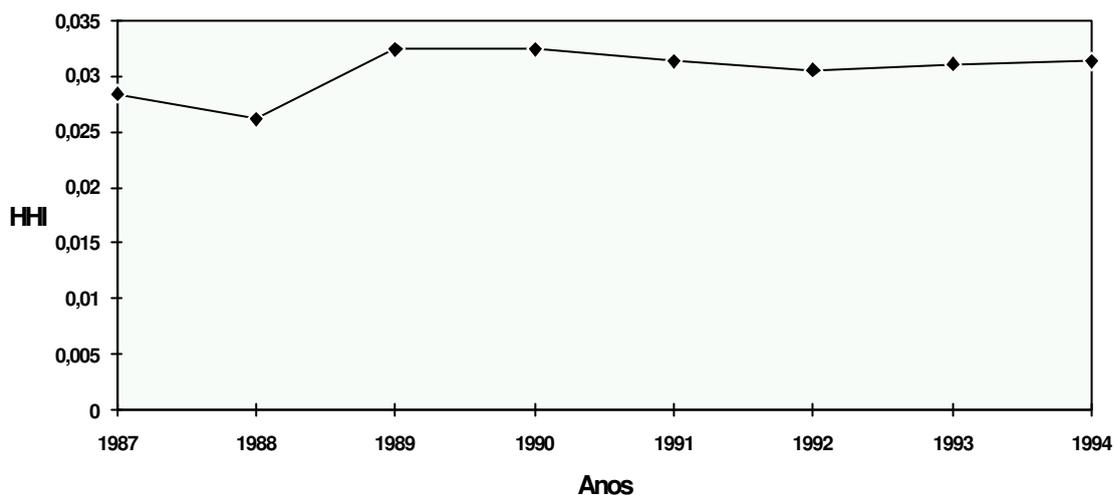


Figura 3 - Evolução do índice de Herfindahl-Hirschman para a indústria exportadora de café cru em grão, no Brasil, de 1987 a 1994.

Uma crítica, dirigida às duas categorias de índices anteriormente apresentados, é a de que eles são estáticos e não levam em conta a instabilidade e a rotação das firmas no mercado, o que seria um indicador da intensidade da competição. Assim, como uma alternativa de estudo, sugerido por KOCH (1980), optou-se pela análise do *turnover* e pelo cálculo do índice de instabilidade de Hymer-Pashigian.

O *turnover*, ocorrido no mercado exportador de café em grão, foi mais intenso a partir da segunda maior firma (Figura 4). Em todo o período, a Unicafé Companhia de Comércio Exterior, com sede em Vitória-ES, conseguiu estabelecer a liderança no mercado de exportação do produto, considerando sua receita de exportação. Se outra variável for considerada, como, por exemplo, a quantidade física exportada do produto, ocorrem exceções à liderança da empresa, nos anos de 1992 e 1993. Nesses anos, a liderança, medida em termos do volume exportado, pertenceu à Exportadora Princesa do Sul LTDA. (Exprinsul)⁷, de Varginha-MG.

⁷ Mais especificamente, em 1992, foram exportadas pela Exprinsul LTDA. 1.352.467 sacas de 60 kg contra 1.242.874 da Unicafé. Em 1993, foram, respectivamente, 1.288.845 contra 1.285.198 sacas de 60 kg.

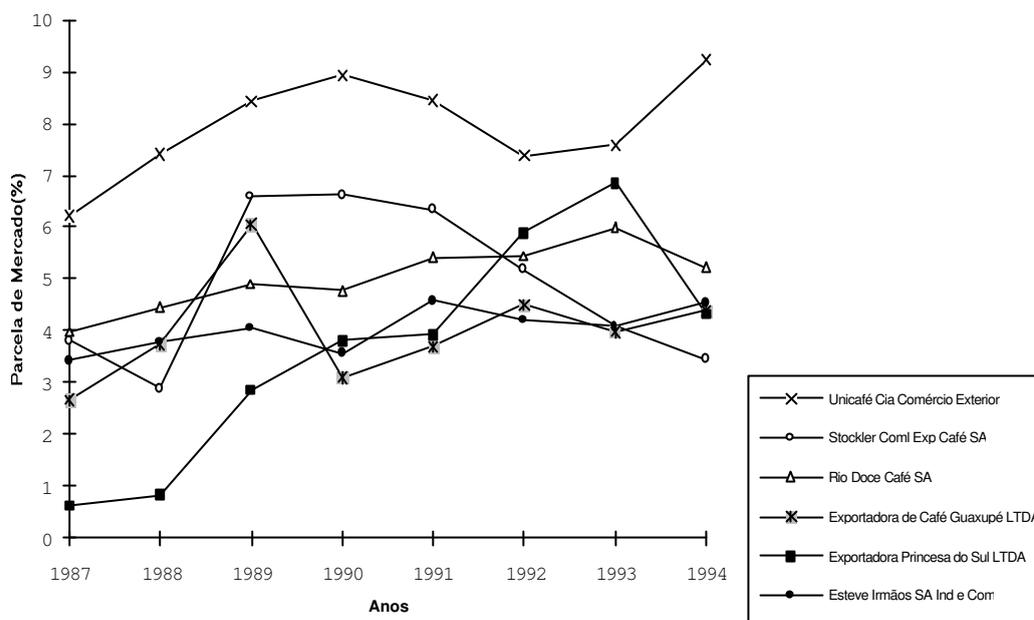


Figura 4 - Parcela de mercado (em %) das maiores firmas brasileiras exportadoras de café cru em grão, no Brasil, de 1987 a 1994.

Em contrapartida, as demais posições foram ocupadas, por outras firmas, sem que nenhuma assegurasse, definitivamente, sua colocação. Nem mesmo a Exprinsul LTDA., que obteve um crescimento de 621,66% em sua participação, no mercado exportador (de 0,62%, em 1987, para 4,33%, em 1994), garantiu o posto⁸ de segunda no *rank*, ao longo de todos os anos estudados.

A alternância de posto entre as empresas é comum em mercados, onde não existe a presença de uma firma dominante. No caso das firmas exportadoras de café em grão, os elementos concorrenciais são nítidos, tanto quando a análise é feita, com base em índices estáticos, quanto se estabelece uma dinamicidade. A Figura 4 e o Quadro 8 resumem as mudanças de posição entre as maiores firmas exportadoras do produto, por valor exportado, em que estão relacionadas as seis firmas mais representativas da série, em que se visualiza a crescente conquista de mercado da Unicafé, bem como a mudança de posição entre as demais.

O Quadro 8 permite a visualização do posicionamento das firmas exportadoras de café em grão de 1987 a 1994. Sua análise mostra exemplos da

⁸ Em 1994, a Exprinsul obteve a quinta colocação.

alternância de posição, bem como de perda relativa de parcela de mercado na maioria dos casos. Por exemplo, a Sociedade Exportadora e Importadora Citoma LTDA. figurava, em 1987, entre as 10 primeiras firmas exportadoras do produto. Com o passar do tempo, observa-se que a empresa foi perdendo, paulatinamente, parcela de mercado e algumas posições. Porém, a partir de 1993, ela definitivamente passou a controlar uma parcela 90,39% menor, se comparada àquela de 1987. Em 1994, a redução alcançou 93,09%. Estas reduções contribuíram para que sua posição fosse alterada da nona para a 65^a, em 1994, configurando a perda mais significativa do setor.

Paralelamente, pode-se considerar também o caso da Cargill Agrícola S.A., que, apesar de deter 4,73% do mercado, em 1987, amargou uma diminuição, em torno de 46,72%, em 1988, e outra de 26,19%, no ano seguinte. A partir de 1990, a empresa obteve um ganho de mercado, em torno de 72,04%, fato que foi mantido nos dois períodos posteriores (15,94% e 11,05%). Porém, voltou a ver diminuída sua participação no mercado, nos

Quadro 8 - *Turnover* entre as firmas brasileiras exportadoras de café cru em grão, no período de 1987 a 1994

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
FIRMA	PM(%) rank							
Unicafé	6,21 (1)	7,41 (1)	8,43 (1)	8,93 (1)	8,50 (1)	7,40 (1)	7,60 (1)	9,23 (1)
Bozzo	5,58 (2)	3,39 (8)	5,01 (4)	6,20 (3)	2,50 (11)	--	--	--
Tristão	5,10 (3)	4,24 (4)	4,83 (6)	4,10 (5)	3,60 (8)	3,11 (11)	5,10 (4)	4,30 (6)
Cargill	4,73 (4)	2,52 (12)	1,86 (15)	3,20 (8)	3,71 (6)	4,12 (7)	2,41 (13)	1,92 (19)
Intercont	4,65 (5)	5,85 (2)	3,69 (8)	1,59 (21)	--	--	--	--
Rio Doce	3,98 (6)	4,50 (3)	4,91 (5)	4,78 (4)	5,41 (3)	5,44 (3)	6,00 (3)	5,22 (2)
Stockier	3,81 (7)	2,88 (10)	6,60 (2)	6,62 (2)	6,34 (2)	5,20 (4)	4,10 (5)	3,46 (9)
Esteve	3,42 (8)	3,80 (5)	4,05 (7)	3,60 (7)	4,60 (4)	4,21 (6)	4,01 (6)	4,54 (3)
Citoma	3,33 (9)	1,44 (21)	1,49 (20)	2,47 (11)	2,33 (13)	0,84 (27)	0,32 (57)	0,23 (65)
Cafenorte	3,31 (10)	2,72 (11)	2,63 (10)	2,28 (14)	2,92 (9)	3,34 (9)	1,76 (18)	2,99 (11)
Guaxupé	2,67 (13)	3,74 (6)	6,10 (3)	3,11 (9)	3,70 (7)	4,50 (5)	3,98 (7)	4,40 (4)
Braswey	0,69 (36)	3,51 (7)	1,96 (13)	2,14 (15)	1,80 (18)	2,32 (13)	2,99 (9)	3,20 (10)
Petrobrás	1,15 (30)	3,01 (9)	0,77 (32)	0,70 (35)	--	--	--	--
Exprinsul	0,62 (37)	0,84 (28)	2,87 (9)	3,81 (6)	3,93 (5)	5,90 (2)	6,85 (2)	4,33 (5)
Volcafé	--	--	2,27 (12)	2,60 (10)	2,75 (10)	3,20 (10)	2,21 (16)	2,48 (12)
Coinbra	--	--	0,25 (52)	1,16 (28)	1,30 (24)	3,70 (8)	0,96 (27)	0,91 (28)
Cooxupé	1,48 (23)	1,20 (24)	0,96 (29)	1,65 (19)	2,10 (14)	2,27 (14)	3,42 (8)	3,80 (8)
Sumatra	0,52 (40)	0,52 (41)	0,46 (42)	0,68 (37)	1,70 (19)	2,89 (11)	2,55 (10)	2,12 (15)
Marca C	--	--	--	--	--	--	--	4,16 (7)

Fonte: Dados de pesquisa.

períodos subseqüentes, com redução de 41,50% e 20,33%. Assim, a Cargill caiu da quarta posição para a 19^a, em sete anos.

Dentre os casos de crescimento, destaca-se o da Exportadora de Café Guaxupé LTDA., que obteve um aumento de participação no mercado exportador de café em grão, apresentando uma mudança ascendente de *rank*. A empresa, que detinha a 13^a colocação, em 1987, conquistou a terceira posição, em 1989, com um crescimento de parcela de mercado significativa de, aproximadamente, 128,46%. Nos anos subseqüentes, a empresa conseguiu estabilizar-se, entre as 10 maiores do setor.

Grosso modo, a percepção de que o setor não possui firmas detentoras de parcelas de mercado significativas poderia evidenciar uma certa acomodação, entre as firmas, na busca de maior participação no mercado, ou existência de deseconomia de escala. Porém, a presença de intenso *turnover* no setor exportador de café em grão sugere a existência de uma competição dinâmica, entre as firmas. Este alto *turnover* surge em resposta às características básicas de mercado e do produto. Assim, as características peculiares da exportação dessa *commodity*, aliadas às flutuações do mercado internacional, aos acordos e às condições edafoclimáticas da produção, dificultam a acomodação das parcelas de mercado, possuídas pelas firmas, gerando as alterações de posição, percebidas neste estudo. Vale ressaltar que o setor é constituído por uma gama de empresas e cooperativas de diversos fins, que não tendo na exportação de café seu único objetivo, não se sujeitam às flutuações externas e internas do produto e, tampouco implementam políticas mais agressivas no mercado externo. Esta diversificação de atividades das empresas teve como aliado o ritmo instável da economia brasileira dos últimos 10 anos, que impediram os investimentos em recursos humanos e de capital, o último de longa maturação, essenciais, por exemplo, ao incentivo à verticalização produtiva do setor.

O outro índice dinâmico analisado, o de Hymer-Pashigian, permitiu as observações quanto às alterações nas parcelas de mercado das firmas exportadoras de café em grão, no período de 1987 a 1994. O índice de

instabilidade de Hymer-Pashigian para o setor foi de 23,08%, mostrando alteração de 23% nas parcelas, entre as firmas neste mercado (Quadro 9).

Quadro 9 - Índice de Hymer-Pashigian do segmento exportador de café cru em grão, no Brasil, de 1987 a 1994

<i>ANOS</i>	<i>Índice de Hymer-Pashigian (%)</i>
1988	0,250822077
1989	4,675063652
1990	1,925917271
1991	5,870515311
1992	3,589491641
1993	0,263608021
1994	6,506418623
1988-94	23,081836600

Fonte: Dados de pesquisa.

A título de comparação, o exemplo de baixa instabilidade, citado em HYMER e PASHIGIAN (1962), refere-se ao índice de 1,48% do setor de vestuário, encontrado no período de 1946 a 1955, nos EUA. Para os autores, este resultado deveu-se mais à inexpressividade da amostra utilizada, 7% do total de firmas do setor, do que em virtude da pequena alteração das parcelas no período analisado. Em contrapartida, os resultados, obtidos nos casos de boa representatividade (73% do total), foram superiores a 17%. Esta alta instabilidade é atribuída às taxas de crescimento dos setores, que proporcionaram maiores oportunidades para que se viabilizassem alterações das parcelas de mercado.

O que vem à tona na mensuração deste índice é a definição de qual tipo de firma gera esta instabilidade, ou seja, a formação do índice está preso às bruscas alterações de parcelas de mercado, entre as pequenas firmas, ou à taxa de crescimento, verificadas nas parcelas de mercado das grandes. No mercado exportador de café em grão, a contribuição para o índice das 25 maiores firmas

foi de 12,84; as próximas 25, 5,10; as próximas 25, 2,73 e as demais, 2,41. Portanto, a formação do índice de Hymer-Pashigian (HPI) captou mais as alterações, ocorridas nas parcelas de mercado das 25 maiores firmas.

Além disso, percebe-se que nos anos de 1991 e 1994 ocorreram as maiores alterações nas parcelas de mercado, entre as firmas, contribuindo em 25,43% e 28,16%, respectivamente, na construção do HPI. Isso sugere que, em 1994, a reação das cotações internacionais do produto, diante do programa de retenção e da geadada, permitiu às empresas incrementar suas receitas de exportações, proporcionando, conseqüentemente, maiores alterações nas parcelas de mercado. O que se torna difícil de mensurar, nestes casos, em que há grande instabilidade das parcelas, é isolar o efeito real da variável, escolhida para medir o tamanho de mercado das firmas. A escolha da receita de exportação para compor esta medida estará intimamente relacionada com a capacidade das firmas de se ajustarem diante das variações de preços, no mercado internacional, das políticas de câmbio e dos fatores meteorológicos.

Diante deste intenso *turnover* e da diversificação das firmas, uma questão que se coloca é até que ponto a instabilidade, na posição das firmas, seria um sinal de ausência de investimentos mais sólidos por parte das empresas? Ou seja, este *turnover* pode estar indicando um certo “amadorismo” por parte do exportador brasileiro, apesar do *turnover* ser também característica de mercados, onde a geração tecnológica é muito intensa. Esse “amadorismo”, caracterizado por baixo nível de investimento, pode comprometer a posição do café brasileiro nos mercados, que estão se tornando mais exigentes.

Em suma, o segmento exportador de café em grão apresenta baixo grau de concentração, elevado *turnover* e alta instabilidade das parcelas, possuídas pelas firmas. Isso caracteriza um mercado bastante competitivo, o que limita a possibilidade de exploração de economias de escala e, até mesmo, de barganha com os importadores internacionais. Além disso, a estrutura vigente parece dificultar a implementação de investimentos em geração tecnológica e estratégia mercadológica, fundamentais para o ganho de posições nos melhores e mais exigentes mercados.

3.1.2. A indústria exportadora de café solúvel

Procede-se agora à análise dos índices de concentração parciais (CR4 e CR8) e sumário (HHI), para as empresas exportadoras de café solúvel nos últimos oito anos.

Os dados, apresentados no Quadro 10, revelam que a indústria exportadora de café solúvel no Brasil classifica-se, de acordo com BAIN (1968), como uma indústria de alto grau de concentração, também chamada pelo autor de tipo II. A predominância neste tipo de estrutura de mercado é a existência de poucas firmas, que detêm parcelas individuais significativas, que giram em torno de 10% a 25%. Em geral, existe uma tendência à interdependência oligopolística, entre as oito maiores firmas, à medida que controlam cerca de 90% a 95% do mercado. As demais empresas compõem a chamada franja competitiva, em que se encontram pequenas empresas possuidoras de parcelas de mercados inferiores a 1%. Logicamente, para o mercado, estudado neste trabalho, o poder de mercado da indústria não será dado apenas, pela estrutura do mercado exportador, mas da combinação deste com as características do produto (elasticidade da demanda) e com a estrutura do mercado importador.

Quadro 10 - Evolução da parcela de mercado (em %) das quatro e das oito maiores empresas brasileiras exportadoras de café solúvel, no período de 1987 a 1994

<i>Anos</i>	<i>CR4</i>	<i>CR8</i>
1987	71,82	96,16
1988	70,39	90,22
1989	69,49	97,28
1990	73,57	97,83
1991	72,24	95,77
1992	64,11	88,84
1993	66,93	90,88
1994	72,99	95,54

Fonte: Dados de pesquisa.

Construiu-se o Quadro 11, para que fossem visualizadas as parcelas de mercado, conquistadas pelas exportadoras de café solúvel para os anos inicial e final da série. Da mesma forma, que no exemplo de BAIN (1968), as quatro primeiras firmas em 1987 e 1994 tiveram participações individuais, em torno de 10% a 25%. As quatro próximas foram responsáveis por 4% a 8% e as demais firmas, que formam a franja competitiva desse mercado, ficaram com parcelas inferiores a 1%. No ano de 1987, a participação média das quatro primeiras foi cerca de 195,23% e 3.224,00% maior que a média das quatro próximas e das demais exportadoras, respectivamente. Já para o ano de 1994, esta mesma relação foi de 223,76% e de 3.220,00%.

O Quadro 12 apresenta os índices de Herfindahl-Hirschman para a indústria exportadora de café solúvel. Os índices revelam que a indústria apresenta uma distribuição relativamente desigual, entre as empresas. Em termos comparativos, os valores, obtidos nos oito anos analisados, são ligeiramente menores do que o índice de 0,2097 de WILLMORE (1985) para 1978, sinalizando menor concentração do mercado. Em comparação com as exportações de café em grão, verifica-se um grau de concentração bastante superior na exportação de café solúvel.

A Figura 5 mostra o comportamento do HHI, que se manteve relativamente estável no período analisado. O relativo incremento, apresentado pelo índice no ano de 1990, ocorreu em virtude do aumento de 47% da parcela de mercado da líder, a Companhia Cacique de Café Solúvel⁹.

Para estabelecer um contraponto à análise estática, construída a partir dos índices de concentração parcial e sumário anteriores, faz-se agora a verificação da ocorrência de *turnover* e da análise da instabilidade das parcelas de mercado.

As modificações de posição mais significativas no mercado ocorreram, entre 1988 e 1993, como mostra a Figura 6. Neste período, apesar do domínio alcançado pela Companhia Cacique de Café Solúvel, que detém em média 25%

do mercado, o crescimento das parcelas de mercado, apresentado pela Nestlé Industrial e Comercial LTDA. de 212,81%, em relação a 1988,

Quadro 11 - Participação de mercado das firmas na indústria exportadora de café solúvel, no Brasil, 1987 e 1994

<i>Posição de Mercado</i>	<i>Porcentagem nas Exportações Totais</i>		<i>Média</i>	
	<i>1987</i>	<i>1994</i>	<i>1987</i>	<i>1994</i>
1	24,76	23,80		
2	23,12	19,71		
3	14,32	18,70		
4	9,61	10,81		
De 1 até 4	71,81*	73,02*	17,95*	18,26*
5	8,69	10,05		
6	6,20	4,72		
7	5,39	4,53		
8	4,10	3,24		
De 5 até 8	24,38*	22,55*	6,08*	5,64*
9	2,43	1,91		
10	0,89	0,72		
11	0,39	0,55		
12	0,06	0,36		
13	0,02	0,26		
14	0,01	0,24		
15	0,01	0,20		
16	--	0,19		
De 9 até 15	3,81*	--	0,54*	--
De 9 até 16	--	4,43*		0,55*

Fonte: Dados de pesquisa.

⁹ Vale destacar que, neste mesmo ano, a Cia. Cacique conseguiu a maior distância, em relação à segunda colocada, a Cia. Iguaçu, cerca de 80,43% a maior alcançada em todo o período. Para ser mais específico, a Cia. Cacique participou com 34,05% contra 18,87% da Cia. Iguaçu.

Quadro 12 - A evolução do índice de Herfindahl-Hirschman na receita de exportação de café solúvel, no Brasil, de 1987 a 1994

<i>Anos</i>	<i>HHI</i>
1987	0,1611882028
1988	0,1572815017
1989	0,1703089378
1990	0,1899533770
1991	0,1677897395
1992	0,1392091007
1993	0,1364546505
1994	0,1579539594

Fonte: Dados de pesquisa.

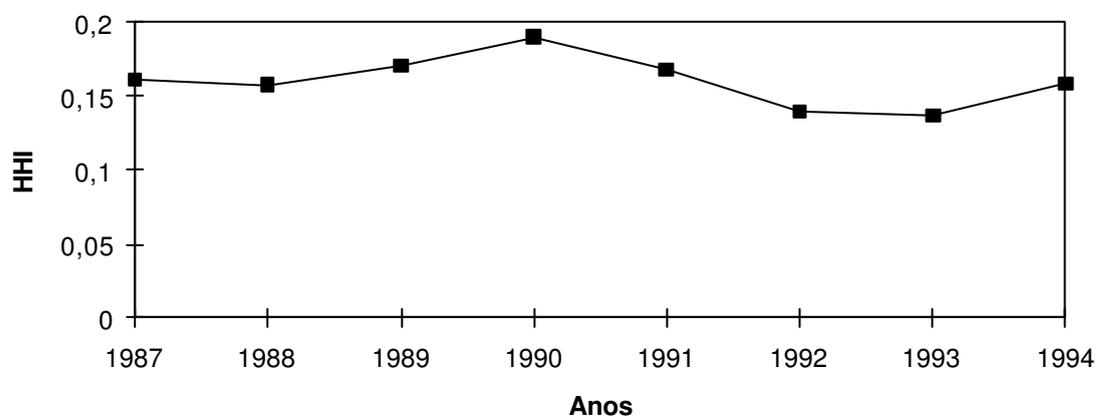


Figura 5 - Evolução do índice de Herfindahl-Hirschman para a indústria exportadora de café solúvel, no Brasil, de 1987 a 1994.

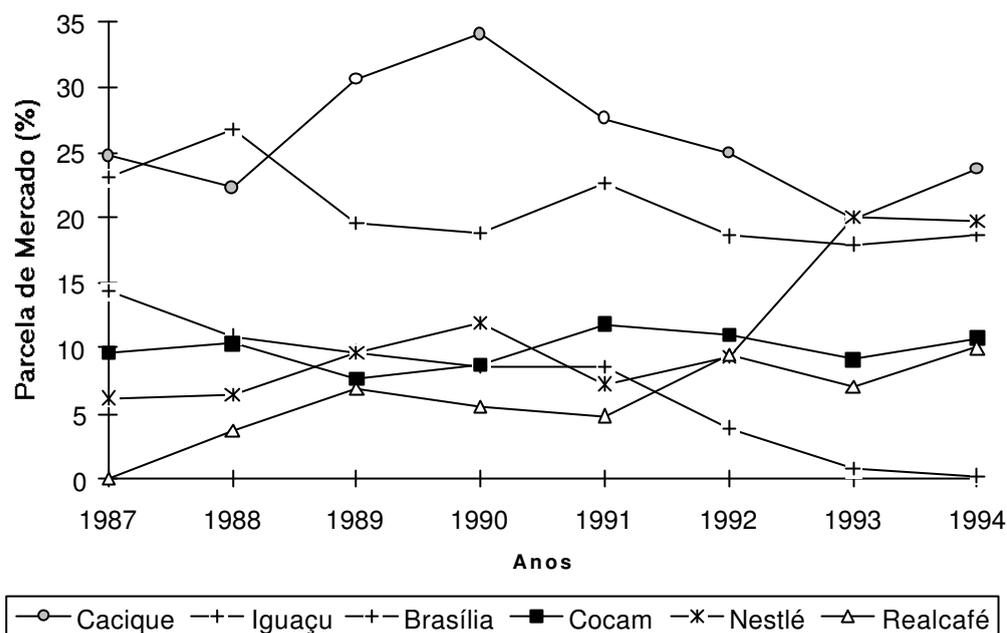


Figura 6 - Parcela de mercado (em %) das maiores firmas brasileiras exportadoras de café solúvel, de 1987 a 1994.

proporcionou a conquista da liderança, em 1993. A constatação do crescimento e da alteração *per se* talvez não revele o fato mais importante. Em um ambiente, em que predominam as vendas do café solúvel a granel e sem produtos, que tenham o desenvolvimento de marcas próprias nos mercados internacionais, a Nestlé¹⁰, ao contrário da maioria, possui uma estratégia de *marketing* bem-definida, presença nos mercados mais importantes, e obtém melhores preços de exportação. Portanto, este crescimento de parcela é resultado do incremento de receita, proporcionado por investimento em melhoria do produto e da comercialização.

O Quadro 13 apresenta as parcelas de mercado das exportadoras de café solúvel e suas respectivas posições nos anos analisados. A conquista da liderança pela Companhia Cacique parece incontestável, mesmo quando

¹⁰ As marcas de café instantâneo comercializadas na Grã-Bretanha pela Nestlé: *Nescafé*, *Nescafé Fine Blend*, *Nescafé Alta Rica*, *Nescafé Cap Colombie* e *Nescafé Blend 37*, são um exemplo da diversificação de marcas, implementada pela empresa.

analisadas as mudanças, ocorridas em 1988 e 1993. A primeira alteração em sua posição foi respondida com quatro anos de liderança. A segunda perda de

Quadro 13 - *Turnover* entre as firmas brasileiras exportadoras de café solúvel, no período de 1987 a 1994

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
FIRMA	PM(%) rank							
Cacique	24,76 (1)	22,30 (2)	30,60 (1)	34,10 (1)	27,60 (1)	25,00 (1)	19,85 (2)	23,80 (1)
Iguaçu	23,13 (2)	26,78 (1)	19,60 (2)	18,87 (2)	22,60 (2)	18,63 (2)	17,93 (3)	18,71 (3)
Café BSA	14,32 (3)	11,00 (3)	9,71 (3)	8,60 (5)	8,61 (5)	4,00 (7)	0,85 (13)	0,30 (13)
Cocam	9,61 (4)	10,39 (4)	7,70 (5)	8,75 (4)	11,80 (3)	11,04 (3)	9,13 (4)	10,81 (4)
Tristão	8,61 (5)	4,20 (7)	--	--	--	--	--	--
Nestlé	6,20 (6)	6,41 (5)	9,60 (4)	11,90 (3)	7,26 (6)	9,32 (5)	20,03 (1)	19,71 (2)
Macsol	5,40 (7)	5,40 (6)	5,77 (8)	7,20 (6)	10,26 (4)	8,11 (6)	5,40 (8)	4,53 (7)
Intercont	4,10 (8)	3,90 (8)	7,40 (6)	3,00 (8)	3,00 (8)	0,61 (14)	--	--
Dominium	2,43 (9)	1,20 (11)	0,42 (12)	0,14 (12)	0,20 (13)	0,10 (19)	--	--
CSB Trad	0,89 (10)	0,60 (12)	0,50 (11)	0,61 (10)	0,85 (10)	0,26 (18)	--	--
Cacique SA	--	3,75 (9)	0,96 (9)	0,02 (19)	0,01 (18)	1,10 (12)	0,67 (14)	0,20 (16)
Realcafé	--	3,67 (10)	6,96 (7)	5,56 (7)	4,81 (7)	9,45 (4)	7,05 (5)	10,01 (5)
Rebeca	--	--	0,60 (10)	--	--	--	--	--
Vigor	--	--	--	0,83 (9)	1,50 (9)	4,20 (9)	5,60 (7)	2,00 (9)
Café Cam	--	--	--	--	--	3,40 (8)	1,08 (11)	--
Coml Bco	--	--	--	0,07 (13)	0,63 (12)	2,75 (10)	6,00 (6)	4,72 (6)
Coml Café	--	--	--	--	--	--	3,85 (9)	3,24 (8)
Intermares	--	--	--	--	0,10 (14)	1,40 (11)	1,30 (10)	0,37 (12)
Cia. Mogi	0,1 (12)	0,10 (14)	0,20 (13)	0,45 (11)	0,79 (11)	0,77 (13)	0,86 (12)	0,72 (10)

Fonte: Dados de pesquisa.

liderança aconteceu para a Nestlé, porém, a diferença entre as parcelas situou-se, em torno de 0,18% e se deve mais à diferenciação de produto. Se fossem computados os volumes exportados, a Companhia Cacique manteria a liderança, entre os anos de 1990 e 1994.

Com relação aos movimentos ascendentes, em termos de conquista de posições e, na maioria das vezes, de aumento na parcela de mercado, o destaque é o caso da Real Café Solúvel S.A. Ao entrar no mercado exportador de café solúvel¹¹, em 1988 conseguiu ganhar cinco posições com um crescimento de 172,75%, em sua parcela, no ano de 1994. Isso pode ser explicado pela localização estratégica da empresa, numa região produtora de café *conilon*¹². Em contrapartida, a empresa Café Solúvel Brasília S.A. teve sua participação reduzida em 97,90%, caindo 10 posições no *rank*.

As alterações entre as exportadoras de café solúvel foram menores, se comparadas às verificadas no setor exportador de café em grão, revelando que a presença de um número menor de empresas, no setor, permite uma melhor definição de estratégias e de segmentos de mercado a atuar. O setor, ainda, recente-se da restrição, imposta pela Comunidade Econômica Européia, que isenta de tarifas¹³ os cafés solúveis colombiano, equatoriano, peruano e boliviano, enquanto taxa o produto brasileiro em 9%, o mesmo acontecendo com as exportações de café em grão. Além disso, a abertura dos mercados do Leste Europeu foi importante para o setor nos anos de 1989 e 1990, fato que proporcionou a redução da capacidade ociosa, permitindo às líderes deste segmento aumento de participação no mercado.

O índice de Hymer-Pashigian, mensurado para as firmas exportadoras de café solúvel, no período de 1987 a 1994, é apresentado no Quadro 14.

A instabilidade entre as parcelas, dentro do mercado exportador de café solúvel, proporcionou um HPI de 19,02%. Se comparados aos valores, encontrados por HYMER e PASHIGIAN (1962), é um índice elevado, em que as cinco maiores firmas contribuíram em 8,44; as próximas cinco, 4,70; as próximas

¹¹ A empresa também operava no mercado exportador de café verde até 1988, ano em que passou a dedicar-se, inteiramente, à exportação de café solúvel.

¹² Em geral, a taxa de extração de sólidos solúveis é de 50%, quando se utiliza o grão do tipo *conilon* e de 37% do arábica.

¹³ A CEE criou esta isenção tarifária, desde 1990, com o intuito de incentivar o combate ao narcotráfico.

cinco, 3,02, e as demais, 2,84. Por outro lado, é inferior ao HPI da exportação de café em grão.

Quadro 14 - Índice de Hymer-Pashigian do segmento exportador de café solúvel, no Brasil, de 1987 a 1994

<i>ANOS</i>	<i>Índice de Hymer-Pashigian (%)</i>
1988	7,482141163
1989	3,987212299
1990	0,278867898
1991	0,131169619
1992	2,681906047
1993	3,372593226
1994	1,087290662
1988-94	19,021180910

Fonte: Dados de pesquisa.

Por se tratar de um mercado, no qual existe um alto grau de concentração, como revelam as razões de concentração (CR4 e CR8), esperava-se encontrar um menor índice, em virtude do domínio de parcelas significativas nas mãos de poucas firmas. Isso ocorreria, caso fossem expurgados os valores dos anos atípicos de 1987 a 1988 e de 1988 a 1989, em que as firmas tiveram que enfrentar depressão das cotações internacionais do produto e a instabilidade econômica e política, no plano interno. Expurgando-se estes dados, o HPI do mercado seria de 7,55%, mais condizente com a estrutura de mercado do setor. Mas o próprio incremento do *turnover*, diante de quedas nos preços internacionais, serve para sinalizar para uma indústria pouco madura, o que pode ser danoso no comércio internacional, em que a constância das transações é fundamental para se conquistar e manter os melhores mercados.

3.2. Conduta

Procede-se, agora, à identificação de alguns aspectos da conduta das firmas exportadoras de café em grão e solúvel, no País, tendo por base a descrição anterior da estrutura de mercado. A estrutura de mercado, de acordo com o modelo tradicional, é um importante determinante da conduta das firmas. Em mercados competitivos, como o mercado exportador de café em grão, as empresas têm poucas opções estratégicas, restringindo-se a tentativas de minimizar os custos, já que são “tomadoras de preço”. As empresas exportadoras de café solúvel, por participarem de uma estrutura bem mais concentrada e comercializarem produto mais elaborado, podem lançar mão de algumas práticas de diferenciação de produto e de emprego de tecnologia, buscando melhores preços.

O mercado exportador de café em grão, no País, pode ser classificado dentro das características do primeiro grupo estratégico, definido por CONNOR et al. (1985), caracterizado por produtos de qualidade padronizada, ausência de marcas, pouca propaganda, produtos e compradores bem-informados. Disso resulta que firmas bem-sucedidas, neste mercado, apresentam considerável ênfase na eficiência e na prática de preços baixos.

A ausência de marcas reforça a posição de tomadores de preço destas empresas exportadoras, que vendem o produto para companhias internacionais. Estas últimas fabricam as misturas (*blends*) e procedem à torrefação e, quando for o caso, à descafeinização do produto.

Nesta primeira etapa de comercialização, o café não possui marcas, diferenciam-se, entre si, pela espécie de grão (*arábica* e *conilon*), pelo processo de produção (*dry process* e *wet process*), pelo país de origem e pela qualidade do grão.

As firmas brasileiras exportam o café verde do tipo *conilon* e *arábica* (respectivamente, 14,80% e 85,20%, no ano de 1994), em que o processo de produção (*dry process*) consiste na secagem, ao sol, da cereja madura até que a polpa desapareça e, com uma simples operação de varredura, remove-se a casca e o pergaminho. Segundo McCLUMPHA (1988), o Brasil geralmente realiza uma extraordinária uniformidade nos grãos, por meio do *dry process*. A

partir deste processo, os grãos adquirem mais corpo e diminuem a acidez, elementos desejáveis pelos fornecedores para máquinas de café expresso.

Desde o rompimento das cláusulas econômicas do AIC, em julho de 1989, os preços do produto despencaram e muitas empresas do ramo paralisaram os negócios. Outras, como a Coimex, mantiveram as exportações, em níveis mínimos, com o objetivo de garantir a continuidade do relacionamento com os clientes estrangeiros. Em meados de 1993, quando os preços reagiram, os antigos clientes passaram a recompensar as empresas, que cumpriram anteriormente os contratos. Segundo dados do Comitê Brasileiro de Café (1994), sobre as empresas exportadoras do produto, as principais razões de compra dos clientes estrangeiros são o preço, a qualidade, a tradição e a regularidade de fornecimento.

Para ZYLBERZTAJN et al. (1993), a qualificação e a estrutura gerencial das instituições, sejam empresas, propriedades rurais, ou cooperativas atuantes na exportação de café, são variáveis relevantes para compreender a eficiência e a capacidade de adaptação das mesmas.

No caso das cooperativas produtoras de café, em sua maioria, não se caracterizam, pela presença em seus quadros de profissionais gerenciais, sendo administradas por cooperados.

Algumas exceções a esta tendência estão sendo desenvolvidas pelas cooperativas de São Paulo e do Sul de Minas, respectivamente, Garça e Guaxupé. Nestas cooperativas, houve a opção por um gerenciamento mais dinâmico, resultando na opção pelo crescimento horizontal. Este crescimento tem por características, a utilização da tecnologia de produção, o desenvolvimento do processo de comercialização e a expansão da área de atuação, levando em conta os fatores edafoclimáticos da nova região.

As cooperativas de Garça e de Guaxupé estenderam suas bases de atuação para a região mineira do Alto Paranaíba e para o Município de Monte Carmelo, respectivamente. Estas duas cooperativas dirigiram-se para regiões, em que se obtêm cafés de alta qualidade, destacando a produção do café do cerrado.

Além da expansão, em termos geográficos, a Cooperativa de Guaxupé prepara lotes de café verde, embalando-os com a marca do cliente, podendo colocar esse café, ou café próprio, no sistema costado do navio. Neste sistema, a cooperativa embarca para seu cliente o café definido por ele, responsabilizando-se pelas operações de transporte, classificação e seguro.

Na busca por “nichos” específicos, dentro do mercado internacional, foi criada, em 1991, pelos produtores de café, de Monte Belo, a Associação Brasileira de Produtores de Cafés Especiais, tendo por objetivo desenvolver cafés com certificado de origem e classificados, como cafés finos, *gourmet* e tipo *standard*. Esta iniciativa permite maior inserção, no mercado norte-americano de cafés finos, juntamente com os produtores da América Central. A Associação não participa com exportações diretas, apenas promove os cafés dos associados por meio da emissão do certificado de qualidade (ZYLBERSZTAJN et al., 1993).

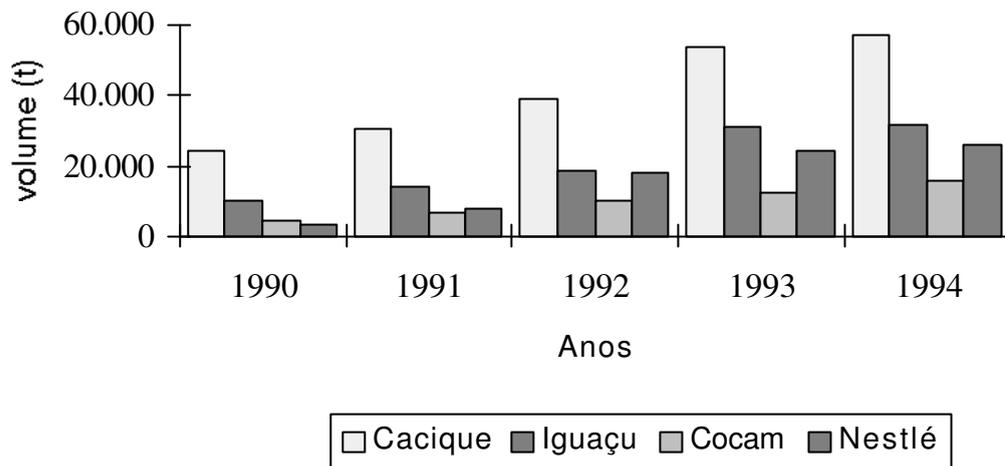
As empresas brasileiras de café solúvel exportam o produto a granel, embalados em caixas de papelão, sem marcas próprias, para as mesmas corporações, que dominam o mercado de café em grão. Algumas das empresas, que exportam o café solúvel, mantêm contratos específicos de produção, nos quais são especificadas as características da matéria-prima, processo de produção e produto final.

Segundo ZYLBERSZTAJN et al. (1993), estas empresas têm dificuldade de penetrar com marcas próprias nos mercados norte-americano e europeu, em decorrência das barreiras de diferenciação e controle de comercialização, tornando onerosa qualquer iniciativa de penetração nesses mercados.

Dessa forma, pode-se caracterizar a indústria exportadora de solúvel, como pertencente ao grupo de produtos sem marca própria, vendidos a outras indústrias, segundo a classificação de CONNOR et al. (1985). A única exceção, feita nesta classificação, fica restrita às exportações, destinadas ao Leste Europeu e à Rússia, em que o produto nacional entra com marcas próprias.

A Figura 7 apresenta a quantidade física, exportada do produto pelas maiores empresas, entre 1990 e 1994. Nota-se que, das indústrias brasileiras de café solúvel, a Companhia Cacique e a Companhia Iguaçu exportam quantidades

superiores à multinacional suíça. A estratégia de mercado da Companhia Cacique é exportar maior volume que as demais, pois a disputa do mercado externo restringe-se aos locais, em que as grandes corporações internacionais ainda não possuem interesse em entrar.



Fonte: FEBEC (1994).

Figura 7 - Parcela de mercado (em toneladas) das quatro maiores firmas exportadoras de café solúvel, no Brasil, de 1990 a 1994.

As empresas de solúvel possuem maior complexidade do ponto de vista organizacional, mantendo diversos tipos de atividades de apoio à produção, como laboratórios para análises físico-química e microbiológica e de desenvolvimento de novos produtos. Outra prática existente, dentro deste mercado, é o estabelecimento de contratos de fornecimento de tecnologia com as empresas multinacionais, que dominam a pesquisa em processo e produto de café solúvel.

A possibilidade de um acordo, entre as empresas, que operam no mercado exportador de café solúvel, é reforçada pelos dados, apresentados anteriormente. Porém, segundo ZYLBERSZTAJN et al. (1993) há um baixo grau de coalizão neste mercado, em virtude do fato de existir grande disparidade, entre as firmas, que vão desde o grau de diversificação de produtos e mercados até a estrutura organizacional. A controvérsia persiste, pois as entrevistas, feitas

pelo autor, como ele mesmo descreve, foram “incompletas e de pouca receptividade”, o que podem levar a outra conclusão, a de que possa existir um acordo tácito, entre elas, e qualquer deslize nas informações poderiam admiti-lo. Apesar de esta interpretação estar no campo das suposições, ela está calcada nos resultados das razões de concentração, que apesar das limitações, já citadas no presente trabalho, são recomendadas para pequeno número de firmas, como é o caso. Entretanto, o fato de exportarem produto sem marca comercial e de se defrontarem, com grandes corporações, sugere que este segmento não esteja explorando potenciais ganhos extras, que os novos mercados apresentam.

A tendência atual do mercado exportador de café em grão e de café solúvel é a de que se inicie uma melhor organização internacional, buscando canais de distribuição alternativos para os grãos de qualidade, junto aos países consumidores. Esta situação favorece a especialização na fase de distribuição internacional, fato ainda não incorporado pelos exportadores tradicionais, acostumados a tratar o café como uma *commodity*. A diferenciação do produto brasileiro poderá levar o País a encontrar “nichos”, já existentes nos mercados internacionais, mas para isto será a organização do setor, via formação de *joint-ventures*, ou outras modalidades de ação conjunta, de maneira que os investimentos necessários em desenvolvimento de produto e estratégias comerciais possam ser realizados.

3.3. Desempenho

A teoria econômica e a evidência empírica de vários estudos tornaram previsível uma relação positiva, entre exportação e melhoria de competitividade. Não somente a manutenção de um certo nível de competitividade é um pré-requisito para o desempenho exportador dos países, como existe um ciclo virtuoso, que associa maiores exportações a produção mais eficiente e melhor identificação de oportunidades, no mercado internacional.

O conceito de competitividade, adotado no presente trabalho, relaciona-se às vantagens comparativas, possuídas por um país no comércio internacional.

Os fatores, que procedem à arbitragem das mesmas, relacionam-se aos aspectos político-econômico e tecnológico. Dessa maneira, eventuais políticas econômicas, como, por exemplo, as relacionadas com o câmbio, trazem consigo alterações de competitividade dos produtos transacionados externamente. Paralelamente, o nível de competitividade de uma nação está também calcado no grau de investimentos, em inovações tecnológicas, implementados nos produtos comercializados, assegurando-lhes a competitividade.

No sentido de captar as nuances do desempenho das exportações de café em grão e de café solúvel do País, dentro da estrutura de mercado anteriormente discutida, propôs-se analisar o modo como as parcelas de mercado estão distribuídas, desde o produtor até o atacadista, no país consumidor, passando pelo exportador.

As firmas exportadoras de café em grão e de solúvel estão expostas a um elevado grau de concorrência, no âmbito internacional, em que o fator de compra desta mercadoria resume-se no preço de exportação.

Para subsidiar a análise das parcelas, será também analisado o comportamento dos preços dos dois produtos nos respectivos níveis de mercado, corrigidos em quantidades equivalentes.

3.3.1. Café cru em grão

A Figura 8 apresenta a evolução dos preços de café em grão nos três segmentos: produtor, exportador e atacadista. Percebe-se que os preços, em nível do atacado dos EUA, acompanham as variações, ocorridas nos preços de exportação, ou vice-versa. Verifica-se, na Figura 8, que os preços, alcançados pelo café no mercado norte-americano são quase cinco vezes maiores que os preços recebidos pelo produtor rural, e que, nos últimos dois anos, o preço, recebido pelo produtor de café, situou-se em níveis mais baixos, em relação aos verificados no final da década de 80. Nota-se, ainda, que o diferencial de preços, entre o exportador e o produtor, que é, aproximadamente, a margem bruta de exportação, é substancialmente menor, no início da década de 90, do que fora no final da década de 1980.

Visualiza-se, a partir dos dados, contidos no Quadro 15 e na Figura 9, que a distribuição das parcelas de mercado ocorreu, de forma desigual, privilegiando o importador estrangeiro. A participação relativa do preço final, absorvida pelo atacado nos EUA, apresentou valores crescentes, enquanto a

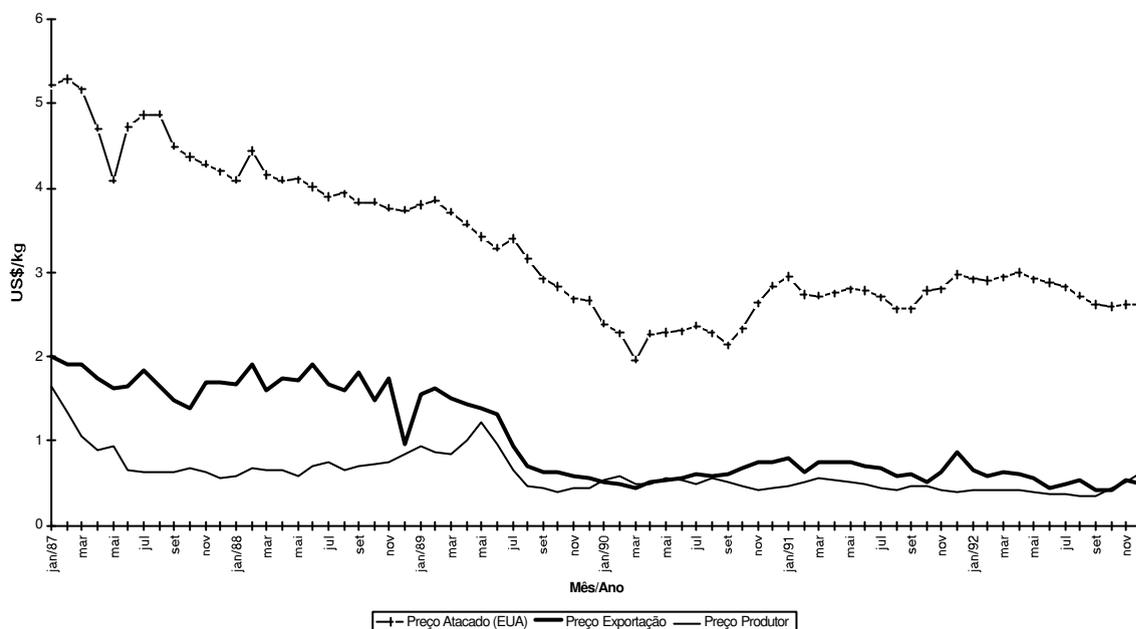


Figura 8 - Preços mensais de café em grão nos vários níveis de mercado, de 1987 a 1992, em US\$/kg (quantidades equivalentes).

Quadro 15 - Participação relativa (em %) dos segmentos produtor, exportador e importador de café cru em grão no preço final deste produto, de 1987 a 1992

ANOS	<i>PARTICIPAÇÃO RELATIVA DO IMPORTADOR</i>	<i>PARTICIPAÇÃO RELATIVA DO EXPORTADOR</i>	<i>PARTICIPAÇÃO RELATIVA DO PRODUTOR</i>
1987	63,56787	18,16026	18,27186
1988	58,62648	24,19580	17,17771
1989	67,24675	10,69716	22,05608
1990	75,10466	3,41428	21,48105
1991	75,19434	7,62058	17,18507
1992	81,11277	3,88099	15,00623

Fonte: Dados de pesquisa.

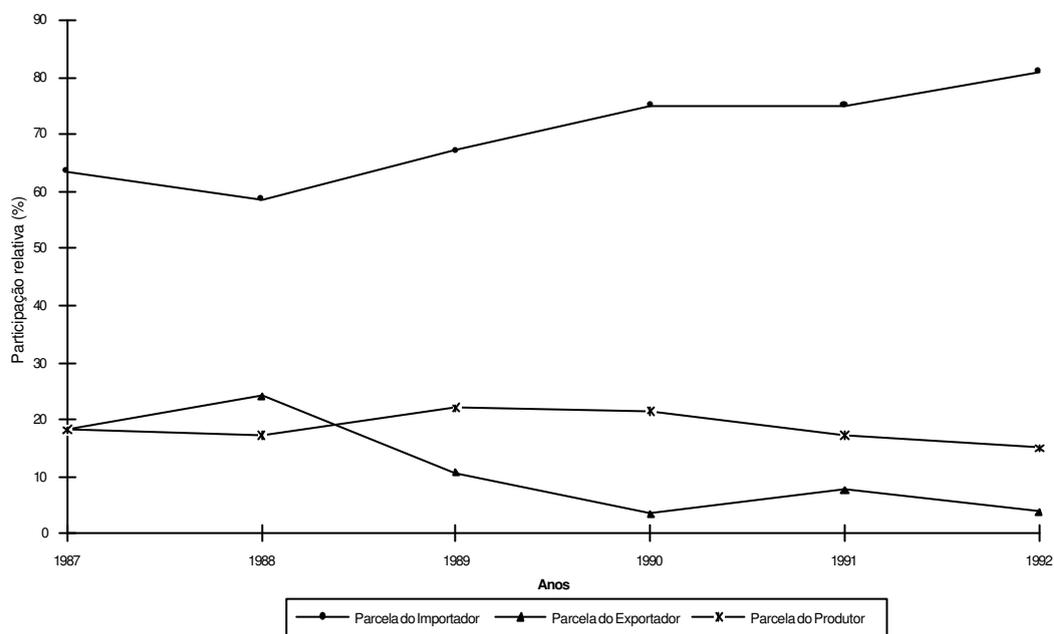


Figura 9 - Participação relativa no preço final dos vários segmentos de mercado de café cru em grão, de 1987 a 1992.

dos demais agentes mostraram tendência diversa. A participação relativa dos exportadores brasileiros, no preço final, registrou crescimento, entre 1987 e 1988, porém, para o período posterior, apresentou queda, confirmando a tendência de declínio dos preços de exportação. Em contrapartida, a participação relativa do preço do produtor brasileiro, no preço final (atacado - EUA), apresentou acréscimo, enquanto a do exportador declinava, nos anos de 1989 e 1990, vindo a se reduzir desde então. Portanto, houve uma redução da diferença do índice relativo produtor/exportador, fruto da recuperação dos preços, em nível do produtor, proporcionada pela necessidade dos exportadores em cumprir os contratos de venda, numa conjuntura de baixas cotações internacionais, para o café em grão, fato este que já havia sido constatado, por meio da Figura 8.

O comportamento instável das parcelas relativas de mercado, sobretudo no segmento exportador de café em grão, está de acordo com os resultados, obtidos por PONCIANO(1995). Os resultados, apresentados pelo autor, revelam que, desde 1985, o segmento exportador de café em grão brasileiro já não conseguia obter as mesmas parcelas de mercado, conquistadas em 1984, aproximadamente, de 30%. Nos anos subseqüentes, as margens de comercialização foram inconstantes, apresentando crescimento, nos anos de 1987 e 1988, decrescendo, em 1989 e 1990, e tornando-se negativas, nos primeiros meses de 1990.

Em resumo, o segmento exportador brasileiro de café em grão apresentou pouco dinamismo, no sentido de competitividade externa, atestada pela parcela de mercado decrescente. Aliada à estrutura pouco concentrada e às práticas institucionalizadas de comércio exterior das empresas, em que há poucos investimentos em melhoria da qualidade do produto e em *marketing*, o mercado internacional de café em grão fica à mercê das decisões das grandes corporações multinacionais que, dessa forma, continuam a dominar esse mercado. Estas corporações têm incrementado sua participação, no preço final do produto, em detrimento do produtor e do exportador brasileiro.

3.3.2. *Café solúvel*

As empresas, que exportam o café solúvel, têm enfrentado, além da retração do consumo *per capita*, nos principais mercados, uma queda no preço relativo nas últimas décadas. A Figura 10 apresenta a evolução do preço do produto nos vários segmentos. Nos últimos dois anos, a queda dos preços de exportação de café solúvel acompanha a tendência de declínio das cotações da matéria-prima.

A Figura 10 mostra que, também para o café solúvel, a diferença entre os preços, nos EUA, e os preços de exportação, do Brasil, aumenta no início da década de 1990, ao passo que a diferença, entre o preço de exportação e o preço, recebido pelo produtor, se reduz. Por outro lado, verifica-se que o preço do café solúvel, no atacado norte-americano, não experimentou a queda de

preços, no início dos anos 90, que ocorreu nos demais estágios de comercialização e no mercado de café em grão.

Conforme a Figura 10 já sugerida, a participação relativa do preço final, absorvida pelo setor atacadista norte-americano, elevou-se 19,74%, entre 1987 e 1992, enquanto a do exportador brasileiro apresentou queda

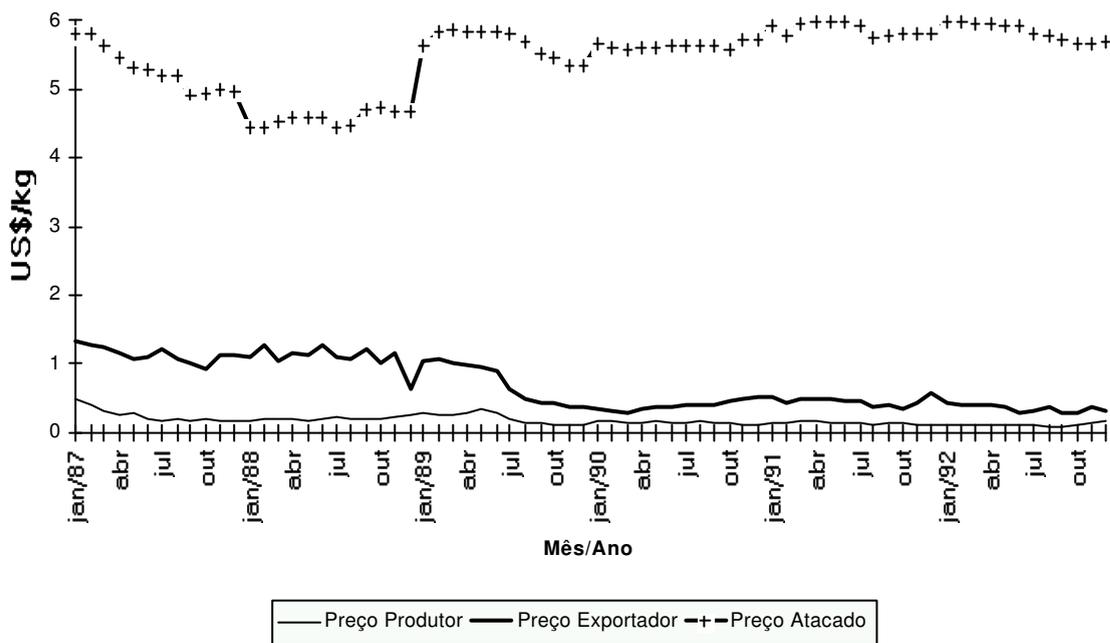


Figura 10 - Preços mensais de café solúvel nos vários níveis de mercado, de 1987 a 1992, em US\$/kg (quantidades equivalentes).

acentuada, especialmente, de 1988 a 1989, estacionando em 4%, no início da década de 90. Esta queda, pronunciada em 1989, pode ser explicada pelas baixas cotações do café em grão, que vêm refletir no mercado de solubilização de café. A participação relativa do preço do produtor brasileiro, no preço final (atacado - EUA), manteve-se, em média, em 2% nos primeiros anos da década de 1990, após situar-se ao redor de 4%, no final dos anos 80 (Quadro 16 e Figura 11).

Compatibilizando as análises de café em grão e solúvel, pode-se dizer que os exportadores brasileiros foram os que mais perderam, em termos

relativos. Isto pode não ser danoso, caso decorra de ganhos de produtividade neste nível. Mas a alta concentração do setor atacadista importador, que teve sua participação aumentada, e a desorganização do setor exportador brasileiro, apresentada no item anterior, sugerem que esta perda decorre do maior poder do importador *vis-à-vis* o exportador brasileiro. Esta constatação reforça a idéia de que a formação de *joint-ventures* é uma forma importante de

Quadro 16 - Participação relativa (em %) dos segmentos produtor, exportador e importador de café solúvel no preço final deste produto, de 1987 a 1992

ANOS	<i>PARTICIPAÇÃO RELATIVA DO IMPORTADOR</i>	<i>PARTICIPAÇÃO RELATIVA DO EXPORTADOR</i>	<i>PARTICIPAÇÃO RELATIVA DO PRODUTOR</i>
1987	78,47901	16,82583	4,69515
1988	75,89883	19,74835	4,35281
1989	87,37739	8,92506	3,69753
1990	93,11141	4,30301	2,58557
1991	92,22407	5,43255	2,34337
1992	93,96327	3,95034	2,08638

Fonte: Dados de pesquisa.

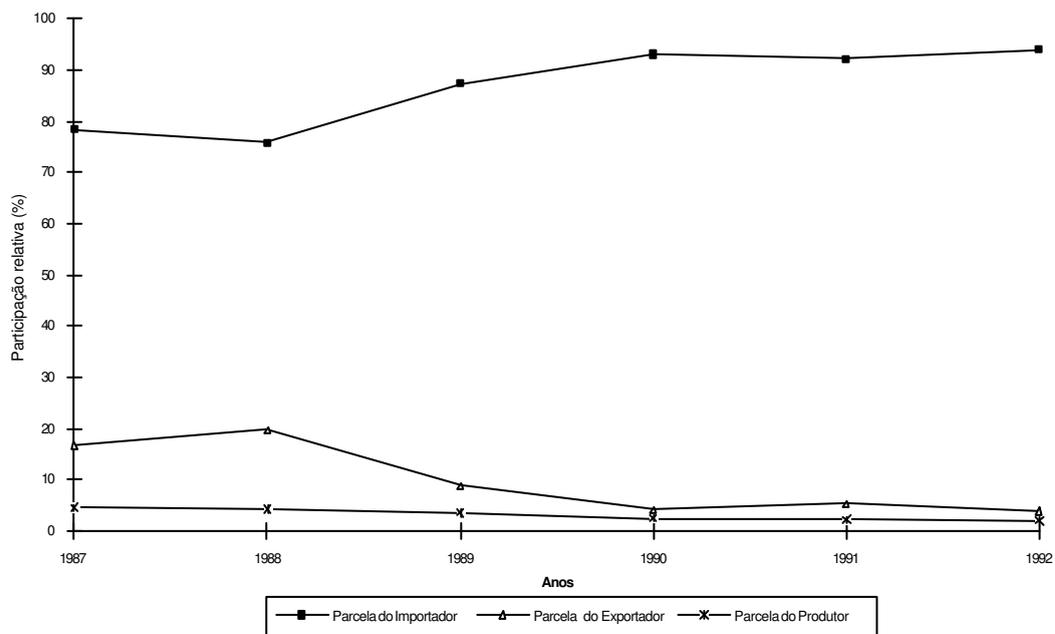


Figura 11 - Participação relativa no preço final dos vários segmentos de mercado de café solúvel, de 1987 a 1992.

se buscar maior eficiência por parte do setor exportador e para o Brasil, como um todo. Ressalta também a necessidade de diferenciar o produto brasileiro no mercado internacional.

4. RESUMO E CONCLUSÕES

Em 1995, as exportações de café responderam por pequena parcela das receitas cambiais brasileiras (5,22%), se comparadas às obtidas pelo setor, em meados da década de 80. Esta perda de participação para setores mais dinâmicos dentro da economia, como o industrial, ocorreu em meio à redução da participação relativa das exportações brasileiras de café, nas exportações mundiais. Todavia, o Brasil, ainda, ocupa a posição de maior produtor e exportador mundial, com potencial de dinamizar suas exportações, a partir de ajustes técnicos e produtivos.

Como toda atividade voltada para o mercado externo, o setor exportador de café em grão e de café solúvel é afetado, pelas mudanças das regras, no mercado internacional do café e, também, pelas práticas protecionistas de alguns países consumidores. Está, ainda, exposto, diretamente, aos padrões de consumo externo e à prática competitiva de grandes corporações multinacionais, que dominam os mercados europeu e norte-americano.

Após a ruptura do AIC, as exportações de café em grão e de café solúvel apresentaram retração, em resposta ao excesso conjuntural de oferta e conseqüente queda generalizada de preços. A criação da APPC e o comprometimento dos agentes públicos e privados nacionais, em controlar a oferta do grão, proporcionaram melhores cotações internacionais, no final de

1993. Esta tendência foi reforçada, em virtude da ocorrência de geadas, em meados de 1994.

As diferentes configurações das empresas e cooperativas, que exportam café em grão, reforçam o quadro de baixa concentração, obtido no presente trabalho pela mensuração dos índices parcial e sumário. Os valores, encontrados para os índices de concentração parciais e sumário, no mercado exportador de café cru em grão, nos anos de 1987 a 1994 (CR4 entre 21,58% e 26,51%, CR8 em torno de 36,39% e 43,57% e HHI entre 0,028 e 0,031) revelam um setor de baixo grau de concentração, em que nenhuma empresa consegue estabelecer um poder de mercado, a ponto de influenciar e determinar preços. Isso torna o mercado exportador de café em grão vulnerável a quaisquer políticas, adotadas interna e externamente por governos, entidades e empresas internacionais. Se o setor apresentasse, como características alto investimento tecnológico e em *marketing*, nos produtos comercializados externamente, estes fatores atuariam como barreiras à entrada de novos concorrentes. À medida que a atividade exportadora de café em grão independe destes elementos, o setor permanece convivendo com uma estrutura de intensas alterações, nas posições das empresas.

Paralelamente, a insuficiência de porte e de integração, entre empresas nacionais e entre estas e as estrangeiras, tem sido obstáculo à dinamização do setor que vem, paulatinamente, perdendo parcela de mercado, como observadas pela evolução das mesmas nos vários segmentos. A distribuição das participações do preço final (atacado no país importador) de café em grão, no período de 1987 a 1992, vem ocorrendo de forma desigual, privilegiando o importador estrangeiro. A participação relativa do preço final, absorvida pelos atacadistas norte-americanos, apresentou valores crescentes, enquanto a dos demais agentes apresentaram tendência diversa. A participação relativa dos exportadores brasileiros, no preço final, mostrou crescimento entre 1987 e 1988, todavia, para o período posterior, apresentou queda. A participação relativa do preço do produtor, no preço final, mostrou-se ascendente entre 1989 e 1990, enquanto a do exportador decrescia, tornando a diminuir nos anos seguintes. Percebe-se que a estrutura do segmento exportador de café em grão dificulta a

alteração do desempenho insatisfatório do setor que vem sendo apresentado pelo setor.

As empresas exportadoras de café solúvel possuem uma estrutura mais concentrada, em virtude das características do processo de solubilização que exige um maior investimento em ativos. Os índices de concentração parciais, mensurados para o setor exportador de café solúvel, evidenciaram um mercado mais concentrado, se comparado ao obtido no caso da exportação de café em grão. As parcelas de mercado, detidas pelas quatro maiores empresas exportadoras de café solúvel, giraram em torno de 64,11% a 73,57%, enquanto as parcelas das oito maiores ficaram, entre 88,84% e 97,83%. Em contrapartida, o HHI entre 0,13 e 0,18 revelou que o mercado é, relativamente, desigual, porém encontra-se longe do índice para monopólio (HHI=1). Esta tendência à concentração permite um maior engajamento tecnológico na conquista de novos mercados, com a vantagem de comercializar produtos de rótulo próprio, o que, infelizmente, não vem ocorrendo. Nos mercados, dominados pelas empresa multinacionais, ou onde existe taxaço ao produto nacional, o caminho consiste no estabelecimento de contratos tecnológicos, que visem melhorar a qualidade do produto exportado.

O comportamento da participação relativa dos segmentos exportador e produtor brasileiros de café solúvel, no preço final deste (atacado - EUA), foi de decréscimo em todo o período analisado. Já a participação relativa do atacadista norte-americano apresentou contínua tendência ao crescimento. Diante das perdas de participações relativas no preço final, tanto no mercado exportador de café em grão quanto de café solúvel, o exportador brasileiro deve buscar uma melhoria de qualidade dos grãos, juntamente com novas opções de organização das empresas, por meio de formação de *joint-ventures*, podendo levar o setor a compensar, em parte, o baixo dinamismo diante da forte concentração do mercado importador. Em resumo, a principal variável de competição externa disponível, tanto para as empresas, que comercializam o café em grão, quanto as que trabalham com o solúvel, é investir na qualidade dos grãos e em processos de produção para que o café ganhe *status* de produto diferenciado. As associações formadas, que se preocupam com a questão da

qualidade dos grãos, e os contratos de transferência tecnológica, na solubilização do café, são indícios da iniciativa dos exportadores em agregar valor aos produtos exportados.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- AGUIAR, D. R. D. A indústria de esmagamento de soja no Brasil: mudança estrutural, conduta e alguns indicadores de desempenho. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 32, n.1, p. 23-45, jan./mar., 1994.
- ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO CAFÉ. Rio de Janeiro: IBC, v. 19, 1989.
- BAIN, J. S. **Industrial organization**. 2a ed. New York: John Wiley, 1968.
- BERTONE, M. V. F. Anotações sobre o acordo internacional do café. **Cooperativa dos Cafeicultores de Garça (GARCAFÉ)**. São Paulo: Garça, 1992.
- BRAGA, H. C., MASCOLO, J. L. Mensuração da concentração industrial no Brasil. **Pesquisa e Planejamento Econômico**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 399-454, ago./set., 1982.
- BRANDT, S. A., OLIVEIRA, F. E. M., ALMEIDA, J. M. C., ZAKUR, A. Benefícios sociais líquidos da disponibilidade de café-solúvel. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 27, n. 4, p. 423-435, out./nov./dez., 1989.
- CARTEIRA DE COMÉRCIO EXTERIOR-CACEX. **Dados do Departamento de Planejamento e Política Comercial - DPPC e da Coordenadoria de Estatística - COEST**, Rio de Janeiro: Banco do Brasil - CACEX, 1987 a 1990.
- CONNOR, J. M., ROGERS, R. T., MARION, B. W., MUELLER, W. F. **The food manufacturing industries: structure, strategies, performance, and policies**. Toronto: Lexington Books, 1985.

- CURRY, B., GEORGE, K. D. Industrial concentration: a survey. *The Journal of Industrial Economics*, v. 31, n. 3, p. 203-55, mar., 1982.
- FARINA, E. M. M. Q. Política antitruste: a experiência brasileira. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 1, 1990, Brasília. *Anais ...* Brasília: ANPEC, 1990, p. 455-475.
- _____, Desregulamentação e o controle do abuso do poder econômico: teoria e prática. *Revista de Economia Política*, Brasília, v. 14, n.3, p. 78-93, jul./set., 1994.
- FEDERAÇÃO BRASILEIRA DOS EXPORTADORES DE CAFÉ-FEBEC. *Relatório mensal de estatísticas 1987-94*. Rio de Janeiro: FEBEC, 1994.
- FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. *Conjuntura Econômica*, Rio de Janeiro: FGV, vários números, 1987 a 1995.
- GOLDIN, I., RESENDE, G.C. de. *A agricultura brasileira na década de 80: crescimento numa economia em crise*. Rio de Janeiro: IPEA, 1993.
- HAY, D. A., MORRIS, D. J. *Industrial economics: theory and evidence*. Oxford: Oxford University Press, 1986.
- HYMER, S., PASHIGIAN, P. Turnover of firms as a measure of market behavior. *Review of Economics and Statistics*, v.44, p. 82-87, fev., 1962.
- KOCH, J. V. *Industrial organization and prices*. 2a. ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1980.
- MARQUES, P. V. , AGUIAR, D. R. D. *Comercialização de produtos agrícolas*. São Paulo: Edusp, 1993.
- MASON, E. S. Price and production policies of large scale enterprise. *American Economic Review*, v. 29 , p. 61-74, 1939.
- McCLUMPHA, A. D. The trading of green coffee. In: CLARKE, R. J. e MACRAE, R. (eds) *Coffee: commercial and technico-legal aspects*. London: Elsevier Applied Science, 1988.
- PAGOULATOS, E., SORENSEN, R. Domestic market structure and international trade: an empirical analysis. *Quarterly Review of Economics and Business*, v. 1, n. 16, p. 45-59, 1976.
- PHILLIPS, A., STEVENSON, R.E. The historical development of industrial organization. *History of Political Economy*, Fall, 1974.
- PONCIANO, N. J. *Segmento exportador da cadeia agroindustrial do café brasileiro*. Viçosa, UFV, 1995. (Tese M.S.) - Universidade Federal de Viçosa, 1995.

- SCHMALENSSEE, R. The new industrial organization the economic analysis of modern markets. In: HILDENBRAND (ed.) **Advances in economic theory**. Cambridge: Harvard University Press, 1982.
- SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR - SECEX. **Dados do Departamento de Planejamento e Política Comercial - DPPC e da Coordenadoria de Estatística - COEST**, Rio de Janeiro: Banco do Brasil - SECEX, 1991 a 1994.
- SHERER, F. M., ROSS, D. **Industrial market structure and economic performance**. 3a ed. Boston: Houghton Mifflin Company, 1990.
- SRAFFA, P. The laws of returns under competitive conditions. **Economic Journal**, v. 36, p. 535-550, 1926.
- SZMECSÁNYI, T. Apresentação. In: ROBINSON, J. V. **Ensaio sobre a teoria do crescimento econômico**. 2a. ed. Os Economistas. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- TOLIPAN, R., GUIMARÃES, E. A. A. Uma nota introdutória ao artigo "As leis dos rendimentos sob condições de concorrência. In: **Clássicos de literatura econômica**. Rio de Janeiro: IPEA/INPES, 1982.
- VEGRO, C.R. **Competitividade da indústria de café: nota técnica setorial do complexo agroindustrial**. Campinas: MCT-FINEP-PADCT, 1993.
- WILLMORE, L. N. Market structure, firm size and brazilian exports. **Estudios e informes de la Cepal**. Brasília: ONU-IPEA, 1985.
- ZYLBERSZTAJN, D., FARINA, E.M.M.Q., SANTOS, R.C. **O sistema agroindustrial do café**. Porto Alegre: Ortiz, 1993.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Quadro 1A - Preços reais de café cru em grão nos vários segmentos de mercado, de 1987 a 1992, em US\$/kg (quantidades equivalentes)

<i>Mês/Ano</i>	<i>Atacado (1)</i>	<i>Exportação (2)</i>	<i>Produtor (3)</i>
jan/87	5,2258	1,9958	1,6572
fev	5,2875	1,9091	1,3333
mar	5,1643	1,8938	1,0527
abr	4,7123	1,7374	0,8947
maio	4,0935	1,6156	0,9343
jun	4,7259	1,6472	0,6609
jul	4,8623	1,8282	0,6156
ago	4,8738	1,6380	0,6398
set	4,4998	1,4826	0,6326
out	4,3733	1,3819	0,6682
nov	4,2849	1,6852	0,6331
dez	4,1953	1,6955	0,5639
jan/88	4,0907	1,6642	0,5856
fev	4,4445	1,8990	0,6679
mar	4,1549	1,5985	0,6554
abr	4,0894	1,7344	0,6457
maio	4,0955	1,7230	0,5792
jun	4,0188	1,9020	0,7030
jul	3,8901	1,6727	0,7367
ago	3,9369	1,6125	0,6542
set	3,8312	1,8187	0,6895
out	3,8288	1,4891	0,7219
nov	3,7675	1,7418	0,7417
dez	3,7371	0,9561	0,8444
jan/89	3,7957	1,5447	0,9355
fev	3,8560	1,6179	0,8589
mar	3,7105	1,5126	0,8487
abr	3,5731	1,4332	1,0075
maio	3,4245	1,3901	1,2251
jun	3,2867	1,3159	0,9645
jul	3,4005	0,9425	0,6504
ago	3,1574	0,7149	0,4683
set	2,9147	0,6377	0,4462
out	2,8278	0,6208	0,3907
nov	2,6824	0,5743	0,4312
dez	2,6608	0,5640	0,4390

Continua...

Quadro 1A, Cont.

<i>Mês/Ano</i>	<i>Atacado (1)</i>	<i>Exportação (2)</i>	<i>Produtor (3)</i>
jan/90	2,3861	0,5107	0,5423
fev	2,2721	0,4867	0,5733
mar	1,9639	0,4312	0,5007
abr	2,2687	0,5099	0,4795
maio	2,2793	0,5368	0,5584
jun	2,2998	0,5533	0,5225
jul	2,3705	0,5981	0,4761
ago	2,2732	0,5933	0,5575
set	2,1357	0,5955	0,5205
out	2,3276	0,6707	0,4545
nov	2,6332	0,7413	0,4068
dez	2,8428	0,7559	0,4337
jan/91	2,9465	0,7830	0,4737
fev	2,7319	0,6251	0,5201
mar	2,7231	0,7405	0,5607
abr	2,7507	0,7419	0,5472
maio	2,8032	0,7357	0,5029
jun	2,7789	0,6975	0,4756
jul	2,7008	0,6753	0,4467
ago	2,5610	0,5741	0,4148
set	2,5597	0,6079	0,4693
out	2,7820	0,5218	0,4512
nov	2,8033	0,6416	0,4257
dez	2,9715	0,8691	0,4021
jan/92	2,9232	0,6425	0,4127
fev	2,8979	0,5846	0,4041
mar	2,9398	0,6176	0,4175
abr	3,0004	0,6074	0,4289
maio	2,9203	0,5584	0,3913
jun	2,8757	0,4345	0,3658
jul	2,8192	0,4773	0,3784
ago	2,7227	0,5478	0,3362
set	2,6186	0,4285	0,3414
out	2,5974	0,4122	0,4296
nov	2,6227	0,5477	0,5089
dez	2,6194	0,4795	0,6205

Fonte: (1) Departamento de Estatística dos EUA; (2) Boletim do Banco Central;
(3) Fundação Getúlio Vargas, IBRE/CERIN.

APÊNDICE B

Quadro 1B - Preços reais de café solúvel brasileiro nos vários segmentos de mercado, de 1987 a 1992, em US\$/kg (quantidades equivalentes)

<i>Mês/Ano</i>	<i>Produtor</i>	<i>Exportador</i>	<i>Atacado</i>
jan/87	0,4806	1,3305	5,7983
fev	0,3867	1,2728	5,7948
mar	0,3053	1,2625	5,6189
abr	0,2595	1,1583	5,4553
maio	0,2709	1,0771	5,3216
jun	0,1916	1,0981	5,2812
jul	0,1785	1,2188	5,2143
ago	0,1855	1,0920	5,2072
set	0,1835	0,9884	4,9082
out	0,1938	0,9213	4,9504
nov	0,1835	1,1235	5,0014
dez	0,1635	1,1304	4,9856
jan/88	0,1698	1,1095	4,4295
fev	0,1937	1,2660	4,4465
mar	0,1901	1,0656	4,5332
abr	0,1872	1,1562	4,5765
maio	0,1679	1,1486	4,5703
jun	0,2038	1,2680	4,5781
jul	0,2136	1,1151	4,4496
ago	0,1897	1,0749	4,4666
set	0,1999	1,2125	4,6835
out	0,2093	0,9927	4,7321
nov	0,2150	1,1612	4,6624
dez	0,2448	0,6374	4,6737
jan/89	0,2712	1,0298	5,6180
fev	0,2490	1,0786	5,8319
mar	0,2461	1,0084	5,8491
abr	0,2921	0,9555	5,8358
maio	0,3552	0,9267	5,8224
jun	0,2797	0,8772	5,8026
jul	0,1886	0,6283	5,8033
ago	0,1358	0,4766	5,6887
set	0,1294	0,4251	5,5263
out	0,1132	0,4138	5,4499
nov	0,1250	0,3829	5,3601
dez	0,1273	0,3760	5,3021

Continua ...

Quadro 1B, Cont.

<i>Mês/Ano</i>	<i>Produtor (1)</i>	<i>Exportador (2)</i>	<i>Atacado (3)</i>
jan/90	0,1572	0,3405	5,6581
fev	0,1662	0,3244	5,5954
mar	0,1452	0,2875	5,5792
abr	0,1390	0,3399	5,6136
maio	0,1619	0,3579	5,6034
jun	0,1515	0,3688	5,6257
jul	0,1380	0,3987	5,6258
ago	0,1616	0,3956	5,6419
set	0,1509	0,3971	5,6358
out	0,1318	0,4472	5,5731
nov	0,1179	0,4942	5,7187
dez	0,1257	0,5039	5,6258
jan/91	0,1373	0,5220	5,9168
fev	0,1508	0,4167	5,7843
mar	0,1626	0,4937	5,9526
abr	0,1586	0,4946	5,9631
maio	0,1458	0,4904	5,9778
jun	0,1379	0,4650	5,9652
jul	0,1295	0,4502	5,9231
ago	0,1203	0,3827	5,7486
set	0,1361	0,4053	5,7759
out	0,1308	0,3478	5,8075
nov	0,1235	0,4277	5,8545
dez	0,1166	0,5794	5,7990
jan/92	0,1197	0,4283	5,9579
fev	0,1172	0,3897	5,9687
mar	0,1210	0,4117	5,9557
abr	0,1243	0,4049	5,9514
maio	0,1135	0,3722	5,9276
jun	0,1060	0,2896	5,9146
jul	0,1097	0,3181	5,8042
ago	0,0975	0,3653	5,7674
set	0,0992	0,2856	5,7197
out	0,1246	0,2748	5,6701
nov	0,1475	0,3651	5,6721
dez	0,1799	0,3196	5,6852

Fonte: (1) Fundação Getúlio Vargas; (2) FEBEC e ABICS; (3) Departamento de estatísticas dos EUA.